

استراتيجيات الإنتاج الجديدة المستخدمة بين أوساط الفرق الموسيقية الأردنية المعاصرة

هاني يونس الخطيب، أكاديمية قطر للموسيقى، مؤسسة قطر، الدوحة، دولة قطر

تاريخ القبول: 2023/5/11

تاريخ الاستلام: 2021/11/21

The new production strategies employed among contemporary Jordanian music groups

Hani Younis Alkhatib, Qatar Music Academy, Qatar Foundation, Doha, Qatar

Abstract

This study aimed to explore the musical production strategies that emerged among new musical groups that emerged in Jordan since the beginning of the 21st century by studying four cases of Jordanian new music bands. The unprecedented emergence of the Internet and social media in the Jordanian daily-life context has freed the cultural scene and changed the dominant role of production companies. To achieve the study's object, the researcher employed observation and personal interviews for information collection. The study results showed that the four music bands use mainly social media and the Internet in production through several strategies developed by the bands and showed a clear success in using them as effective tools in Jordanian independent music production.

Keywords: Jordanian new music bands, Independent music production, Music production strategies, Crowdfunding, Social Media.

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف استراتيجيات الإنتاج الموسيقي التي ظهرت بين المجموعات الموسيقية الجديدة التي ظهرت في الأردن منذ بداية القرن الواحد والعشرين، من خلال دراسة أربع حالات من الفرق الموسيقية الأردنية الجديدة. لقد أدى الظهور غير المسبوق للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في سياق الحياة اليومية الأردني إلى تحرير المشهد الثقافي وتغيير الدور المهيمن لشركات الإنتاج. لتحقيق هدف الدراسة، استخدم الباحث المراقبة والمقابلات الشخصية لجمع المعلومات. أظهرت نتائج الدراسة أن الفرق الموسيقية الأربعة تستخدم بشكل رئيسي وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت في الإنتاج من خلال العديد من الاستراتيجيات التي طورتها الفرق وأظهرت نجاحاً واضحاً في استخدامها كأدوات فعالة في الإنتاج الموسيقي الأردني المستقل.

الكلمات المفتاحية: الفرق الموسيقية الأردنية الجديدة، الإنتاج الموسيقي المستقل، استراتيجيات الإنتاج الموسيقي، التمويل الجماعي، وسائل التواصل الاجتماعي.

مقدمة:

تحتل موضوعات الإنتاج الموسيقي مكانة مهمة في مجال البحوث الموسيقية، خاصة بعد ظهور تقنيات التسجيل الحديثة وتكنولوجيا الاتصالات الجديدة. البيئة الدراسية الممكنة في المشهد الموسيقي الأردني تعتبر خصبة في هذا المجال؛ بسبب ندرة الدراسات المتعلقة في هذا المجال خاصة في السياق المعاصر للأردن. بدأت المجموعات الموسيقية الجديدة في الظهور بشكل واضح في المشهد الموسيقي الأردني منذ بداية القرن الواحد والعشرين، ويقدر عددها تقريبا 106 مجموعة موسيقية (Mideast Tunes, W.D). العولمة والتعرض للثقافات الموسيقية الغربية خلقت أشكالاً موسيقية جديدة ضمن المجموعات الجديدة في المشهد الموسيقي الأردني. ساهمت تكنولوجيا الاتصالات ووسائل التواصل الاجتماعي بفتح نافذة على الثقافات الموسيقية الأخرى، حيث يتعدى دور هذه النافذة من كونها مصدراً جديداً للثقافة والمعرفة، إلى كونها أداة جديدة وفعالة للإنتاج الموسيقي المستقل (Alkhatib, 2019). يقدم هذا المصدر الجديد للإنتاج الموسيقي مساحة كافية للمجموعات الموسيقية الجديدة، في طرح موضوعات جديدة في كلمات الأغاني تختلف عن تلك في الموسيقى السائدة في الأردن. في هذا البحث أقوم بتسليط الضوء على استراتيجيات الإنتاج الموسيقي المستخدمة بين الفرق الموسيقية الجديدة في الأردن، والتي تعتمد بشكل أساسي على شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. يركز البحث الحالي على بعض المشاهدات الاستقصائية الفعلية لبعض الحالات من الفرق الموسيقية الجديدة في محاولة لتحقيق هدف هذه الدراسة.

مشكلة البحث:

ظهر في المشهد الموسيقي الأردني العديد من المتغيرات والتأثيرات المتعلقة بالعولمة وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة، والتي ساهمت في ظهور مجموعات موسيقية جديدة في المشهد الثقافي الأردني تستخدم استراتيجيات جديدة للإنتاج الموسيقي، تختلف عن تلك التقليدية المستخدمة في الموسيقى الأردنية السائدة. من هنا، تظهر مشكلة البحث في الحاجة لتسليط الضوء على استراتيجيات الإنتاج الموسيقي الجديدة والتي تقدم محتوى جديد في كلمات الأغاني، بالتزامن مع ندرة الدراسات الأردنية التي تغطي الإنتاج الموسيقي في سياق معاصر للمشهد الموسيقي الأردني.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على استراتيجيات الإنتاج الموسيقي المعاصر بين المجموعات الموسيقية الأردنية الجديدة في المشهد الثقافي المعاصر.

أهمية البحث:

تظهر أهمية هذا البحث من خلال المساهمة في تغطية جانب الإنتاج الموسيقي في المشهد الثقافي الأردني المعاصر، والدافع وراء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإنتاج وارتباطه بالمحتوى الذي تساهم الفرق الجديدة بتقديمه في المشهد الموسيقي المعاصر. كل ما سبق ذكره يكسب هذا البحث أهمية في توثيق جانب من الوضع الموسيقي الأردني المعاصر، والذي يتطلب المزيد من الانتباه في مجال الدراسات الأكاديمية.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج الحالة (Case study) لملاءمته غرض البحث في استقصاء ظاهرة معاصرة ضمن سياق الحياة الواقعي (Yin, 2009).

عينة البحث:

عزيز مرقة وفرقة راز (Razz)، فرقة المربع، يعقوب أبو غوش وفرقة زمن الزعتر، وفرقة أيلول. ويرجع السبب في اختيار المجموعات السابقة الذكر في التنوع في الأنماط الموسيقية لدى كل منها، والاستمرارية

في الإنتاج الموسيقي والمشاركة بتقديم الحفلات في الأردن بشكل غير منقطع منذ انطلاقتها. المحتوى الذي تقدمه العينات الأربعة في أغانيهم يمثل اتجاهاً جديداً في تناول موضوعات جديدة في سياق المجتمع الأردني المعاصر تتسم بالجرأة وتختلف عن المحتوى السائد في الأغنية الأردنية.

حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على تناول الإنتاج الموسيقي المستخدم لدى الفرق الموسيقية الأردنية التي ظهرت في المشهد الموسيقي الأردني منذ بداية القرن الواحد والعشرين وحتى الوقت الحاضر.

مصطلحات البحث:

الاستراتيجية (Strategy): لغوياً هو مصطلح يشير إلى الأنشطة والخطط المستخدمة لتحقيق أهداف قريبة وبعيدة المدى بطريقة فعالة وبما يتناسب مع البيئة المحيطة (الشديفات، 2020).

المجموعات الموسيقية: لا يوجد فرق بالمعنى بين كلمة مجموعة موسيقية (group) أو فرقة (band)، لكن في العديد من الدراسات التي تناولت ظهور هذه المجموعات الجديدة واستخدامها للتكنولوجيا في الإنتاج الموسيقي، كان استخدام مصطلح المجموعة (group) سائداً أكثر في الأبحاث باللغة الإنجليزية، للإشارة إلى أن المجموعات الجديدة تستخدم خليطاً من أنماط موسيقية عربية وغربية، وإنتاجهم يتم بشكل مستقل خارج صناعة الموسيقى السائدة، إضافة إلى أن جمهورهم محدد بفئة معينة من المجتمع. في هذا البحث يتم استخدام المصطلحين باللغة العربية للدلالة على نفس المعنى.

الموسيقى البديلة (Alternative): هو مصطلح مشتق على الأغلب من فرق الروك البديلة المعروفة باسم (alternative)، والتي ظهرت في ثمانينيات القرن الماضي إشارة إلى المجموعات الموسيقية الجديدة من عائلة موسيقى الروك التي انشقت خارج التيار الرئيسي في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة. وقد تمرت هذه المجموعات على متطلباتٍ منتجي وموزعي الموسيقى، حيث نجحت بعض هذه المجموعات في التصدر تجارياً في المشهد الموسيقي (البستاني، 2015).

الموسيقى المستقلة (Independent): الموسيقى المستقلة هي "نوع من موسيقى الروك التي ظهرت في أعقاب ظهور نوع موسيقى (punk). على الرغم من أن مصطلح (indie) يشير ببساطة إلى إصدار الموسيقى على ملصق تسجيل مستقل عن شركات الإنتاج الكبرى، فإن الموسيقى المستقلة غالباً ما تتميز بأنها لا تتشابه مع التيار السائد (Kennedy & Kennedy, 2012).

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: في أطروحة دكتوراه، تناول (Brown, 2010) جانب الإنتاج الموسيقي بين أربع حالات لموسيقيين معاصرين، استخدموا استراتيجية النشر الذاتي لموسيقاهم بشكل مستقل عن شركات الإنتاج. الحالات الأربعة التي تناولها الباحث في هذه الأطروحة هي متنوعة من حيث جنسيات الحالات الدراسية والأنماط الموسيقية التي تستخدمها. قدمت هذه الأطروحة نموذجاً ناجحاً لاستراتيجية النشر الذاتي في الإنتاج الموسيقي بين المجموعات الموسيقية الجديدة والتي اعتمدت بشكل أساسي على شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كأدوات جديدة للإنتاج والنشر الموسيقي. البحث الحالي يقدم مشاهدات فعلية لحالات مشابهة من المجموعات الموسيقية المستقلة في الأردن. التركيز في البحث الحالي هو على الاستراتيجيات المتبعة في الإنتاج الموسيقي ضمن سياق اجتماعي معاصر وضمن تأثيرات العولمة التي شكلت مخرجات جديدة في الثقافة الموسيقية الأردنية.

الدراسة الثانية: في مقالته، (اقتصاد الإنتاج الموسيقي: من الاحتكار إلى التمويل الجماعي). قدم الكاتب (ندا، 2017) نظرة فاحصة على مراحل تطور الإنتاج الموسيقي في الجمهورية العربية المصرية، ابتداءً من

العام 1903 وحتى الوقت الحاضر. تأتي أهمية هذه المقالة في توثيق مراحل تطور الإنتاج الموسيقي، في واحدة من أكثر بلدان المنطقة العربية تأثراً وريادة في مجال الإنتاج الفني ولا سيما الموسيقي. يتدرج الكاتب في مراحل تطور الإنتاج الموسيقي بمناقشة كيف أن شبكة الإنترنت غيرت من مفهوم الشكل التقليدي لشركات الإنتاج الفني، من دور مهيمن ومسيطر على المشهد الموسيقي إلى غير مسيطر؛ خاصة أن استخدام استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي والتمويل الجماعي أصبح لديها دور فعال في الإنتاج الموسيقي بين أوساط المجموعات الموسيقية الجديدة. يقدم البحث الحالي نظرة أكثر تركيزاً على عدة حالات دراسية أردنية تستخدم نفس استراتيجيات الإنتاج الموسيقي المتاحة في سياق حياتهم اليومية، والتي سجل بعض منها نجاحاً واضحاً في الاستقلالية الإنتاجية، سواء من حيث التمويل أو من حيث المضامين المستخدمة في كلمات الأغاني.

الإطار النظري:

نبذة عن تطور المشهد الموسيقي في الأردن:

تمثل الفترة التي استلم فيها جلاله المغفور له الملك حسين بن عبد الله زمام الحكم في الأردن والفترة التي تلتها من حكم جلاله الملك عبد الله الثاني هي الفترات التي ظهرت فيها إنجازات واضحة ومؤثرة في المشهد الثقافي الأردني (حمام، 2010: ص25)، والتي نلمس أثارها حالياً في وقتنا الحاضر. تتمثل أهم الإنجازات في فترة الملك حسين (1952-1999) في إنشاء العديد من المؤسسات الثقافية والتعليمية التي ساهمت في وضع اللبنة الأساسية في ملامح المشهد الثقافي الأردني؛ مثل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، وقسم الفنون الجميلة في جامعة اليرموك، ودعم إنشاء العديد من الفرق الموسيقية المحلية والمسارح والمهرجانات الثقافية، إضافة إلى عدد من المجالات الثقافية والعلمية أهمها كان مجلة أفكار (حمام، 2010). جاءت فترة حكم الملك عبد الله الثاني منذ 1999 وحتى الوقت الحاضر كفترة مكتملة للإنجازات السالف ذكرها من خلال الإنجازات التالية:

1. إقامة مهرجان الأغنية الأردنية بمكرمة ملكية من قبل جلاله الملك في عام 2001 (واصف، 2010).
2. دخول الأردن اتفاقية التجارة العالمية واتفاقية التجارة الحرة مع الولايات المتحدة.
3. جعل الأردن مركزاً إقليمياً لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة العربية (Ryan, 2002)؛ ومن الجدير بالذكر هنا أن 75% من قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العربية يمر من خلال الأراضي الأردنية (Al-Masri, 2015).

