منوعات

MEDIA

أخبار

أعلنت «سامسونغ» عن توفر ميزة «حوّق للبحث» في مجموعة من هواتف «غالاكسي إيه»، وذلك بالتعاون مع «غوغل». بدلاً من التبديل بين التطبيقات، يمكن لمستخدمي الميزة وضع دائرة حول أي عنصر على الشاشة لتحديد ما يريدون البحث عنه.

قالت «تيك توك» لمحكمة استئناف فيدرالية، الخميس الماضي، إن وزارة العدل الأميركية قدمت معلومات خاطئة عن علاقات التطبيق بالصين، وحثت المحكمة على إلغاء قانون يلزم «بايتدانس» ببيع أصول التطبيق في الولايات المتحدة او مواجهة الحظر.

شهد السوق العالمي لأجهزة الكمبيوتر المزودة بالذكاء الاصطناعي نمواً كبيراً في الربع الثاني من عام 2024. إذ شحن أكثر من 8,8 ملايين جهاز كمبيو تر مزود بالذكاء الاصطناعي من الشركات المصنعة، مع هيمنة أجهزة «ماك» من «آبل» على السوق.

حققت «آبل» نمواً ملحوظاً في الهند، لتصبح أسرع الشركات نمواً في البلاد على مدار الخمسين عاماً الماضية. ويرجع هذا النمو إلى الزيادة الكبيرة في تصنيع أجهزة «آيفون» والمبيعات المحلية لمنتجاتها الأخرى، مثل أجهزة «ماكبوكس» و«آيبادز».

يخوض عمالقة التكنولوجيا حرب إعلانات فيما بينهم، لترويج أحدث خدماتهم المستندة إلى الذكاء الاصطناعي، منفقين ملايين الدولارات عليها، لكن ظهرت شكاوى أنها بلا عائد مالي كاف

موجة إعلانات تروّج لـ«معجزات» الذكاء الاصطناعي

واشنطن ـ **العربي الجديد**

يمكن القول إن هذا العام هو عام الذكاء الاصطناعي. منذ بداية العام، تعلن الشركات العملاقة في مجال التكنولوجيا عن إطلاق برامجها الخاصة للذكاء الاصطناعي، وتروّج أنها «قادرة على القيام بكل شيء» وحتى أنها «أذكى من أذكى إنسان». وعلى الرغم من المخاوف التي يعبر عنها خبراء وفنانون وأكاديميون وسياسيون إزاء الأخطار التي يشكلها اقتحام الذكاء الاصطناعي مجالات الحياة كافة، وكذلك محاولة المشرعين في الغرب وضع ضوابط لاستخدامه، فإن المنافسة في هذا المجال لا تزال محتدمة. ولكن، إذا كان الذكاء الاصطناعي قادراً على أن يأتي بكل هذه «المعجزات»، فلماذا ينفق عمالقة التكنولوجيا جهوداً جبارة ومبالغ طائلة لإقناعنا باستخدامه؟

