

القسم الثاني، وداعاً أيها السلاح

ومع انطلاق موجة التلفزيونات الخاصة تكررت البرامج التي تسوّق المطربين الجدد، فمن شاشة المؤسسة اللبنانية للإرسال (القوات اللبنانية) كان سيمون أسمر يشرف على هذه البرامج لإطلاق أسماء جديدة في عالم الغناء ويوقع معهم عقوداً لترويجهم في المطاعم والملاهي التي تنتظرهم، أو تسويقهم إلى دول الاغتراب اللبناني في أوروبا وأفريقيا والخليج، حاملين في جيوبهم «الحب والفرح ولبنان الحبيب»!

يعتبر عبد الغني طليس «أن المطربة لم تعد حنجرة فقط، صارت أناقة وماكياجاً ورقصاً على الخشبة، وصارت أحياناً تنورة قصيرة، وأما الصوت فليس ضرورياً، والمؤلف أصبح (أي كلام) وادعاء الكلام الشعبي، والملحن لم يعد جملة موسيقية لحية جديدة، فصار يستعمل الإيقاعات النطناطة، قبل الحرب كانت حفلة الطرب للإصغاء، وليس كما الآن للرقص على أي إيقاع».

وترافق مع ظاهرة المطرب التجاري ازدهار استوديوهات التسجيل التي تجني أرباحاً خيالية، فتحوّلت الإذاعات الخاصة التي هي عبارة عن غرف صغيرة إلى استوديوهات لتسجيل الأغاني المنهمرة، فصناعة الطرب تدر مالياً وفيراً، لتوافر عناصر الاستهلاك المحلي والاغترابي، وبروز أثرياء الحرب الذين هم جمهور السهر الليلي، يسمعون من أقدامهم ويدعون البحث عن الخفة والفرقة، وهم شريحة اجتماعية جديدة تضخ ذوقها الفني من خلال شبكة الإعلان الضخمة. ولا تغفل هنا دور الصحافة الفنية ومساحاتها الإعلانية الكبيرة لترويج هذا المطرب أو ذاك بثروة مالية معقولة (الغلاف بـ ٣٠٠٠ دولار - الصفحة الداخلية ٧٥٠ دولاراً) وهذه المجالات تتصدر قائمة المبيعات في لبنان والعالم العربي.