



600 ألف مشاهد تابعوا دعاية احتفالاتها بأقل من أسبوع على «الليوتوب»

«زين» تتغنى باسم «الكويت» على ألحان الزمن الجميل

بهذه الفكرة التفاعلية..

الحجي

من ناحيته، أعرب المدير العام لشركة كافيار للدعاية والإعلان هيثم الحجي عن شكره وامتنانه لشركة زين لإتاحة الفرصة للعمل على تقديم مشروع فني وطني يهدف إلى توحيد صفوف الكويتيين.

ويقول الحجي «استكمالا لمسيرة زين بتقديم كل ما هو جديد وفريد من نوعه، قمنا بخلق عمل فني تفاعلي كسرنا من خلاله الحاجز بين المشاهدين والمشاركين في الإعلان».

ويضيف الحجي بقوله «اعتمدت فكرة الإعلان على التفاعل بين الجمهور والمعلن، وخلق هذا التفاعل اخترنا مع فريق العمل في زين مجموعة من أبرز الأغاني الكويتية الوطنية لمتسنى للجمهور تريبدها وحفظها بسهولة، كما قمنا بالعمل مع مجموعة كبيرة من خيرة المواهب الكويتية».

ويضيف الحجي فريق العمل بالعمل مع فريق التسويق في زين الذين كانوا مثالا للتعاون البناء وقاموا بإرشادنا ومساندتنا في كل خطوة قمنا بها في صناعة هذا العمل الوطني الرائع، فحقا وجدنا معهم عالم زين الجميل».

بوشهري

ويقول المنتج والرئيس التنفيذي لشركة «بيوند دريمز» الشركة المنفذة للعمل عبدالله بوشهري «سعيد بالتعاون مع شركة زين وشركة كافيار، فهذا العمل يتميز بأنه أضخم إنتاج كويتي دعائي لهذا العام».

ويضيف بوشهري «لقد تطلب منا هذا العمل جهدا كبيرا لإنجازه في وقت قياسي بأقل من 3 أسابيع وبمعدل 15 ساعة يوميا، ولولا تضافر جهود ما يقارب 300 من الشباب والأطفال وأسرمهم وروحهم المعنوية العالية وتعاون فريق العمل ككل لما حققنا هذه النتيجة الجميلة».

الحسيني

ويعلق مخرج العمل د. زياد الحسيني بقوله «أردنا من خلال هذا العمل الذي استخدمنا فيه تقنية اللقطة الواحدة، توحيد الكويتيين وتذكير الجمهور بما يميزنا».



والابتكار».

وتضيف النقبسي «حققتنا نجاحا رائعا في السنوات السابقة في إطلاقنا هذه النوعية من الدعاية الجماهيرية، فكان التحدي لنا هذه المرة أن نواصل هذا النجاح الجماهيري، بإطلاق دعاية تلامس الجمهور في هذه الفترة».

وتكشف بقولها «أضفنا تقنيات جديدة على دعائنا هذه المرة، فأول مرة يتم توظيف آلية الـ LipDub في الكويت، وهي تقنية الغناء بحركة الشفاه، وتكون من الابتكار تم اخراج العمل وقد برع فيها المخرج وبقيّة الطواقم الفنية بالعمل».

وتبين النقبسي بقولها «لمسنا أجواء طيبة خلال تصوير هذا العمل، فالحماسة التي كانت تعلق على وجوه المشاركين كانت السمة الحاضرة في المكان، كما أضفت مشاركة الجمهور الذي تصادف مع مشاهد التصوير واقعية للدعاية، ساعدتنا كثيرا في الخروج

العمل يرسخ من انتاجها لهذا المسار، فما من شك أن هذا الخط لم تحد عنه زين في مثل هذه المناسبات، لكونه يحمل رسالة الشركة في التزاماتها الاجتماعية، وهو يقدم نهجا ثابتا لها لا يتغير. إن شرلة زين تعكف في فبراير من كل عام على إطلاق مشروع وطني أو مجموعة من المساهمات الوطنية في أعياد الكويت، وهذا العام تقدم هذه الاحتفالية الجماهيرية التفاعلية لتنضم إلى حبات عقدها الثري في هذا المجال.

لقد برعت شركة كافيار بإدارة هيثم الحجي ومعها المخرج الكويتي زياد الحسيني وعبدالله بوشهري المنتج المنفذ من شركة بيوند دريمز في هذا العمل.

وتقول بسملة النقبسي مديرة الاتصالات التسويقية في شركة زين عن الأوقات التي سبقت هذا العمل «ليس بالأمر الهين أن نطلق عملا وطنيا يتناسب مع مكانة الأعياد الوطنية للكويت في قلوبنا، فالصعوبة هنا، تكمن في الفكرة ومدى الوزن الذي ستمثله لدى الجمهور، والأصعب منها التجديد

الجمهور، فالعدد الذي شارك في هذا العمل وصل إلى نحو 250 فردا (من الإعداد والإخراج والتصوير والإضاءة والديكورات، وعدد من الممثلين والمؤدين الواعدين، مع مجموعة كبيرة من الكبار والصغار).

