

## فصل 13

### الفراغ والترفيه

---



obeikandi.com

## أمهات الرماية بالقوس؟



أمريكة مولعة بالرياضة. أكثر من 260 مليوناً منا يمارسون على الأقل لعبة، ارتفاعاً من 235 مليوناً قبل عشر سنوات. لدينا قرابة أربع وعشرين قنّاة رياضة، مقارنةً بواحدة فقط هي إي-إس-بي-إن ESPN سنة 1979. نضع لاعبي كرة السلة على قائمة «الرجال الأكثر جاذبية». ننتخب أبطال كمال الأجسام والمصارعين المحترفين حكماً لبعض أكبر ولاياتنا. نرسل لاعبي كرة القدم إلى مجلس النواب.

اسأل أي شخص - الرياضة في أمريكا تعني الأربع الكبرى: كرة القدم (الأمريكية)، كرة القاعدة، وكرة السلة، والهوكي على الجليد. وفي حياتنا الخاصة، تعني السباحة، والبولينغ، وصيد السمك، وركوب الدراجات الهوائية.

لهذا إليك ما هو مذهل حقاً. في السنوات الخمس والعشرين الماضية، ما عدا كرة القدم، كان الاهتمام بالأربع الكبرى يتراجع. كرة القاعدة هي في الواقع الرياضة المفضلة لـ 11% فقط من السكان - ولم تكن عملياً «تسلية أمريكية» الأولى منذ السبعينيات. وصلت نسبة متابعة كرة السلة على التلفاز إلى أدنى مستوياتها على الإطلاق في موسم 2005-2006. وصلت مشاهدة الهوكي إلى الحضيض لدرجة أن إي-إس-بي-إن أوقفت في سنة 2005 بث المباريات على الهواء مباشرة.

وبمعايير الرياضة التي نقوم بها، عدد من يشاركون منا في رياضات «منتظمة» مثل السباحة، وصيد السمك، وركوب الدراجات الهوائية، وكرة السلة يتراجع أيضاً. وكذلك كرة القاعدة، كرة المضرب، الكرة الطائرة، التزلج على الجليد.

إذاً، ما الذي يفعله كل رياضيو أمريكا الجدد؟

الرياضة - مثل الموسيقى والأفلام - تتجه نحو مقاصد جديدة. لم يعد هناك ذلك الهياج الكبير الذي يرافق مباريات دوري كرة القاعدة، ولكننا لا نحب الرياضة أقل، وإنما نحب رياضات معينة أكثر.

منذ سنة 1995، كان «اتحاد السلع الرياضية القومي» يتابع عدد الأطفال والراشدين الأمريكيين الذين يشاركون في رياضات متنوعة. بالمقارنة بين سنتي 1995 و2005، يمكننا أن نرى أنه في حين تتراجع بعض الرياضات القديمة مثل كرة القاعدة، والسباحة، وكرة المضرب، والكرة الطائرة - بمعدل 13% - تتقدم رياضات تتطلب جهداً فردياً أكبر، لم يكن أحد قد سمع بها قبل عشرين سنة.

التغير في المشاركات الرياضية. 1995 - 2005			(الرياضة المحددة)
نسبة النمو %	المشاركون 2005 (بالملايين)	المشاركون 1995 (بالملايين)	
166.7	12.0	4.5	التزلج على مزلاج خشبي
117.1	7.6	3.5	قوارب الكاياك/الطوف
114.3	6.0	2.8	التزلج على الثلج
38.8	6.8	4.9	رمي السهام
37.3	9.2	6.7	ركوب الدراجات الهوائية الجبلية
30.4	13.3	10.2	التخييم في البراري
24.5	6.6	5.3	الصيد (قوس وسهام)
17.5	14.1	12	كرة القدم
2.9	24.7	24	الغولف
-0.7	29.9	30.1	كرة السلة
-2.0	43.3	44.2	صيد السمك
-5.7	58	61.5	السباحة
-7.0	14.6	15.7	كرة القاعدة
-11.9	11.1	12.6	كرة المضرب
-23.4	43.1	56.3	ركوب الدراجات الهوائية
-26.7	13.2	18	كرة الطائرة
-45.2	13.1	23.9	مزالج العجلات

المصدر: اتحاد السلع الرياضية القومي. 2006.

كما ترى من الجدول السابق، الرياضة الأسرع نمواً في أمريكا أثناء السنوات العشر الأخيرة كانت التزلج على مزلاج خشبي، التي يمارسها الآن أكثر من 12 مليون شخص. يساوي ذلك تقريباً العدد نفسه من الأمريكيين الذين كانوا قد لعبوا الكرة اللينة أو كرة القاعدة.

كانت الرياضة اللاحقة ركوب قوارب الكاياك/الطوف، مع ما يزيد على 7 ملايين شخص - ثم التزلج على الثلج. لم يكن أحد قد سمع بالتزلج على الثلج قبل سنة 1980، ويمارس الآن 6 ملايين شخص هذه اللعبة. يشكل المتزلجون على الثلج نحو 1 من كل 3 نزلاء في منتجعات الجليد.

إحدى الرياضات الأخرى الأسرع نمواً في أمريكا هي ركوب الدراجات الهوائية الجبلية، مع 9 ملايين مشترك؛ ورمي السهام، مع قرابة 7 ملايين؛ والتخيم، مع 13 مليون؛ و-تخييل هذا- الصيد بقوس وسهام، مع نحو 7 ملايين.

في السنوات العشر الأخيرة -منذ خطرت لنا فكرة «أمهات كرة القدم»- كانت رماية السهام قد نمت أكثر من ضعف معدل كرة القدم. مرحباً، أمهات الرماية بالقوس؟ وعلى الرغم من أن الاهتمام بالرياضة منتشر بين أبناء الثلاثين والأربعين سنة فقط، إلا أنه أكثر وضوحاً بين المراهقين. يشكل مشاهدو دوري كرة القدم المراهقين تحت 18 سنة 10% من السوق، مقارنة بنحو 13% في التسعينيات، وقد تراجع عدد المراهقين الذين يلعبون كرة القدم، وكرة السلة، وكرة القاعدة، وهوكي الجليد نحو 23% في المدة نفسها. لكن إليك ما يفعله هؤلاء. منذ منتصف التسعينيات، ازداد عدد فرق اللكروس في المدارس الثانوية من 800 إلى أكثر من 2300. ازدادت عضوية الشبان في اتحاد المبارزة بالسيف الأمريكي إلى أكثر من الضعف، ووصل العدد إلى نحو 8000. منذ سنة 1990، نمت أعداد الشبان في اتحاد الرقص الأمريكي، والذي ينظم مسابقات رقص تنافسية، نحو 7 أضعاف.

