

الفيديو كليب ودوره المحتمل في تشكيل ثقافة الجيل الناشئ العربي

مقدمة

إن ما تشهده الأغنية العربية حالياً، في ضوء انتشار ظاهرة «الفيديو كليب»، يعكس إلى حد ما التغييرات التي طرأت على الثقافة العربية، التي عُرفت بكونها ثقافة سمعية/ لغوية أكثر منها بصرية/ حسية. فلم يعد نجاح الأغنية العربية الحديثة، كما كان سابقاً، قائماً فقط على الكلمات واللحن وصوت المطرب وطريقة الأداء وإنما أيضاً على الشريط المصور الذي يرافق الأغنية، والذي أصبح يلعب دوراً أساسياً ليس في إنجاحها فقط وإنما أيضاً في إيصالها إلى الجمهور، نتيجة للدور الذي يشغله التلفزيون، كونه الوسيلة الإعلامية الأكثر حيوية^(١) والأكثر جماهيرية^(٢)، يتخطى تأثيرها الصعيد الثقافي ليشمل الصعيد الاقتصادي.

هلا زعيم

(١) «فقد ورث ما هو إيجابي في الصحافة أي النص وقدرته الاتصالية، وجمع إليه مزايا الإذاعة أي حيوية الصوت البشري ودراميته، واستعار من السينما الصورة والحركة، كما استفاد من الخبرة المسرحية في قوة الحضور وحيوية الحوار ليهضم تلك المعطيات المتنوعة ويمتلك لغة تعبيرية خاصة به»، القنوات الفضائية في عصر العولمة، تاليف الدكتور/ وديع العززي عرض/ علي مهدي الذهب، &WWW.rayneWs.net/modules.

(٢) «يمثل التلفزيون الظاهرة العالمية الأكثر أهمية من بين الظواهر التي سُجلت في نهاية القرن العشرين. وتتجسد هذه الأهمية، من ناحية، من خلال ملايين المشاهدين الذين يكرسون الجزء الأكبر من أوقات فراغهم لمشاهدته، ومن ناحية أخرى، من خلال قدرة الصورة الساحرة في التأثير على السلوك الإنساني (...). وبسبب ذلك أصبح المرئي- المسموع قطاعاً استراتيجياً أساسياً سواء على الصعيد الثقافي أو الاقتصادي»

- Jean Cluzel, *La télévision*, Dominos, Flammarion, France, 1996, 127 p.p., p. 70.

- في هذا الصدد أيضاً انظر:

- Philippe Viallon, *L'analyse du discours de la télévision*, Que sais-je, PUF, 1996, Paris, 127 p.p., p. 3.

كما أن انتشار ظاهرة القنوات الفضائية العربية المتخصصة في بث الأغاني المصورة، والتي نالت استحسان المشاهد العربي^(٣) لا سيما الشاب منه، دفع شركات الإنتاج الغنائي إلى توظيف الصورة بمختلف أشكالها لتغري المشاهد على المتابعة، وخلق نوعاً من المنافسة، إذا صح التعبير، بين الأذن والعين^(٤). مما أثار جدلاً حول الأغنية المصورة الحديثة، مضمونها، غايتها والثقافة التي تحاول إيصالها إلى الجماهير. هذا ما دفع بالعديد من المهتمين بالأمر، من نقاد وصحافيين وموسيقيين في الكثير من الدول العربية، إلى تناول هذا الموضوع وإبداء آرائهم حوله، والتي في أغلبيتها اعتبرت هذه الظاهرة «غير صحية» ويمكن أن يكون لها أثر سيئ على الجيل الجديد نظراً لخلو مضمونها، في أغلب الأحيان، من القيم التي تركز عليها المجتمعات العربية، وافتقارها إلى الابتكار، ولتركيزها على الجانب الغريزي وذلك من خلال الإثارة وإيقاظ الغرائز الجنسية، ولتقليدها لثقافات أخرى مما يبعدها عن هويتها العربية.

التساؤلات والأهداف

هذا ما دفعنا إلى التساؤل عما ينقله «الفيديو كليب» عن واقع الشباب العربي؟ وعن مدى تأثيره في سلوكيات وعادات الفرد العربي؟ وهل يمكن القول إن «الفيديو كليب» يشكّل ظاهرة قد تساهم في إفساد أذواقنا؟ وهل صحيح أن المتلقي يتأثر عشوائياً بما يعرض عليه ويشاهده وتنتهي لديه عملية التذوق ويقبل بما يفرض عليه؟ وهل صحيح أن «الفيديو الكليب» يلغي الكلمة ليحل محلها الصورة؟ أو بمعنى أدق، هل يهدف «الفيديو كليب» إلى السيطرة على العين على حساب الأذن فيطغى المتخيل الذهني الحسي المرتبط بالصورة بما قد تحتويه من عناصر إثارة، على المتخيل الذهني الوجداني الذي تثيره العبارات اللغوية؟ وهل يصح أن يقال إن الكلمة لا تحمل عناصر إثارة يمكن ربطها بالمتخيل الذهني الحسي، وإن الصورة بعيدة كل البعد عن المتخيل

(٣) تؤكد إحدى الدراسات أن حوالي ٦٩٪ من الجمهور العربي يشاهد القنوات المتخصصة في بث الأغاني لمدة أربع ساعات يومياً. منتدى الكتاب، الفيديو كليب هل هو هيمنة للثقافة الأمريكية؟ تاريخ ١١-٣-٢٠٠٢. <http://writers.alriyadh.com>.

(٤) يلاحظ متتبع ما تبثه الفضائيات العربية من الأغاني، خصوصاً الجديدة المصورة بطريقة الـ «فيديو كليب»، ما صار أقرب إلى الظاهرة التي تتلخص في ظهور مغنية صاعدة أو مكرسة (لا فرق) في شكل يركز على مفاتها، بينما يتوارى الغناء والأداء في مرتبة خلفية كأنه ليس الأساس بل مجرد عنصر ثانوي وعابر، الـ «فيديو كليب» على الفضائيات العربية: أما زالت الأغنية هي الأساس؟ الحياة، العدد ١٤٥٨٤، تاريخ ٢٧/٢/٢٠٠٣.

– «تعترف النجمات الجدد أنهن لا يملكن مؤهلات صوتية لافتة، بل هن يعتمدن على قدرتهن على جذب المشاهد»، ديانا مقلد، بالعين المجردة، تلفزيون المستقبل، كانون الثاني ٢٠٠٥.

