



وسائل الاتّصال الحديثة تباعداً اجتماعيًّا وقريةً غير كونيّة

طلال عتريسي *

تغيّرت في العقود القليلة الماضية، بعد التطوُّر الهائل في تقنيّات الاتّصال والإعلام، وتمكّن أفراد المجتمع على اختلاف مستوياتهم من استخدامها بسهولة؛ طرائق التفكير، وألويّات القيم، والنظرة إلى الذات وإلى الآخر، بحيث لم يعد خافيًا مدى تأثير هذه التقنيّات الحديثة والإلكترونيّة على حياة الناس في علاقاتهم كافّة. وما نشهده اليوم من تغيّر على المستويات الأسريّة أو المعرفيّة أو الأخلاقيّة، إنّما يعود في جزء كبير منه إلى هذا الاستخدام المتنامي لتلك التقنيّات.

إنّ المفارقة في هذا التغيّر على المستوى المجتمعيّ الذي نتج عن التطوُّر المتسارع في تكنولوجيا الاتّصال، بعدما انتشر استخدامه في مجالات الحياة والعمل والتنقّل، أنّه لم يُشكّل في الغرب أيّ «صدمة»، أو أيّ قطعة مع ما سبقه. فالحاسوب أو الهاتف المحمول «الذكيّ»، على سبيل المثال، مع الدهشة التي رافقته في العالم غير الغربيّ مثل بلادنا العربيّة والإسلاميّة، كان في المجتمع الغربيّ جاهزًا ومهيئًا إلى حدّ كبير، وعلى استعداد للتكيّف مع التحوّل السريع في وسائل

* أستاذ علم الاجتماع، ورئيس تحرير مجلّة جامعة المعارف.

الاتصال، والأهم أن العلاقات الاجتماعية نفسها لم تكن غريبة عن هذا التحوُّل الناتج عن استخدام الوسائل الجديدة في الاتصال؛ لأنَّ هذه العلاقات أصلاً كانت في حال تراجع، فيما كانت قيم الفردية في حال تنام وتقدم. لذلك، لم يؤدَّ تطوُّر وسائل الاتصال الحديثة إلى أيِّ تغيير ملحوظ أو مؤثِّر؛ لا في طبيعة العلاقات ولا في أنماط الحياة في المجتمعات الغربية، بل كانت هذه الوسائل منسجمة إلى حدِّ كبير مع واقع المجتمع تكنولوجياً وسلوكياً، وحتى قيماً. وما فعله استخدام هذه التَّقنيَّات المتطوِّرة أنه فاقم ما كان موجوداً في المجتمع الغربي، أو سارَعَ في دفعه نحو المزيد من التراجع.

انتشر استخدام هذه الوسائل في مجتمعات ما يُعرَف بعالم الجنوب، أو الدَّول في طُور التَّموُّ، أو البلدان العربية والإسلامية. وقد وصلت إليها هذه التَّكنولوجيا التي لم يسبقها غالباً أيُّ تمهيد، كما كانت الحال عليه في المجتمعات الغربية؛ وكأنَّك تنتقل فجأة من عالم الاتصال البسيط المحدود إلى عالم الإنترنت الواسع الآفاق غير المحدود، حيث يُتاح لك الاطلاع على ثقافات العالم المتنوعة وعلى عاداته وقيمه غير المعروفة. وقد ساهم ذلك إلى حدِّ بعيد في حال من الاضطراب السلوكي والقيمي في مجتمعات عدَّة، بحيث بدأت الأسئلة تُطرح حول سُبُل التَّعامل مع هذا الوافد بقوة من دون استئذان أو تمهيد، بعدما بدأت الدِّراسات الاجتماعية تشير إلى الارتباك في كثير من قيم العلاقات الأسرية والاجتماعية، وإدارة الوقت، ومفاهيم العمل، وحتى في مفاهيم السَّعادة والحياة ومعناها وأهدافها، وفي كيفية قضاء وقت الرِّاحة ومع مَنْ، وفي مفاهيم القوَّة والتَّقدم والضعف والتَّخلف.

