

أغاني المهرجانات وعلاقتها بالذوق العام

أ.د/ ميرال مصطفى* - د/ ريم الشريف** - د/ هشام البرجي*** - أ/ نهى عزالدين**** - أ/ هبة شكري*****
- أ/ إسماعيل مصطفى*****

مقدمة

يشهد الشارع المصري في الآونة الأخيرة انتشاراً واسعاً لظاهرة أغاني المهرجانات، حيث لاقت رواجاً كبيراً بين مختلف طبقات المجتمع، وعلى الرغم من بدايات هذه النوعية من الأغاني التي نشأت بين أحضان الأحياء الشعبية الفقيرة حيث أن معظم الموضوعات التي تقدمها أو تعالجها ترتبط بشكل أو بآخر بحياة المواطن البسيط، أو بالأمثال والمواويل المصرية الشهيرة، إلا أنها نجحت في الوصول إلى أفراس ومناسبات طبقات الصفوة والأغنياء، واحتفالات الفنادق الشهيرة، مما أكسب مغنيها شهرة مزيفة داخلياً وخارجياً، فزعموا أنهم من أهل الطرب و أنهم يقدمون فناً جماهيرياً ناجحاً. وبين مؤيدٍ ومعارض، فمن المؤكد أن واقع الحياة الفنية في مصر تعرضت لضغط فكري وثقافي صريح أفقدها الكثير من سحرها، وخلخل توازنها بسبب تلك الظاهرة الفنية المؤقتة البعيدة كل البعد عن الذوق الفني الراقى.

يقول بعض الخبراء إن هذه الصناعة الفنية الرديئة «تُصنع هذه الأغاني «تحت بير السلم» لأنها أغان فقيرة وليس لها أي علاقة بالموسيقى، ويتم تسجيلها من خلال برامج شبيهة ببرنامج أوتوتيون» وهي إحدى برامج المعالجة الصوتية الإلكترونية على أجهزة الحاسب الآلي لضبط صوت المطرب مع إيقاع نغمي متكرر.

مما يعني أن هذه الصناعة ليست فقط تفتقد للمضمون من حيث الكلمات المبتذلة والمعان المضللة، وإنما لا تعرف للعزف الموسيقي طريقاً ولا منهجاً. أما عن صوت مطربي المهرجانات، فرفض بعض من صناع الفن في مصر والكثير من النخبة الثقافية الاعتراف بهم كمطربين، وإنما تم تصنيفهم كمؤدبين لتجربة غنائية قد تفشل في القريب العاجل. يقول الموسيقار الكبير حلمي بكر خلال لقائه ببرنامج «الحكاية» على فضائية MBC مصر، «الدخول في عصر الجهل سببه أغاني المهرجانات»، لافتاً إلى أن كل يوم تظهر ٣٠٠٠ تجربة غنائية في أمريكا، ولكن لا يراها أحد بعد ذلك.

* رئيس قسم الاذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

** مدرس بقسم الاذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

*** مدرس بقسم الاذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

**** مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر الالكتروني - كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

***** مدرس مساعد بقسم الاذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

***** معيد بقسم الاذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

الأمر الذي دفع الكثير إلى رفض تصنيف هذه الظاهرة كفن من الأساس، بل واعتبروها ظاهرة ضارة بالمجتمع المصري تهدف إلى تشويه صورته وقيمه وأعرافه، وتنتشر ثقافة العشوائية والدعوة إلى العنف المجتمعي. ليجد الإعلام المصري نفسه بطبيعة الحال المتهم الأول كأحد الروافد المتسببة في تصدير مثل هذه الظواهر إلى الرأي العام وإلى البيوت المصرية المحافظة.

وتعرض هذه الورقة لواقع أغاني المهرجانات وما تقدمه من قيم وأفكار، ويرى البعض أنها تفسد الذوق العام.

نشأة وتطور أغاني المهرجانات

تعتبر أغاني المهرجانات مزيجاً من الموسيقى الإلكترونية والراب تتداخل بها كلمات شعبية وأخرى كما أنها تتحدث عن قضايا وأحداث حصلت أو لا يزال أثرها ينتشر بين الناس، ومواضيعها متنوعة بين الحديث عن الصداقات، العلاقات، الأمراض، الجرائم وغيرها من المشاكل التي قد تواجه فئة معينة أو مجموعة من الناس.

فالمهرجان في الأساس، هو المساحة أو المناسبة التي يحتفل فيها الشباب في مناطق مهمشة، سواء كان في فرح أو حفلة، وعادةً ما تكون في الشارع بمصاحبة نوع من الموسيقى الحماسية أطلق عليها مصطلح «المهرجان». طور لغة موسيقية جديدة، وهي مزيج من التيمات الشعبية مع استخدام تقنيات هندسة صوتية مثل الـ auto tune^(١). كانت بداية المهرجانات الحقيقية في أواخر عام ٢٠٠٧م حتى من أحياء جمهورية مصر العربية يسمى حتى السلام ، حيث ظهر هذا النوع من الاغاني على يد مجموعه من الشباب «عمرو حاحا» و«السادات» و«فيفتي» أصحاب مستوى تعليمي متوسط الذين قدموا أغنية سموها «مهرجان السلام» مستخدمين برنامج للدمج الموسيقى يطلق عليه «فروتي لوب». قبل ثورة ٢٥ يناير في سنة ٢٠١١، حيث كان مضمون «أغاني المهرجانات» غالباً يتحدث عن مشكلات الفقر والتهميش والمخدرات والصداقة، لكن بعد الثورة تطورت هذه الأغاني من حيث الموسيقى فأصبحت أكثر سخبا وأسرع إيقاعاً.^(٢)

في البداية كانت أغاني المهرجانات الشعبية منحصره في المناطق الفقيرة والعشوائيات ثم بعد ذلك أصبحت عابره للثقافات وعابرة للطبقات بشكل واضح للغاية حتى لمن يستاء لسماح هذا النوع من الأغاني. وأمام هذا الانتشار الكبير لهذا النوع من الاغاني أصبحت ظاهرة جديدة بالدراسة حيث أن انتشارها أستغرق وقتاً قليلاً للغاية مقارنة بكم النجاح الذي حققته حيث لا نبالغ اذا ذكرنا أن هذه الاغاني أصبحت تغنى خارج حتى اطار جمهوريه مصر العربية و عبرت الحدود الى الدول الغربية فأصبح مؤدو أغاني المهرجانات الشعبية مشهورين عالمياً.^(٣) تقوم مرحلة إنتاج اغاني المهرجانات على تجاهل الأطر القانونية المنظمة لإنتاج الأغاني، كما أنها تنتج بعيداً عن سيطرة شركات الإنتاج التي تملك رأسمالاً كبيراً. فنتيجة لهذا التحرر من قيود القانون و الإنتاج التقليدي و اعتمادها الكامل على الوسائل الرقمية، فقد حققت انتشاراً كبيراً في المجتمع كونها لاتخضع لقيود الدولة.^(٤)

ومع انتشار اغاني المهرجانات في الشارع المصري انتشاراً كبيراً بدأ البحث في هذا النوع من الموسيقى لمعرفة إن كان

نوعاً فنياً جديداً أم لا. فكانت غالبية آراء النقاد الفنيين ضد هذا النوع من الفن، وأقلية النقاد التي أيده بحجة انه نوع جديد يعبر عن طبقة معينة من الشعب ليس لديهم القدرة على التعبير عن انفسهم بالوسط الفني. ومن ناحية اخرى نجد ان معظم الشباب المصري والأطفال تقبل على أغاني المهرجانات بمختلف طبقاتهم الاجتماعية. أما عن فئة كبار السن فمعظمهم وصف المهرجانات الشعبية بالفن الهابط، و ليس له هدف أو معنى وأن هناك فارق بين المهرجانات ومابين الطرب المصري الأصيل.^(٥)

وعلى رغم من كل الانتقادات التي وُجّهت لأغاني المهرجانات إلا أن الإقبال عليها في الفترة الاخيرة بشكل كبير من قبل المنتجين جعلها عنصراً أساسياً في الفيلم ونجاحه وليس مكملاً مثل الماضي، ونرى ذلك كثيراً في افلام و مسلسلات مثل «عبده موتة» و«١٠٠وش» و«ملوك الجعنة» و«قلب الاسد» وغيرها. ايضاً أصبحت الحملات الإعلانية للشركات الكبرى وخاصة شركات الاتصالات تعتمد بشكل كبير على اغاني المهرجانات لجذب المشاهدين الذين باتوا ينتظرون ما الجديد الذي ستقدمه الحملات الإعلانية من اغاني اكثر من اهتمامهم بالمنتج او الخدمة نفسها.