الذهني الوجداني؟ وهل المشكلة قائمة بالصورة وانتمائها إلى المجال المادي (المحسوس-المجسد) أم بعملية توظيفها؟

إن هذه المجموعة من التساؤلات تبين لنا أن ظاهرة الأغنية المصورة العربية الحديثة «الفيديو كليب»، تستدعي التوقف عندها ودراستها بموضوعية، نظراً للإشكاليات التي يمكن أن تطرحها والتي يمكن أن تتلخص أبعادها في نقطتين أساسيتين هما:

- البعد السيكولوجي كون الفيديو كليب يشكّل ميداناً من ميادين التأثير الاجتماعي، خاصة وأن شريحة الشباب هي المتلقي الأساسي لهذا الفن^(٥)؛

- البعد الثقافي في ميدان فني^(٦) يثير المتخيل الذهني على الصعيدين البصري والسمعي. وما يمكن أن يحمله من صور وأفكار، سواء كانت هادفة أم عفوية.

بناءً على ذلك، سنحاول في هذه الدراسة التطرق إلى ظاهرة الفيديو كليب العربي من خلال دراسة دوره المحتمل في تشكيل ثقافة الجيل الناشئ العربي، معتمدين لذلك نقاطاً تتعلق:

- بالمقاييس الثقافية الجديدة والتي تتجلى فيها الصورة بأبهى أوجهها واعتمادها كأداة التعبير والتواصل الأولى في عصرنا الحالي: عصر العولمة،

- بالملامح العامة للفيديو كليبات العربية، وخصوصاً الصور التي تقدمها لنا وما تجسده هذه الصور من تلاق أو تغريب عن ثقافتنا العربية.

الفيديو كليب وثقافة العصر

يُعتبر الفيديو كليب فناً قائماً بذاته، مقاييسه قائمة على صورة وكلمة ولحن، تلعب الإيقاعات البصرية فيه دوراً أساسياً في جذب المتلقي. ولهذا يمكننا القول إن الفيديو كليب أو الأغنية المصورة الحديثة استقلت عن الأغنية المسموعة بإضافتها عنصراً أساسياً أخرجنا، إذا صح التعبير، من عالم الثقافة السمعية البحتة ليدخلنا في عالم الثقافة البصرية. مما فتح آفاقاً جديدة أمام الأغنية العربية وجعلها أكثر تماشياً مع ثقافة العصر ألا وهي ثقافة الصورة^(٧). في هذا الصدد لا بد من العودة إلى كلمة ثقافة

(٥) للفيديو كليب «جاذبية تغري الأطفال والشباب على حد سواء بالمتابعة والتقليد فالملابس غريبة والأضواء عالية والمثيرات الصوتية والبصرية متدفقة»، منتدى الكتاب، الفيديو كليب هل هو هيمنة للثقافة الأمريكية، مرجع سابق.

(٦) بدأ الفيديو كليب بالانتشار عام ١٩٨٥ وكان الناقد السينمائي الفرنسي سرج دافي أول من اعتبر أن هذا الفن ينتمي إلى الفنون الجميلة. جريدة الحياة، العدد ١٤٧٠٤، تاريخ ٢٧-٦-٢٠٠٣.

(٧) إن ما أورده شاكر عبد الحميد في مقدمة كتابه «عصر الصورة»، يعبر عن عنوان كتابه بكل أبعاده الممكنة، ويلقي الضوء بإيجاز على الحضور المهيمن للصورة في حياتنا اليومية ونفاذها إلى مختلف

كعلامة (signe) لها مدلولاتها الخاصة (signifié) فما هي الثقافة؟ وما هو الوسيط التمثيلي لها؟

«إن كانت «الثقافة» مخزون التصورات والمعاني المتفق عليها من قبل المجتمع، فاللغة هي الوسيط. و«اللغة» لا تشير إلى التراكيب والمعاني ولكنها وسيط تمثيلي تُلتقى معانيه قراءة عبر علامات عدة، فقد تكون نغمات، أو كلمات منطوقة - مكتوبة، أو وسائل مرئية، يتم إنتاج معانيها عبر تداولها بين الأفراد»^(٨).

من بين مختلف التعريفات التي أُعطيت لكلمة «الثقافة»^(٩) آثرنا اختيار هذا التعريف لأنه يبرز بوضوح العلاقة القائمة بين المنطوق - المكتوب والمرئي - المصور، ويظهرهما كوجهين لعملة واحدة، كمادة للتعبير تتحدد معانيهما ضمن سياق استخدامهما من قبل الأفراد، وتتخطى وظيفتهما الوظيفية التعبيرية الفردية لتشمل

الميادين الإنسانية حتى بتنا نعيش عصر الصورة بكل امتياز: «قال أرسطو ذات مرة إن التفكير مستحيل من دون صور، ونقول كذلك إن الحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون الصور؛ فالصور موجودة في كل مكان؛ إنها لا تكف عن التدفق والحضور في كل لحظة من لحظات حياتنا. إننا نعيش بالفعل في «عصر الصورة» كما قال آبل جانس، العام ١٩٢٦، ونعيش في حضارة الصورة كما قال الناقد الفرنسي «رولان بارت» بعد ذلك. والصورة لم تعد تساوي ألف كلمة - كما جاء في القول الصيني المأثور - بل صارت بمليون كلمة، وربما أكثر. لقد أصبحت الصور مرتبطة الآن على نحو لم يسبق له مثيل، بكل جوانب حياة الإنسان (...). فهناك حضور جارف للصور في حياة الإنسان الحديث؛ إنها حاضرة في التربية والتعليم، وفي الأسواق والشوارع، وعبر وسائل الإعلام، وفي قاعات العرض للأعمال السينمائية والمسرحية والتشكيلية، وفي بطاقات الهوية، وأجهزة الكمبيوتر، وعبر شبكات الإنترنت والفضائيات والتلفونات المحمولة، وفي ملاعب كرة القدم والتنس والمصارعة، وفي العروض الفنية، وفي صناعة النجوم في السينما والتلفزيون والسياسة... إلخ»، شاكر عبد الحميد، **عصر الصورة - السلبيات والإيجابيات**، عالم المعرفة، العدد ٣١١، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت، ٤٦١ ص، ص ٧-٨.

(٨) ماري تريز عبد المسيح، **التمثيل الثقافي: بين المرئي والمسموع**، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ٢٠٠٢، ٣٢٠ ص، ص ٧.

(٩) في هذا الصدد انظر:

١ - **نظرية الثقافة**، تأليف مجموعة من الكتاب، ترجمة د. علي سيد الصاوي، مراجعة وتقديم أ. د. الفاروق زكي يونس، عالم المعرفة، العدد ٢٢٣، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت، ص ١٠.