ويمكن أن تراهن أن النمو في عدد الأشخاص الذين يمارسون التزلج على مزالج خشبية أو الثلج لم يأتِ ممن تجاوزت أعمارهم الأربعين في أمريكا.

ما يجري هنا هو أن الرياضات الكبيرة، بالنسبة لبعض الناس، أضحت أكبر من اللازم، في حين تفسح الرياضات الصغيرة المجال لهؤلاء باللعب والتنفس والتواصل مع آخرين.

في السنوات العشر الأخيرة، أصبحت مشاهدة الرياضات الكبيرة ولعبها أمراً شاقاً على نحو متزايد. أكثر فأكثر، يتم النظر إلى الأربع الكبرى على أنها تشاركية - مع إستادات إينرون (Enron سابقاً) الضخمة، والإعلانات المبهرجة من الجدار إلى الجدار، ورواتب اللاعبين الكبيرة جداً. كان مهاجمون ومدافعون قد أفسدوا مباريات ومواسم كاملة. أثارت فضائح الهرمونات الكثير من الكآبة بشأن تلك الرياضات. بالطبع، لا يزال هناك الكثير من المتحمسين، لكن الأربع الكبرى تواجه تسرباً خطيراً إلى أنشطة جديدة.

وربما يكون على صلة بذلك أن مشاركة المراهقين تصبح أكثر كثافة أيضاً. يظهر الأطفال في عيادات الطب الرياضي للعلاج من إصابات مختلفة وأربطة ممزقة على نحو كبير. يتناول طلاب يتنافسون على نحو كبير عقاقير منشّطة، ويدعون الأولاد العاديين الذين لا يريدون سوى القليل من التمارين وبناء الفريق ينتظرون على الخط. ناهيك عن ذكر الآباء المهوسين على الخطوط الجانبية، مثل «أب هوكي ماساشوستس» الذي دخل في عراك مع أب طفل آخر عمره 10 سنوات في سنة 2000 وأوسع ضرباً حتى الموت.

في الخلفية - بدأت اللكروس، المبارزة بالسيف، والرقص تبدو مثيرة للاهتمام. آباء أكثر دماثة. فرصة أكبر ليلعب المزيد من الأبناء، ويتألقوا في ذلك. ناهيك عن ذكر بعض التمييز لهؤلاء اللاعبين الجامعيين. يتجه عدد قليل فقط من النجوم نحو الكليات التي لديها أفضل فرق كرة السلة - لكن ما هي الجامعة التي لا يمكنها تمييز نفسها ضمن بطولة الناشئين القومية في الاستكشاف؟

التحول في الرياضة مثال ممتاز عن الطريقة التي ينفصل بها المزيد والمزيد من الناس عن الحشد الكبير لتحقيق رضا ذاتي أكبر. في حين كانت الرياضة الطريقة التي تجتمع بها المدرسة كلها - ولاحقاً، المدينة كلها - لتحية أفضل رجال المجتمع في معركتهم ضد منافسيهم، يقول عدد متزايد من الناس اليوم: حظاً طيباً في اللعبة، لكنني سأذهب لركوب قارب الكاياك.

الملاحظ أن أياً من الرياضات الأسرع نمواً في أمريكا - التزلج على مزلاج، ركوب قارب الكاياك، التزلج على الثلج، رمي السهام، التخميم، ركوب الدراجات الهوائية الجبلية، أو الصيد بقوس وسهام - تعتمد أساساً على عمل الفريق. بالتأكيد، مثل كل الرياضات العظيمة، تتطلب مثابرة، وقوة، وسرعة بديهة - لكن رياضات اليوم الأسرع نمواً تعتمد أساساً على المهارة الفردية والقوة الداخلية، وليس على القوانين، والصفارات، والأزياء الموحدة، والملاعب الجميلة.

الرياضة في أمريكا بعيدة عن التراجع. إنها تتحول فقط من طقس اجتماعي إلى نشاط فردي. ما كان سابقاً حدثاً يستقطبنا جميعاً إليه - مثل نسخة حديثة من مشاهدة الأسود تمزق الناس إرباً في الكولسيوم (المدرج الروماني) - قد أصبح العكس الآن. تساعدنا الرياضة الآن على الابتعاد - غالباً وحدنا إلى الجبال، أو الغابات، أو المياه.

انظر إلى برامج الرياضة الأنيقة، وأبطالها. انظر إليها ملياً لتكتشف ليس «أمهات الرماية بالقوس» فقط، وإنما سياسيون يتزلجون على مزالج خشبية أيضاً.

كنت سألقي دعاية أنه على غرار المهوسين بكرة القدم، ينبغي أن تبحث أيضاً عن المهوسين بصيد السمك - لكنهم موجودون فعلاً. قم باختيار صناراتك، وخبّن ما ستلتقطه.

وإذا كان ممكناً أن يضم الأولمبياد ألعاباً جديدة، فسيفضل ذلك بالتأكيد. عندما بدأت الألعاب الأولمبية الحديثة سنة 1896، كانت هناك ثلاث وأربعون لعبة. الآن، بين الألعاب الأولمبية الشتوية والصيفية، هناك 385 لعبة. هل ستكون البوكر اللعبة المقبلة؟ لا تضحك. جذبت بطولة العالم للبوكر سنة 2005 جمهوراً كبيراً. لكن مع أولمبياد 2008، ترقّب الرقص في القاعات.

أخيراً، انتظر المزيد من الرياضات الجديدة في الأفلام. منذ سنة 2003 وحدها، تضمنت أشهر الأفلام الأمريكية الحائزة على جائزة الأوسكار طفل المليون دولار (ملاكمة)، والمرشح لجائزة الأوسكار بسكويت البحارة (سباق خيول). لكن سأكون صادقاً. كانت الملاكمة وسباق الخيول الرياضتين المفضلتين في أمريكا قبل خمسين سنة،

ولم تعد إحداهما تظهر على قائمة المشاهدة أو الممارسة الآن. في فيلم سنة 2005 رجل الطقس، كان نيكولاس كيج -شخصية تلفازية في شيكاغو- رامي سهام. غريب، صحيح؟ لكنه يدل على شيء ما.

تتجه النزعة المتنامية في الرياضة في أمريكا نحو الفردية، والهدوء، والطبيعة. لا عجب أنه في سنة 2006، تفوق تايفر وودز لاعب الغولف على مايكل جوردان نجم كرة السلة بوصفه أشهر رجل رياضي في أمريكا بعد خمس عشرة سنة من تحقيقه للبطولات. لا تزال البطولة الوطنية الحدث الأكبر للرياضة والتلفاز في أمريكا، لكن هناك مجموعة صغيرة يزداد عددها وتبتعد عن الرياضات التقليدية، لتتجه نحو رياضات بديلة أخرى.