تتدفق الإعلانات التي تروج برامج الذكاء الاصطناعي من كل حدب وصوب، وآخرها ذلك الذي طرحته «غوغل» خلال أولمبياد باريس وأثار جدلاً كبيراً اضطرها إلى سحبه. أظهر إعلان «دير سيدني»، الذي يهدف إلى ترويج قدرات برنامج «جيميني إيه آي» الخاص بـ«غوغل»، رجلاً يصف بشكل عاطفي كيف كتبت هذه الأداة الذكية لابنته رسالة إلى العداءة الأميركية سيدني ميشيل ماكلولين-ليفرون التي حطّمت الرقم القياسي العالمي في نهائيات سباق 400 متر حواجز للسيدات في طوكيو عام 2021. بعض المشاهدين انتقدوا الإعلان معتبرين أنه يروج فكرة أن على الآباء إقناع أطفالهم بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي بدلاً من تعلّم التعبير عن أنفسهم. وأُطلقت منشورات تتساءل عما إذا كان الإعلان يشير إلى مستقبل مظلم يسقط فيه الإبداع البشري بسبب الذكاء الاصطناعي. وقارن بعض المنتقدين إعلان «غوغل» بإعلان طرحته شركة آبل في وقت سابق من هذا العام، وحذفته أيضاً بعد مواجهة ردود فعل عنيفة على شبكة الإنترنت. وقد أظهر الإعلان آلة ضغط صناعية ضخمة تسحق الآلات الموسيقية ولوازم الفن وتجعلها غباراً، في إشارة إلى أن المبدعين يحتاجون فقط إلى جهاز آيباد من «آبل» لصنع الفن والموسيقى. وبعد حذف الإعلان، أصدرت «غوغل» بياناً أكدت فيه «إيمانها بأن «الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون أداة رائعة لتعزيز الإبداع البشري، ولكن لا يمكن أن يحل محله أبداً». لكن المسألة أبعد من مجرد إعلانات تثير الجدل. وفقاً لشركة التحليلات «آي سبوت»، أنفقت شركات التكنولوجيا 196 مليون دولار منذ بداية العام الحالي حتى الثامن من أغسطس/ آب على الإعلانات التلفزيونية التي كانت تدور حول الذكاء الاصطناعي بطريقة ما. وأشارت الشركة إلى أن المبلغ المذكور يمثل نحو نصف إجمالي إنفاق هذه الشركات على الإعلانات التلفزيونية. وشهدت الإعلانات الترويجية للذكاء الاصطناعي على التلفزيون وعلى الإنترنت ارتفاعاً حاداً خلال الشهرين الماضيين، وخاصة خلال دورة الألعاب الأولمبية، وفقاً لشركتي «آي سبوت» و«سنسر تاور».

في الأيام العشرة الأولى من أغسطس مثلاً، خلال انعقاد دورة الألعاب الأولمبية في باريس، كان ما يقرب من نصف جميع مقاطع الفيديو المتدفقة أو الإعلانات عبر الإنترنت لشركة ميتا مخصصة لروبوت الدردشة الذكي الخاص بها، وفقاً لـ«سنسر تاور». محلل صناعة الإعلام براد أدجيت، قدّر سببين وراء زيادة الإعلانات المخصصة لبرامج الذكاء الاصطناعي، فهي أولاً «فئة جديدة وتنافسية من الخدمات»، وهذا ما يؤجج الزيادة في الإعلانات من أجل إثبات الحضور والتفوق. وقال أدجيت لصحيفة واشنطن بوست: «تحاول شركات الذكاء الاصطناعي أن تكون على رادار المستهلكين». وثانياً، فإن الألعاب الأولمبية شكلت فرصة فريدة ومهمة، إذ تابعها الكثير من الأميركيين، مما يعني وصول الإعلانات إلى شريحة واسعة من الأشخاص.

ومن جهة ثانية، قال أوغسطس كوك من وكالة الإعلانات R/GA Americas التي ساعدت في العمل على تسويق ميزة «حوّق للبحث» (وضع دائرة حول أي عنصر لتحديد ما يراد البحث عنه بدلاً من التبديل بين التطبيقات) للذكاء الاصطناعي من «غوغل»، إنه يتعاطف مع الأشخاص الذين يشعرون كأنهم يغرقون في سيل الإعلانات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي. وأوضح كوك، متحدثاً لـ«واشنطن بوست»، أن التحدي الذي تواجهه شركات التكنولوجيا والمديرون التنفيذيون للتسويق هو إظهار أمثلة محددة لكيفية مساعدة الذكاء الاصطناعي في حياتنا أو عملنا ولماذا يختلف الذكاء الاصطناعي لشركة ما عن غيره ولماذا يعد أفضل منه. وأضاف: «يمكنك الحصول على أفضل التقنيات، ولكن ما لم تتمكن من كسب الناس، فستكون أمامك معركة شاقة». وتوجه عمالقة التكنولوجيا إلى الإعلانات التقليدية ليس أمراً معتاداً، إذ كانت ترى أنه ليس من اللائق أن تتبع هذه الطريق، وأن منتجاتها مميزة لدرجة أنها تبيع نفسها بنفسها. لكن مع انتشار التقنيات الجديدة والمختلفة واحتدام المنافسة، تغير الأمر. وقال بريان ويزر، الذي يعمل في شركة ماديسون آند وول للأبحاث والاستشارات الإعلانية، إن شركات التكنولوجيا «أصبحت الآن من بين أكبر المعلنين للعلامات التجارية في العالم». وحتى شركة تسلا التي يملكها الملياردير إيلون ماسك الذي صرح سابقاً بأنه يكره الإعلانات كانت تشتري بعض الإعلانات في الفترة الأخيرة. وللمفارقة، فإن شركة أوبن إيه آي التي أثارت حمى المنافسة على الذكاء الاصطناعي منذ إطلاقها برنامجها «تشات جي بي تي» لم تنضم إلى حرب الإعلانات.