٢ - مصطفى حجازي، **حصار الثقافة - بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية**، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء - بيروت، ١٩٩٨، ٢٠٦ ص، ص ١٧-٢٠.

٣ - هادي نعمان الهيتي، **ثقافة الأطفال**، عالم المعرفة، العدد ١٢٣، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت، ٢٦٣ ص، ص ٢٤ و ٢٧.

٤ - **لماذا ينفرد الإنسان بالثقافة؟** تأليف: مايكل كاريدرس، ترجمة: شوقي جلال، عالم المعرفة، العدد ٢٢٩، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب - الكويت، ٣١٩ ص، ص ٣٥ - ٤٩.

الوظيفة التعبيرية الجماعية، والتي تخضع لتغييرات تُحدد الأشكال التي يعتمد عليها الأفراد كوسيلة للإرسال والتلقي. أشكال تعكس طبيعة عمليات التثقيف التي تتبعها المجتمعات والتي بتغييرها أو بتنوعها بين مجتمع وآخر تلعب دوراً أساسياً في إحداث فروقات ثقافية بين هذه المجتمعات.

في هذا المجال لا بد من القول إنه تاريخياً اعتمدت الكلمة في الثقافة العربية كوسيلة أساسية في أساليب التعبير بين المرسل (émetteur) والمرسل إليه (récepteur). وربما ساعد في ذلك، من ناحية، موقف الأديان التوحيدية - وخصوصاً الإسلام- من التجسيدات المادية، وما يمكن أن تحدثه من إشكاليات تتخطى فكرة الإبداع لتلامس فكرة الخلق؛ ومن ناحية أخرى، غنى اللغة العربية بالصور البلاغية مما سهل عملية التواصل بين الأفراد وإيصال الرسالة كتابياً كان ذلك أم شفاهياً. فطغت ثقافة الكلمة على ثقافة الصورة. إلا أن الثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم عبر شبكة الاتصالات والفضائيات أعادت للصورة دورها وفعاليتها في صياغة المشهد الثقافي العربي وزاوجت بينها وبين الكلمة في ميادين عدة لن نتطرق إلى مجملها وإنما سوف نحصر اهتمامنا بالميدان الغنائي أو بصورة أدق بالفيديو كليب، المتربع على عرش الصدارة في مجال الأغنية العربية الحديثة، والذي يلعب حالياً دوراً أساسياً في الهيمنة على الذائقة الفنية ويمثل، إذا صح القول، طغيان الصورة على الكلمة، ويساهم في إنتاج ثقافة جديدة، ثقافة الفيديو كليب^(١٠). ثقافة تتماشى إلى أقصى الحدود مع إعلام العصر، إعلام العولمة :

- إعلام يستهلك الصورة بشكل أساسي لتداول الأفكار، نظراً لما تتمتع به من سهولة القراءة والتنقل بين المجتمعات (نتيجة لما ذكرنا أعلاه : اتساع شبكة الاتصالات والفضائيات)، ويقدمها كمصدر أساسي للمعلومة.

- إعلام يسعى -من بين ما يسعى إليه- إلى عولمة الأفكار والإيديولوجيات والقيم الثقافية للحضارات والمجتمعات على اختلاف انتماءاتها بهدف خلق نمط ثقافي واحد تذوب فيه الخصوصيات مما قد يؤدي إلى قطيعة مع التقاليد الاجتماعية السائدة في البعض من هذه الحضارات والمجتمعات، وخلق نوع من التغريب مع موروثها الثقافي. تغريب قد يحدث اصطداماً مع المثل التي عايشتها هذه المجتمعات خلال عصور وعصور. ومن القضايا التي يمكن أن تطرح بقوة في هذا المجال، وعلى وجه

(١٠) يعتبر الروائي والكاتب حسن داوود أن «ثقافة الفيديو كليب الراجحة حالياً هي جزء من ثقافة الركض إلى الأمام وتبدل الذاكرة»، بالعين المجردة، مرجع سابق.

الخصوص في المجتمعات العربية والإسلامية، قضية الجسد وطريقة النظر إليه وكيفية التعامل معه.

ارتبط مفهوم الجسد في المجتمعات العربية والإسلامية، وخصوصاً جسد المرأة بمفهوم العفة وبوظيفته البيولوجية الأساسية في استمرار الحياة الإنسانية على الأرض ألا وهي الإنجاب. وظيفة تراجع، إلى حد ما، في زمن العولمة وعصر الصورة أمام وظيفة أخرى تقدّم وكأنها الأساسية في الجسد الأنثوي، ألا وهي الإثارة: «في عصر العولمة أصبح الجسد جزءاً من ثقافة هذه العولمة وجزءاً من ثقافة الصورة، وأخطر ما جاء في ثقافة الصورة هو حضور الجسد في العالم كله وتداوله بوصفه سلعة استهلاكية، ومع تقدم فنون الإعلان والتجميل وملكات الجمال تقدمت فنون صناعة الجسد وفنون الاهتمام بالمتع على اختلاف أنواعها، وأصبح رجال الفن والسياسة وغيرهم يقدمون باعتبارهم أجساداً جميلة قبل أي اعتبار، ولم يعد جمال الجسد الأنثوي مرتبطاً بوظيفته مثل الإنجاب ولم يعد مرتبطاً بالأوممة أو الخصب أو الحنان، وأصبحت المقاييس المثالية للجمال الإثارة»^(١١). ولم تستطع بعض المجتمعات العربية، وخصوصاً اللبنانية والمصرية منها، رغم تحصنها بالقيم والعادات الشرقية، من الوقوف في وجه هذه الظاهرة. وما يُعرض في وسائل الإعلام العربية عامة، وفي الفيديو كليبات العربية خاصة، يعطي فكرة واضحة عن طريقة النظر الجديدة لجسد المرأة^(١٢). مما قد يستدعي تساؤلات تتعلق بنظرة المرأة العربية عامة والمسلمة خاصة إلى نفسها

(١١) الإعلان يحاصر المرأة داخل سجن الأنوثة، الملف السياسي، ١٧ أكتوبر ٢٠٠٣ - العدد ٦٤٨
<http://www.albayan.co.ae/albayan/seyase/2003/issue648/textone/4.htm>