في عام 2001، دخل الأردن موسوعة غينيس للأرقام القياسية نظراً لوجود 105 مقهى إترنت في شارع طوله كيلومتر واحد في مدينة إربد (Roya News, 2018) هذا الزخم في توفر خدمات شبكة الإنترنت تزامناً مع بداية انتشار الهواتف الذكية، ولاحقاً ظهور عدد من منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك (Facebook) وعدد من المشغلات المنتشرة على شبكة الإنترنت مثل يوتيوب (YouTube) وساوند كلاود (Sound Cloud) (المصري، 2016). التغيير السريع في توفير مصادر جديدة ومتوفرة بمتناول جميع فئات المجتمع؛ ساهم في ظهور عدد كبير من المجموعات الموسيقية الجديدة، التي تستخدم أنماطاً موسيقية غربية. بحسب منصة (Mideast Tunes) المعنية بتقديم جميع الفرق الموسيقية الجديدة في منطقة الشرق الأوسط، لاحظ الباحث ظهور ما يقارب من 106 فرقة موسيقية جديدة في الأردن منذ بداية القرن الواحد والعشرين (Mideast-tunes, W.D.). تتنوع الأنماط الموسيقية التي تستخدمها الفرق الأردنية بين موسيقى الروك (rock)، والجاز (jazz)، والميتال (metal)، والراب (rap)، والموسيقى الإلكترونية، إضافة إلى بعض الفرق المهتمة بالألحان التقليدية العربية، وتقديمها في سياقات موسيقية غربية (Alkhatib, 2019).

في مقال بعنوان (الموسيقى البديلة في المنطقة العربية: «هي أشياء لا تشتري»)، صرحت ريم المصري (2016) أن "انتشار الإنترنت السريع والمنصات الرقمية وتقنيات مشاركة الملفات مثل التورينت، إلى تحرير

مشهد الموسيقى العربية من سلطة شركات الإنتاج الكبيرة، وحظي المشهد بفرصة انتشار أغان مختلفة عن السائد" (المصري، 2016). تتابع المصري أن الدور الذي كانت تمارسه وسائل الإعلام التقليدية والمتمثلة بالتلفاز والراديو أصبح ثانويا أمام المشهد الثقافي العربي، وبالمقابل أصبحت لدى الموسيقيين القدرة على الوصول لجماهيرهم من خلال خدمات الإنترنت والمنصات الرقمية. بهذا المعنى، ظهور المصادر الرقمية الجديدة خلق مساحة كافية للمجموعات الموسيقية الأردنية في:

1. استخدام أنماط موسيقية جديدة (غالبا ما تكون غربية وليس لها جذور في الموسيقى السائدة).
2. استخدام محتوى يتعرض لمواضيع سياسية واجتماعية أكثر جراءة.
3. استحداث وسائل للإنتاج الموسيقي بشكل مستقل عن هيمنة شركات الإنتاج الفني.

منصة فيسبوك ودورها في دعم الإنتاج الموسيقي: تعد منصة فيسبوك من أشهر منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المجموعات الموسيقية الجديدة كأداة للترويج للموسيقى. تتيح هذه المنصة الفرصة للمشاركين بالتواصل مع المجموعات الموسيقية بشكل مباشر ومشاركة المقاطع الموسيقية لأكثر عدد من ممكن من المشتركين. تلعب منصة فيسبوك دورا أساسيا في عملية الإنتاج الموسيقي لدى المجموعات الجديدة كونها الأكثر استخداما بين فئات المجتمع الأردني، وبسبب مرونتها في مشاركة صفحات من منصات التواصل الاجتماعي الأخرى.

منصة يوتيوب ودورها في دعم الإنتاج الموسيقي: تعد منصة يوتيوب مخزنا وأرشيفا كبيرا لمقاطع الفيديو المصورة والمقاطع الموسيقية منذ ظهور هذه المنصة في عام 2005. المجموعات الموسيقية الجديدة تعتمد على هذه المنصة كمرجع لمشاركة المقاطع الترويجية والموسيقى فيها على منصة فيسبوك، ضمن استراتيجية الإنتاج التي توفر لهم الوصول إلى شريحة كبيرة من المتابعين الذين يعتبرونها المصدر الرئيس في عملية الإنتاج لدى المجموعات الجديدة.

منصة ساوند كلاود ودورها في دعم الإنتاج الموسيقي: منصة ساوند كلاود هي منصة متخصصة فقط في أرشفة المقاطع الموسيقية والألبومات التي تنتجها المجموعات الموسيقية الجديدة بجودة عالية، وهذا يسهل عملية الوصول للملفات الموسيقية وتنزيلها ومشاركتها على المنصات الاجتماعية الأخرى كمرجع أساسي محترف للإنتاج الموسيقي الجديد. وهو يعتبر بديلا جيدا لهيمنة شركات الإنتاج والتوزيع، الأمر الذي غير من النمط السائد في الإنتاج الموسيقي.

الإنتاج الموسيقي البديل: من أبرز المصطلحات التي يتم تسليط الضوء عليه هو كلمة (بديل) واختيار المجموعات الجديدة إطلاق هذا الوصف على موسيقاها للتعبير عن المحتوى الجديد بوصفه بديلا للنمط للسائد، وهو في المضمون لا يستدعي إلغاء أو تغيير الأنماط الموسيقية السائدة بقدر تقديم محتوى موسيقي جديد يمثل تيارا مختلفا عن المؤلف (البستاني، 2015). أيضا كلمة بديل هي مرتبطة بشكل أساسي بفكرة الخروج من هيمنة شركات الإنتاج التي بدورها تفرض مضمونا في الكلمات والنمط الموسيقي، والذي يخدم مصلحة الإنتاج لمزيد من الأرباح المادية. في حين أن المجموعات الموسيقية الجديدة وجدت طرقا بديلة للإنتاج، بحيث تقدم المحتوى الذي يرغبه متابعوهم وبدعم منهم، تتجلى هذه الفكرة في استخدام التمويل الجماعي (Alkhatib, 2019) الذي استخدمته مجموعتان في هذا البحث، والذي يمثل ثورة في طريقة الإنتاج الموسيقي لدى المجموعات الموسيقية الجديدة في الأردن.