أسباب ظهور وانتشار أغاني المهرجانات

على من الرغم من كثرة الانتقادات والهجوم التي تعرضت له أغاني المهرجانات من النخب الثقافية والفنية بمصر، إلا أنها لاقت انتشاراً ورواجاً ملفتاً على كافة المستويات، فأصبحت أمراً واقعاً وظاهرة لا يمكن إنكارها. الأمر الذي أثار الكثير من التساؤلات حول أسباب انتشار هذا اللون الغنائي ومستقبله ومدى قابليته للإستمرار. وتضاربت الأقاويل والتفسيرات في هذا الصدد، فيجمع الكثير من الباحثين على أن ظهور مثل هذا اللون الغنائي يرجع إلى عدة عوامل متداخلة وهي ليست بمعزل عن السياق الثقافي والمجتمعي الذي نشأت فيه أغاني المهرجانات، فيرى بعضهم أن ظهورها جزء من تدني الحياة الفكرية والفنية والثقافية بمصر بشكل عام، وأن الكلمات المستخدمة فيها هو انعكاس لرداءة وافتقار اللغة المستخدمة حالياً بين جيل الشباب، وتراجع في ادراك قيم ومعاني المفردات اللغوية.

هوية ثقافية جديدة

يرى بعض علماء الاجتماع ممن رصدوا التغير الذي طرأ على المجتمع بعد انتشار هذه الظاهرة الغنائية، أن المهرجانات هي محاولة لتشويه التراث الغنائي المصري واستنساخ ثقافة وهوية جديدة للمصريين لم يشهدها من قبل. يؤكد الدكتور جمال فرويز، أستاذ علم النفس بجامعة القاهرة في تصريح صحفي للبوابة نيوز أن انتشار هذه التدني الثقافي لا يقتصر على أغاني المهرجانات فقط وإنما في كثير من المسلسلات والأفلام، مما يكشف وجود أجندة خفية تعمل في صمت لبت الأفكار المسمومة والمغلوبة في أذهان جيل الشباب من أجل تدمير هويتهم الثقافية وتبديلها بأخرى لا تحمل نفس القيم ولا الموروثات التي تربي عليها المجتمع المصري.^(٦)

الخروج عن المألوف والصخب لغة العصر

ربط الكثير من الباحثين بين انتشار الظواهر الفنية وغرابتها، فالألوان الفنية الغريبة لديها من المقومات التي تجعلها قادرة على الإنتشار بشكل أسرع، الأمر الذي قد يجعلها ضمن قائمة الألوان الفنية الأكثر استماعاً من قبل الجمهور ولكن ليس بالضرورة من ضمن قوائم التفضيلات الشخصية.^(٧) فظهرت مفاهيم جديدة تعبر عن هذه الحالة، فتجد

الشباب يتحدث عن «التزند» في إشارة إلى المحتوى الإعلامي المتصدر مواقع التواصل الاجتماعي والذي يتحدث عنه الناس في الوقت الراهن بشكل مكثف. بشكل عام، يميل الكثير من جيل الشباب إلى تجربة كل ما هو جديد ومستحدث وخارج عن المألوف في محاولة منهم لإثبات الذات من خلال خلق حالة فنية خاصة بهم فقط.

أبعاد سياسية وأخرى اقتصادية

على الرغم من زعم البعض أن أغاني المهرجانات مظهر من مظاهر التطور الغنائي الشعبي في مصر بما يواكب الجيل الجديد الذي يرتبط نفسياً وعاطفياً بذلك الإيقاع الغنائي، إلا أن هناك اتجاه يُرجع انتشار هذا اللون الغنائي إلى بُعد سياسي. فيشير بعض الباحثين الاجتماعيين إلى أن أغاني المهرجانات تعكس الطبيعة الفكرية لكثير من الفئات المصرية المهمشة نتيجة ممارسات سياسية واقتصادية على حد سواء.

كما يشير آخرون إلى أن مثل هذه الطبقات المهمشة أو غير الممثلة سياسياً و إجتماعياً و ثقافياً تسعى جاهدة للحصول على الاستقرار في الوضع القائم، فاتخذت من أغاني المهرجانات وسيلة للشهرة والظهور وجذب الانتباه نحو أوضاعهم الغير مستقرة وتدني أوضاعهم المعيشية والاجتماعية من ارتفاع لمعدلات البطالة وتعاطي المخدرات وغيرها. كذلك التفاوت الطبقي والاجتماعي الذي قد يشعر به أبناء هذه الطبقات المهمشة، والذي عبر عنه الكثير من مطربي المهرجانات خلال أغانيهم، لتزيح الستار عن الإحساس بالحرمان والضعف والتهميش والإحباط الذي يشعر به هؤلاء الشباب.

لتصبح أغاني المهرجانات المتنفس الوحيد ليس فقط لما يثار في وجدان وعقل هؤلاء الشباب، ولكن لما يشعرون به من مشاعر تجاه المجتمع والطبقات الأخرى. الأمر الذي أكدته الكثير من مطربي المهرجانات خلال لقاءات صحفية لهم، فيرون أنهم يقدمون فناً يحاكي الواقع بتفاصيله، ويعكس صورة البيئة الاجتماعية التي نشأوا فيها.

انخفاض تكلفة الإنتاج

على الجانب الآخر يرى الكثير من صناع الإعلام أن انتشار أغاني المهرجانات بهذا الشكل الملفت قد يرجع إلى انخفاض تكلفة إنتاجها حيث أنها لا تدخل في دوائر الإنتاج الموسيقي المتعارف عليها من استوديوهات صوت مجهزة أو آلات عزف موسيقية، فأصبح كل فرد بإمكانه أن يصبح مغني مهرجانات مشهور، فهو لا يحتاج سوى جهاز كومبيوتر ومجموعة من الكلمات المكتوبة بدون هدف وبلا قيمة بشرط أن تحافظ على الوزن والقافية. يحتاج صناع أغاني المهرجانات سماعات، ميكسر للصوت، مايك، بوب فلتر، بالإضافة إلى برامج صوتية برامج هندسة صوت وتوزيع مثل برنامج البروتولز أو أدوبي أديشن وغيرها كبديل لاستوديوهات الصوت ذات معدات محترفة باهظة الثمن.

الدراسات السابقة

رغم حداثة ظاهرة أغاني المهرجانات فقد تناولتها بعض الدراسات وأوراق العمل بالدراسة والبحث فقد أشارت دراسة بلال الشيخ أحمد (٢٠٢١)^(٨) إلى مدى التأثير السلبي لظاهرة الاستماع لأغاني المهرجانات على الأطفال والشباب في