## الفن الإباحي



تتضمن بعض النزعات في هذا الكتاب مجموعة صغيرة تشكل سوقاً كبيراً. تتضمن هذه النزعة عدداً كبيراً من الناس الذين يشتركون في أنشطة لا تبدو، بالرغم من تواترها المتكرر، ظاهرة للعيان.

ليس هناك موضوع أكثر عزلة في أمريكا من الفن الإباحي. هذا الفن مذموم من قادة دينيين (عادة إلى اليمين) وأنصار مساواة المرأة بالرجل (عادة إلى اليسار)، ويثير امتعاضاً أكبر من أي تسلية أخرى في أمريكا. لكن في السنوات الأخيرة، كانت الإنترنت قد جعلت الحصول على الفن الإباحي سهلاً، حتى أضحي الملايين من الأمريكيين المحترمين بخلاف ذلك يستعملونها بوتيرة مدهشة. ربما تكون مبيعات المجلات قد تراجعت، لكن الإباحية على الإنترنت استفادت من الوضع القائم.

يزور نحو 40 مليون راشد في الولايات المتحدة بانتظام مواقع الإنترنت الإباحية. ذلك أكثر من عشرة أضعاف عدد الأشخاص الذين يشاهدون كرة القاعدة بانتظام. وما الذي ندعوه، مجدداً، تسلية الأمريكيين الرئيسة؟

في الواقع، هذا السوق كبير جداً، حتى إن الفن الإباحي أضحي عادياً. ليست هناك تقريباً غرفة فندق في أمريكا دون اتصال سهل مع موقع إباحي. إنه على بعد كبسة زر من الجميع.

يشاهد عدد مذهل من الناس الفن الإباحي في العمل. وفقاً لوييسنس Websense، شركة تباع برامج أمنية وحجب مواقع، يتم تحميل 70 % من الأعمال الإباحية بين الساعتين 9 صباحاً و5 بعد الظهر. ويعترف 20 % من الرجال الأمريكيين أنهم يزورون مواقع إباحية في أثناء العمل. هل هناك خمسة رجال يعملون في المكان الذي تعمل فيه؟

جرب أن تلقي نظرة خاطفة على شاشات حواسيبهم عندما ينكبون عليها، كما لو أنهم يعملون. الفرص هي أن أحدهم، على الأقل، لا ينظر إلى برنامج الحسابات.

الجدير بالملاحظة هو أن هؤلاء أشخاص يتشبثون بخلاف ذلك بمعايير أخلاقية عالية. في سنة 2003، أوردت امرأة نصرانية اليوم Today's Christian Woman أن 53% من الرجال أقرّوا في «تقليد الوفاء بالوعد» تلك السنة أنهم زاروا موقعاً إباحياً قبل أسبوع. يقول 47% من النصارى: إن الإباحية مشكلة رئيسة في المنزل.

قال الرئيس السابق جيمي كارتر: إنه لا بأس أن «يشتهي المرء الجنس في قلبه». تجعل الإنترنت الرغبة الجنسية أمراً مقبولاً على شاشتك، في خلوة، وبتكلفة منخفضة.

بالمحصلة، كانت حملات فيديو الجنس المكثفة اللامعة هي التي زادت من شهرة بامبلا أندرسون وجعلت باريس هيلتون من المشاهير. احتجت كلتاها أن حبيبيهما نشرا أفلام الفيديو دون إذن منهما. في السابق، كانت مثل أفلام الفيديو تلك ستجعل هاتين النجمتين عرضة لنقد كبير، وفي مجتمع اليوم، جعلت هذه الأفلام منهما نجمتين.

يشكل الفن الإباحي حالياً صناعة بـ57 مليار دولار عالمياً، وتدر 12 مليار دولار كل سنة في الولايات المتحدة. من الواضح أنه في سنة 2001 كان الدخل من الفن الإباحي أكبر من العائد السنوي الذي ينجم عن دوريات كرة القاعدة، والقدم، والسلة مجتمعة. قالت دراسة سنة 2006: إن العائد من الإباحية على الإنترنت فاق، بنسبة 2 إلى 1، عائدات أيه-بي-سي ABC، سي-بي-إس CBS وإن-بي-سي NBC مجتمعة.

وحصة الفن الإباحي في الفضاء الافتراضي، كما قد يتوقع المرء، كبيرة. هناك أكثر من 4 ملايين موقع إباحي، وتشكل نحو 12% من كل المواقع. يتناول 1 من كل 4 أسئلة على محرركات البحث في يوم عادي الفن الإباحي. وكذلك 1 من كل 3 عمليات تحميل النـد-لنـد. معدل زيارة المواقع الإلكترونية الإباحية أكبر بثلاثة أضعاف من معدل زيارة غوغل Google، وياهو Yahoo! وإم-إس-إن MSN مجتمعة.

الأقل وضوحاً، بالرغم من ذلك، هو أن الفن الإباحي كان أحد الصناعات الأساسية التي دفعت التقانة قدماً إلى الأمام. في الثمانينيات، عندما أزاحت أجهزة في-إتش-إس

VHS بيتامكس Betamax لتصبح الأساس في صناعة أجهزة الفيديو، تم نسب انتصارها على نطاق واسع إلى إمكانية عرض أفلام إباحية على أجهزتها. الآن، وفقاً ليومية عمل المستثمر Investor's Business، يعمل عملاق أقراص الفيديو إتش-دي HD وبلو-ري Blue-ray على شكل جديد من أقراص فيديو الجيل اللاحق، ويبدو أن تحالف إتش-دي مع «صناعة الراشدين» ستمنحها ميزة تنافسية كبيرة.

اليوم، متعهدو الفن الإباحي بعض أكبر عملاء شركات التقنية الرئيسية. «الجنس» هي كلمة البحث الأولى التي يطلبها الناس على غوغل وياهو! على الرغم من أن المنظمات المحافظة تسارع لمقاطعة أي شركة تعلن في مجلات للشواذ، إلا أنها لا تقاطع البتة الشركات التي تباع المعدات والخدمات لصناعة الفن الإباحي. لماذا؟ على الرغم من أن تلك المنظمات تضم بعض الأعضاء الشواذ، إلا أنها تضم الكثير من الأعضاء الذين يشاهدون فناً إباحياً.