(١٢) مسألة لا تتعلق فقط ببعض المجتمعات العربية إنما تتخطاها إلى مختلف الأقطار العربية حتى الأكثر محافظة منها. في هذه النقطة بالذات، لا بد من الإشارة إلى ما ورد في مقال في صحيفة الحياة تحت عنوان «الخليجيات ومحاوله للتماهي مع صبايا الفيديو كليب» لأنه يعطينا فكرة عن واقع الحال والصراع الذي يمكن أن تتعرض له الفتاة العربية إجمالاً. صراع قائم على التناقض بين ثقافتين: ثقافة لا تعطي الجسد حقه وثقافة تركز على الجسد وتعتبره نقطة ارتكاز رئيسة: «الفتاة الخليجية بطبيعتها محافظة وخجولة، ليس من عاداتها أن تختلط بالرجال بشكل مباشر وقوي، في حياتها الأولية، وطبيعة ما تتلقاه من ثقافة وتربية، والبيئة الاجتماعية المحيطة بها، كل ذلك يفرض عليها نمطاً من الثقافة والسلوك لا يمكنها التخلي عنه بسهولة، لكنها في الوقت نفسه تتابع ما يدور حولها. المجلات والصحف والفضائيات والإنترنت، كلها فضاءات تسمح لهذه الفتاة بإعادة التفكير في قضاياها، وإعادة إنتاجها من جديد. ونظراً إلى صعوبة تحقيق التوازن بين واقع قائم، وحياة تريدها الشابة لنفسها، يبدأ نوع من الحيرة لدى الفتيات تجعلهن يدخلن في متاهات من التجريب والتجريب المضاد، في محاولة لتحقيق التوازن النفسي والجسدي. فمن جهة هناك الثقافة التي تربيها عليها، وهي ثقافة لا تعطي للجسد حقه وإن كانت لا تهمله كلياً، وثقافة تقوم على الجسد وتعتبره نقطة ارتكاز رئيسية»، الحياة، العدد ١٤٩٨٤، تاريخ ٦ / ٤ / ٢٠٠٤.

وجسدها وبنظرة الرجل العربي إليها وإلى جسدها، وبكل ما يمكن أن يستدعي ذلك من أمور تتعلق بكيان المرأة وحرمتها واستقلاليتها^(١٣) وما يمكن أن تطرحه هذه الحرية وهذه الاستقلالية من إشكاليات تتعلق بأمور لا تزال المجتمعات العربية تحرص على تطبيقها واحترامها، أمور من أهمها مسألة الحجاب والعفة.

مسألتان تتعلقان أولاً وأخيراً بجسد المرأة. هذا الجسد الذي يحاول في عصر العولمة، وفي عصر الصورة على وجه التحديد، تخطيها : فعرض الجسد يتعارض مع مبدأ الحجاب، والإثارة تتعارض مع مبدأ العذرية.

والسؤال هنا : هل سنشهد يوماً تتعامل فيه المرأة العربية مع جسدها على غرار المرأة الغربية، والتي كان لها هي الأخرى، في زمن سابق، معاناة مع جسدها؟

مسألة لا يمكن الحسم فيها على المدى القريب. إلا أنه، وبالعودة إلى التاريخ، يمكننا القول إن المرأة في بعض المجتمعات الغربية عانت من مسألة جسدها وتحكم الرجل فيه، وبصورة ربما أكثر قساوة مما شهدتها المجتمعات الأخرى (مثالاً على ذلك حزام العفة الذي استعمله الرجل وحصن به جسد زوجته خلال غيابه عن المنزل إبان الحروب).

الفيديو كليب : الخطاب اللغوي والخطاب البصري

بشكل عام، يمكن تناول العلاقة القائمة بين الصورة والكلمة من خلال ثلاث نقاط^(١٤):

١- الفصل Exclusion بين الصورة والكلمة؛

٢- التفاعل أو التأثير المتبادل Interaction بين الصورة والكلمة؛

(١٣) إن بعض العبارات المستخدمة في اللغة العربية تعكس إلى حد كبير ما تكرسه المجتمعات العربية من تبعية المرأة للرجل. من بين العبارات، العبارة التالية : عفة المرأة هي شرف الرجل. في هذا الصدد، نعتبر الشرح الذي قدمه إيليا حريق كافياً لإلقاء الضوء على هذه التبعية : «فكم سمعنا أن كرامة المرأة (بعبارة أخرى عفتها) هي شرف الرجل. لماذا الرجل ؟ لماذا لم يقل العرب «كرامة المرأة شرفها هي»؟ الجواب باختصار هو لأن المرأة ليست سيدة نفسها! السيد هو الرجل وهو المستحوذ والمالك. ما يصيب المرأة من أذى إذاً، لا يعنيه بالذات، بل يعود إليه هو السيد المطلق!»، إيليا حريق، «المجتمع المدني بين النظرية والشعار»، في المجتمع المدني العربي والتحدي الديمقراطي، أوراق المؤتمر الذي نظمه تجمع الباحثات اللبنانيات ومؤسسة فريديش إيبيرت في بيروت بين ١٨ و ٢٠ نيسان (إبريل) ٢٠٠٤. ص ٣٣-٤٦، ص ٣٤.

(١٤) في هذا الصدد انظر :

- Martine Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, ouvrage publié sous la direction Francis Vanoye, Editions Nathan, 1994, 128 p., p.p. 101-116.

٣- التكامل أو التكاملية complémentarité بين الصورة والكلمة.

في هذا المجال، تجد مارتين جولي Martine Joly أنه من غير العادل التفكير أن الصورة تلغي الكلمة وذلك لأن هذه الأخيرة تصطحبها بشكل دائم تقريباً، وذلك من خلال أشكال متعددة : تعليقات- كتابةً كان ذلك أم شفاهية - عناوين، تفسيرات...^(١٥). ويصف بارث Barthes التفاعل بين الصورة والكلمة بأن هذه الأخيرة تدل على قراءة جيدة للصورة^(١٦)، كما أنه يجد أن التكامل بين الصورة والكلمة قائم على أن الكلمة تقول ما يصعب على الصورة إظهاره^(١٧).

تبيّن لنا هذه الشروحات بوضوح العلاقة القائمة بين الكلمة والصورة بشكل عام. والسؤال الأهم هنا ليس : كيف هو الحال في أغاني الفيديو كليبات العربية^(١٨)؟ أو كيف تتمثل العلاقة القائمة بين الكلمة والصورة في هذا الفن^(١٩)؟ إنما الأهم - ضمن نطاق دراستنا هذه - السؤال عن مدى انسجام كلمات وصور هذه الأغاني مع الموروث الثقافي للمجتمعات العربية من ناحية، ومع وروحية العصر، من ناحية أخرى؟ وما تمثله الأغنية العربية الحديثة أو الفيديو كليب للجيل العربي الجديد ومدى انسجامه بما يقدم له في هذا المجال؟

من الناحية التقنية، للفيديو كليب شروطه الفنية، فهو لغة إخراج ومونتاج، لغة توظف الكلمة واللحن والطبيعة والديكور والإضاءة والأزياء والمكياج في عمل فني يلعب الإبداع فيه دوراً أساسياً في تحديد قيمته الجمالية ونجاحه. إنه الفن الذي تتعاقب فيه الكلمة والصورة، أو بمعنى أدق، الكلمات المنطوقة والمشاهد المرئية. إنه بامتياز الفن الذي يتزاوج فيه، على قدم وساق، الخطابان: الخطاب اللغوي والخطاب البصري. فما هي الملامح العامة للخطاب اللغوي، وما هي الملامح العامة للخطاب البصري في الفيديو كليبات العربية؟

(١٥) Martine Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, ibid, p. 101.