الإطار العملي:

أربعة مجموعات موسيقية أردنية جديدة:

عزيز مرقة وفرقته راز (Razz):

في عام 2006، قدمَ عزيز مرقة في نهايةِ دراسته التَّأليفَ الموسيقي في جامعة (Arkansas) مشروعَ تَخْرُجِ يَضمُنُ مزجَ ثلاثةِ أنواعِ موسيقيةٍ سَويًا بِشكلٍ أساسي: موسيقى عَربيَّة، والروك، والجَاز (Jazz). في عام 2011، وبعدَ عَودته إلى الأردن، تابعَ عزيزَ مَروعَه الموسيقي من خلالِ إطلاقِ مَهرجانِ موسيقي بِعنوان: فرق موسيقية عبر الحدود (Borders Bands Across) والتي تُعرَفُ بِمَهرجانِ باب (BAB) (مرقَّة، 2016 مقابلة شخصية) اعتمدَ عزيز على مَهرجانِ (BAB) كَمصدرٍ دخلٍ أساسي في الإنتاجِ الموسيقي، حيثُ في كلِّ عامٍ وخلالِ فترةِ الصَيفِ يَستضيفُ عزيزَ العَديدَ من المَجموعاتِ الموسيقيةِ الجَديدةِ في الأردنِ والعالمِ العَربي. صرَّحَ عزيزُ خلالَ مَقالتهِ شَخصيةً معَ البَاحِثِ أنَّ المَهرجانَ يَدرُ عليه ما يَقرِبُ 40 ألفَ دينارٍ أردني سنويًا. من ناحيةٍ أُخرى، من خلالِ السَؤالِ حَولَ مَصادرِ الدَعمِ التَقليديةِ التي تُوفِّرها وزارةُ الثقافةِ الأردنيَّة، أكَّدَ عزيزُ أنَّه ومن خلالَ تَجربتهِ السَّابقةِ في التَّعاونِ معَ الوَزارَةِ وَجَدَ أنَّ المَردودَ المادي من خلالِ القِطاعِ العامِ غيرِ مُجدِّ، لذلكَ هو يَفضِّلُ أن يَكونَ مُستقلًا في نَشاطه الموسيقي. في عام 2008، كانت لِعَزيزِ تَجربةٌ في التَّعاقدِ معَ شركةٍ لإيقاعِ للإنتاجِ الفني، ولكن هذه التَجربةُ أيضًا لم تُقدِّمَ لِعَزيزِ الكثيرَ في مجالِ الإِنْتاجِ، لذلكَ هو يَفضِّلُ الاستِقلاليةِ والاعْتِمالِ على نَفسه بِشكلٍ كاملٍ في عَمليةِ الإِنْتاجِ والتَّسويقِ لموسيقاهِ (مرقَّة، 2016 مقابلة شخصية)، انظر نص المَقالتهِ (Alkhatib, 2019, pp. 324 – 304).

من خلالِ مَراقبةِ البَاحِثِ لَمَنصَآتِ التَّواصلِ الاجتماعي الخاصَّةِ بِعزيز مرقَّة، لوحِظَ أمرٌ لَافِتٌ لِلانتباهِ؛ أنَ عزيزُ يَعتَمدُ على اثنتَينِ من منصَآتِ التَّواصلِ الاجتماعي بِشكلٍ أساسي في عَمليةِ الإِنْتاجِ الموسيقي، وتأتي على النَحوِ التَّالِي:

1. منصَّةُ فِيسبوك (Facebook)، (انظر المَلاحق 1) يَستخدَمُ عزيزُ هذه المنصَّةَ للتَّرويجِ لِحَفَلاتِهِ ولأغانِيهِ التي يَقومُ بِتَسجيلها بينَ الحَينِ والأَخر. تَتميِزُ هذه المنصَّةُ بِالمَرونةِ من حيثِ تَضمُّنِها إمكانيَّةَ تفاعلِ المتابعين فيها معَ الأحداثِ المُستجِدةِ على الصَّفحةِ، ويَجدُرُ الذِكرُ أنَ عزيزُ يَستخدَمُ صَفحةَ فقط لِأغراضِ التَّرويجِ والتَّسويقِ لِنشاطاتِهِ الموسيقيةِ، وليسَ هَناكَ تَطَرُّقٌ لِأيةِ مَوضوعاتٍ أُخرى تَعرِّكُ جَوَانِبَ اجتماعيَّةٍ أو سياسيَّةٍ في المَجمَعِ الأردني (Maraqa, W.D.).
2. منصَّةُ يوتيوب (YouTube): يَستخدَمُ عزيزُ هذه المنصَّةَ كَمشغَلٍ فيديو يَعرِّضُ فيه المَقاطعِ الخاصَّةِ بِأغانِيهِ وَحَفَلاتِهِ الموسيقيةِ بِشكلٍ مُحترَف. وَهنا، تَنلَخُصُ استراتيجيَّةُ عزيزُ بِتحميلِ الفيديوهاتِ الخاصَّةِ بِهِ بِأنشطتهِ الموسيقيةِ على منصَّةِ (YouTube) كَمخزَنٍ رقميٍّ مُتوفِّرٍ على شبكَةِ الإنترنت، ومن ثَمَّ يَشيرُ لِهذهِ الفيديوهاتِ في صَفحةِ على (Facebook) بِغرضِ التَّرويجِ لِلحفلاتِ والعروضِ (Alkhatib, 2019: p. 119).

بالنظر إلى محتوَى الأغانِيِ لَدَى مرقَّة، فهو يَركِزُ على مَوضوعاتِ العَلاقاتِ الإنسانيَّةِ بينَ الرَجلِ والرَّأةِ والدينِ وفي الغالبِ يَقدِّمُ محتوَى جَريئًا لم يَطرُقَ لَه أحدٌ من قَبلِ مِثْلِ أغنيةِ "شيخُ البَلد" التي ناقشَ فيها مَسألةَ التلبسِ الشَيطاني في المَجمَعِ الأردني، وأغنيةِ "ما بِقولِ أسف" والتي أَظهرتُ جانبا مُختلفًا في طَريقةِ تَعامَلِ الرَجلِ معَ الرَّأةِ بِعدمِ الخُضوعِ لِإرضائها بِعكسِ الصَورةِ السائدةِ في الأغنيةِ العَربيَّةِ (Alkhatib, 2019: pp. 243-244). وبالتَّالِي يَقدِّمُ مرقَّةَ وَفرقتهِ محتوَى جَديدًا بِتَسلِيطِ الضوءِ على مَوضوعاتٍ مُختلفةٍ عَن المَعتادِ عليه بِالتَّزامِ معَ استِخدامه خَليطًا من موسيقى الروك والجَاز والموسيقى العَربيَّة.