مع كل الحديث عن تأثيرات الفن الإباحي، ينبغي أن يتساءل المرء إذا كنا سنرى تغييرات مهمة في العلاقات الواقعية. كان العنف سابقاً موضع لوم على التلفاز، لكن الدراسات استمرت في الاتجاهين. الآن، بعد أن ازداد الفن الإباحي على الإنترنت، ازدادت كذلك المواعدة عبر الإنترنت. لم يتمتع الناس البتة من قبل بمثل هذه الإمكانيات للقاء ومواعدة أشخاص حقيقيين، والانغماس في الوقت نفسه في ملذاتهم في خلوة خاصة بهم.

ربما يكون التأثير الأكبر لهذه الظاهرة على المراهقين الذين كانوا سابقاً يشتركون مجلات محظورة، ثم أفلام فيديو. يستطيعون الآن الاتصال بمواقع إباحية على الإنترنت. ضع شيئاً واضحاً على متصفح الإنترنت مثل [www.sex.com](http://www.sex.com) وانظر ماذا يحدث. تخيل شاباناً يافعين لم يكونوا يستطيعوا الحصول على ذلك دون كثير من المتاعب، وقد أصبح متوافراً لديهم كل شيء مباشرة، دون بطاقة ائتمان أو هوية. العمر الذي يمارس فيه الشاب الأمريكي الجنس أول مرة ينخفض - وصل إلى 16 سنة الآن، وربما تكون سهولة الوصول إلى الصور والمعلومات غير المحدودة عن الجنس سبباً في ذلك.

لكن «الدهشة» الحقيقية هنا تخص النساء. الفن الإباحي أساساً مخصص لرجال يشاهدونه بصمت تام - ظاهرة معروفة للرجال، لكن غالباً ما تغفل عنها النساء. وعندما تدرك النساء ذلك، هل سيفيرن الطريقة التي ينظرن بها إلى زملائهن، ومديريهن، وأزواجهن، وأحبائهن؟ أم أن النساء يتجاهلن الأمر عمداً؟ هل يتفقن مع جيمي كارتر أن القليل من الرغبة الجنسية شيء طبيعي، طالما بقي رجالهن مخلصين؟

تشكل النساء أكثر من ربع أولئك الذين يزورون مواقع إباحية. والمزيد من النساء يعيشن الآن وحدهن. لهذا إن كانت هناك نزعة ضمن نزعة أخرى، فستكون أن النساء يتخذن الموقف القائل: «إن لم تستطيعي التغلب عليهم، انضمي إليهم».

## الصورة الدولية

الأمريكيون ليسوا وحيدين في شغفهم بالفن الإباحي. يدعي موقع توب-تن-ريفيزور. كوم TopTen Reviews.com أن صناعة الجنس العالمي تقدر بنحو 81 مليار دولار كل سنة، وتبلغ حصة الفن الإباحي المرتبط بالإنترنت 3.5 مليار دولار. كانت صفحات الفن الإباحي على الإنترنت قد نمت بمعدل 1800 % عالمياً في أثناء السنوات الخمس الأخيرة، ومن 68 مليون عملية بحث كل يوم في العالم، 25 % منها عن مواقع إباحية. لهذا إذا كنت تقفز لتحبب أشخاصاً عراة على شاشتك عندما يمر بك مدير، ربما لست وحدك في ذلك - شخص في هولندا ربما يفعل الشيء نفسه.

ما مدى شعبية الفن الإباحي، حقاً؟ وفقاً لدراسة عن الجنس العالمي قامت بها سنة 2004 شركة دوركس Durex (صانع الواقي)، يشاهد 35 % من محبي الفن الإباحي أفلاماً مع شريكهم. على النطاق العالمي، جنوب الإفريقيين هم أكثر من يعترف أنهم يشاهدون فناً إباحياً (60 %)، بينما الهنود (22 %) والصينيون (24 %) هم الأقل اعترافاً.

يحصل الناس حول العالم على الفن الإباحي بالطرق نفسها تقريباً - أساساً، عبر الإنترنت، والهاتف، والمجلات. لكن في أوروبا، الأمر الشائع الجديد هو الفن الإباحي عبر الهاتف الخليوي. كان الأوروبيون قد أنفقوا ما يعادل عشرات ملايين الدولارات على الفن الإباحي عبر الهواتف الخليوية. في سنة 2004، استقبل موقع فون-يوريتكا PhoneErotica.com أكثر من 75 مليون زائر كل أسبوع. في أمريكا، كان حملة الهواتف الخليوية أبطأ في اللحاق بالأوروبيين؛ خوفاً من رد فعل العامة السلبي. على الرغم من ذلك، يقول الباحثون: إن الرسوم الإباحية على هاتفك الخليوي (بجانب بريد عمك الإلكتروني والصور الرقمية لعائلتك) ستشكل عملاً يدر 200 مليون دولار في الولايات المتحدة بحلول سنة 2009.

الواضح أن الفن الإباحي ليس للراشدين فقط. أوردت ذا نيشن The Nation التايلندية أنه في سنة 2002، نحو 71 % من اليافعين فيها (تتراوح أعمارهم بين 12-25) كانوا قد زاروا مواقع إلكترونية إباحية. 45 % منهم زوار منتظمون لتلك المواقع. قال ثلث الفتيان الذين تتراوح أعمارهم بين 13-14 سنة من ألبرتا، كندا: إنهم شاهدوا فناً إباحياً «مرات لا يستطيعون عدّها».

كانت اليابان قد تميزت في مجال الفن الإباحي بغزارة الإنتاج لكل من الراشدين والأطفال. في سنة 1998، قَدَّرت منظمة الشرطة الجنائية الدولية أن ما يصل إلى 80 % من مواقع الإنترنت الإباحية للأطفال تتخذ من اليابان مقراً لها.

من يحصل على أكبر عدد من صفحات الفن الإباحي المسجلة؟ ألمانيا، بنحو 10 ملايين. ويدعي بلد صغير في إفريقيا، ساو تومي، أنه ينتج 307.000 صفحة، وهذا يعادل ضعف عدد سكانه.

إنه أكبر سر مفضوح في العالم.



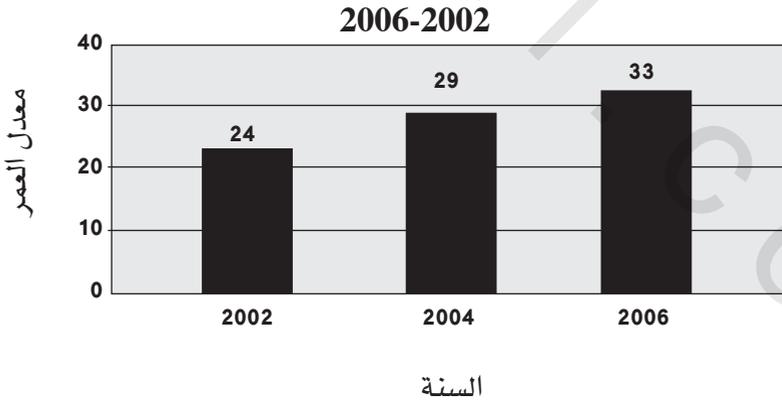
## الراشدون وألعاب الفيديو



تجلب ألعاب الفيديو في أمريكا إلى الأذهان فتیاناً مراهقين، ينكبون على أجهزةهم في غرف كئيبة في أيام مشمسة. «اللاعبون» مراهقون غير اجتماعيين يجلسون طوال ساعات في أقبية بعضهم - دون هواء نقي، أو تمارين رياضية، أو تبادل أطراف الحديث.

