هوس المشاهدات

الأمس كان الحكم على قيمة أي عمل فني هو الإشادة به واحترام المشاهد له ، فنصفق ونحتفى بنجاح العمل أيضا ونقدم توقيرا وإجلالا للعمل الذي يحترم الجمهور ، ويخاطب عقليته العظيمة ويحرك فيه المشاعر وينسج الخيال وأجواء الإنجذاب نحو العمل وأبطاله ... وبعد مرور وقت احتلت فيه التكنولوجيا كل سبل المعرفة ، وأصبحت هي الآداة الأكثر سهولة لتوصيل القيمة إلى المشاهد ، تراجعت القيمة قليلا لتأخذ مكانها التجارة والربح الذي بات هوس العصر الآن ، لذلك إن وضعنا الكم والكيف الآن على الميزان لنعرف هل القيمة مازالت هي الأهم لدى المجتمع أم لا ؟ فسوف تكون الكفة الراجحة هي كفة الكم وليس الكيف أو بمعنى آخر هوس "المشاهدات". فالكل الآن يتسابق ويتنازع على من هو صاحب الأعلى مشاهدة؟ من الذي استطاع أن يكون " ملك المشاهدات "؟ من الذي جذب الجمهور ليس بفنه أو بقيمته ولكن بأي وسيلة يمكن أن تكون ، فهوس المشاهدات أصبح يعتمد قانون الغاية تبرر الوسيلة ...ولسان المنطق الحالي للشهرة هو إذا كنت ألفت انتباه الجميع وأجبرهم على أن يشاهدونني ، أنا " نمبر وان " ،هل أصبح مقياس النجاح هو عدد الذين شاهدوا العمل الفني ؟ أم في قيمته الفنية والمعنوية و الفائدة التي تعم على المشاهد والاستمتاع بأجواء الدراما مثلما تعودنا ، لماذا انقلبت المووازين ؟ ورجحت كفة الكم عن الكيف والجودة ؟

هل هذا راجع للوضع المادي و الاقتصادي للمجتمع أم تدني الثقافة الفكرية للمشاهدين ، أم ان متطلبات السوق تغيرت ؟ هل سيظل تفكير المنتج يسيطر على عقولنا ويحتكر معايير أحكامنا على الجودة الفنية ؟ كم مرة شاهدت برنامجا استفزازيا مهينا للضيوف من أجل أن ترى ما يحدث حتى لا يفوتك العراك الذي يشتعل بداخل الاستوديو ، فتزيد عدد المشاهدات ويظن فريق البرنامج أن ذلك نجاح والأرقام خير دليل ! إلى متى سننحاز لثقافة" شاهد فقط ولا يهمنا رأيك" ، نريد أن نضعك ضمن الملايين التي تحت خانة المشاهدات على اليوتيوب ؟ ولسنا ضد تقييم المشاهدات في حد ذاتها لكننا أجبرنا على صراع احتدت سطوته واحتكر بمبالغته كل مقاييس التقييم !