فرقة المربع (El Morabba3):

في عام 2009، تم تأسيس فرقة المربع من قبل أربعة أفراد تربطهم صلات قرابة عائلية. محمد عبد الله وقريبه طارق أبو كويك، والأخوين عدي وضرار شواقفة. لكن لم تلبث المجموعة في تحقيق نجاحات واضحة في المشهد الموسيقي الأردني من خلال تسجيل الألبوم الأول للمجموعة في عام 2012، حتى أن أبو كويك اختار الانسحاب من المجموعة بغرض الاشتراك ببعض المشاريع الموسيقية خارج الأردن. يأتي اسم فرقة المربع كرمز للتناظر بين أعضاء الفرقة الأربعة التي تربطهم صلة قرابة عائلية، ومع مرور الوقت أصبحت المجموعة تفسر الاسم من أبعاد رمزية أخرى، مثل أن المربع هو نافذة تطل على عوالم موسيقية جديدة (عبدالله، 2016 مقابلة شخصية)، انظر نص المقابلة (Alkhatib, 2019: pp. 324-304)، في هذا المعنى، ارتبط اسم المربع بالتسويق والإنتاج بشكل ناجح، من حيث اعتماد شعار المربع كعلامة تجارية متفردة بين أوساط المجموعات الموسيقية الجديدة في المشهد (انظر إلى ملحق 2). في عام 2016، ومن خلال مراقبة الباحث لنشاط الفرقة، أطلقت فرقة المربع في عام 2015 فيديو لحملة التمويل الجماعي لألبوم الفرقة الثاني "طرف الخيط" (المربع [El Morabba] 2015). بحسب الموقع الإلكتروني الذي تمت من خلاله حملة التمويل الجماعي، فقد حصلت فرقة المربع على ما يقارب الـ 46 ألف دولار أمريكي بما نسبته (115%)، أي أكثر من المبلغ المطلوب لإنتاج الألبوم (زومال [Zoomaal] 2015/8/29). وبذلك، قدمت فرقة المربع نموذجاً لاستراتيجية جديدة وناجحة في الإنتاج الموسيقي الأردني المستقل، خصوصاً أن حملات التمويل الجماعي عادة ماتستخدم في الأردن والعالم العربي لجمع التبرعات الخيرية وليس لدعم الإنتاج الفني. من جهة أخرى، من خلال مشاهدات الباحث لمنصات التواصل الاجتماعي وصفحات المشغلات الإلكترونية الخاصة بفرقة المربع، يظهر دور هذه المنصات في استراتيجية الإنتاج التي تتبناها الفرقة والتي تتركز في ثلاث منصات رئيسية:

1. منصة فيسبوك (Facebook)، (انظر الملحق 2)
 - تستخدمها فرقة المربع للترويج للحفلات والألبومات، وللترويج لحملة التمويل الجماعي. إضافة إلى عرض بعض القضايا الفنية المستجدة في المجتمع الأردني (مثل منع فرقة مشروع ليلي من إقامة حفل في عمان)، إلى جانب مشاركة الجمهور بعض القضايا الشخصية للفرقة (مثل عدم منح فرقة المربع تأشيرة لحضور حفل تسلم جائزة في الإمارات العربية المتحدة) (El Morabba', W.D).
 2. منصة يوتيوب (YouTube): تستخدم الفرقة هذه المنصة كمشغل صوتي ومرئي محترف، وعادة ماتشير إلى هذه المنصة في صفحة الفرقة على الـ (Facebook) لأغراض الترويج والتسويق لنشاطات الفرقة (El Morabba', W.D).
 3. منصة ساوند كلاود (Sound Cloud): هذه المنصة تعنى بتوفير نافذة مَحترفة للملفات الصوتية MP3، والتي تستخدمها فرقة المربع أيضاً كمخزن إلكتروني للأغاني، وأيضاً تشير إليها في صفحاتها على الـ (Facebook) لأغراض الترويج (El Morabba', W.D).
- تركز فرقة المربع بتقديم محتوى سياسي يأتي من التجربة الإنسانية لأفراد الفرقة والتي تعكس بشكل أساسي معاناة الشعب الفلسطيني ضد الاحتلال (أغنية: 100 الف مليون ميل) وبعض القضايا الإنسانية التي ظهرت بعد حرب الخليج ومعاناة العراقيين من الأسلحة المحرمة مثل (أغنية: يازين)، إضافة إلى تسليط الضوء على معاناة أهل غزة في التنقل بين البلدان العربية، وهي تجربة حقيقية لأحد أفراد الفرقة والذي لم يتم منحه تأشيره للسفر إلى مصر لمشاركة الفرقة في حفل بسبب أصوله (أغنية: بديش أعرف أنا من وين) (Alkhatib, 2019: pp. 256 -258).

يعقوب أبوغوش وفرقته زمن الزعتر:

في عام 2004، تأسست فرقة زمن الزعتر من قبل يعقوب أبوغوش وأحمد بركات وطارق أبو كويك؛ لكن كان أبوغوش وبركات هما العضوين الرئيسيين، لذلك خلال الوقت تعاقب العديد من الأعضاء الجدد على الفرقة. اسم المجموعة "زمن الزعتر" يحمل جانبا رمزيا أطلقه أبوغوش من خلال تجربة شخصية شهدها أبوغوش في عام 2004، عندما كان يشاهد على التلفاز مباراة كرة القدم لفريقي الأردن والكويت، وعند إعلان نتيجة فوز الأردن في المباراة، شرع العديد من الجمهور الكويتي نعت الأردنيين بشعب الزعتر من خلال رسائل قصيرة كانوا يرسلونها مباشرة على القناة. من هنا، أبوغوش شعر أن الزعتر هو مادة غذائية تحمل مدلولات أصيلة ومتجذرة في مجتمع الأردن وبلاد الشام، ولذلك وكره فعل منه، أطلق على فرقته زمن الزعتر كرمز للحالة الثقافية التي يود أن يسمو بها من خلال فرقته بهدف إرسال رسائل تشير أن زمن شعب الزعتر هو الذي سوف يتصدر المشهد الثقافي (أبوغوش، 2016 مقابلة شخصية). في رصيد أبوغوش وفرقته خمسة ألبومات حتى الآن، فيما يلي تفصيل لاستراتيجيات الإنتاج المستخدمة في إنتاج الألبومات الخمسة:

1. ألبوم "زي كل الناس" (2004): مول أبوغوش ومجموعته تكاليف إنتاج هذا الألبوم من مالهم الخاص.
2. ألبوم "زاد" (2007): استخدم أبوغوش في إنتاج هذا الألبوم استراتيجية البحث عن تمويل من القطاع الخاص، من خلال اقناع بعض الشركات الخاصة بالمساهمة في تكاليف الإنتاج.
3. ألبوم "كزرقة انهار عمان" (2011): تعاقد أبوغوش مع شركة إنتاج عربية "ايقاع" للإنتاج والتكفل في توزيع الألبوم.
4. ألبوم "الخبز" (2012): استخدم أبوغوش لإنتاج هذا الألبوم استراتيجية مثيرة للاهتمام، وهي تحميل الألبوم كاملا على شبكة الإنترنت ليكون متاحا للتنزيل المجاني، وبالتالي هذا سيوفر له انتشارا وعروض حفلات أكثر.
5. ألبوم "أيقظيني" (2015): استراتيجية التمويل الجماعي والتي لاقت نجاحا في تغطية جزء كبير من إنتاج الألبوم بما يقدر بـ 25 ألف دولار أمريكي (موقع زومال)، إضافة إلى دعم حكومي بما نسبته 10% من خلال صندوق الملك عبد الله الثاني. من أجل الحصول على الدعم الحكومي، كان يتوجب على أبوغوش إنشاء شركة إنتاج خاصة (Tune Labs) بغرض إعطاء التمويل صفة قانونية (زومال [Zoomaal] 2015/8/29).