لكن على الرغم من أن الصور النمطية القديمة راسخة بقوة، إلا أن الإحصاءات تكشف صورة مختلفة جداً. ابتداءً من سنة 2006، كان معدل عمر لاعب الفيديو/ألعاب الحاسب 33 سنة، ارتفاعاً من 24 قبل أربع سنوات. وهو ليس أكبر عمراً مما كنت تظن فقط، وإنما من الواضح أنه كان يلعب منذ 12 سنة أيضاً - هذا يعني أن اللاعب النموذجي لم يبدأ اللعب حتى أصبح كبيراً بما يكفي ليشتري الكحول. كانت ألعاب الفيديو قد أصبحت أكبر ترفيه للراشدين، وليس الأطفال.

### معدل عمر لاعبي الفيديو/الحواسيب



المصدر: اتحاد برمجيات الترفيه، 2006.

وفقاً لاتحاد برمجيات الترفيه، يشكل اللاعبون تحت 18 سنة في الواقع أقل من ثلث اللاعبين، ويشكل الناس فوق 50 سنة 25%. يصعب تصديق هذا، أعرف ذلك.

إلى جانب بيل كوسبي والتون جونز، كان أحد عوامل الجذب الرئيسة في المؤتمر السنوي للمنظمة الأمريكية للمتقاعدين سنة 2006 ننتيندو Nintendo.

تفوق أعداد حتى النساء الراشحات - اللواتي يشكلن 30% من سوق ألعاب الحاسب والفيديو - أعداد الفتية بعمر 17 سنة أو أقل، والذين يشكلون نحو 23% من السوق.

احذروا أيها الفتيان، الأم والأب ينزلان إلى القبو، لكنهما لن يأخذا ألعاب الفيديو الخاصة بكم ويجعلاكم تلعبون في الخارج. إنهما يريدان الانضمام إليكم.

ما الذي يجري؟

جزئياً، إنهم في عمر الثلاثين وأول جيل يجلس أمام حاسب. في حين كان «الترفيه» يعني بالنسبة لأبائهم شراء تذكرة عرض، أو مسرحية، أو فيلماً، أو مباراة كرة ومشاهدة القصة تتكشف أمام ناظريهم، يشعر هذا الجيل براحة أكبر بالترفيه الذي يتضمن الضغط على لوحة المفاتيح، والسرود التفاعلي.

ثانياً: لأن ألعاب الفيديو لا تشكل تهديداً لهم، يعتنقها الآباء اليوم في الواقع طريقة لتوثيق العروة مع أبنائهم. وفقاً لاتحاد برمجيات الترفيه، 35% من الآباء لاعبون، ويلعب 80% من الآباء اللاعبين مع أبنائهم. خذ مثلاً ألعاب ثورة الرقص Dance Revolution، التي يكبح فيها الأبناء (وأباؤهم الذين يدركون مخاطر البدانة) في محاولة للتوافق مع حركة أقدام شخصية لعبة الفيديو. وفيما كان الراشدون والأطفال معتادين على الفرار من بعضهم في الحفلات، يمكنهم الآن في الواقع الاشتراك في المتعة نفسها معاً، مثل منافسات غيتار هيرو Guitar Hero. الأمر ينجح بين الأجيال.

ثالثاً: تدرك صناعة برامج الترفيه ببطء أهمية جمهورها الأكبر سناً. إضافة إلى الأسلحة والأشجار وجراند ثيفت أوتو Grand Theft Auto، هناك الآن ألعاب تحاكي الحياة على نحو متزايد مثل آل سيم The Sims، التي يقود فيها اللاعبون أفراد أسرة خيالية في أثناء يوم عادي. في سنة 2005، كانت آل سيم أفضل لعبة حواسيب شخصية مبيعاً في أمريكا الشمالية - وشعبيتها واسعة بين النساء. إحدى المجموعات الأسرع نمواً

من لاعبي الفيديو هي الأمهات فوق 45، اللواتي يخرج أطفالهن إلى المدرسة ويكون لديهن الكثير من الوقت، لكن ليس الكثير من المال. يقضين وقتاً في مشاهدة التلفاز أطول من أي مجموعة أخرى من اللاعبين، ويأتين في المرتبة الثانية في الوقت المخصص للألعاب. بخلاف محبي التقانة المراهقين المنعزلين سابقاً، تريد هذه المجموعة أن تكون ألعابها سهلة، وتركز على الجانب الاجتماعي. إنه عالم جديد كامل من اللاعبين.

الشكل الأكثر شيوعاً في اللعب هو البطاقات الإلكترونية التي يستخدمها 2 من كل 3 لاعبين راشدين، أو ربما نحو 35 مليون شخص. وبالنسبة للاعب «متحمس كثيراً»، هناك «ألعاب شبكة الإنترنت الضخمة لعدة لاعبين» - يتفاعل فيها الناس بوصفهم شخصيات خيالية في عالم افتراضي يتطور باستمرار، حتى عندما يتوقف اللاعبون عن اللعب. تقريباً 1 من كل 5 لاعبين راشدين، أو قرابة 10 ملايين شخص، يفعلون ذلك. واحدة من أشهر ألعاب الإنترنت الضخمة حياة ثانية Second Life - مع أكثر من 5 ملايين مشترك - تسمح للراشدين ببناء شخصيات افتراضية والتفاعل مع آخرين في صفقات عقارية، وأنشطة جماعية، وأماكن العمل، والحياة الاجتماعية عموماً. ليس مسموحاً للأطفال بهذه اللعبة (لديهم نسختهم الخاصة بهم، حياة ثانية للمراهقين Teen Second Life).