المجتمع المصري وحاولت إيجاد حلول لتحجيم ظاهرة موسيقى المهرجانات وتقويمها، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي عند تفسير مدى تأثير ذلك النوع من الأغاني على الأطفال والشباب، وجاءت نتائج الدراسة لتؤكد التأثيرات السلبية لأغاني المهرجانات على الأطفال والشباب حيث تزيد من الشعور بالغضب والعصبية والانفعال والبلطجة واضطرابات الحالة المزاجية وارتفاع معدلات القلق والاكتئاب، كما أكدت أن كثرة الاستماع لتلك الأغاني قد تدفع الشباب والأطفال لتناول الكحوليات والمخدرات وزيادة نسبة التحرش، فضلاً عن مدى تأثير تلك الأغاني على الثقافة والمجتمع بشكل سلبي فهي أحد أهم الأسباب في تغييب الوعي وزيادة الجهل والعشوائية وارتفاع معدل التحرش والجريمة والإرهاب الثقافي، وقدم الباحث مجموعة من المقترحات لتحجيم هذه الظاهرة منها تشجيع الملحنين والموسيقيين على نشر أعمالهم الفنية القيمة وتقديم الدعم لهم وتزويد الشباب في المناطق البسيطة بالمعلومات الموسيقية وتشجيعهم للتعبير عن ذاتهم بعيداً عن الألفاظ الخارجة، حاولت دراسة صوفي فرانكفورد (٢٠٢١)^(١١) الإجابة عن عدة تساؤلات تتعلق بنقابة الموسيقيين في مصر ونوعية القيود التي تفرضها على أعضائها، ولماذا يحاول أعضاء النقابة إظهار تأييدهم لها بالرغم من محاولات النقابة المستمرة في كبت حريتهم وكيف يحاول بعض الموسيقيين التهرب من تلك القيود حيث يبدو أن بعض مغنيين وفرق المهرجانات يرون أن النقابة الحققت بهم بعض الضرر وتسببت لهم في أذى بتقييدهم لحريتهم ومنعهم من حرية التعبير عن طريق أغاني المهرجانات التي يرونها تناسب العصر الحالي، وأكدت الورقة البحثية على ضرورة تقبل النقابة لهذا اللون الحديث من الأغاني وخاصة في ظل مواكبته لنبض الشعب أو على الأقل القطاع العريض منه، مع المطالبة بدعم هذا الفن الجديد نسبياً والعمل على الارتقاء به قدر المستطاع، واستهدفت دراسة دينا أبوزيد (٢٠١٩)^(١٢) تفسير ظاهرة انتشار أغاني المهرجانات والتعرف على مدى انتشار هذا النوع من الأغاني بين الشباب المصري من الطبقات المرتفعة في المناطق الراقية وذلك من خلال استخدام استمارة تحليل ميداني لعينة من ١٠٠ مفردة من شباب الجامعات المصرية، وقد جاءت أهم النتائج لتؤكد أن ٩٥% من مجمل العينة بدأوا في الاستماع لأغاني المهرجانات بعد ثورة يناير ٢٠١١، حيث أكد ٣٠% منهم أنهم تعرفوا عليها من خلال الإعلانات الترويجية للأفلام المصرية في حين أوضح ٢٤% أنهم بدأوا الاستماع لهذا النوع من خلال الإعلانات التي تستخدم مغنيين لأغاني المهرجانات، وهذه النتائج توضح الدور البارز لوسائل الإعلام في نشر ثقافة الموسيقى والأغاني من العشوائيات لمختلف طبقات المجتمع، وأوضحت النتائج أهم العوامل التي تجذب الشباب للاستماع لأغاني المهرجانات منها الألحان الجديدة والمختلفة والتي تعطي الشباب الإحساس بالحياة والنشاط واستخدام الكلمات الغريبة والمضحكة والتي تعبر عن واقع المناطق الفقيرة، كما جاءت طريقة الرقص على المسرح والحركات الجسدية المبتكرة التي يؤديها مغنيين هذه الأغاني كأحد أهم عوامل الجذب، بينما أوضح وائل اسماعيل وأسماء حلمي (٢٠١٨)^(١٣) التأثيرات غير المرغوبة لتعرض الأطفال للأغاني الشعبية على موقع اليوتيوب حيث تتضمن التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية غير مرغوبة الناتجة من تعرض الأطفال لهذا النوع من الأغاني، واعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في تحليل عدد ٣٠ اغنية من الأغاني الشعبية على اليوتيوب، كما اعتمدت على استمارة الاستبيان لعينه قوامها ٣٥٠ مفردة في المرحلة العمرية من ١٢ الى ١٥ سنة، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين معدل تعرض الأطفال للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب وبين تأثيراتها المعرفية والسلوكية عليهم، بينما أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الأطفال للأغاني الشعبية والمهرجانات على موقع اليوتيوب والتأثيرات الوجدانية، وأثبتت الدراسة الميدانية أن ٣٦% من الأطفال يشاهدون أغاني المهرجانات على موقع اليوتيوب بصفة دائمة وأن اسباب تعرض الأطفال لهذه هي الألحان وما تسببه لهم من حالة مزاجية أفضل، فيما أكدت دراسة نورهان جمال (٢٠١٧)^(١٤) على رصد صورة المرأة وأشكال استغلالها في أغاني المهرجانات، حيث تهدف إلى اختبار مدى

تأثير أغاني المهرجانات على الشباب المصري من حيث تجسيد المرأة والاختلافات بين الجنسين، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع، وطبقت الباحثة استمارة الاستقصاء على ١٥٠ مبحوث من الشباب الجامعي المصري، بالإضافة إلى تحليل مضمون ٢٥ أغنية ومهرجان شعبي، وكشفت نتائج الدراسة التحليلية عن أن ٨٠% من أغاني المهرجانات موضع التحليل تتضمن بشكل أو بآخر إحياءات وإشارات جنسية حول المرأة، كما أشارت النتائج إلى أن هذه النوعية من الأغاني تعكس خطاباً مسيئاً للمرأة يتضمن رسائل من شأنها التقليل من قيمة المرأة ودورها في المجتمع والتركيز على مجموعة الخصائص الشكلية التي تميز المرأة، من حيث شكل الجسد وتفصيله، والشعر، والصوت، وغيره، وحاولت دراسة أمين عيد توفيق (٢٠١٧)^(١٧) التعرف على سمات الاغنية الشعبية الاصيلة والتغيرات التي طرأت عليها من حيث الكلمة واللحن والألات والايقاعات والتعبير عن الكلمة باللحن وتأتي أهمية البحث من خلال حفاظ الشعب المصري على هوية الاغنية الشعبية الاصيلة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وتحليل المحتوى لعينة مختارة من الحان لستة اغاني الشعبية والتي تمثل مراحل التغيير التي طرأت على الاغنية الشعبية منذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين وهي «عنايي» ١٩٧٢ «كله على كله» ١٩٨٥ «بينني وبينك خطوة ونص» ١٩٩٢ «هبطل السجاير» ٢٠٠٠ «شربت حجرين على الشيشة» ٢٠١٠ و«على العجلة» ٢٠١٣، واتضح من خلال النتائج انحدار الذوق الفني في اختيار الكلمات كلما مر الزمن، حيث جاءت الكلمات في أغاني فترة السبعينيات والثمانينات والتسعينيات محل الدراسة ذات قيمة لا تخدش الحياء وخالية من الابتذال ومعبرة عن المضمون كما وصفت الكلمات الموقف المراد وصوله للمستمع، بينما جاءت الكلمات في أغاني الألفية الجديدة ضعيفة ومبتذلة وليس لها هدف ولا مضمون وخالية من القيم الأخلاقية والسلوك المجتمعي الأخلاقي والديني، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروقات كبيرة في استخدام اللحن حيث جاء اللحن من بداية النصف الثاني من القرن العشرين زاحراً بالألحان والمقدمات الموسيقية التي تستعرض إمكانيات الملحن والعازفين ثم أصبحت الألحان بسيطة والفواصل الموسيقية قصيرة ثم بدأت الألحان في الانحدار منذ بداية القرن الواحد والعشرين، وقد حاولت دراسة عصمت محمد يوسف (٢٠١٦)^(١٤) التعرف على أسباب ظهور أغاني المهرجانات الشعبية والظروف السياسية والاقتصادية التي أدت إلى انتشارها، حيث أن أغاني المهرجانات الشعبية تعتبر ثقافة جديدة على المجتمع المصري وثقافة متمردة على أوضاع المجتمع من حيث تأثيرها على لغة المجتمع وثقافته وتقاليد، وحاولت الدراسة أن تساعد صناع القرار في فهم التطور الحادث في المجتمع ومعرفة كيفية التعامل معه ومعرفة التغيرات التي طرأت على المجتمع ودراسة التداخل بين الطبقات وبعضها البعض، واستخدمت الدراسة استمارة ميدانية على عينة من الجمهور المصري واستخدمت أداة تحليل المضمون لعينة من أغاني المهرجانات في الفترة من ٢٠١١ وحتى ٢٠١٥، خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٩٠% من الشباب قد سمعوا عن أغاني المهرجانات الشعبية، وهو ما اعتبرته الباحثة نجاحاً ساحقاً لأغاني المهرجانات، كما أوضحت نتائج الاستبيان أن نسبة كبيرة يسمعون أغاني المهرجانات لمجرد أنها تشعرهم بالبهجة، وأثبتت النتائج أن ٥٢% نسبة العينة أكدوا ان عدم الاستقرار السياسي منذ ٢٥ يناير وحتى رئاسة محمد مرسي هو السبب الرئيسي في انتشار أغاني المهرجانات، بينما سعت دراسة طارق آدم (٢٠١٥)^(١٥) إلى معرفة أسباب انتشار اغاني المهرجانات وتحديد الأسباب السياسية وراء ذلك والكشف عن تأثيرات اغاني المهرجانات على الحياة اليومية للجمهور واستخدم الباحث التحليل الكيفي لمعرفة تأثير هذه الأغاني على ثقافة المجتمع، وتوصلت الدراسة تتفق مع المزاج العام مع بعض أفراد الجمهور الذي يفضل هذا النوع من الموسيقى، وأثبتت الدراسة ان الجمهور عينة الدراسة كانوا يستمعون لأغاني المهرجانات في أماكن وأوقات مختلفة وذلك قبل خلع الرئيس مرسي في يوليو ٢٠١٣ وقد اختفت هذه الظاهرة بعد تولي الرئيس السيسي السلطة، واعتبرت الدراسة ان اغاني المهرجانات هي نتاج لثورات الربيع العربي وصوت يعبر عن مطالب تلك الثورات، وسعت دراسة مي سمير (٢٠١٥)^(١٦) إلى التعرف