كلفت الإعلانات 196 مليون دولار وطرح معظمها خلال الأولمبياد

«غوغل» سحبت إعلاناً للذكاء الاصطناعي بعد انتقادات (طيفون كوسكون/ الأناضول)

إلا أن توقيت زيادة إعلانات الذكاء الاصطناعي لشركات التكنولوجيا محرج. في الآونة الأخيرة، اشتكى المستثمرون من أن شركات التكنولوجيا تنفق الكثير على منتجات الذكاء الاصطناعي الخاصة بها دون عائد مالي كاف. إذ شجعت السوق كبرى شركات التكنولوجيا على الاستثمار في الذكاء الاصطناعي التوليدي، التقنية الأكثر شعبية في وادي السيليكون، لكنّها توقعت أيضاً أداءً قوياً في الأعمال الأساسية لهذه المجموعات لدعم هذا الإنفاق الضخم. ومع أنّ النتائج الفصلية لـ«غوغل» و«مايكروسوفت» و«أمازون» أتت أعلى من التوقعات عموماً، لكنها خيّبت آمال المستثمرين المتحمسين. وضاعفت «أمازون» أرباحها في الربع الثاني من السنة لتصل إلى 13,5 مليار دولار، بفضل هوامش قوية في أعمالها السحابية (الحوسبة عن بعد)، لكنّ إيراداتها البالغة 148 مليار دولار (+10%) لم تأت على قدر التوقعات.

وارتفعت عائدات فرع الشركة المتخصص في الحوسبة السحابية «خدمات أمازون ويب» (AWS)، بنسبة 19% لتصل إلى 26,3 مليار دولار. كما حقّق أرباحاً تشغيلية بـ9,3 مليارات دولار (وهو مؤشر رئيسي للربحية)، أي ما يعادل ثلثي إجمالي المجموعة. مع ذلك، تراجعت «أمازون» التي تحتل المرتبة الأولى عالمياً في مجال الحوسبة السحابية، في الذكاء الاصطناعي التوليدي مقارنةً بالشركتين العملاقتين الأخريين في هذا القطاع «مايكروسوفت» و«غوغل». إذ تتصدر الشركتان السباق في تصميم نماذج وتطبيقات قادرة على إنتاج نصوص وصور ومحتويات أخرى بناءً على طلب بسيط بلغة يومية.

وشدّد رؤساء الشركات جميعاً على ضرورة تفادي التأخر في المنافسة، واعتبر المدير التنفيذي لـ«غوغل»، سوندار بيتشاي، أنه في السياق الحالي، «يُعدّ خطر نقص الاستثمار أكبر بكثير من خطر الإفراط في ذلك». قال: «حتى عندما نفرط في الاستثمار، فيكون في بنية تحتية مفيدة جداً ولها دورة حياة طويلة».

لكنّ المساهمين الحريصين على رؤية عائدات تجارية متناسبة مع النفقات سريعاً، يشعرون بالقلق من الفشل. فقد باعت «أمازون» مثلاً مساحات إعلانية أقلّ ممّا توقعه المحللون خلال الربع الفائت. أمّا بالنسبة لشركة مايكروسوفت فقد كانت السحابة المجال الذي خيّب الآمال، إذ على الرغم ارتفاع مبيعات منصة «أزور» الفصلية بـ29% على أساس سنوي، لكنها بقيت أقل من النسبة المتوقعة البالغة 31%.