من جهة منصات التواصل الاجتماعي، لا تختلف حالة أبوغوش وفرقته عن الحالات الأولى والثانية في البحث الحالي، يستخدم أبوغوش منصات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي:

1. منصة فيسبوك (Facebook): انظر الملحق (3) يستخدمها أبوغوش بغرض الترويج لنشاطاته الموسيقية، أيضا بغرض الإنتاج من خلال التمويل الجماعي الذي استخدمه في آخر ألبوم له. من جهة أخرى، يتفاعل أبوغوش مع العديد من القضايا المحلية والعربية التي تظهر في المجتمع الأردني من خلال إبداء رأيه على صفحته ومشاركته مع الجمهور (Yacoub Abu Ghosh, W.D.).
 2. منصة يوتيوب (YouTube): كما هو الحال في الحالات الأخرى، يستخدم أبوغوش هذه المنصة كمسغل صوت وفيديو محترف يحمل جميع الفيديوهات الخاصة به وبمجموعته عليها، ويشير إليها في صفحته على ال (Facebook) (Yacoub Abu Ghosh, W.D.).
- يقدم أبوغوش وفرقته محتوى يتناول قصائد باللغة العربية الفصحى لشعراء مشهورين مثل أحمد شوقي، والتركيز على معاني الحب العذري المجرد من أي معنى خادش للحياء أو للقيم المتعارف عليها في المجتمع الأردني (أغنية: أيقظيني، ومشتاق، ونداء) (Alkhatib, 2019: pp. 274-275).

فرقة أيلول:

فرقة أيلول تمثل أحدث حالة من الفرق الموسيقية التي تم اختيارها للبحث الحالي، حيث تم إنشاؤها في عام 2013. يعكس اسم المجموعة "أيلول" جوانب شخصية ترتبط بسياق الحياة اليومية لدى أفراد الفرقة، والذي يرمز للتفاؤل والبداية الجديدة (يرمز أيلول؛ شهر 9 إلى بداية العام الدراسي والذي يرمز للتفاؤل). تتكون فرقة أيلول من ستة أعضاء: يسر الزعبي (كمان)، منيف الزغول (جيتار وغناء)، رعد الطبري (جيتار الكتروني وغناء)، معن مهيدات (اورغ)، عبد الفتاح طيراوي (جيتار باص)، وحيان الحقبة (إيقاعات درمز) (الزعبي، وآخرون 2016 مقابلة شخصية). استخدمت فرقة أيلول منذ اليوم الأول من إنشائها وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للإنتاج والترويج لنشاطات الفرقة، وذلك يرجع لأنها حديثة الإنشاء نسبيًا بالمقارنة مع الفرق الموسيقية المشاركة بالبحث الحالي. لم يتم إيجاد أية معلومات حول تعاقب فرقة أيلول مع أية شركة إنتاج فني منذ إنشائها، ولكن لوحظ أن الفرقة تستخدم استراتيجية تختلف قليلاً عن الحالات المشاركة الأخرى ضمن النقاط التالية:

1. الاستعانة بمدير أعمال (Manager): على غير الاستراتيجيات المستخدمة لدى الفرق الموسيقية الأخرى، استخدمت فرقة أيلول مدير أعمال لإدارة شؤون الفرقة منذ العام الأول لإنشاء الفرقة، الأمر الذي ساهم في حصول أيلول على عروض لحفلات كثيرة بوقت قياسي (المرجع نفسه).
2. منصة (Facebook) ¹: انظر الملحق (4) أيلول تستخدم هذه المنصة بغرض الترويج لنشاطات الفرقة، علماً بأنه لم يصدر للفرقة أي ألبوم حتى الآن، لذلك تم استخدام هذه المنصة فقط للترويج، وليست للإنتاج (Ayloul, W.D., أيلول-أيلول).
3. منصة (YouTube): وكما هو الحال مع الحالات المشاركة الأخرى، تستخدم أيلول هذه المنصة لتحميل الفيديوهات الخاصة بالفرقة وللإشارة إليها على منصة ال (Facebook) (ayloulband, 2014). بالنظر إلى المحتوى الذي تقدمه فرقة أيلول في الأغاني، فهي تركز بشكل رئيسي على القضايا الاجتماعية في سياق الحياة اليومية في المجتمع الأردني بغرض تسليط الضوء عليها مثل (أغنية: بحر ميت) والتي ناقشت واحدة من قضايا الشرف في المجتمع الأردني، أيضاً أغنية (شغل شريف) ركزت على معاناة الشباب في إيجاد وظيفة بعد إنهاء متطلبات الجامعة في الأردن. هناك أيضاً جانب سياسي في محتوى الأغاني لفرقة أيلول أغنية (نازل عالغور) (Alkhatib, 2019: pp. 274-275). تقدم أيلول هذا المحتوى في الأغاني في سياق مزج الموسيقى العربية مع موسيقى الروك بشكل سلس وبسيط وجذاب للمستمع.

التعليق:

بالنظر إلى الحالات الدراسية الأربعة المشاركة في البحث، هناك عدة أساليب متبعة لدى الحالات الأربعة في استراتيجيات الإنتاج والترويج:

أولاً: استخدام منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك ومُشغل الفيديو يوتيوب كأدوات أساسية للترويج للنشاطات الموسيقية، كما هو الحال مع كل الحالات الأربعة.

ثانياً: استخدام منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك ومُشغل الفيديو للإنتاج، كما هو الحال مع فرقة المربع ويعقوب أبو غوش وفرقة زمن الزعتر من خلال استخدام التمويل الجماعي لدعم إنتاج ألبوماتهم الموسيقية.

ثالثاً: استخدام المُشغل ساوند كلاود كأداة للترويج ولتخزين الملفات الصوتية بشكل احترافي لفرقة المربع، نظراً إلى أن نوعية الموسيقى التي تستخدمها الفرقة (الموسيقى الإلكترونية) تحتاج إلى دقة عالية، والتي هي تتوفر في هذا المُشغل الصوتي.