(١٦) idem, p. 103.

(١٧) idem, p. 104.

(١٨) تجدر الإشارة هنا إلى أن اللغة العربية اكتسبت، مع ظاهرة الفيديو كليب، بعض التركيبات اللغوية الجديدة مثل : شفت الغنيّة، اطرب عينيك... تركيبات تركز على الجانب النظري لما هو قبل أي شيء ينتمي إلى المجال المسموع.

(١٩) والتي تشكل بحد ذاتها مادة لبحث لاحق يركّز على العلاقة القائمة بين الصورة والكلمة في الفيديو كليبات العربية والوقوف على درجة الإبداع لمخرجي هذه الفيديو كليبات من خلال التطرق إلى النقاط الثلاث المتعلقة بالفصل، التفاعل أو التأثير المتبادل والتكامل بين الصورة والكلمة.

أ- الملامح العامة للخطاب اللغوي في الفيديو كليبات العربية

إن الدراسة التي قامت بها كلاديس سعادة حول «الحب في الأغنية الحديثة»^(٢٠)، والتي تطرقت في جزء منها إلى كلمات الأغاني، والتي وجدنا فيها ملامسة فعلية - قراءةً كان ذلك أم تحليلاً - لمضمون هذه الكلمات، تعطي فكرة واضحة عن الملامح العامة للخطاب اللغوي المتداول في أغلبية الفيديو كليبات العربي^(٢١). أغاني طغى عليها موضوع الحب، وتمحورت كما تحدد سعادة على الشكل التالي :

١- شعور الحب؛

٢- تجليات المحبوب؛

٣- الفراق واللوعة؛

٤- الحب من طرف واحد.

ولقد خلصت في دراستها إلى القول إن الكلمات عبّرت عن مشاعر أقرب إلى الواقعية والعملائية، ولم تخبئ معاني رمزية صوفية أو اجتماعية أو فلسفية أو جنسية : «يظهر مضمون كلمات الأغاني (...) كشعور بسيط غير ملهم أقرب إلى شعور الإنسان المعجب منه إلى المحب. فمشاعر الشوق والحنان والغيرة والجمال معان يعيشها العاشق ويتفهمها المحب العادي، ولكنها لا تصل إلى مستوى الوله والعشق، ذينك الحاليين اللذين يولدان الإبداع. وإن كنا نلاحظ أن هذه المشاعر أقرب إلى الواقعية والعملائية، فإن شعور الحب لا يخبئ معاني رمزية صوفية أو اجتماعية أو فلسفية أو جنسية. كما أننا لا نجد تحليلاً لمشاعر المحب عند الفراق إلا ما ينتج من مفاعيل محسوسة أي الأرق. إننا نجد أنفسنا أمام حالات حب مراهقة همّها الفرح والترفيه. وربما أمكننا القول إن الحب هذا هو أقرب إلى الحب السريع الاستهلاك (Fast love) الذي يؤدي وظيفة إشباع آنية. فنبتعد كل البعد عن مفهوم الحب الرومنسي الذي طالما كان خصوصية عربية»^(٢٢).

أغنية عربية حديثة تتوجه إلى جيل عربي جديد، ربما يكون خطابها اللغوي الواقعي، العملائي أكثر انسجاماً مع بعض مفاهيم هذا الجيل ومتطلبات عصر يعايشه، عصر عُرف بعصر السرعة، عصر الاستهلاك. عصر تركز مقوماته على أمور عملية أكثر منها وجدانية، واقعية أكثر منها رومانسية. إلا أنه يجدر بنا الإشارة هنا إلى نقطة

(٢٠) كلاديس سعادة، «الحب في الأغنية الحديثة»، باحثات، كتاب متخصص يصدر عن تجمع الباحثات اللبنانيات، الكتاب الثامن، ٢٠٠٢-٢٠٠٣، ص.ص. ٤١-٥٩.

(٢١) مما يستدعي الإيجاز في الخطاب اللغوي للأغنية العربية الحديثة وتبني ما أورده سعادة في عملها.

(٢٢) كلاديس سعادة، «الحب في الأغنية الحديثة»، مرجع سابق، ص ٤٨.

ربما تعتبر أساسية في الخطاب اللغوي للفيديو كليات العربية، ألا وهي عدم تركيزها على ما يمكن أن يستدعي إحياءات جنسية. بينما سنرى لاحقاً، أن الخطاب البصري للفيديو كليات اتهم بتركيزه على الجوانب الحسية، الغرائزية، الجنسية.

ب- الملامح العامة للخطاب البصري في الفيديو كليات العربية

في عصرنا الحالي، عصر الصورة، لا بد من الاعتراف بأن الخطاب البصري طغى على الخطاب اللغوي، أو على الأقل أصبح نداً له في إنتاج المعنى وتشكيل ثقافات المجتمعات وفتح مجالات لممارسات اجتماعية تتخطى في الكثير من الأحيان الأعراف والتقاليد والقناعات السائدة في بعض المجتمعات، وخصوصاً تلك التي تُعرف بالمجتمعات المحافظة، حيث للجسد، وعلى وجه الخصوص جسد المرأة، خصوصيته - كما سبق وذكرنا- وإظهار الجمال والتباهي به يُعتبر من الأعمال المحرمة أو على الأقل، من الأعمال المرفوضة وغير المقبولة اجتماعياً.

من هذه الزاوية، يشكّل الفيديو كليب مرجعاً مهماً، لا بل أساسياً، لدراسة الخطاب البصري أو بتعبير أدق الرسالة المرئية المتداولة في الأغنيات المصورة العربية الحديثة، والوقوف على دورها في خلق جدل حول الجسد والجمال وحرية إظهارهما واستخدامهما، لا سيما في مجتمعاتنا العربية. مجتمعات لا تزال أكثرية الطبقات فيها ترتبط بمفاهيم وتقاليد اجتماعية تطرح مشكلة الجسد بكل ما لهذه الكلمة من معنى.