القانون الأول في العالم

دخل قانون الذكاء الاصطناعي الأول من نوعه رسمياً حيز التنفيذ من بوابة الاتحاد الأوروبي في الأول من أغسطس/ آب الحالي، ليمثل أول عتبة في جهود الكتلة لتنظيم التكنولوجيا. ويقول مسؤولون إن قانون الذكاء الاصطناعي من شأنه أن يحمي «حقوق المواطنين الأساسية» في الكتلة المكونة من 27 دولة، بينما يشجع على الاستثمار والابتكار في الصناعة الواعدة للذكاء الاصطناعي.

ويغطي القانون أي منتج أو خدمة تقدم في الاتحاد الأوروبي وتستخدم الذكاء الاصطناعي، سواء كانت من شركة تكنولوجية عملاقة في وادي السيليكون (الولايات المتحدة) أو من شركة محلية ناشئة. ويُعتبر القانون كتيّباً إرشادياً شاملاً ليحكم الصناعة في أوروبا، وقد يمثل أيضاً نموذجاً يحتذى به لحكومات أخرى ما زالت تنظر وتدرس وضع قوانينها الخاصة للذكاء الاصطناعي المتطور بشكل سريع.

قانون الذكاء الاصطناعي الأوروبي اقترحته المفوضية الأوروبية في إبريل/ نيسان 2021، ووافق عليه البرلمان الأوروبي والمجلس في ديسمبر/كانون الأول 2023. ويعالج هذا القانون المخاطر المحتملة على صحة المواطنين وسلامتهم وحقوقهم الأساسية، ويفرض على المطورين والمستخدمين متطلبات والتزامات واضحة في ما يتعلّق باستخدامات محددة للتقنيات التي تستند إلى الذكاء الاصطناعي مع تقليل الأعباء الإدارية والمالية للشركات. ويقدم إطاراً موحداً في جميع دول الاتحاد الأوروبي، ويستند إلى أربع فلسفات رئيسية هي: مخاطر الشفافية، والمخاطر العالية، والمخاطر غير المقبولة، وأدنى قدر من المخاطر.

قراءة

في «فيراري» يظلّ المخرج الأميركي مايكل مان وفياً لسماتٍ سينمائية عدّة، يوظّفها في أفلامٍ مختلفة، كالصراع الداخلي في الفرد، ومواجهة تحدّيات الحياة

فيلم «فيراري»
بسرعة فائقة على منعطف الحكاية

سعيد المزواري

مثل جُلّ أفلامه، اختمر مشروع «فيراري» طويلاً في ذهن مايكل مان، منذ اكتشافه، مطلع تسعينيات القرن الـ20، كتاب «إنزو فيراري: الرجل، السيارات، السباقات والآلة» لبروك ييتس، عن سيرة منشئ حظيرة السيارات الشهيرة، وعرّاب ماركة السيارات الرياضية الحمراء، رمز الفخر والسرعة.

لم يكن ممكناً إنجاز الفيلم لولا توفير «أمازون» (يُعرض على «برايم فيديو») نحو 100 مليون دولار أميركي لإنتاج هذه السيرة المكلفة، كونها تحيي حقبة خمسينيات القرن نفسه، في البلدة الإيطالية مودينا، مع ما يتطلبه ذلك من تكاليف، للتصميم الفني والديكور والأزياء. هذا أخرج مايكل مان من عزلته، التي دامت نحو عقد، منذ تلك الرحلة المحفوفة بالمخاطر في متاهات رقمية وتجسسية، في «بلاك هات» (2015)، الذي لم يُحبذ إجماعاً على قيمته الفنية.