على هوية الرجل والمرأة في أغاني المهرجانات المصرية والأسس الثقافية والمجتمعية التي يتم على أساسها تمثيل الهوية الثقافية والمجتمعية للرجل والمرأة، واعتمدت الدراسة على تحليل خطاب لأغنيتين من اغاني المهرجانات وحاولت الدراسة تسليط الضوء على دور اختيار الكلمات والألحان في تشكيل لصورة الجندرية للمرأة والرجل، وأوضحت الدراسة أن أغاني المهرجانات وتحديدًا التي يؤديها رجال، اظهرت صورة الرجل بصورة ايجابية بينما اظهرت أن النساء يظهرون في تلك الأغاني بصورة سلبية، وأكدت النتائج أن أغاني المهرجانات مليئة بالإيحاءات الجنسية، كما اقتضت صورة المرأة في أغاني المهرجانات على الصورة الجسدية وأنها أداة للإغراء وهو ما يتعارض مع ثقافة وتقاليد المجتمع المصري مما قد يعوق دورها في بناء المجتمع، بينما حاولت دراسة حنان يوسف (٢٠١٥)^(١٧) رصد ظاهرة اغاني المهرجانات التي أصبحت تؤثر على هوية المجتمع المصري وثقافته، وذلك عن طريق تحليل مضمون هذه الأغاني لمحاولة التعرف على تأثيراتها المحتملة على المجتمع وعمل مقابلات مع منتجي المهرجانات ومستمعيها لإلقاء الضوء على الرسائل والمعاني التي يحاولون نقلها للمستمعين، كما أجرت الباحثة دراسة ميدانية على المستمعين لهذه النوعية من الأغاني للكشف عن مدى وصول المعاني المقصودة في الأغنية لهم، وقد خلصت الدراسة لمجموعة أفكار منها أن من شأن ظاهرة أغاني المهرجانات أن تغير من نظرة العالم لمصر والتأكيد على ازدهار صناعة الترفيه في مصر، وأكدت الدراسة أن الموسيقى وأغاني المهرجانات تعد أمراً هاماً لفهم وإدراك هياكل السلطة في المجتمع وخاصة وسائل الإعلام، سعت أطروحة الكسندرا برو (٢٠١٥)^(١٨) إلى التعرف على التغيرات التي طرأت على الموسيقى والأغاني المصرية خلال العصور السياسية المختلفة، وأوضحت أنه في عصر عبد الناصر ركزت الأغاني على قيمة العمل بعد الاستعمار في مصر من خلال فنياتي عصرهم، فقد أتى ناصر بالعصر الذهبي الاشتراكي، وإن كان أكثر تلك الأغاني قد ركزت على المشاعر الناشئة من العمل، وخاصة بعد ما قرر الرئيس السادات إلى الاتجاه نحو الانفتاح الاقتصادي العالمي، ثم عبرت الاغاني الشعبية والمهرجانات عن قيم الثورة والثوار في أواخر عصر مبارك نتيجة للظلم والقهر آنذاك، فتارة نجد الأغاني تتمحور حول أفراح الحرية، والبعض الآخر عن الحقائق المرعبة لعدم المساواة والتمييز، بينما عبرت معظم الأغاني الشعبية عن الحرية والثقة في القيادة والرئاسة في عصر الرئيس عبد الفتاح السيسي.

التعليق على الدراسات السابقة

١. استخدمت الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي لدراسة سمات الأغنية الشعبية وأغاني المهرجانات ورصد التغيرات التي طرأت عليها.
٢. استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان لرصد أسباب انتشار أغاني المهرجانات والتعرف على الآثار السلوكية والمعرفية لتلك الأغاني.
٣. أشارت الدراسات السابقة إلى أن أغاني المهرجانات تعكس صورة سلبية عن المرأة تركز على خصائصها الشكلية والجسدية فقط.
٤. أثبتت الدراسات السابقة أن أكثر الأسباب التي أدت لانتشار أغاني المهرجانات أنها تشعر مستمعيها بالبهجة وكانت ثاني الأسباب عدم الاستقرار السياسي النسبي بعد أحداث ثورة ٢٥ يناير.
٥. أكدت بعض الدراسات السابقة على دور أغاني المهرجانات في التعرف على المستويات الثقافية للفئات المختلفة داخل الشعب المصري.

٦. أشارت بعض الدراسات إلى استخدام أغاني المهرجانات للتعبير عن الرأي سواء على المستوى الشخصي أم الشعبي بشكل عام.

الإطار المنهجي للبحث

مشكلة الدراسة

تتبلور المشكلة البحثية في التعرف على القيم والأفكار التي تتناولها أغاني المهرجانات وعلاقة تلك الموضوعات بالذوق العام.

تساؤلات الدراسة

١. ما طبيعة الموضوع الذي تم تناوله في أغاني المهرجانات؟
٢. ما السلوكيات الإيجابية والسلبية التي قدمتها أغاني المهرجانات؟
٣. ما السمات الإيجابية والسلبية التي قدمتها أغاني المهرجانات؟
٤. ما أنواع العنف المستخدم في موضوعات أغني المهرجانات؟
٥. ما مضمون العنف اللفظي المستخدم في كلمات أغاني المهرجانات؟
٦. ما دوافع استخدام العنف في كلمات أغاني المهرجانات؟

الإجراءات المنهجية

-نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية والتي تهدف إلى الحصول على وصف دقيق وكامل للمشكلة البحثية والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها وتحليلها بأكبر درجة من الدقة.

-منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي التحليلي وفي إطاره تم إجراء دراسة:
١- مسح عينة من أغاني المهرجانات تحليلاً كمياً وكيفياً.

-أدوات جمع البيانات: تحليل المحتوى والتوصيف الكيفي لأغاني المهرجانات.

عينة الدراسة

عينة الدراسة التحليلية: قام الباحثون بالاستماع لعدد ٢٣ من أغاني المهرجانات والتي حققت أكبر نسبة مشاهدة في السنوات الأخيرة.

توصيف عينة الدراسة التحليلية

تم اختيار عينة الدراسة طبقاً لأكثر أغاني المهرجانات مشاهدة على منصة اليوتيوب من خلال قنوات المطربين الرسمية لكل أغنية بالإضافة لأحدث تلك الأغاني في الـ ٣ سنوات الأخيرة، وهي كالتالي:

جدول رقم (١)

سنة الإنتاج	اسم الأغنية	اسم المغني	م
2018م	رب الكون ميزنا بميزه	حمو بيكا، علي قدوره ونور التوت	1
2019م	بنت الجيران	حسن شاكوش وعمر كمال	2
2019م	وداع يا دنيا وداع	حمو بيكا، شاكوش، علي قدوره ونور التوت	3
2019م	هاتلى فوديكا وجيفاز	حمو بيكا، شاكوش، علي قدوره ونور التوت	4
2019م	انا حبيتك وجرحيني	حمو بيكا، مودي امين ونور التوت	5
2019م	مافيا	محمد رمضان	6
2020م	اخواتي الصواريخ	دقدق، فانكي، زوكا وشحتة كاريكا	7
2020م	رايحين نسهر	محمد رمضان	8
2020م	هنعمل لغبيطا	عمر كمال وحسن شاكوش	9
2020م	اندال اندال	احمد موزه	10
2020م	عود البطل ملفوف	حسن شاكوش وعمر كمال	11
2020م	مع السلامة للي عايز يمشي	اوشا الصغير و سعد حريقه وعمر حفطي	12
2020م	شمس المجرة	عمر كمال، حمو بيكا وحسن شاكوش	13
2020م	انتي بسكوتايه مقمرمشه	حسن شاكوش وحماده مجدي	14
2020م	اشرب حشيش لو يوم مكلمنيش	سامر المذني وعصام صاصا	15
2020م	حب عمري نسيته وفاتني	حمو بيكا	16
2020م	انتم مش حمل الضربه	ميدو جاد وبيانو	17
2020م	سور الجدعان	حوده بندق ومحمود معتمد	18
2021م	حبيبتى افتحي شباكك انا جيت	حسن شاكوش و ياسمين رئيس	19
2021م	بحر شر	حوده بندق وأحمد عبده	20
2021م	انا غلط وانت صح	مسلم	21
2021م	عصفورة بتنقل الكلام دي مش رجوله	محمد زيزو وزعللاوي	22

23	ريشا كوستا وسماره	صعب اديكي الامان بعد الكوافير	م2021
----	-------------------	-------------------------------	-------

فئات الشكل

نوع المغني

جدول رقم (٢)

م	نوع المغني	ك	%
1	ذكر	22	95.6
2	الاثنان معاً	1	4.3
الإجمالي		23	100

-أشارت النتائج إلى أن أغلبية نوع المؤدي أو مغني المهرجانات كانوا من الذكور بنسبة ٩٥.٦٪.