لقد تغيَّر الكثير في فترة زمنيَّة قصيرة، بعد انتشار «السِّمِّ المعلوماتيِّ القاتل»، كما يُسمِّيه «ألفن توفلر» (Alvin Toffler)؛ لأنَّ «الجدور القديمة الثابتة مثل: الدين، والأمة، والمجتمع والأسرة، والمهنة، تهتزُّ الآن كلِّها بقوة تحت التأثير العاصف لدفعة التَّغيير المتسارعة»، بعدما أصبح الإنسان غارقاً في حالٍ من «عدم الرِّضى» التي باتت مرضاً فكرياً، وهي من أهمِّ أسباب تفكك الأسر اليوم، إذ لم يُعدَّ يرضى الشريكُ ببعضهما. ولا يخفى أنَّ هذه الدَّوامَة هي سبب آخر لتعاسة الإنسان المعاصر، ولعدم الاستقرار النَّفسيِّ والاكتئاب¹.

1- ألفن توفلر، صدمة المستقبل المتغيِّرات في عالم الغد، الفصل السادس، لا ط، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، القاهرة، 1990م.

بين الهاتف الثابت والمتنقل

من أبرز وأبسط ما يمكن ملاحظته على مستوى التغيير في المفاهيم والقيم، وفي طبيعة العلاقات الإنسانية والاجتماعية، ما حصل مع تطوّر الانتقال من الهاتف السلكي إلى الهاتف المحمول، أو ما يُطلق عليه «الهاتف الذكي»؛ أي ما حصل بعدما انقطع ذلك السلك الذي كان يجعل الهاتف ثابتاً في مكان محدد.

كان الهاتف السلكي وسيلة الاتصال الوحيدة لسنوات طويلة بين أفراد المجتمع كافة، وبينهم وبين الأصدقاء والأقارب. إنَّ السلك الموصول بهذا الهاتف يجعله ثابتاً في مكانه في هذه الغرفة أو تلك من غرف المنزل. وكان السلك يُمثل بالمعنى الرمزيّ القيم والعادات والتقاليد الثابتة مجتمعياً وأسرئياً؛ أي أن من يستخدم هذا الهاتف «الثابت»، سواء أكان هو المُتصل أم المُتصل به، سيكون عملياً تحت الرقابة الأخلاقية والمعنوية للموجودين في داخل المنزل أو في داخل الغرفة، ما يجعل المتحدث شديداً الحرص على ما يقول، وعلى ما يسمع، حتّى لا يتجاوز تلك الرقابة الأخلاقية والمعنوية التي تحيط به بوجود الآخرين معه من أفراد الأسرة إلى جانب الهاتف الثابت. وسيصعب على من يستخدم هذا الهاتف أن يتجاهل تلك الرقابة العائلية أو الاجتماعية، أو التجرؤ عليها. كان المتحدث في تلك المرحلة يحتاج إلى بذل الجهود الكبيرة والتحايل على القيم المفروضة؛ لكي يتحدث إلى من يريد وكيفما يريد.

لقد تغيّر الأمر برمته مع الهاتف «الذكي» المحمول الذي يتنقل مع الفرد كيفما دار أو تنقل، فليس له سلك يربطه بأيّ ثبات، بمعنى أنه بات خارج الرقابة العائلية والاجتماعية. وفي الوقت الذي فتح فيه هذا الهاتف «الذكي» آفاقاً غير مسبوقة وغير مألوفة في التواصل بين الجنسين، فقد قلّص في الوقت نفسه فرص التواصل المباشر بين الأقارب والأصدقاء، بحيث بات الاتصال الهاتفيّ للاطمئنان أو للمعايدة بديلاً شائعاً عن الزيارة أو اللقاء المباشر.

كان الهاتف الثابت على صعيد آخر يمثّل الحدّ الفاصل بين وقت العمل ومكانه؛ أي المكتب، ووقت الراحة؛ أي البيت. لقد قضى الهاتف «الذكي» على هذا التقسيم الجغرافيّ والزمنيّ بين مكان العمل ووقته، وبين وقت الراحة ومكانها. وزاد الإنترنت الطين بلة، فهو بدوره لا يعترف بأيّ حدود جغرافية أو زمنية، ولا أسرية أو اجتماعية. لقد بات بإمكان أيّ كان أن يلاحق صاحب الهاتف المحمول

إلى بيته، ليطلب منه ما يتعلّق بالعمل وليس للسؤال عن صحّته فقط. وهكذا، فقدّ المنزل جزءاً مهمّاً من خصوصيّة العائليّة؛ ليصبح العمل شريكه في وقته. وقد باتّ مشهد أفراد العائلة وكلّ واحد منهم منكبّاً على جهازه المحمول مألوفاً في كثيرٍ من بلاد العالم، على اختلاف مستويات تقدّمها، مع ما يعني ذلك من تراجع فرص الحوار والتّواصل بين أفراد هذه العائلة.