زين حاضرة

فلم تكن إدارة طاقم عمل بهذا الحجم بالأمر السهل أو الهين، خصوصا أن مكان العمل يعد واحدا من أكثر الأماكن جماهيرية في الكويت والتي تشهد حضورا كثيفا لزوار هذا المجمع الشهير على مدار اليوم وخصوصا في أيام العطل، فمهاارة طاقم الإخراج والتصوير ظهرت في المرح الرائع الذي حدث بين الجمهور وبين طاقم العمل، لدرجة لا تشعّر أي أحد بأن هناك تصويرا، أو تجعل أي أحد يحده هل هذه الجماهير حقيقية أم جماهير للتصوير. ومع النجاح الباهر لهذا العمل الوطني، فإن شركة زين تؤكد أن احتفالاتها ليس المشاعر والإلهام والحس الوطني في ذات الوقت، وهذا ما ينطبق به لسان الذي ستمثله لدى الجمهور، والأصعب منها التجديد



التاريخ الكويتي.

الزمن الجميل

فكانت البداية مع فترة «صيد اللؤلؤ» ومشاهد من التراث الأصيل، لتنتقل الكاميرا بعدها إلى فترة «أوبريات الكويت الجميلة» ثم إلى «كويت الحاضر»، وكان الالفت في هذه المشاهد المتصلة غير المنفصلة، الأزياء والألوان، فقد تزين المشاركون في العمل بالزي الكويتي التقليدي، والذي يبرز الشخصية الكويتية. الجميل في هذا العمل، أنه تغنى بأربع أغاني وطنية، والتي تملك كل واحدة منها بصمة وأثرا وحنينا في قلوبنا، فقد برع صناع العمل بدمج هذه الأغاني لتصاحب الأداء في مدة الدقائق الأربع، وهي فترة قصيرة جدا لعرض أروع الألحان والكلمات التي تغنت بها الكويت، إلا أن طاقم العمل نجح في إخراجها بهذا الشكل الرائع، والذي جذب أكثر من 600 ألف مشاهد على موقع اليوتيوب في الأيام الأولى من إطلاقه للجمهور.

بالطبع هذا العمل الكبير يقف خلفه طاقم عمل ضخم، حتى يظهر بهذه الصورة الكرنفالية التي شاهدها

بها العمل صنّفته في ريادة الأعمال التي تم إنشائها وفق آلية الـ LipDub، وهي تقنية الغناء بحركة الشفاه بطريقة تظهر المؤدي أنه يتمازج مع الأغنية الأصلية، ليس هذا فحسب، بل هي المرة الأولى التي يتم فيها إخراج عمل فني بـ «اللقطة الواحدة» (One shot) في الكويت، وهي طريقة إخراج دقيقة للغاية تتطلب مهارة عالية وتركيزا كبيرا من جميع الأطم المشاركة في العمل، من إخراج وحضور وإضاءة وترتيب الكوادر والحركة، حتى لا يتم تكرار المشهد مرة أخرى، فعملية المونتاج هنا منعدمة تماما.

فجاءت الدقائق الأربع وهي مدة عرض الإعلان لتقدم لوحة فنية جماهيرية تعكس الروح والحماسة التي سادت بين الجمهور، فهذه الدقائق القصيرة حكّت فيها «زين» لوحات فنية من التراث كانت شاهدة على صفحات العمل الكويتي، فقد بدأ العمل بمشهد يجمع طفلين (أصل ومستقبل الكويت) وينضم لهما الأب ليصبحهما معا إلى ميدان الاحتفال، وليبدأ بعدها التجول في ممرات الزمن الجميل في

الأول من فبراير

بـ «الأقنيوز»..

تتغنى «زين»

بعشق الكويت

وأهلها في أعيادها

تنوع الجمهور

الوطنية

ولأنها تؤمن بأن «تنوعنا هو ما يميزنا»، فقد حرصت زين على أن يأتي سيناريو الاحتفال وهو يحمل هذا العنوان، فالمشاركة الحماسية التي وجدتها الشركة في تصوير الإعلان الاحتفالي أثبت أن شعب الكويت يعرف جيدا أهمية هذه المقولة في ثراء الوطن، فرد الفعل غير الطبيعي للحشود الكبيرة التي حضرت وشاركت في تصوير الإعلان، قدم لوحة رائعة لتسيح وطني واحد. الحواجز ذابت في هذا العرض الكرنفالي الرابع بين طواقم التصوير والجمهور، فجاء المشهد تعبيريا لدرجة تجعل المشاهد لا يستطيع أن يقرر، إما إذا كان هذا الأداء تمثيليا أم أسلوبيا تلقائيا كرد فعل مع إيقاع الألحان والأغاني الوطنية، فلا مجال للتفكير في هذا الأمر في هذه اللحظة، الحشود كانت تسارع للمشاركة والدخول في هذا المشهد.

وما زاد من جمال هذا المشهد، التنوع في الحشود التي شاركت في احتفالية التصوير، فكان هناك الكبير والشباب والصغير.. جميع الأجيال كانت متداخلة هناك، وهو ما أضفى حيوية في الحركة والتنقل بين الوجوه التي لم تنقطع عنها الإبتسامة طوال الساعات الثلاث مدة تصوير الإعلان، فالسلاسة التي وجدتها صناعة هذه «الأيقونة» الوطنية من الحشود، قدمت مشهدا فنيا يحدث للمرة الأولى في الكويت.

LipDub

فالتقنية التي خرج