إن المتتبع لوسائل الإعلام وخاصة المكتوبة منها لا بد وأن يسترعى انتباه الانتقادات العديدة التي وجهت للفيديو كليات العربية. فلقد أثارت موجة من الأغاني المصورة العربية ضجة كبيرة لدى ظهورها، وذلك لأنها قُيِّمت بأنها تحتوي على الكثير من المشاهد المثيرة والإثارة المجانية والتركيز على الرقص وجسد المغنية وإظهار كل طاقاتها ومفاتها الأنثوية وتقديمها كأداة جنسية محرّكة للغرائز والشهوات. طريقة عرض تُعتبر بالنسبة للكثيرين متنافية إلى حد كبير مع المبادئ الشرقية المحافظة.

انتقادات تستدعي التوقف عندها وطرح التساؤلات التالية: لماذا هذا التحامل على الفيديو كليب؟ وهل هذا التحامل مبرر؟ وهل يعكس هذا التحامل الرفض لما هو جديد في الأغنية العربية «الصورة التي ترافق الكلمة» أم الرفض لمضمون هذا الجديد وبالتحديد لمضمون معين من هذا الجديد؟ وهل أن ما نشاهده الآن في الفيديو كليات العربية يمثل نوعاً من القطيعة أو الاغتراب عن ثقافتنا العربية؟

بصورة عامة يظهر لنا التاريخ الرفض في كثير من الأحيان لكل ما هو جديد. فإذا ما قرأنا تاريخ السينما الناطقة نجد أن المخرج الروسي ايزنشتين، صاحب الفيلم

الشهير «إيفان الفظيع» يتأسف لاكتشاف السينما الناطقة، فهو يرى فيها اللجوء إلى مبدأ «الأقل جهداً». ولقد كان ايزنشتين من أكثر المخرجين الذين عملوا على إشراك مجمل تعابير الوجه والجسد لإيصال الرسالة إلى المشاهدين. وكانت السينما الروسية آخر من قبل إدخال الصوت على أفلامها^(٢٣). مما يعني أن الوسيلة المستخدمة لإيصال الرسالة (خاصة إذا كانت جديدة) يمكن أن تكون بحد ذاتها موضع شك ورفض بغض النظر عن مضمونها. إلا أنه في حالة الصورة، وما تمثله من أهمية في الوقت الحالي، يصعب تطبيق وجهة النظر هذه وإطلاق أحكام قطعية نظراً لما أحدثته ثقافة الصورة المرئية في مجال التواصل الاجتماعي والقرية الكونية التي تحدت عنها ماكلوهان لم تولد إلا في ظل تضافر ثورة الاتصالات مع الصورة. والأغنية الحديثة أو الفيديو كليب «تدخل في سياق محاكاة العصر وإنتاج أدواته»^(٢٤).

إن المشكلة في رأينا لا تكمن في الصورة كصورة وإنما تكمن في توظيفها واستخدامها كمادة لخلق جدل حول الواقع الحقيقي للمجتمعات العربية وبصورة خاصة النساء العربيات، اللواتي في أغليبتهن لا يشبهن نساء الفيديو كليبات لا شكلاً ولا مضموناً؛ وكما نرى لنشر أسلوب حياة معينة تتماشى مع متطلبات العصر الراهن وثقافته، والتي تُعرف بثقافة العولمة^(٢٥): ثقافة تهدف إلى «إشاعة نمط معين من الحياة على الصعيد العالمي (...). تذوب فيه بالتدرج الثقافات القومية بنفس القدر الذي تتلاشى فيه الاقتصاديات القومية لصالح النظام العالمي الجديد»^(٢٦) مما يطرح المضمون والنمط الثقافي الذي تروج له الفيديو كليبات العربية كمادة للنقاش وكعامل أساسي في عملية القبول والرفض.

فما هي الرسالة المرئية التي نجدها في غالبية الفيديو كليبات العربية حالياً؟

(٢٣) Universalis, p. 830.

(٢٤) كلاديس سعادة، «الحب في الأغنية الحديثة»، مرجع سابق، ص. ٥٥.

(٢٥) في هذا الصدد حدد باختصار سيّد سعيد بعض مظاهر واتجاهات ثقافة العولمة بثلاث نقاط :

١ - عولمة الاستهلاك عبر نمط جاذب وجذاب من استهلاك السلع والخدمات والصّور والمعاني المرتبطة بها مثل نظام الملابس والمأكّل والمكياج وشكل المرأة، وطريقة نظرتها إلى ذاتها..الخ.

٢ - عولمة النظام الأخلاقي، أي فرض أخلاق جديدة للثقافات والأديان والأنظمة الأخلاقية الكبرى في كافة المجتمعات الإنسانية.

٣ - هيمنة إمبريالية : صناعة الصورة وما يرتبط بها من عواطف وقيم عبر الإعلام المرئي المعولم، والذي يشكّل الرأسمالي الإدراكي القادر على التجديد بسرعة كبيرة الانتشار.

أ. سيّد سعيد، الأشكال المختلفة لإخراج الأغنية العربية ومدى تعبيرها عن الهوية والخصوصية، الإذاعات العربية، مجلة يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، مسألة الألفاظ والأخطاء الشائعة في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، عدد ٣ * ٢٠٠٤، ص.ص. ٧٧-١٠١، ص. ٩٢.

(٢٦) المرجع نفسه.

طغي الطابع الحركي - الراقص على غالبية الشرائط المصورة لأغاني العربية الحديثة. قُدم فيها الجسد كعنصر أساسي. جسد جميل يتمايل متحرراً من الكثير من المفاهيم. يُقدم ببساطة وسلاسة كأنها تحصيل حاصل لواقع حالي ترتكز مفاهيمه على الخفة والتحرر من بعض المكبوتات الاجتماعية، أو على الأقل تدعو إلى التحرر من هذه المكبوتات. فكيف كانت ردود الفعل بالنسبة لهذه الرسالة ؟

من خلال مراجعتنا للمقالات الصحفية، التي تناولت هذا الموضوع، لمسنا تخوفاً كبيراً من الرسالة المرئية التي تنقلها غالبية الفيديو كليبات، رسالة يجد الكثير من النقاد أن مضمونها وغايتها أولاً وأخيراً الجسد، رسالة :

- قُيِّمت معاييرها بأنها تختلف عن معايير الثقافة السائدة «معايير تنقل المتلقي من حالة سمعية قلبية إلى حالة بصرية حسية»^(٢٧)؛

- أُتِّهمت بأنها تركز على الجانب الحسي الغرائزي^(٢٨) على حساب الجانب الروحي الوجداني؛

- صُورت على أنها تحاكي الجسد وتهدف الإثارة المادية، أسلحتها «الأجساد التي توزع أعضائها بكرم حاتمي أينما شاءت ولكل من أراد، من دون بخل أو ثمن باهظ»^(٢٩)، قواعدها ترتكز على الجاذبية والإغراء والجنس^(٣٠)، وعناصرها مستوحاة من ثقافات أخرى^(٣١). ثقافات تبعد المتلقي العربي عن واقعه الحقيقي وتدخله في واقع خيالي بعيد كل البعد عن واقعه^(٣٢).