بدوره، لا يُحلّق «فيراري» عالياً، نظراً إلى الانتظار الكبير له، خاصة بعد الإعلان عن تادية آدم درايفر الدور الرئيسي. لكنّ الجيّد مع أفلام المؤلّفين، المهووسين بالتفاصيل والنزوع إلى الكمال أمثال مان، أنّها (الأفلام)، وإنْ لا تفي بكلّ وعودها، لا تفشل أبداً في أنْ تغمرنا بإحساس أنّنا بين أيادٍ أمينة، وعالم مرتّب وفق رؤية وتناسق في الإيقاع والمسافة، والوفاء لتدابير جمالية وموضوعية، ما فتئت تتكرّر في منجز المُبدع الثمانيني. يتّضح هذا المعطى في نظرة كلاسيكية، ورهافة تناول لا يسقط أبداً في الإثارة السهلة، رغم أنّ بيئة القصة تغري بذلك، من دون أن يحرم نفسه من تشويق السباقات، وجرعة الأدرينالين المرتبطة بها، خاصة أنّ المخرج، المعروف بالعناية الفائقة التي يمنحها للمؤثّرات الصوتية، يجد هنا ضالته ليتحف الآذان بسمفونية من زمجرة المحرّكات القوية، وفرقعات إضاءة آلات التصوير القديمة، وهتافات الجماهير المتحمّسة. تبدأ القصة في مودينا عام 1957، أي بعد عشر سنوات على إنشاء «فيراري»، في أعقاب الحرب العالمية الثانية. يدير إنزو (درايفر) الشركة بشغف السائق السابق، الذي يخبر الخبايا الميكانيكية وأسرار عالم السباقات، بينما تتكفّل زوجته وشريكته لورا (بينيلوبي كروز) بالإدارة المالية. لكنّ الشركة تجتازُ ظروفاً صعبة، في ظلّ تأثير ضعف المبيعات على الأداء المالي، فيضطرّ إنزو إلى التفكير في فتح رأسمالها لمستثمرين خارجيّين،

> عودة مايكل مان بعد عقد من العزلة تتمثّل برحْلة مخاطر

ماني ودرايفر برفقة تشارلز لوكليرك وكارلوس سانز بطلي فيراري في موناكو وإسبانيا (جان إيشتيان/Getty)

معضلة المخرج

على غرار شخصيات فيلمه، يجد مايكل مان (الصورة) اليوم نفسه أمام معضلة، تساؤلنا جميعاً: ما الأجدى اليوم، أن يتمسّك جهابذة الخلف السينمائي بشروط إنجاز أفلامهم بمنتهى الاستقلالية، مع احتمال توقّفهم عن العمل لعقود، بسبب إقلال الاستديوهات التقليدية في المجازفة بإنتاج أفلام متفرّد؟ أم ينصاعوا لنموذج إنتاج منصات العرض، الذي يتيح لهم إمكانات مالية مريحة لإنجاز أعمالهم كما يتصوّرونها، كما حدث مع «فيراري»؟

زيارة

لغز جديد في ستونهنج

الحجر المركزي يعود أصله إلى حوض أوركاد في أسكتلندا (فنار ويبستر / Getty)

تبيّن أن حجراً أساسياً في موقع ستونهنج الأثري الشهير في جنوب غرب إنكلترا نُقل مسافة 750 كيلومتراً من شمال شرق أسكتلندا باستخدام تحليل كيميائي، توصلوا إلى أنّ الحجر المركزي يعود أصله إلى حوض أوركاد في أسكتلندا، الذي يقع على بعد 750 كيلومتراً على الأقل من ستونهنج، بحسب الدراسة التي نشرت في مجلة نيتشر.

دُهِش الباحثون من هذه النتيجة. وقال المشارك في إعداد الدراسة روبرت إيكسمر من جامعة كوليدج لندن في بيان: «هذه نتيجة صادمة جداً». وأكد مشارك آخر في إعداد الدراسة نيك بيرس، من جامعة أبيريستويث، أنّ المسافة «المذهلة» كانت أطول رحلة مسجلة لأي حجر في ذلك الوقت. وسبق أن أثير بين علماء الآثار والمؤرخين نقاش بشأن قدرة الناس قبل قرابة 2500 سنة قبل الميلاد على نقل مثل هذه الحجارة الضخمة من ويلز. وقال الباحثون إنّ حقيقة أنّ حجراً يبلغ طوله خمسة أمتار نُقل برحلة اجتازت مناطق كثيرة في المملكة المتحدة تشير إلى أنّ المجتمع في الجزر البريطانية كان منظماً

> نُقل أحد الحجارة إلى الموقع الأثري مسافة 750 كيلومتراً

باستخدام تحليل كيميائي، توصلوا إلى أنّ الحجر المركزي يعود أصله إلى حوض أوركاد في أسكتلندا، الذي يقع على بعد 750 كيلومتراً على الأقل من ستونهنج، بحسب الدراسة التي نشرت في مجلة نيتشر.