رابعاً: استخدام مدير أعمال إدارة شؤون الفرقة وللترويج لحفلات ونشاطات الفرقة بشكل احترافي، كما هو الحال مع فرقة أيلول التي استخدمت هذه الاستراتيجية منذ السنة الأولى لإنشاء الفرقة.
خامساً: يمثل محتوى الأغاني لدى الحالات في هذه الدراسة دافعا مهما لإيجاد وسائل واستراتيجيات في الإنتاج الموسيقي، تختلف عن تلك المستخدمة لدى شركات الإنتاج المسيطرة، حيث إنها في الغالب لن تستطيع إقناع المنتجين بالمحتوى والأنماط الموسيقية التي تستخدمها في الأغاني. أيضا تمثل وسائل الإنتاج الجديدة مصدر ربح للمجموعات الموسيقية، بحيث لا تقتسم الأرباح مع طرف ثان وبذلك تتجنب استغلال شركات الإنتاج.

من خلال النظر إلى الإطار النظري الذي تم مراجعته في بداية البحث، نجد أن النمو السريع للمجموعات الموسيقية الجديدة في المشهد الثقافي الأردني، أتى بالتزامن مع الزخم في الخدمات الإلكترونية وشبكة الإنترنت في بدايات القرن الواحد والعشرين، يتضح ذلك من خلال ظهور 106 فرقة موسيقية جديدة بحسب منصة (Mideast-tunes) الموسيقي. توفر خدمات الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، وفرت مصادر جديدة لخلق استراتيجية إنتاج ألبوماتهم الموسيقية بشكل مستقل عن هيمنة شركات الإنتاج الفني التي كانت مسيطرة على المشهد الموسيقي الأردني وفي المنطقة العربية لفترة طويلة من الزمن.

نتائج البحث:

- في ضوء أهداف البحث توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج على النحو الآتي:
1. استراتيجيات الإنتاج التي تتبعها الفرق الموسيقية الجديدة التي ظهرت منذ بداية القرن 21 في الأردن، تعتمد بشكل أساسي على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ومشغلات الفيديو والصوت يوتيوب وساوند كلاود في عملية الإنتاج والترويج الموسيقي.
 2. إنشاء مهرجان موسيقي خاص بالفرق الموسيقية المستقلة، يمثل استراتيجية مهمة لفرقة عزيز مرقعة في الإنتاج الموسيقي، وهذه الاستراتيجية تدعم الحركة الموسيقية للمجموعات الجديدة في الأردن.
 3. البحث عن تمويل من الداعمين في القطاع الخاص؛ لتمويل إنتاج الألبومات كما هو الحال مع يعقوب أبو غوش وفرقته زمن الزعتر.
 4. تحميل الألبوم مجانا على شبكة الإنترنت بغرض الانتشار أكثر، والحصول على عروض لحفلات موسيقية.
 5. تستخدم الفرق الموسيقية الجديدة التمويل الجماعي لدعم إنتاج الألبومات، ولم يعد يقتصر التمويل الجماعي على الأعمال الخيرية فقط، بل على دعم الثقافة.
 6. تتخذ الفرق الموسيقية الجديدة صفة الاستقلالية في الإنتاج والترويج لموسيقاهم بعيدا عن سيطرة شركات الإنتاج الفني، وهذا يوفر مساحة للفرق لتقديم محتوى مختلف في كلمات الأغاني والذي يعكس قضايا من سياق حياة المجتمع الأردني، الأمر الذي غير مشهد الحركة الموسيقية إلى اتجاه جديد في الأردن.

تتوافق نتائج البحث مع الدراسات التي تمت مراجعتها سابقا، من حيث اعتبار الأدوات الجديدة التي وفرتها شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، قد أصبحت استراتيجية ناجحة للإنتاج الموسيقي بين أوساط الفرق الموسيقية الجديدة، يظهر ذلك جليا بتوافق البحث الحالي مع دراسة (Brown, 2010). أيضا تتوافق نتائج البحث الحالي مع (ندا، 2017) من حيث أن التطورات التي طرأت في مجال تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية الحديثة، قد حررت المشهد الموسيقي العربي من هيمنة شركات الإنتاج الفني، التي كانت سائدة خلال القرن العشرين في المنطقة العربية، إلى الانفتاح والاستقلالية في المخرجات الموسيقية في القرن الواحد والعشرين.

التوصيات

1. دراسة وضع الإنتاج الموسيقي في الأردن بين أوساط شركات الإنتاج الفني، في ظل ظهور منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية التي تهدد حقوق الملكية الفكرية.
2. دراسة طرق الإنتاج لدى شريحة أكبر من الفرق الموسيقية الجديدة في المشهد الثقافي، واستكشاف استراتيجيات الإنتاج لديهم.
3. البحث في استراتيجية التمويل الجماعي، وكيفية تفاعل الجمهور معها في الأردن والمنطقة العربية، خاصة أن العديد من الفرق الموسيقية قد حققت نجاحاً باهراً في جمع مبالغ مالية لدعم الإنتاج فاقت السقف المتوقع.
4. التركيز أكثر على البحوث والدراسات في مجال الموسيقى والاعلام، خاصة أن البحوث الأردنية تفتقر نسبياً لهذا النوع من البحوث.

الملاحق:

(1): شعار عزيز مرقعة



(2): شعار فرقة المربع



(3): شعار يعقوب ابو غوش وفرقته زمن الزعتر



(4): شعار فرقة أيلول



Sources and references

المصادر والمراجع

1. Abdalla, Muhammed (19/4/2016) Personal Interview, Irbid-Jordan.
عبدالله، محمد (2016/4/19) مقابلة شخصية، عمان-الأردن.
2. Abu Ghosh, Yacoub (1/5/2016) Personal Interview, Amman-Jordan.
أبوغوش، يعقوب (2016/5/1) مقابلة شخصية، عمان-الأردن.
3. Al-Bustani, Hisham. (2015). al-Musiqa al-Badilah: an ghiyab al-Ruyah al-Ibdaiyah wa-falsafat al-fann. 7iber Electronic Magazine, Retrieved May 12, 2023, from <https://www.7iber.com/culture/alternative-music/>
البيستاني، هشام. (2015). الموسيقى البديلة: عن غياب الرؤية الإبداعية وفلسفة الفن. مجلة حبر 7iber الإلكترونية. استرجع 12 مايو، 2023، من <https://www.7iber.com/culture/alternative-music/>
4. Alkhatib, Hani. (2019, November 20). *Diversification of Jordanian Music Culture in the Early 21st Century and Important Changes in the New Musical Groups*. Unpublished Ph.D. Dissertation. Retrieved May 12, 2023, from <https://d-nb.info/1204199663/34>
5. Al-Shdayfat, Bakr (2020). *athr al-Idarah al-Istiratijiyah ala taṭwiir Idarat al-Mawarid al-Bashariyah bi-al-taṭbiq ala al-Markaz al-jughrafi al-Malaki al-Urduni* (2006-2016). Amman-Jordan, Dar Al-Yazuri.
الشديفات، بكر (2020). أثر الإدارة الإستراتيجية على تطوير إدارة الموارد البشرية بالتطبيق على المركز الجغرافي الملكي الاردني (2006 - 2016م). عمان- الأردن، دار اليازوري للنشر.
6. Al-Masri, Reem. (2016). *al-Musiqa al-Badilah fī al-Minṭaqah al-Arabiyyah: «hiya Ashya la tushtra?»*. 7iber Electronic Magazine, Retrieved May 12, 2023, from <https://www.7iber.com/culture/the-alternative-music-and-copy-rights/>
المصري، ريم. (2016). الموسيقى البديلة في المنطقة العربية: «هي أشياء لا تشتري؟». مجلة حبر 7iber الإلكترونية. استرجع 12 مايو، 2023، من <https://www.7iber.com/culture/the-alternative-music-and-copy-rights/>
7. Al-Masri, Reem. (2015). How digital content is controlled in Jordan. 7iber online magazine. Retrieved May 12, 2023, from <https://bit.ly/2utun80>
8. Al-Zoubi, Yusr; al-Tabari, Raad; Zaghoul, Munif (2/5/2016). Personal Interview, Irbid-Jordan.
الزوبي، يسر؛ الطبري، رعد؛ زغول، منيف (2016/5/2) مقابلة شخصية، إربد-الأردن.
9. [AyloulBand] (15/1/2014). [YouTube Page]. Retrieved May 12, 2023, from <https://www.youtube.com/user/AyloulBand/featured>
10. [Ayloul-بيلول] (W.D.). [Facebook account]. Retrieved May 12, 2023, from <https://www.facebook.com/AyloulBand>
11. Brown, H. (2010). "IT'S NOT ME, IT'S YOU: A participant observation case study of the self-publishing musicians in the 21st century", (Unpublished Ph.D. thesis), Australia, Queensland University of Technology.
12. [El Morabba' المربع] (29/7/2015). Elmorabba' crowdfunding campaign [YouTube Video]. Retrieved May 12, 2023, from <https://goo.gl/Y9rUze>
13. [El Morabba' المربع] (w.d). [Facebook account]. Retrieved May 12, 2023, from <https://www.facebook.com/El.Morabba3>
14. [El Morabba'] (W.D.). [SoundCloud Page]. Retrieved May 12, 2023, from <https://soundcloud.com/elmorabba3>
15. [El Morabba'] (W.D.). [YouTube Page]. Retrieved May 12, 2023, from <https://www.youtube.com/user/elmorabba3vid>
16. Hamam, Abdel Hameed (2010), *al-Hayah al-Musiqiyah fī al-Urdun*. Jordanian Ministry of Culture, Amman-Jordan.
حمام، عبد الحميد (2010). الحياة الموسيقية في الأردن. وزارة الثقافة، عمان-الأردن.

17. Kennedy, Michael and Kennedy, Joyce (2012), *Tim Rutherford-Johnson* (Ed.). The Oxford Dictionary of Music. Sixth edition. Oxford University Press.
18. Maraqa, Aziz (16/4 /2016) Personal Interview, Amman-Jordan.
مرقا، عزيز (2016/4/16) مقابلة شخصية، عمان-الأردن.
19. Maraqa, Aziz [Aziz Maraka] (W.D.). [Facebook account]. Retrieved May 12, 2023, from <https://www.facebook.com/AzizMaraka>
20. Maraqa, Aziz [Aziz Maraka] (W.D.). [YouTube Page]. Retrieved May 12, 2023, from <https://www.youtube.com/channel/UCtcmz4sLX3Qtx22VN99TAIw>
21. Mideast Tune. Mideast Tunes: Music for Social Change. Retrieved May 12, 2023, from https://mideasttunes.com/?countries_select=jordan
22. Nada, Ahmad. (2017). *iqtsad al-intaj al-Musiqi: min "al-Ihtikar" ila al-tamwil aljmai*. A third bank, an Arab cultural platform, Al-Arabi Aljadeed. Retrieved May 12, 2023, from <https://goo.gl/QPWzyw>
ندا، احمد. (2017). اقتصاد الانتاج الموسيقي: من "الاحتكار" إلى التمويل الجماعي. ضفة ثالثة منبر ثقافي عربي، العربي الجديد. استرجع 12 مايو، 2023، من <https://goo.gl/QPWzyw>
23. Roya News. (2018, March 25). Jordan breaks Guinness World Record for largest candles mosaic. Roya News Website. Retrieved May 12, 2023, from <https://en.royanews.tv/news/13834/2018-03-25>
24. Ryan, Curtis R. (2002). *Jordan in transition: from Hussein to Abdullah*. Colorado-USA. Lynne Rienner Publishers, Inc.
25. Wasif, Muhammad (2010), *al-Ughniyah al-Urduniyah bayna al-hanin ila al-maḍi wa-al-waqi al-hali (dirasah fi Mihrajan al-Ughniyah al-Urduniyah)*. Jordanian Ministry of Culture, Amman-Jordan.
واصف، محمد (2010). الأغنية الأردنية بين الحنين إلى الماضي والواقع الحالي (دراسة في مهرجان الأغنية الأردنية). منشورات وزارة الثقافة الأردنية، مطبعة دروب، عمان-الأردن.
26. [Yacoub Abu Ghosh] (W.D.). [Facebook account]. Retrieved May 12, 2023, from <https://www.facebook.com/yacoub.ghosh>
27. [Yacoub Abu Ghosh] (W.D.). [YouTube Page]. Retrieved May 12, 2023, from <https://goo.gl/hNeh6r>
28. Yin, Robert. K. (2009). *Case Study Research, Design and Methods*, (4th Edition), vol. 5, Applied social research methods series, USA, Sage.
29. Zoomal. (2015). 2ayqithini: A new album by Yacoub Abu Ghosh Featuring Laila Sabbagh. Zoomal Website. Retrieved May 12, 2023, from <https://goo.gl/8v5R9J>
30. Zoomal. (2015). ELMorabba3 to Release Second Album. Keep Independent Arabic Music Alive. زومال Zoomal من نفس الناس#. Retrieved May 12, 2023, from <https://goo.gl/u1um1Z>