(٢٧) الحياة، العدد ١٤٠٦١، تاريخ ١٤/٩/٢٠٠١.

(٢٨) «أما ما يصعب إغفاله عن صورة الأغنية المعاصرة فهو جسد المرأة العربية : حر، بما في ذلك صورة حريته الجنسية رقصاً وغناء»، السفير، العدد ٩٩٠٢، تاريخ ٢١/٩/٢٠٠٤.

(٢٩) الحياة، العدد ١٤٠٦١، مرجع سابق.

(٣٠) «هل تبث هذه الأغاني تصورات متنوعة للعلاقة بين الجنسين، طالما أن «الحب» هو موضوعها المعلن؟ هل تصنع هذه الأغاني أصلاً تصورات ومعاني؟ أم ترسي قواعد النظر والمشى واللبس والتصرف والجمال... كلها واحدة؟ كلها تتوسل الجاذبية والإغراء؟ وتحيي هاجساً جنسياً واحداً؟ وهل تفتح هذه القواعد والمعاني أبواب المخيلة لدى مئات الآلاف من الرجال والنساء والشباب العرب الخائض في تجارب وميول جديدة؟»، الحياة، العدد ١٥١١٥، تاريخ ١٥/٨/٢٠٠٤. بينما يعتبر المخرج سعيد الماروق أن «استغلال الجمال وإبرازه هو جزء من جمالية الصورة، وأن ما يقدم على الشاشات هو انعكاس للواقع»، بالعين المجردة، مرجع سابق.

(٣١) يتهم الموسيقار السعودي عدنان خوج مخرجي «الفيديو كليب» بأنهم «يقتبسون الأفكار من القنوات التلفزيونية الغربية ثم يسقطونها مشاهد ولقطات على الأغنية العربية وهي لا تتناسب مع الذوق والإحساس والحساسية الجمالية التي يمتلكها المستمع العربي. ندر وقل الابتكار وحل محله الاجترار وتقليد الغرب»، عدنان خوج، الحياة، العدد ١٣٩٨٠، تاريخ ٢٥/٦/٢٠٠١.

(٣٢) «... يساهم الفيديو كليب في تغييب وعي الشباب وتغريبهم وانفصالهم عن واقع قضايا مجتمعهم...»، منتدى الكتاب، الفيديو كليب هل هو هيمنة للثقافة الأمريكية؟، مرجع سابق.

ثقافة ربما سيكون لها أثر ملحوظ في تشكيل تصورات ومفاهيم الجيل الناشئ العربي. جيل يعيش في عالم الصورة شاء أم أبى، مما دفع بالبعض إلى القول إن الثقافة البصرية السائدة هي «ملحمة العصر إذ تكتبها الصورة وتستقبلها العين بعد ان حلت العين محل الحواس الأخرى في فعل الاستقبال، وتبادل الخطابات، ...»^(٣٣)؛ كما أن نتائج العديد من الدراسات توضح «أن الناس لا يتذكرون إلا عشرة في المائة فقط مما يستمعون إليه، وحوالي ثلاثين في المائة مما يقرأون، بينما ترتفع نسبة تذكر ما يشاهدونه إلى ثمانين في المائة»^(٣٤) والسؤال الذي يطرح نفسه هنا، هو: هل يمكن أن يعتمد الجيل الناشئ العربي صور الفيديو كمرجع لتشكيل طريقة عيش معينة؟

إن الإجابة على هذا السؤال ليست بالسهولة التي نتصورها، على الرغم من اعتبار الفيديو كليب «من وسائل الإعلام الأكثر شعبية يتداخل فيه الترفيه بالايديولوجيا مؤثراً بالمشاهد»^(٣٥). ولكن إلى أي درجة يمكن أن يتأثر المشاهد بصور الفيديو كليات؟ وهل هو تأثير آني وليد اللحظة التي نشاهد فيها الفيديو كليب؟ أم أن هذا التأثير يمكن أن يأخذ طابعاً أكثر عمقاً تتجلى نتائجه بتعديلات ثقافية تبرز من خلال اتباع ما يُشاهد في الفيديو كليات كنمط وأسلوب حياة؟

إن دراسة ميدانية آنية من خلال استمارات وحلقات نقاش مع عينة من الشباب لمعرفة آرائهم ووجهات نظرهم ومدى تقليدهم لما يشاهدوه في الفيديو كليات العربية يمكن أن لا يؤدي إلى نتائج موثوقة.

تُظهر دراسة ميدانية (قام بها ثلاثة طلاب في كلية الإعلام والتوثيق - الجامعة اللبنانية - قسم الصحافة سنة ثالثة، ضمن إطار مادة تطبيقات على مناهج البحث العلمي الإعلامي) أن الجيل الجديد ما زال يفضل الأغاني الطربية والجيدة على موجة الأغاني الحركية الأقل غنى في يومنا هذا، وأنه يتأثر كثيراً بالأغنية العربية إذ يجدها معبرة عن مشاعره وأحاسيسه، إلا أنه في المقابل لا يعتبر الفيديو كليب العربي معبراً عن شخصيته. وخلصوا إلى القول إن هذا من المؤشرات التي تشير «إلى وعي الشباب الذي يميّز بين ما يراه من جيد وسيئ (...) فهم يتابعون هذا الفيديو كليب طالما كان

(٣٣) الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة، وبروز الشعبي، تأليف عبد الله الغدامي، عرض إبراهيم شمدين، <http://www.pukmedia.com/witar/w382.htm>

(٣٤) محمد عبد الحميد - السيد بهنسي، تأثيرات الصورة الصحفية - النظرية والتطبيق، عالم الكتب، الطبعة الأولى ٢٠٠٤، ٢٨٦ ص، ص. ١٠١.

(٣٥) St CLAIR HARVEY, "Temporary Insanity Fun Games Transformational Virtual Music Video", in *journal of popular culture*, volume 24, n° 1, 1999, p. 39.

ورد في بحث الحب في الأغنية الحديثة، كلايس سعادة، مرجع سابق، ص. ٥٠.