دُهِش الباحثون من هذه النتيجة. وقال المشارك في إعداد الدراسة روبرت إيكسمر من جامعة كوليدج لندن في بيان: «هذه نتيجة صادمة جداً». وأكد مشارك آخر في إعداد الدراسة نيك بيرس، من جامعة أبيريستويث، أنّ المسافة «المذهلة» كانت أطول رحلة مسجلة لأي حجر في ذلك الوقت. وسبق أن أثير بين علماء الآثار والمؤرخين نقاش بشأن قدرة الناس قبل قرابة 2500 سنة قبل الميلاد على نقل مثل هذه الحجارة الضخمة من ويلز. وقال الباحثون إنّ حقيقة أنّ حجراً يبلغ طوله خمسة أمتار نُقل برحلة اجتازت مناطق كثيرة في المملكة المتحدة تشير إلى أنّ المجتمع في الجزر البريطانية كان منظماً ومنسقاً بشكل جيد، وقادراً على تنظيم رحلات طويلة.

وعلى تواصل جيّد آنذاك. ودعوا إلى إجراء مزيد من الأبحاث لمعرفة المكان الدقيق الذي أتى منه الحجر في أسكتلندا، وكيف وصل إلى ستونهنج. وثمة نظرية تفيد بأنّ الحجر أحضر إلى جنوب إنكلترا ليس بواسطة البشر، بل من خلال تدفقات الجليد المتحركة طبيعياً. لكنّ الأبحاث أظهرت أنّ الجليد كان في الواقع يحمل مثل هذه الحجارة «إلى الشمال بعيداً عن ستونهنج»، بحسب المعدّ الرئيسي للدراسة أنتوني كلارك من جامعة كيرتن الأسترالية. أما الاحتمال الثاني، فيتمثل في قيام بناة العصر الحجري الحديث بنقل الحجارة فوق الأرض، على الرغم من أنّ ذلك صعب جداً. وأشار كلارك إلى أنّ الغابات الكثيفة والمستنقعات والجبال كانت كلها «حواجز مهمة» أمام الناقلين في عصور ما قبل التاريخ. ثمة احتمال آخر هو أنّ الحجر نُقل عبر البحر. ولفت كلارك إلى أنّ هناك أدلة على وجود «شبكة شحن واسعة في العصر الحجري الحديث» كانت تنقل الفخار والأحجار الكريمة في مختلف أنحاء المنطقة. ولمعرفة مصدر الحجر، أطلق الباحثون أشعة ليزر على بلورات شريحة رقيقة منه. وقال المشارك في إعداد الدراسة كريس كيركلاند من جامعة كيرتن إن نسبة اليورانيوم والرصاص في هذه البلورات تعمل بمثابة «ساعات مصغّرة» للصخور، ما يتيح تحديد عمرها.

(فرانس برس)

مسار

رحيل جينا رولاندز... عفوية وصدف أكثر من مهنيّة وتمرين

نديم جرجوره

ليس سهلاً أنْ يُكتب عن راحلة لها في السينما أعوام مديدة وأفلام كثيرة، وبعض تلك الأفلام علامات فارقة في التاريخ الطويل للفن السابع. الاختزال صعبٌ، وتكثيف نصّ الوداع يحتاج إلى مهارة. لكنّ رحيل الأميركية جينا رولاندز، المليئة بـ«سيول الحب» (أدريان غومبو، Les Echos الفرنسية، 15 أغسطس/آب 2024)، مُثير لكتابة تحاول ردم هوّة بين تاريخ حافل بإنجازات وحكايات (والتاريخ هذا مزيج ذاتي بعالم)، وصعوبة الاختزال. فرحيلها حاصلٌ بعد أقلّ من شهرين على احتفالها بعيد ميلادها الـ94، وهذا وحده كافٍ لتبيان صعوبة كتابة كهذه.