مدة الأغنية (بالدقائق)

جدول رقم (٣)

م	مدة الأغنية (بالدقائق)	ك	%
1	من دقيقتين إلى 3 دقائق	3	13
2	أكثر من 3 دقائق	20	86.9
الإجمالي		23	100

-أكدت نتائج الدراسة على أن معظم أغاني المهرجانات عينة الدراسة زادت مدتها عن ٣ دقائق كحد أدنى للمدة الزمنية للأغنية بنسبة ٨٦.٩٪، وذلك قد يعني أن معظم تلك الأغاني اشتملت على أكثر من موضوع مثل عتاب الحبيب ومن ثم إعطاء حكمة في الحياة بشكل عام، مما قد يدفع مؤلف الأغنية ومنتجها إلى زيادة طول مدتها الزمنية نوعاً ما.

-أوضحت نتائج الدراسة إلى امتلاك كافة عينة الدراسة من المغنين لقناة على منصة اليوتيوب العالمية بنسبة ١٠٠٪، وتؤكد الدراسة على أهمية دور منصات التواصل الاجتماعي ومن أبرزها منصة اليوتيوب لما لها من قدرة انتشار عالية وتعمل على زيادة شهرة المغني والأغنية من جانب، وأيضاً محاولة التربع من عدد المشاهدات والاشتراكات على تلك القنوات على اليوتيوب من جانب آخر.

رسمية القناة

جدول رقم (٤)

رسمية القناة			
م	رسمية القناة	ك	%
1	رسمية	22	95.6

4.3	1	غير رسمية	2
100	23	الإجمالي	

-جاءت معظم القنوات الموجودة على موقع اليوتيوب لمختلف المغنيين بشكل رسمي أي أنها تتبع للفريق الغنائي أو المغني للمهرجانات الشعبية، وتؤكد هذه النتيجة على أهمية دور منصات التواصل الاجتماعي ومن أبرزها منصة اليوتيوب لما لها من قدرة انتشار عالية وتعمل على زيادة شهرة المغني والاغنية من جانب، وأيضاً محاولة التربح من عدد المشاهدات والاشتراكات على تلك القنوات على اليوتيوب من جانب آخر.

عدد المشتركين بالقناة على موقع اليوتيوب

جدول رقم (٥)

م	عدد المشتركين	ك	%
1	أقل من مليون	11	47.8
2	من مليون إلى 5 ملايين	10	43.4
3	أكثر من 5 ملايين	2	8.6
الإجمالي		23	100

-أشارت النتائج أيضاً إلى وصول عدد متوسط المشتركين والمتابعين لمختلف المؤدين أو المغنيين لأغاني المهرجانات الشعبية على قنوات اليوتيوب الرسمية كان أقل من مليون مشترك بنسبة ٤٧.٨٪، وهنا تشير الدراسة إلى زيادة ميل مختلف الفئات من الجماهير بمختلف أعمارهم نحو تلك الأغاني المستحدثة بمختلف طبيعة موضوعاتها، فضلاً عن سهولة الوصول إليها وإعادة سماعها مرة أخرى، بل ومتابعة الجديد بشكل حصري من المغني من خلال منصة اليوتيوب.

عدد المشاهدات للقناة على موقع اليوتيوب

جدول رقم (٦)

م	عدد المشاهدات	ك	%
1	أقل من 100 مليون	7	30.4
2	من 100 مليون إلى 300 مليون	15	65.2
3	أكثر من 300 مليون	1	4.3
الاجمالي		23	100

-تراوح عدد متوسط المشاهدات لمعظم عينة الدراسة من أغاني المهرجانات الشعبية من ١٠٠ مليون إلى ٣٠٠ مليون مشاهدة منذ بدأ الإعلان عن كل أغنية بنسبة اجمالية هي ٦٥.٢٪، وهذا قد يشير إلى وصول أغلب قنوات المغنيين لأغاني المهرجانات لملايين المشتركين مما يحتم خروج تلك النتيجة كمتوسط طبيعي لعدد المشتركين وعدد المشاهدات بشكل عام.

تاريخ انشاء القناة على موقع اليوتيوب

جدول رقم (٧)

م	تاريخ انشاء القناة	ك	%
1	قبل 2015م	6	26
2	من 2015م إلى 2018م	10	43.4
3	بعد 2018م	7	30.4
	الإجمالي	23	100

- تم انشاء وتدشين حساب رسمي لمعظم عينة الدراسة من المغنيين لأغاني المهرجانات الشعبية على موقع اليوتيوب حديثاً وبالتحديد بعد عام ٢٠١٨م بنسبة ٣٠،٤٪، وتشير النتائج إلى أن انشاء معظم قنوات اليوتيوب من قبل المغنيين لتلك الأغاني جاء بشكل خاص في ٢٠٢٠م تزامناً مع جائحة وباء كورونا وقرارات التباعد الاجتماعي والاغلاق العام على المستوى الدولي والعالمي، الأمر الذي زاد من معدل استخدام شبكات الانترنت بشكل عام ومنصات التواصل الاجتماعي بشكل خاص ومن أبرزها موقع اليوتيوب، وهو ما قد يمثل فرصة ذهبية للتسويق الفعال لأغاني المهرجانات عبر اليوتيوب.

ومن أبرز قنوات مطربي أغاني المهرجانات على المنصة اليوتيوب كالتالي

جدول رقم (٨)

م	اسم قناة المغني	عدد الاشتراكات	تاريخ انشاء القناة
1	محمد رمضان	مليون و400 الف 13	2014م
2	حسن شاكوش	مليون 540 ألف 3	2015م
3	عمر كمال	مليون و280 الف 2	2012م
4	سلطان الشن	مليون و700 الف	2019م
5	فريق الصواريخ	مليون و670 الف	2017م
6	ريشا كوستا وسماره	مليون و44 الف	2019م
7	مسلم	الف 764	2020م
8	محمد زيزو	الف و850 5	2020م
9	ميدو جاد وبيانو	1540	2015م
10	حمو بيكا	لا يوجد مشتركون	2014م

طبيعة موضوع الأغنية

جدول رقم (٩)

م	طبيعة موضوع الاغنية	ك	%
1	رومانسي	15	42.8
2	تقديم حكمة أو قيمة	14	40

8.5	3	تحقيق هدف مادي	3
5.7	2	صراع بين الخير والشر	4
2.8	1	ترفيهي	5
100	35	الإجمالي	

- دارت أغلب طبيعة موضوعات أغاني المهرجانات عينة الدراسة عن الحب والرومانسية بين الجنسين بنسبة ٤٢,٨٪، بينما تقاربت النسبة مع عبارة «تقديم حكمة أو قيمة» حيث حصلت على المركز الثاني بنسبة ٤٠٪، ويرجع الباحث تلك النتائج بسبب اشتغال معظم تلك الأغاني على أكثر من موضوع في نفس الأغنية الأمر الذي يؤكد ترابط النتائج مع نتيجة طول المدة الزمنية للأغنية والذي كان أكثر من ٣ دقائق كحد أدنى بنسبة ٨٦,٩٪

- مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية الرومانسية: «في القلب انتي نبضي» في أغنية «عود البطل ملفوف» لحسن شاكوش وعمر كمال، وعبارة «علشان حبك محتاجي مليون قلب» في أغنية «بنت الجيران» لحسن شاكوش وعمر كمال

- مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية التي تقدم حكمة أو قيمة: «الحياة لو بيك أو من غيرك دي هتمشي» في أغنية «وداع يا دنيا وداع» لحمو بيكا وحسن شاكوش وعلى قدورة ونور التوت، وعبارة «دي رجولتك هي كيانك فعلك هيعلي ميزانك» في أغنية «رب الكون ميزنا مميزة» لحمو بيكا وعلى قدورة ونور التوت.

فئات المضمون

السلوكيات الإيجابية المذكورة في الأغنية

جدول رقم (١٠)

م	السلوكيات الإيجابية	ك	%
1	الاعتماد على النفس	16	57.1
2	مساعدة الآخرين	5	17.8
3	تنمية روح الفريق	4	14.2
4	رد التحية	1	3.5
5	شكر الآخرين	1	3.5
6	طاعة الوالدين	1	3.5
	الإجمالي	28	100

- أكدت نتائج الدراسة على أن أغلبية السلوكيات الإيجابية التي ذكرت في معظم أغاني المهرجانات كانت تدور حول موضوع «الاعتماد على النفس» بنسبة ٥٧,١٪، ثم حصل سلوك «مساعدة الآخرين» بنسبة ١٧,٨٪، ويشير الباحث في هذا السياق إلى تأكيد معظم تلك الأغاني على أهمية سلوك الاعتماد على النفس ومبدأ «العصامية»، فضلاً عن سلوك مساعدة الآخرين أو «الجدعنة والشهامة مع الناس» في حالة شخص طلب المساعدة.

مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية للاعتماد على النفس: عبارة «انا اصل ما بسميش فكراني استسلمت» في أغنية «سور الجدعان» لحودة بندق ومحمود معتمد»، وعبارة «كلامي أفعال مش فض مجالس» في أغنية «انتم مش حمل الضربة» لميدو جاد وبيانو»
 مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية لمساعدة الآخرين: عبارة «وزعت مال علي ناس شمال مش عاوز اعرفكم تاني» في أغنية «شمس المجرة» لعمر كمال وحمو بيكا وحسن شاكوش»، وعبارة «وقفت ياما جنبك وإنتم مصمم على الندالة» في أغنية «أندال أندال» لأحمد موزة.

السلوكيات السلبية المذكورة في الأغنية

جدول رقم (١١)

م	السلوكيات السلبية	ك	%
1	التهديد والانتقام	13	25
2	عدم احترام الآخرين	12	23
3	عدم المبالاة	9	17.3
4	العنف	9	17.3
5	التدمير	7	13.4
6	شرب الخمر والمخدرات	2	3.8
الإجمالي		52	100

حصل سلوك «الانتقام» على أعلى فئة بنسبة ٢٥٪، ثم جاء سلوك «عدم احترام الآخرين» كسلوك سلبي على المركز الثاني بنسبة ٢٣٪، ويشير الباحث إلى تواتر سلوكيات سلبية قد تعبر عن شخصية المغني أو طبيعة الشخصية في مكان معين أو منطقة معينة شعبية من محاولته من رد حقه مثلاً في صورة انتقام مع اظهار عدم احترام الآخرين بمختلف الصور، وهو ما أكدته النتائج على أن نوع العنف والعدوان الأغلب كان عنف «لفظي» بنسبة ٥٣,٣٪
 مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية للتهديد والانتقام: عبارة «ورايا هنا عصابات بتخلص» في أغنية «انتم مش حمل الضربة» لميدو جاد وبيانو، وعبارة «والنعمة لتدوقي سمي» في أغنية «شمس المجرة» لعمر كمال وحمو بيكا وحسن شاكوش.
 مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية لعدم احترام الآخرين: عبارة «بس أشهد لكم رجالة كلكم لما بتحضر نسوان» في أغنية «أندال أندال» لأحمد موزة، وعبارة «بيبقى سقفة للهلافت» في أغنية «انتم مش حمل الضربة» لميدو جاد وبيانو.

السمات الإيجابية المذكورة في الأغنية

جدول رقم (١٢)

م	السمات الإيجابية	ك	%
1	الحب	18	40.9

29.5	13	الشجاعة	2
20.4	9	الصبر	3
6.8	3	التسامح	4
2.2	1	الصدق	5
100	44	الإجمالي	

-أشارت النتائج إلى أن أغلب السمات الإيجابية السائدة في أغاني المهرجانات كانت عن «الحب» و«الشجاعة» بنسب ٤٠,٩% و٢٩,٥% على التوالي، تزامنت سلوكيات إيجابية في معظم تلك الأغاني بين التعبير عن الحب للحبيبة وبين المقدره والشجاعة على اظهاره (أي الحب) كعلامة من علامات الرجولة في الأوساط الشعبية المختلفة أو ما يسمى (ابن البلد) أو (ابن الحتة) أو (ابن المنطقة).

-مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية للحب: عبارة «قلبي صفالها وحب جمالها وارتحت معاها» في أغنية «شمس المجره» لعمر كمال وحمو بيكا وحسن شاكوش، وعبارة «سحبتني روجي سابنتي وراحتلك» في أغنية «بنت الجيران لحسن شاكوش وعمر كمال.

-مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية عن الشجاعة: عبارة «ماليش صحاب وبطولي» في أغنية «سور الجدعان» لحوودة بندق ومحمود معتمد، وعبارة «بنأدف مهما الموج يعلي علينا» في أغنية «مع السلامة للي عايز يمشي» لـ اوشاء الصغير وسعد حريق وعمر حفطي.

السمات السلبية المذكورة في الأغنية

جدول رقم (١٣)

م	السمات السلبية	ك	%
1	التكبر	13	38.2
2	الخيانة	9	26.4
3	الغيرة	5	14.7
4	الانانية	5	14.7
5	الخوف	2	5.8
	الإجمالي	34	100

-أشارت النتائج إلى أن أغلب السمات السلبية السائدة في أغاني المهرجانات كانت عن «التكبر» و«الخيانة» بنسب ٣٨,٢% و٢٦,٤% على التوالي، أكد الباحث على أن أهم السمات السلبية في معظم الأغاني كانت التكبر مع سرد قصص الخيانة وسوء العشرة سواء من الحبيبة أو من الأصدقاء والأقارب...الخ، فبطل الاغنية عادةً يعاني من صور الخيانة، ولكن كبرائه يتغلب دائماً على تلك الصدمة في صورة تهديد وانتقام وعنف سواء عنف لفظي أو جسدي أو الاثنين معاً.

-مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية عن التكبر: عبارة «أنا جامد أنا على أي حد جامد» في أغنية «انتم مش حمل الضربة» لميدو جاد وبيانو، وعبارة «ناس كتير في وجودي مش واخده راحتها» في أغنية «عصفورة بتنقل

الكلام دي مش رجوله» لـ محمد زيزو وزعلواوي.
-مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية عن الخيانة: عبارة «سكاكين في زهرنا حباينا في وشنا» في أغنية «شمس المجرة لعمر كمال وحمو بيكا وحسن شاكوش، وعبارة «ما فيكوش ولا سنتي رجولة إزاي تبيعوني بسهولة» في أغنية «أندال أندال» لـ أحمد موزة.

نوع العنف المستخدم في كلمات الأغنية

جدول رقم (١٤)

م	نوع العنف والعدوان	ك	%
1	العنف اللفظي	8	53.3
2	العنف الجسدي	1	6.6
3	لفظي وجسدي	6	40
	الإجمالي	15	100

-إشارت النتائج أن العنف بأنوعه المختلفة قد ظهر في معظم كلمات أغاني مهرجانات عينة الدراسة بنسبة ٦٥,٢% بواقع ١٥ أغنية من أغاني المهرجانات الشعبية من أصل ٢٣ أغنية (عينة الدراسة)، كما أكدت النتائج على أن نوع العنف والعدوان الأغلب في أغاني المهرجانات كان العنف «اللفظي» بنسبة ٥٣,٣%، وهو ما يؤكد مدى خطورة بعض تلك الأغاني على الشباب والنشأ لما لها من تأثير مباشر وغير مباشر سواء على المدى القريب أو البعيد من تبني العنف كمنهج في معظم المعاملات والسلوكيات الحياتية اليومية من قبل فئة المراهقين، وهو ما ارتبط بأغلب السمات السلبية السائدة في أغاني المهرجانات كانت عن «التكبر» و«الخيانة» بنسب ٣٨,٢% و٢٦,٤% على التوالي، وهو ما ظهر في «التهديد والانتقام» كأغلب مضمون العنف اللفظي بنسبة ٣٧,٥%، ثم جاءت «السخرية» في المركز الثاني بنسبة ٢٥%، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام العنف وتوظيفه في أغاني المهرجانات هو «اثبات الذات» بنسبة ٣٤,٨%، بينما جاء «الغضب» في المركز الثاني بنسبة ٢٧,٩%

-وتم رصد الكلمات الدالة على العنف سواء كان لفظياً أم جسدياً أم الاثنين معاً من خلال عرض كلمات أغاني المهرجانات الشعبية لكل عينة الدراسة ومنها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

جدول رقم (١٥)

م	اسم المغني	اسم الاغنية	الكلمات والجمل الدالة على العنف	نوع العنف المستخدم
١	حمو بيكا	رب الكون ميزنا بميزة	«وفي ثانية تولع لهب لو جيت عليا يا مان» «هديك ضربة ومالهاش قومة»	لفظي (تهديد)
٢	محمد رمضان	مافيا	"ولو ع العافية ورايا مافيا"	لفظي (تهديد)
٣	محمد زيزو وزعلواوي	عصفورة بتنقل الكلام دي مش رجوله	"فوقو ياولاد الهبله"	لفظي (سب وشتائم)