ينبغي أن أعترف أنني راشد يحب ألعاب الحاسب الشخصي. طوال سنوات، كنت قد لعبت سلسلة القيادة والفتح Command and Conquer من ألعاب الحروب الإستراتيجية التي تقود فيها جيوشاً مع مجموعة من المهارات المختلفة. ما تعلمته أن هناك دائماً طريقة للفوز - ينبغي فقط أن تستمر باللعب؛ حتى تعثر عليها. تحولت أخيراً إلى لعبة خريشة Scrabble على الإنترنت، لكن إذا لاحظت ما الذي يفعله الناس على الطائرات اليوم، فسيكون من الأسهل مشاهدة فيلم أو لعب لعبة فيديو. الناس الذين يستعملون حواسيبهم المحمولة للعمل في أثناء الطيران هم في الواقع أقلية.

القصد هو: ما كان سابقاً هواية هامشية لمحبي التقانة وغريبي الأطوار المراهقين قد أصبح الآن النشاط الرئيس للراشدين الأمريكيين. يُعد نحو 100 مليون راشد «لاعبين نشيطين». مبيعات ألعاب الفيديو في الولايات المتحدة أكبر من مبيعات الأفلام في العالم

كله. تقوم نحو 100 كلية وجامعة أمريكية بتعليم مناهج عن طريقة تصميم وإنتاج ألعاب فيديو.

للاشدين الذين يلعبون ألعاب فيديو أهمية كبيرة - أولاً للصناعة نفسها. يشكل اللاعبون الراشدون سوقاً لصناعة مزدهرة من ألعاب الفيديو «المتطورة»، وهي القطاع الأسرع نمواً حالياً، بنحو 15%؛ وسوقاً مفتوحة على مصراعيها للنساء اللواتي يرغبن في اللعب. هناك أيضاً قطاع متنامٍ من اللاعبين الراشدين، معروف باسم «لاعبى المنطقة الرمادية». في سنة 2006، قدّمت ننتيندو Nintendo عمر العقل Brain Age، وهي لعبة حاسب تتطلب تركيزاً عالياً تتحدى الراشدين في سلسلة من الألغاز المنطقية على الشاشة، ثم تخبرهم كم هي «يافعة» عقولهم. يتنافس أهل البيت على تسجيل «عمر 50» أو «40»، والمحافظة على أذهانهم نشيطة، وربما إبعاد الزهايمر عنها. (هل تتذكر كم كانت سمعة نينتندو ذائعة في مؤتمر المنظمة الأمريكية للمتقاعدين؟). سينمو هذا السوق عندما يصبح الراشدون أكبر سناً في المستقبل، مع المزيد من المعرفة بالحاسب.

لكن حتى بين الراشدين في الثلاثين والأربعين من العمر، لا يزال سوق ألعاب الفيديو في طور التطور - انظر فقط إلى عروض سيركت سيتي Circuit City والموسيقا والمخلوقات الغريبة في معظم ألعاب الفيديو. يمكن أن تحقق هذه الألعاب طفرة كبيرة في المبيعات إذا تضمنت المزيد من الشخصيات الواقعية، والموضوعات المثيرة للاهتمام، وتجارب لعب جديدة. ليست هناك لعبة رئيسة واحدة عن الاستثمار وجني المال - على الرغم من أن واحدة من أكبر الألعاب كل الوقت كانت احتكار Monopoly. تركز كل الألعاب على الاستيلاء على عوالم، أو المواعدة، أو القتل. لكن أكثر ما يريده رجال بعمر 33 سنة هو تحقيق شيء في السوق، أو إذا أرادوا القضاء على شخص ما، سيكون مديرهم ومكتبه في الزاوية. ستكون زميلاتهن قد أنجنن للتو طفلهن الأول أو الثاني، ويتعاملن مع تطور الطفل ومناقسة الأخت. الموضوعات التي لم يتم التطرق إليها من تجارب الإنسان كثيرة، وبالرغم من ذلك لا يزال منتجو الألعاب يبدون ضائعين مع المراهقين، وغير مدركين لنمط حياة عملائهم الجدد.

يشكل الراشدون الذين يلعبون ألعاب فيديو أهمية كبيرة للمعلنين أيضاً. مع 10 مليارات دولارات وأكثر، تمثل صناعة ألعاب الفيديو فرصة جديدة للتسويق. على الرغم من أن برامج الترفيه لا تزال جزءاً صغيراً مقارنة بالتلفاز، أعلنت نيلسن Nielsen، التي كان نظامها للتصنيف التلفزيوني قد ساعد لعقود على تحديد سعر الإعلانات على التلفاز، في سنة 2006 أنها ستطور نظاماً للقياس وضع معايير لشراء إعلانات ألعاب الفيديو وبيعها. عندما يلحق التسويق بالواقع، ابحث عن إعلان لعبة فيديو ليس مخصصاً لهواتف خليوية ودي-في-دي، وإنما لقروض رهن عقاري وشاحنات صغيرة.

وعلى مستوى أوسع، يمثل لاعبون كبار في السن خطأ غير واضح المعالم بين الراشدين والأطفال. بالتأكيد، يقيم الأطفال علاقات بعمر أقل من السابق، ويدعون آباءهم بأسمائهم الأولى - لكن على نحو متزايد، الراشدون الذين يشاهدون الرسوم المتحركة (آل سمبسون، ملك التل، المنتزه الجنوبي)، يتحولون إلى تشك-إي Chuck E. ابتهجوا، والعبوا الآن ألعاب فيديو. في كل تلك الساعات الإضافية التي يلعب بها الراشدون ألعاب فيديو، ولا يعملون، ويقرؤون، ويتطوعون، ولا يقومون بأنشطة مفيدة للمجتمع التي كانت تمثل علامة مميزة في وطنية الراشد. بالفعل، إنهم يعيشون في مجتمعات خيالية. هل تلك عزلة، أم تواصل على نطاق واسع؟

يقول إحساسي، عند موازنة الأمور: إنه سيكون لراشدين يلعبون ألعاب فيديو إيجابيات أكثر من السلبيات، والسبب أن كل تلك الراحة التي يشعر بها اللاعبون تنتقل من الترفيه إلى التعليم - بالنسبة لهم. اللعب هو الجبهة الجديدة من نوعها لبناء المهارات والتدريب الذي يحتاجه الراشدون للتعامل مع بعض أخطر مشكلات العالم. بعد حصولها على لقب «ألعاب رزينة» من قبل مركز ودرو ويلسون العالمي للباحثين، تركز المرحلة القادمة من تقانة ألعاب الفيديو على التعليم والمحاكاة، وقد تم إنتاج ألعاب تقدم موضوعات مثل مكافحة الأوبئة ومحاربة الإرهاب وإزاحة الطغاة سلمياً. يستعملها رجال الإطفاء للتدريب على معالجة كوارث كيميائية وجراثومية. يستعملها رؤساء الجامعات لإعادة تشكيل التعليم العالي. تستعملها القوات المسلحة استعداداً للمعارك. عندما تكون المخاطر كبيرة

والخيارات صعبة ومعقدة، يمكن أن يشكل تقديم البدائل ضمن لعبة في وقت حقيقي ميزة تنافسية جوهرية. لكن فقط عندما يبدأ غالبية الناس باعتياد أدوات وتقنيات اللعب - في وقت فراغهم - ستبدأ مؤسسات مثل المدارس، والجامعات، والحكومات بالاستفادة منها في كل ما من شأنه دفع عملها قدماً إلى الأمام.