عمرٌ طويل، للتمثيل السينمائي فيه مكانة بارزة، مع أنّ لها أدواراً أخرى في مسلسلات وأفلام تلفزيونية. عمرٌ يعاين أحوال عالم ومهنة وحياة، والنجومية فيه ساطعة، وثقل الأيام ضاغط، ما يعني أنّ لعزلة، أو لما يُشبهها، أولوية. محاولة البحث عن آخر فيلم سينمائي لها تقول إنّ «ستة دروس رقص في ستة أسابيع» لأرثر الان سابدلمان آخر فيلم تمثّل فيه، وهذا حاصلٌ عام 2014. أي إنّ مُشاركتها التمثيلية تلك متزامنة وبلوغها 84 عاماً، ما يؤكّد أنّ الإصرار على العيش، سينمائياً، أهمّ من كلّ تفكير في اعتزال، وفي الوقت نفسه يُشير إلى أنّ «الاختفاء» من المشهد السينمائي يُنبّه إلى أنّ عشرة أعوام تمتدّ بين الفيلم الأخير ولحظة الرحيل.

العمر الطويل يقول أيضاً إنّ عيشاً في عالم متقلّب باستمرار -وبعض التقلّبات حروبٌ وانهيارات- لن يكون مُريحاً، مع أنّ تفكيراً آخر يقول إن جينا رولاندز غارقة في مهنتها ونجوميتها، وفي عالم تصنعه المهنة والنجومية. الكتابة هنا تصطدم بضرورة التنقيب في سيرة غير محصورة بمهنة ونجومية، ففي هذا العالم نفسه لا مكان لخصوصية، والعيون مفتوحة على أكثر من اتّساعها.

لكنّ الكتابة في رحيل جينا رولاندز «النجمة الأكثر توهّجاً وتألّقاً في السينما المستقلة الأميركية» (الناقد البريطاني بيتر برادشاو، «ذا غارديان»، 15 أغسطس/آب 2024)، بعد وقت قليل على شيوع نبأ الوفاة، تكتفي بمحاولة استعادة شيء من تاريخ سينمائي مكتوب بصُور تعكس مرارات وخرابا واهوالاً، وتُفكّك علاقات وانفعالات، وتتعمّق في مسارات ومصائر. تذكّر «غلوريا» (1980)، لجون كاسافيتس، أو «وجوه» (1968)، للمخرج نفسه، يُفترض به ألا يُنسي عناوين أخرى لأفلام يُخرجها كاسافيتس أيضاً، بل يدعو إلى ضرورة مقاربة نقدية هادئة لعلاقتها به، التي تبدأ بـ«ظلال» (Shadows) عام 1959، ثم الفيلمين («وجوه» و«غلوريا») يُعتبران تفكيراً آخر بقول إن جينا رولاندز غارقة في مهنتها ونجوميتها، وفي عالم تصنعه بضرورة التنقيب في سيرة غير محصورة بمهنة ونجومية، ففي هذا العالم نفسه لا مكان لخصوصية، والعيون مفتوحة على أكثر من اتّساعها.

لكنّ الكتابة في رحيل جينا رولاندز «النجمة الأكثر توهّجاً وتألّقاً في السينما المستقلة الأميركية» (الناقد البريطاني بيتر برادشاو، «ذا غارديان»، 15 أغسطس/آب 2024)، بعد وقت قليل على شيوع نبأ الوفاة، تكتفي بمحاولة استعادة شيء من تاريخ سينمائي مكتوب بصُور تعكس مرارات وخرابا واهوالاً، وتُفكّك علاقات وانفعالات، وتتعمّق في مسارات ومصائر. تذكّر «غلوريا» (1980)، لجون كاسافيتس، أو «وجوه» (1968)، للمخرج نفسه، يُفترض به ألا يُنسي عناوين أخرى لأفلام يُخرجها كاسافيتس أيضاً، بل يدعو إلى ضرورة مقاربة نقدية هادئة لعلاقتها به، التي

> ايكون لجون كاسافيتس دورٌ أساسي في تشكيل جوهر تمثيلها وصقله؟

قدّم آخر فيلم لها قبل عشرة أعوام (جيفيد ليفينغستون / Getty)

متابعة

شيرين عبد الوهاب و«روتانا»... معركة في ساحة «يوتيوب»

لا يزال الخلاف القانوني بين شيرين عبد الوهاب وشركة روتانا مستمرّاً، إذ حذفت الأخيرة أغنيتين للمطربة المصرية من «يوتيوب» أخيراً