معروضاً أمامهم فقط للمشاهدة. وهم لا يتأثرون به بالقدر الكافي ليشكّل عائقاً أمام إدراكهم للحقيقة الكامنة وراء هذه الأنواع من الصور المعروضة في الفيديو كليب. هذه الصور التي تجسّد أوجه من العولمة الثقافية والاستهلاك العشوائي للمحتوى الفنّي الهابط القادم من موطن الثقافة الغربية المتعارضة مع قيمنا وسلوكنا وطرق عيشنا في حياتنا اليومية»^(٣٦).

ربما هذا يدل على أن عملية التذوق والقبول من قبل المتلقي مرتين بثقافته. إلا أننا نجد أن هذه الخلاصة تستدعي التوقف عندها لأنها تعكس مثالية ربما تكون مبالغاً فيها بعض الشيء ولكنها جاءت نتيجة استطلاع رأي ١٠٦ أفراد متوزعين مناصفة بين فتيات وفتيان تتراوح أعمارهم بين ال ١٦ و ٢٤ عاماً.

بعد اطلاعنا على نوعية الأسئلة وجدنا أنها جيدة بالإجمال ولم تتضمن أسئلة تحمل أجوبتها معها، مما فتح المجال لأفراد العينة بإبداء آرائهم بدون توجيه من قبل المستطلع. مما يطرح، من ناحية، مشكلة العينة بحد ذاتها، هل كانت تمثل مختلف الميول والأوساط؟ فمما لا شك فيه أن المتغير الديموغرافي والاجتماعي يلعب دوراً أساسياً في تشكيل آراء وأنماط الحياة للأفراد ضمن المجتمع نفسه. ومن ناحية ثانية، تبني الآراء المجمع عليها وتحاشي الآراء غير المألوفة^(٣٧). إضافة إلى ذلك، تشير دراسات عديدة أن المتلقي يتأثر من حيث يشعر أو لا يشعر بالرسالة المرسله إليه وان هناك ما يسمى بـ Effet sleper، بمعنى أننا نتأثر ولكننا لا نحس بهذا التأثير في وقته وإنما يبقى كامناً فينا ويمكن أن يحركنا او يتحرك فينا في أي وقت من الأوقات. كما أن للتكرار^(٣٨) أثره الملحوظ في أن تنفذ الرسالة إلى المتلقي^(٣٩).

لهذا نجد أن الامر يتطلب أكثر من استطلاع رأي، إنه يتطلب دراسة للمجتمع العربي (خلال حقبة من الزمن تلت انتشار ظاهرة الفيديو كليب)، ورصد التغييرات التي

(٣٦) صفاء العلي، أحمد شلحة، جعفر شعيب، الفيديو كليب العربي. صورة جديدة أم نسخة مرمّزة؟، مكتبة كلية الإعلام والتوثيق - الفرع الأول- الجامعة اللبنانية في إطار مادة تطبيقات على مناهج البحث العلمي الإعلامي - سنة الثالثة صحافة. العام الدراسي ٢٠٠٣-٢٠٠٤، بإشراف أستاذة المادة : د. نهوند القادري.

(٣٧) في هذا الصدد انظر : نهوند القادري، «الأسرة في ظلّ منظومة الاتصال» ازدواجية التواصل والتباعد، في الإعلام والاتصال في مجتمعاتنا، باحثات ، كتاب متخصص يصدر عن تجمع الباحثات اللبنانيات، الكتاب السادس ١٩٩٩-٢٠٠٠، ص. ١٤٦-١٧١، ص. ١٤٩.

(٣٨) إمكانية مشاهدة الفيديو كليب نفسه عدة مرات في اليوم الواحد.

(٣٩) في هذا الصدد انظر : نهوند القادري، أثر الاعلام في إعادة تكوين المفاهيم والممارسات الأسرية، مؤتمر «الأسرة اللبنانية وإشكالاتها المتنوعة»، ندوة وزارة الشؤون الاجتماعية، اللجنة الوطنية للسنة الدولية للأسرة، ١٣/٩/٢٠٠٤، ص. ١١.

طرات عليه، وأنواع هذه التغييرات ومدى علاقتها بما نراه في الفيديو كليبات. ومن هنا نستطيع معرفة مدى التأثير الذي أحدثته هذه الظاهرة في توجه الجيل الناشئ وتشكيل ثقافته وطريقة عيشه.

خاتمة

ما أردنا تأكيده من خلال دراستنا - حول الدور المحتمل للفيديو كليب العربي في تشكيل ثقافة الجيل الناشئ العربي، أو على الأقل في تشكيل جانب معين من هذه الثقافة، من خلال خطاب بصري وجده الكثيرون يتعارض إلى حد كبير مع تقاليدنا الشرقية وخصوصياتنا العربية، خاصة فيما يتعلق بالمرأة العربية وطريقة إمكانية تعاطيها الجديدة مع جسدها والنظرة الاجتماعية لهذا التعاطي - هو حتمية تأثيره وانعكاساته (وان بدرجات متفاوتة) على الواقع الشبابي للمجتمعات العربية. إذ إن التصدي له وانتقاده لم يقف حاجزاً أمام انتشاره. فلقد فرضته ثقافة لها تأثير، لا يمكن تجاهله، في صياغة الأفكار وتنميطها، إنها ثقافة الصورة : ثقافة أوجدتها اللغة المرئية، خطابها بصري موحد وجامع.

إن الفيديو كليب العربي - ورسائله المرئية- سواء تعرض للرفض أو للنقد، فهو فن نعايشه، يُفرض علينا ولكننا نستقبله. إنه داخل منازلنا، على محطات التلفزيونية. نتهم خطابه البصري بالخطاب الذي يعري المرأة ويقدمها كأداة جنسية محرّكة للغرائز والشهوات، ونقيّمه بالفن الهابط، مصدره ثقافة غربية متعارضة مع ثقافتنا العربية ولكننا نشاهده. نهاجم أبطاله، أو بالأحرى بطالاته، ولكننا نتحدث عن جمالهن، نعجب بهن ونحاول تقليدهن. نخاف مما قد يتركه من أثر على الأفكار والسلوكيات الاجتماعية لشبابنا، ولكننا نستهلكه كأى سلعة تعرض علينا وتلاقي رواجاً. والسؤال هنا : هل أننا نعاني من انفصام مصدره الصراع بين ما هو مألوف ومعروف وبين ما هو مستجد ومستورد ؟ أم أننا عاجزون عن التصدي لهذه الظاهرة ؟ أم أننا في الحقيقة نريد الانعتاق من بعض المفاهيم المحلية-التقليدية ؟