لهذا ما بدأ عادة لمراهقين غير اجتماعيين قد أصبح أحدث طريقة يفكر بها الراشدون بشأن مكافحة الإرهاب، والتعليم، والحرب. «نلعب» ليس لأننا غير اجتماعيين، وإنما لأنه يمكننا أن نتخيل، ونخطط، ونتدرب على بعض من أكبر التحديات في سيناريوهات برمجية.



## الكلاسيكية الجديدة



هناك عدد من المجموعات في أمريكا التي تندب علانية، كل عده عقود، حظها العاثر. علماء النحو. اليهود. فرق كرة القاعدة. قلقهم المشترك حقيقي ويمس المشاعر، ويمكنهم دائماً الإشارة إلى كم كبير من البيانات التي تدعم وجهات نظرهم. لكن غالباً - وربما يكون ذلك لأن بعضاً من ذلك الاندفاع يحفز مخلصين جديداً للعمل - ينتهي الأمر بتلك المجموعات بالعثور على طرق جديدة ومعاصرة للبقاء.

أحدث الوافدين إلى مجموعة «سأنقرض» هي الموسيقى الكلاسيكية. كرسست عشرات الكتب، والمدونات، والمقالات، وبالطبع، مؤسسات جمع الأموال نفسها لتندب حظها وتذرف الدموع؛ لأن ديبوسي Debussy يتراجع وبوشيني Puccini يتلاشى. الأشخاص الوحيدون الذين يحبون الموسيقى الكلاسيكية، ويذهبون إلى حفلاتها، هم كبار السن - لهذا إن لم نتخذ إجراءات عاجلة، فستنقرض الموسيقى الكلاسيكية، أيضاً في أثناء جيل.

يشيرون إلى بعض البيانات الخطيرة. بين سنتي 2005 و2006، انخفضت مبيعات الأقراص المدمجة للموسيقى الكلاسيكية 15%. في مدينة بعد أخرى، تغلق محطات الإذاعة الكلاسيكية أبوابها وينفرط عقد فرق الأوركسترا المحترفة. يتراجع الاشتراك في موسم «الأوركسترا». كانت برامج الموسيقى المدرسية قد انخفضت إلى النصف. والموسيقى الكلاسيكية على التلفاز لا تزال بلاد متحضرة مثل إنكلترا تعرضها، لكننا لا نفعل ذلك. لدينا قرابة 35 محطة تلفازية موسيقية - لكن إذا أردت عملاً «كلاسيكياً» على التلفاز، لا بد أنك تعني أفلاماً. إنها حالة حزينة، وربما تشير إلى تراجعنا الثقافى.

يا للأسف! مجلس العزاء سابق لأوانه. شعبية الموسيقى الكلاسيكية تزداد، ولا تتراجع. وفي السنوات القادمة، ينبغي أن نتوقع أنها ستتمو بنسبة أكبر.

الأسباب معرفية وديمغرافية وثقافية. معرفياً، يتجاهل المتشائمون بعض الأرقام المهمة. في سنتي 2000-2001، بيع أكثر من 32 مليون تذكرة لحفلات موسيقية، وشكل ذلك ارتفاعاً بنسبة 10 % مقارنة بعقد مضى. على الرغم من أن عدد المشتركين الموسمين انخفض -مثلاً، بنسبة 5 % في بالتي مور- إلا أن مبيعات التذاكر الفردية ارتفعت في تلك المدينة 46 % في المدة نفسها. لا يشير ذلك إلى وجود مستمعين منتظمين للموسيقا الكلاسيكية ومنهم المتقاعدون فقط، وإنما إلى وجود مزيد من الناس من هواة الموسيقا الكلاسيكية. ستدعو معظم الصناعات ذلك نمواً.

في سنة 2000، كانت هناك أكثر من 36.000 حفلة للموسيقا الكلاسيكية في الولايات المتحدة - ارتفعت بنسبة 10 % عن سنة سابقة و45 % عن عشر سنوات سابقة. هل تشير 100 حفلة يومياً في أمريكا إلى تراجع - بينما في الخمسينيات (الذروة المفترضة لهذا النوع من الموسيقا)، لم تكن مواسم الأوركسترا تدوم أكثر من ثمانية شهور؟

ارتفعت عائدات الأوركسترا؛ ووصلت الأعمال الخيرية إلى مستويات قياسية؛ ومنذ سنة 1992، كان عدد الطلاب الجامعيين الذين يتخصصون في الموسيقا قد ارتفع أكثر من النصف. في الواقع، في سنة 2002، كان على المركز القومي لإحصائيات التعليم أن يضيف إلى اختصاصاته الموسيقية الرئيسة (الموسيقا، وتاريخ الموسيقا، والأداء الموسيقي، ونظرية الموسيقا) على الأقل ثلاثة اختصاصات فرعية جديدة من الموسيقا الكلاسيكية: أصول تعليم الموسيقا، قيادة الفرقة الموسيقية، والبيانو والأرغن.

ما الذي كنت تقول: إنه يتلاشى؟

إليك الإحصاء المضاد المفضل لدي. وفقاً لدراسة معهد غالوب Gallup، وصل عدد الأسر الأمريكية التي يعزف أحد أفرادها على آلة موسيقية - 54 % - إلى أعلى مستوى له في سنة 2003. أي قيل سنة من ظهور ذلك الافتراض بأن الموسيقا الكلاسيكية تنقرض. وربما يكون ذلك الجزء من النمو مرتبطاً بحقيقة أن دروس البيانو لم تعد للأطفال العصبيين فقط. وفقاً للاتحاد القومي لمعلمي الموسيقا، الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 25-55 هم المجموعة الأسرع نمواً من تلامذة البيانو الجدد.