٤	حمو بيكا	أنا حبيتك وجرحتي بني	«يلا بينا على أي مدار أشبالنا «طلعة بتضرب نار»	جسدي
٥	سامر المدني وعصام صا صا	اشرب حشيش لو يوم مكلمينش	«دمار شامل بلمطوه بنتعامل اصحا» «تغلط تموت احنا ثابتين وجود»	لفظي (تهديد)
٦	ميدو جاد وبيانو	انتم مش حمل الضربه	«تتقطعوا تتحطوا في شنطة» «خد ف وشه قام رجع عيط» «هات الدكتور عشان يخيط»	لفظي وجسدي
٧	حمو بيكا، شاكوش، علي قدوره ونور التوت	هاتلى فوديكا وجيفاز	«يلا من غير سياح فزي خزنة الآلي» «يلعن أبو الجواز» «بس نططتة بسلاحي»	لفظي وجسدي
٨	حمو بيكا	حب عمري نسيته وفاتني	"ملعون ابوكي كرهت كتيبه"	لفظي (سب وشتائم)
٩	احمد موزه	اندال اندال	"يقف قدامه يقع متجيس"	لفظي (تهديد)
١٠	عمر كمال، حمو بيكا وحسن شاكوش	شمس المجرة	"والنعمة لتدوقي سمي"	لفظي (تهديد)
١١	حسن شاكوش وياسمين رئيس	حبيبي افتحني شباكك انا جيت	«لو مش جايه معايا هعمل ألف جناية»	لفظي (تهديد)

مضمون العنف اللفظي المستخدم في كلمات الأغنية

جدول رقم (١٦)

م	مضمون العنف اللفظي	ك	%
1	التهديد والانتقام	6	37.5
2	السخرية	4	25
3	التحريض	4	25
4	السب والشتائم	2	12.5
الإجمالي		16	100

-جاء «التهديد والانتقام» كأغلب مضمون العنف اللفظي بنسبة ٣٧,٥%، ثم جاءت كل من «السخرية» و«التحريض» في المركز الثاني بنسبة ٢٥%، أوضح الباحث أن بطل الأغنية أو مؤلفها دائماً ما سيسترد حقه أو يعبر عن كبريائه بطرق عنيفة ومنها التهديد والانتقام مصحوباً بالسخرية، وهو ما أشارت نتائج الدراسة إليه في أن أهم دوافع استخدام العنف

وتوظيفه في أغاني المهرجانات هو «اثبات الذات» بنسبة ٣٤,٨٪، بينما جاء «الغضب» في المركز الثاني بنسبة ٢٧,٩٪، وهو ما اشارت النتائج له أن العنف بأنوعه المختلفة قد ظهر في معظم كلمات أغاني مهرجانات عينة الدراسة بنسبة ٦٥,٢٪ بواقع ١٥ أغنية من أغاني المهرجانات الشعبية من أصل ٢٣ أغنية (عينة الدراسة)، كما أكدت النتائج على أن نوع العنف والعدوان الأغلب في أغاني المهرجانات كان العنف «اللفظي» بنسبة ٥٣,٣٪
-مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية للتهديد: عبارة «ولو ع العافية ورايا مافيا» في أغنية «مافيا» لمحمد رمضان، وعبارة «هديك ضربة ومالهش قومة» في أغنية «رب الكون ميزنا مميزة» لحمو بيكا
-مثال على بعض الجمل وكلمات الأغاني الشعبية للسخرية: عبارة «حدف علينا عيال بتحط روج ولفه طرح» في أغنية «عصفورة بتنقل الكلام دي مش رجوله» لمحمد زيزو والزعبلاوي، وعبارة «إسمع يا ابن الحصالة أنا إسمي لوحده حصانة» في أغنية «أندال أندال» لأحمد موزة.

دوافع العنف المستخدم في كلمات الأغنية

جدول رقم (١٧)

م	دوافع استخدام العنف	ك	%
1	اثبات الذات	15	34.8
2	الغضب	12	27.9
3	الانتقام	10	23.2
4	الدفاع عن النفس	5	11.6
5	اللعب واللهو	1	2.3
	الإجمالي	43	100

-أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام العنف وتوظيفه في أغاني المهرجانات هو «اثبات الذات» بنسبة ٣٤,٨٪، بينما جاء «الغضب» في المركز الثاني بنسبة ٢٧,٩٪، ويدلل الباحث على تلك النتيجة بنتيجة سابقة تؤكد مدى ترابط النتائج لهذه الدراسة الا وهي أن أغلب السمات السلبية السائدة في أغاني المهرجانات كانت عن «التكبر» و«الخيانة» بنسب ٣٨,٢٪ و٢٦,٤٪ على التوالي، وبناءً عليه تتناسب تلك النتيجة في السياق العام مع مضمون أغلب الأغاني محل الدراسة.

الكلمات الغريبة وغير اللائقة المستخدمة في كلمات الأغنية

جدول رقم (١٨)

م	الكلمات	م	الكلمات	م	الكلمات	م	الكلمات
1	خمور وحشيش	2	فراير	3	يسندل	4	بكاسة
5	لغبيطيتا	6	فرداية	7	فودكا وشيفاز	8	سندال

عويلة	12	عيل هلهولة	11	كشحتك	10	تكحتني في ظهري	9
هعمل معايا الجلسة	16	زومبي	15	عيال كفيان	14	ضفه مطاريش	13
الربندج	20	هلافيت	19	جواير	18	بفة	17
يا ولاد الهيلة	24	الجوسه	23	الهطل	22	هلس	21

اشتملت معظم أغاني عينة الدراسة من أغاني المهرجانات على بعض الكلمات والمصطلحات الشعبية الغربية أو غير لائقة التي تم استخدامها كما هو مبين في الجدول السابق بالترتيب، ويوضح الباحث هنا أن الغالبية العظمى من صناعات أغاني المهرجانات من الطبقات الشعبية، وبالتالي يمكنهم استخدام بعض الكلمات أو العبارات الهابطة للدلالة على عدم التصنع وفي محاولة لكسر الحاجز الجليدي بين طبقة الفنانين والمشهورين وبين الشخص العادي فضلاً عن محاولتهم الدائمة لجعل الأغنية أو المهرجان غير عادي وجذاب بمختلف الطرق بداية من طبيعة الأدوات الموسيقية المستخدمة وتقنيات الـ Auto Tune - وهي خاصية تقنية تمكن من تعديل الصوت وتعمل على تجميله أو إخفاء العيوب الصوتية فيه قدر الإمكان - على صوت المغني نفسه وصولاً إلى استخدام بعض العبارات والكلمات الغربية أو غير المنتشرة مثل «الربندج» و«سندال» على سبيل المثال لا الحصر.

نتائج الدراسة

حظيت أغاني المهرجانات الشعبية في العقد الأخير بشهرة واسعة وقبول كبير بين مختلف الشباب على وجه الخصوص وهو ما تؤكدته دائماً عدد مشاهدات تلك الأغاني على منصة اليوتيوب العالمية التي وصلت بالفعل إلى مئات ملايين المشاهدات، وتدور أغلب موضوعات تلك النوعية من الأغاني حول قصة حب أو حكمة ما، متخلها الكبرياء وحب الذات وصولاً إلى العنف والسباب والسخرية، ومما لا يدع مجالاً للشك أن تلك الأغاني أضحت لها تأثيراً ليس بالهين على الشباب أو المشاهدين والمستمعين لها من مختلف الوسائل الاعلامية والمنصات الاجتماعية، الأمر الذي أصبح ظاهرة تستحق الدراسة وخاصة بعد ما بدأت بعض تلك الأغاني بإدخال بعض الكلمات الغربية أو الغير متداولة مثل «الربندج»، «كشحتك» و«يسندل» وغيرها من الكلمات التي قد تعمل على تشوية المفردات اللغوية المستخدمة في الحياة اليومية وبالتحديد عند فئة المراهقين والشباب، مثلما تم استخدام كلمة «ياسطي» و«يا زميلي»، بدلاً من يا فندم أو «يا استاذ» أو حتى «يا كابتن»، الأمر الذي يدق ناقوس الخطر من أجل سرعة التحرك لإنقاذ لغتنا العربية العظيمة من الإنحطاط والتشوه المقصود، فضلاً عن العنف المدسوس في تلك الأغاني الذي قد يدفع بعض المراهقين والشباب إلى اتخاذه كحل سريع وفعال في أي مشكلة يومية بدلاً عن التحاور والفهم واعمال العقل طبقاً لكل موقف، وهو ما تحاول نقابة المهن الموسيقية بقيادة المطرب هاني شاكر بالفعل تنفيذه من خلال عدة قرارات أبرزها منع أي مؤدي أو مغني أو مطرب ممن لا يمتلك تصريحاً للغناء من النقابة، فضلاً عن المراقبة المستمرة لأي شكل من أشكال الاهانة أو التجريح سواء للنقابة نفسها وصولاً للبلد على أي أرض أخرى واتخاذ اللازم من الإجراءات القانونية الصارمة أمام تلك المخالفات.