بيروت ـ **ربيع فران**

أعاد حذف شركة روتانا أغنيتين لشيرين عبد الوهاب من منصة يوتيوب طرح التساؤلات حول العقود التي يوقعها الفنانون مع شركات الإنتاج. يبدو أن محامي شيرين في واد، ومحامي شركة روتانا في وادٍ آخر، ليخرج هذا الخلاف المتواصل منذ سنوات إلى العلن. تحاول شيرين، رغم مشاكلها مع زوجها السابق الفنان حسام حبيب، إيجاد مخرج من هذه المشكلة، لكنها تورّط نفسها أكثر معتقدةً أن كل ما تفعله يصبّ في الأطر القانونية ومصلحتها. بحسب المعلومات، فإن في ذمة شيرين 17 أغنية لشركة روتانا، يجب أن تمنحها الفنانة بكامل التنازلات القانونية لتصدرها الشركة وتحملها على منصاتها الرقمية. ينص العقد بين شيرين عبد الوهاب وشركة روتانا الذي وقّع قبل سبع سنوات، وقبضت على أثره شيرين مبلغاً يتجاوز النصف مليون دولار، على تقديم المطربة أعمالاً غنائية والبومات من دون بند أو التزام بتاريخ معين، ولو أن بعض بنود العقد تؤكد وجود مدة زمنية مشروطة بين الطرفين في حال أراد أحدهما فسخه. لكن كل ذلك ذهب أدراج الرياح بعدما وضعت «روتانا» بنداً يقول إن العقد لا يصبح «مفتوحاً» وقابلاً للتنفيذ من دون تاريخ، حتى تتمكن شيرين من الإيفاء بكافة التزاماتها الخاصة في هذه الإصدارات.

قبل سنتين، قدمت شيرين عبد الوهاب ثلاث أغانٍ لشركة روتانا، وكان من المفترض التزامها بتامين المجموعة الكاملة من الأغاني للشركة السعودية، إذ يُعمل على إصدارها وفق خطة. لكن شيرين كانت تعاني الأمرّين في مشكلتها مع زوجها السابق حسام حبيب، ولم تتنبّه كما هو مفترض إلى العقد والبنود التي يحاول المنتج/«روتانا» تحصين نفسه بها من مزاجية الفنانين. وهذا البند الذي لا يحدد مدة زمنية مستحدث في العقود التي لا تزال الشركة السعودية تسعى إلى توقيعها مع المغنين في العالم العربي، إضافة إلى حفلين يقدمهما الفنان إلى الشركة نفسها كتعاون بين الإنتاج والترويج للفنان نفسه من خلال لقائه مع الجمهور.

محامي شركة روتانا في القاهرة، رضا محمد عبد الفتاح، أكد أنه بالإمكان حل المشكلة بين شيرين وموكلته شركة روتانا عن طريق اعتراف شيرين بالمبالغ التي حصلت عليها من الشركة السعودية، بينما تؤكد شيرين أنها أعادت جزءاً من المبلغ إلى الشركة (ثمانية ملايين جنيه)، فيما يلزم العقد أيضاً عدم إصدار المغني أيّ جديد قبل ستة أشهر من إنهاء العقد مع «روتانا». كل هذه الأمور لا تزال عالقة في انتظار البيان الجديد أو الخطوة المقبلة التي ستتخذها شيرين عبد الوهاب بعد حذف الأغاني عن «يوتيوب»، وكذلك قيام محاميها، ياسر قنطوش، بمبادرة لإعادة الأغاني ونشرها بعدما حذفها «يوتيوب» بحجة أن عبد الوهاب لديها عقد مع «روتانا»، وهو أمر يلزمها قانونياً بوضع لوغو الشركة على إصداراها الغنائي. إلى اليوم، ترفض شركة روتانا أيّ تفاوض بشأن مسألة العقد مع شيرين، وتنوي الشركة المضيّ في الدعاوى، لتغدو كلمة الفصل في هذا النزاع للقانون، في ظل غياب تام لشيرين عن الحفلات داخل المملكة العربية السعودية.

تزعم «روتانا» أن لها في ذمة شيرين 17 أغنية (ياسين قايدي / الأناضول)