حتى إذا نحننا جانباً، في هذه اللحظة، كل الإثباتات التي تؤكد أن الموسيقى الكلاسيكية تزدهر ولا تذبل، الدليل الكبير هنا الذي يستعمله المتشائمون - مبيعات الأقراص المدمجة والعرض على التلفاز وعبر المذياع - غير ذي صلة إطلاقاً. من ناحية موسيقية بحتة، الإنترنت هو المكان الذي ينبغي اللجوء إليه. ومن الواضح - على الرغم من أن المستمع العادي للموسيقى الكلاسيكية ثقيل الحركة وأشب - أن الموسيقى الكلاسيكية أكثر شعبية على الإنترنت مما هي عليه في المتاجر. بالرغم من أن الموسيقى الكلاسيكية لا تشكل سوى 3% من مبيعات الأقراص المدمجة في متاجر التجزئة، إلا أنها تشكل 12% من كل المبيعات على أجهزة أي-تون iTunes من آبل Apple.

لم تنجُ الموسيقى الكلاسيكية من موت أجهزة التسجيل القديمة فقط، وإنما تجذب إليها الآن في الواقع نوعاً جديداً من المستمعين.

كان المستمع الكلاسيكي «تقليدياً» شخصاً أبيض، وكبيراً في السن، ومثقفاً، وخبيراً في هذا الفن. على الرغم من أن تلك المجموعة لا تزال تشكل حصة كبيرة من النشاط الكلاسيكي إلكترونياً، إلا أن دراسة أجراها موقع كلاسيكال-أرشيفز www.classicalarchives.com كشفت أن قرابة نصف مشتركه تحت سن 50. وأن 1 من كل 5 لم ينه الدراسة الجامعية، و1 من كل 3 لم يعزف البتة على آلة موسيقية.

عندما تفكر في الأمر، يبدو منطقياً تماماً. الإنترنت مريحة لمحبي الموسيقى الكلاسيكي العادي أكثر من المتاجر الكبيرة. عندما تستطيع الحصول على نماذج مجانية، أو تحميل مقطوعة واحدة كل مرة وأن تستمع وحدك على جهاز أي-بود، تصبح الموسيقى الكلاسيكية فجأة غير مخيفة على الإطلاق. إحدى النتائج غير المتوقعة للإنترنت أنها قدمت الموسيقى الكلاسيكية لنوع أكثر شباباً، وتنوعاً، وجرأة من المستمعين.

وإذا كنت طالب موسيقا - سواء في كليات ناشئة أو تتعلم البيانو من خبير - تعرف أن القدرة على شراء المقطوعة التي تدرسها ميزة كبيرة. لطالما كانت الموسيقى الكلاسيكية طويلة جداً - لكن الآن، إذا لم ترغب في ذلك، فليست مضطراً لشراء المقطوعة كلها!

نتحول الآن إلى الأسباب الديمغرافية لارتفاع أعداد الأشخاص الذين يحبون الموسيقى الكلاسيكية. في كل جيل، يتساءل الذين يتقدم بهم العمر: لماذا لا يقتنع المراهقون بما يقوله الآخرون لهم؟ حسناً، الحقيقة هي أنهم لم يفعلوا ذلك البتة. كانت الموسيقى الكلاسيكية دائماً ذوقاً مكتسباً، وفي كل جيل، يتعرف إليها الناس أول مرة في منتصف العمر. لكن ذلك المعيار، نظراً لديمغرافية الولايات المتحدة، يشكل منجم ذهب كلاسيكي. بين سنتي 2000 و2030، سيتضاعف تقريباً عدد الأمريكيين الذين سيكونون بعمر 55 أو أكبر - من 60 مليوناً إلى زهاء 110 ملايين. سيزداد عدد الأمريكيين في عمر 65 أو أكبر بأكثر من الضعف - من 35 مليوناً إلى أكثر من 71 مليوناً. وسيكون كبار السن هؤلاء الأكثر صحة، والأطول عمراً، والأفضل تعليماً، والأكثر ثراءً في التاريخ. حتى إذا لم يكن هناك وافدون جدد يستطيعون استعمال الإنترنت ويهتمون بالموسيقى الكلاسيكية، فستشهد الصناعة بالرغم من ذلك ازدهاراً كبيراً.

وأخيراً، الأسباب الثقافية، منذ التسعينيات، كانت هناك مجموعة من الوافدين الجدد على الأوركسترا الذين يكذبون المقولة التقليدية أن الموسيقى الكلاسيكية لكبار السن فقط: الأطفال. في التسعينيات، أدخل العلماء «تأثير موزارت» - نظرية اشتهرت بأن «الموسيقى الكلاسيكية تجعل الأطفال أذكى». بالرغم من أنه تبين لاحقاً أنها ليست صحيحة تماماً، إلا أن عدد النساء الحوامل، والآباء الجدد، ومعلمي المدارس الذين يتسابقون لشراء موسيقى كلاسيكية ارتفع إلى مستويات عالية جداً.

الأفضل من ذلك، تدخل السياسيون في الأمر. منذ سنة 1998 في فلوريدا، كان على كل رياض الأطفال التي تمولها الولاية تقديم بعض الموسيقى الكلاسيكية كل يوم. في سنة 1998، اقترح حاكم جورجيا زيل ميلر إنفاق 100.000 دولار سنوياً لمنح أقراص مدمجة أو شرائط موسيقى كلاسيكية لكل طفل يولد في الولاية. أنجبوا أطفالاً؟ يبدو أن جناح التوليد سيقدم لك ليس حفاظاً للطفل ووصفة طبية فقط، وإنما «هدية» كلاسيكية لوقت النوم.

وأخيراً، ربما يكون المسمار الأخير في تابوت نعش الموسيقى الكلاسيكية مجموعات مثل: بوند Bond. فرقة موسيقية تتألف من أربع عازفات يعرضن أجزاءً من أجسادهن على غطاء أسطواناتهم المسجلة أكثر مما هو ضروري لعزف الكمان. يمنح هذا النوع من الفرق الموسيقى الكلاسيكية جمهوراً محتملاً جديداً بالكامل.

لهذا لم تنتهِ الأعمال بعد. ينبغي للمتحمسين للموسيقى الكلاسيكية شراء المزيد من الأقراص المدمجة الموسيقية الآن، في حين هناك تنزيلات عليها؛ لأن المتاجر ربما تصبح أكثر ازدحاماً قريباً، نظراً للتغيرات الديمغرافية، والتكنولوجية، والثقافية التي ستوسع من قاعدة محبيها. نعم، ربما ينبغي على فرق الأوركسترا بيع تذاكر فردية أكثر مما كانت تفعل سابقاً، وربما يجب عليها التخلي عن رسوم التسجيل المسبقة لصالح اقتطاعات (أكبر) من المبيعات الرقمية. لكن الكلاسيكية الجديدة قادمة. إنها أفضل أنباء تلقتها الموسيقى الكلاسيكية منذ قام موزارت بتقصير اسمه الأول من يوهان كريستومس ولفغانغ ثيوفيلوس.