الخلاصة

اتفقت أغلب عينة الدراسة من أغاني المهرجانات على ما يلي:

- ١- أغلب مطربين هذا النوع من الفن المستحدث على الغناء كانوا من الذكور.
- ٢- تم استخدام تقنيات الـ Auto Tune وهي خاصية تكنولوجية تمكن من تعديل الصوت وتعمل على تجميله أو إخفاء العيوب الصوتية فيه قدر الإمكان.
- ٣- كان الحب هو الموضوع الأساسي في أغلب هذه الأغاني تليه اعطاء حكمة ما.
- ٤- معظم أغاني المهرجانات لا تلتزم بموضوع واحد فقط كمحور للأغنية فيمكن مثلاً التغني بعشق الحبيبة ومن ثم التحول إلى غدر الصحاب أو الأصدقاء.
- ٥- أغلب المدة الزمنية لأغاني المهرجانات تخطت الـ ٣ دقائق، ويرجع هذا لكثرة الموضوعات التي قد تدور حولها الأغنية.
- ٦- أكدت معظم عينة الدراسة على قيمة الاعتماد على النفس
- ٧- كان التكبر والغضب والانتقام من أهم السلوكيات السلبية في أغلب عينة الدراسة
- ٨- امتلكت كل عينة الدراسة قنوات على موقع اليوتيوب للعمل على الانتشار الجماهيري والشهرة من ناحية ومن ثم تحقيق أرباح من خلال موقع اليوتيوب على جانب آخر.
- ٩- اشتملت معظم أغاني عينة الدراسة على العنف بأنواعه سواء العنف اللفظي أو الجسدي أو الاثنين معاً، ولكن كان العنف اللفظي هو الأبرز.
- ١٠- استخدمت بعض الكلمات الغريبة في معظم الأغاني التي قد لا يعرفها كل الناس مثل: «الربندح» و«السندال» و«بفة» و«جوسة».

خاتمة الدراسة

تعد موسيقى المهرجانات من الظواهر الفنية التي انتشرت في الأونة الأخيرة، حيث لعبت شبكة الإنترنت والمواقع الإلكترونية دوراً كبيراً في انتشار تلك الأغاني لسهولة إنتاج الأغنية وطرحها دون تكاليف خاصاً أنه لم يعد هناك المنتج الذي يتحكم في المطرب، فأى مطرب يستطيع أن ينتج أغنية لنفسه وي طرحها على موقع يوتيوب، مما جعلها تلقى رواجاً كبيراً بين مختلف طبقات المجتمع وكل الفئات العمرية.

وعلى الرغم من بدايات هذه النوعية من الأغاني التي نشأت بين أحضان الأحياء الشعبية الفقيرة إلا انها لم تعد حكراً على طبقة معينة، بل لاقت انتشاراً واسعاً بين مختلف طبقات المجتمع، ويتردد صداها الآن في معظم حفلات زفاف الطبقة الوسطى.

نجد ان كثير من الأغاني تحتوى إشارات واضحة للبلطجة بالإضافة الى الألفاظ الخارجة في بعض الأحيان ما تحمل معاني إيحاءات جنسية سواء في كلمات الأغاني او في الفيديو كليب الخاص بالأغنية . يمكن الاستفادة من هذا البحث من خلال معرفة القيم التي تتضمنها تلك الأغاني و مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي مثل موقع «يوتيوب» و «فيسبوك» و «تيك توك» تسهيل عملية عرض و انتشار هذه الأغاني والدفع بها إلي الجمهور، أيضاً معرفة مدى مساهمتها في تحقيق ارباح مالمكيها من المطربين.

توصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها:

ان التكبر والغضب والانتقام من أهم السلوكيات السلبية في أغلب اغاني المهرجانات، فكثير من الأغاني تحمل إشارات واضحة للبلطجة مما تساعد على نشر هذا السلوك في المجتمع . أيضاً نجد ان أغاني المهرجانات لا تلتزم بموضوع واحد فقط كمحور للأغنية، فهناك اغاني قائمة على فكرة غدر الاصدقاء مما تعزز من فكرة هدم الثقة بين الناس وأن البشر جميعهم خائنين.

وعلى جانب اخر اشتملت معظم أغاني عينة الدراسة على العنف بأنواعه سواء العنف اللفظي أو الجسدي أو الاثنين معاً مما تساهم في ارتفاع معدلات العنف والتحرش والاعتصاب وانتشار الجريمة. أيضاً مع امتلاك كل عينة الدراسة لقنوات على موقع اليوتيوب بغرض الإنتشار الجماهيري والشهرة ومن ثم تحقيق أرباح هائلة على جانب آخر، ادى الى نشر حالة من الإحباط بين بعض الناس وخاصة الشباب من حاملي الشهادات و المؤهلات العليا ، فإنعكست الآية فأصبح البطل الشعبي في هذه الأغاني (بلطجي، مدمن) هو القدوة و المثل الأعلى لدى الشباب و الأطفال.

التوصيات

- ١.وضع ضوابط للنشر على مواقع الإنترنت.
- ٢.تشجيع و دعم الشباب من المؤلفين و الموسيقيين على نشر اعمالهم الفنية.
- ٣.ضرورة خضوع وسائل التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها قنوات «اليوتيوب» إلى الرقابة والتحكم في المحتوى المقدم عبر هذه القنوات.
- ٤.ضرورة التوسع في دراسة ظاهرة أغاني المهرجانات وتداعياتها السلبية.
- ٥.الاهتمام بإنتاج أعمال غنائية تحمل معاني إيجابية وتحترم الذوق العام.

مراجع الدراسة

- 1.مي عامر: «شرطة الأخلاق: لماذا تكره الدولة بنت الجيران»، المنصة، فبراير 2020
- 2.عصمت محمد يوسف محمد ابراهيم: «عدم الاستقرار السياسي و أثره على ظهور أغاني المهرجانات الشعبية»، المركز الديمقراطي العربي، 2016
- 3.مرجع سابق
- 4.سارة رمضان: «يحيا الفن المنحط... عن فن الهامش ومعارك إقصائه»، مؤسسة حرية الفكر والتعبير، مايو 2019.
https://afteegypt.org/freedom_creativity/publications_freedom_creativity
- 5.خالد إبراهيم: مقال بعنوان «المهرجانات الشعبية.. المادة الخام للسخرية في الإعلانات والبرامج»، موقع اليوم السابع، نشر في 7 نوفمبر 2017
- 6.سعيد صادق: علماء النفس والاجتماع: «المهرجانات» سرطان يصيب الذوق الغنائي والموسيقى للشباب.. «ظواهر هامشية» دخيلة على الثقافة المصرية.. وفرويز: تلويث للتراث الغنائي والموسيقى، البوابة نيوز، فبراير 2020. <https://>

- www.albawabhnews.com/3910755 تم الدخول إليه في 11 أكتوبر 2021.
7. أغاني المهرجانات .. كيف ولماذا انتشرت برغم الهجوم والانتقادات؟، مقال بأراجيك فن ، أكتوبر 2020. <https://www.arageek.com/art/popular-songs> تم الدخول إليه في 2021/10/14
8. بلال الشيخ أحمد عبدالحميد: تأثير موسيقى وأغاني المهرجانات على الأطفال والشباب في المجتمع المصري، مجلة علوم وفنون الموسيقى، المجلد 45 ، يوليو 2021
- 9.S. Frankford: Music, Censorship and the state: The case of Egypt's Musicians' syndicate. University of Oxford
- 10.Dina abouzeid: " Songs from Egyptian Slums to media", Global Media Journal, Vol 17 no 32
- 11.وائل إسماعيل و أسماء حلمي: «التأثيرات غير المرغوبة لتعرض الأطفال للأغاني الشعبية»، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة. مجلد 21، عدد 79، يوليو 2018
- 12.Nourhan gamal: "Objectification of women in the new Shaa'by songs" Master degree, AUC, Spring 2017
- 13.أيمن عيد توفيق: «دراسة تحليلية للتغيرات التي طرأت على الاغنية الشعبية المصرية منذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين» مجلة علوم وفنون الموسيقى كلية التربية الموسيقية، المجلد 36، يناير 2017
- 14.عصمت محمد يوسف: «عدم الاستقرار السياسي و أثره على ظهور أغاني المهرجانات الشعبية»، المركز الديمقراطي العربي، يوليو 2016
- 15..Tarek Benchouia: "festival : the culture and politics of mahraganat music in Egypt" Master of Arts, University of Texas , May 2015
16. .Mai El-falaky: "The representation of women in street songs", A critical discourse analysis of Egyptian Mahraganat, Australian International Academic Center, Australia, Vol. 6 , No. 5 , October 2015
17. D. Hanan: "Countercultural resistance through Egyptian mahraganat music", Royal Road University, May 2015
- 18.Alexandera Prow: "Tarab to Tahrir: A Musicological Telling of Egypt's Journey from Postcoloniality to Popular Rebellion", Senior Capstone Project, Vassar College, P. 38, May 2015