لقد دمجت التّكنولوجيا الحديثة بين البيت ومكتب العمل، وتداخلت العلاقات بين هذين المكانين اللّذين كانا منفصلين، وينبغي أن يكونا كذلك لاختلاف أدوارهما ووظائفهما. لقد تأثّرت العلاقات العائليّة سلبيّاً بهذا التغيّر، لحساب مزيد من الوقت لعلاقات بديلة أو موازية، مثل متابعة شؤون العمل أو التّجارة، بحثاً عن مصادر إضافيّة لجني المال.

تراجع القيم العائليّة

مع هذا التّراجع في فرص الحوار بين أفراد العائلة، تقدّمت الفردانيّة تلقائيّاً، فبتنا أمام ظاهرة تضخّمها التي تظهر عندما يحاول حتى أحد أفراد العائلة الاطّلاع، على سبيل المثال، على محتوى رسائل «الهاتف الذكيّ» لفرد آخر، ما يثير الغضب والتّوتر والاتّهام بأنّه تعدّد على الخصوصيّة. هكذا جعلت وسائل التّواصل الإلكترونيّ الحديث الحياة العائليّة أقلّ تماسكاً وأكثر تباعدًا، بسبب استخدام وسائل التّواصل الذي لا يتوقّف على مدار النّهار والليل. وفي كثيرٍ من الحالات، ثمّة تلفاز في أكثر من غرفة من غرف المنزل، وباتّ كلّ ولدٍ لديه «لابتوب» خاصّ يعمل عليه لوحده وفي مكان معزول عن بقيّة أفراد العائلة. باتّ المنزل مكاناً يلتقي فيه الجميع، لكنّه ليس اجتماعاً بين أفراد العائلة الذين لا يجدون غالباً الوقت الكافي أو المناسب ليتحدّثوا مع بعضهم.

لقد ساهم تقدّم التّكنولوجيا وسهولة استخدامها، ليس فقط في تراجع العلاقات بين أفراد الأسرة، بل في تراجع منظومة السّلطة فيها. إنّ القاعدة التي تقول إنّ المعرفة هي سلطة معنويّة صحيحة؛ إذ يَستخدم الأوالاد التّكنولوجيا ويعرفون عنها أكثر من الأمّهات والآباء، فأنت لا تستطيع أن تتدخّل بشكلٍ فاعلٍ أو مؤثّر في ما يفعل الأبناء؛ لأنّك ستسمع: أنت لا تعرف ما يجري ومدى حاجتي إلى ما أقوم به، ولا يجب أن تمنعني؛ لأنّني أقوم بواجباتي الدّراسيّة. وهكذا، تراجعت أو

باتت متعذرة، حتى الرقابة على ما يقوم به الأبناء؛ لأن سلطة الأهل تبدو غالباً أضعف معرفياً في سبيل استخدام تكنولوجيا الاتصالات وأساليبها، فيشعر الابن أنه الأقوى. لقد باتت سلطة الأبناء في معرفة استخدام التقنيات أعلى من سلطة الوالدين التربوية.

لم يتوقف التراجع في القيم الأسرية والتربوية على سلطة الوالدين، أو على التباعد بينهما وبين الأولاد، بل كان ما يحصل على هذا الصعيد يؤسس لتراجع أعمق على مستوى القيم الأخلاقية في التعامل مع الوالدين. فقد بدأت بعض المجتمعات تشهد ظاهرة تُروّج لها وسائل الإعلان والدعاية، لم تكن مألوفة في التعامل مع كبار السن، وهي نقلهم من الأسرة التي يعيشون فيها مع أبنائهم إلى «المأوى»، أو إلى جمعيات أو مؤسسات متخصصة للعناية بهم بعيداً عن أولادهم. وتزداد هذه الظاهرة انتشاراً ومقبولية حتى في أوساط اجتماعية لم يكن من المتوقع أن تقبل بها أو تتكيف معها.

بات وضع المسنّ في مؤسسة خارج البيت، في «المأوى» أو «الجمعية»، مألوفاً أكثر من ذي قبل، مهما اختلفت تسمية هذه المؤسسات. ربّما ليس لأن الأبناء فقدوا محبتهم لوالديهم، أو لأنهم لا يرغبون في وجودهما بينهم، بل على الأرجح لأن الوقت المطلوب للاهتمام بهما لم يعد متاحاً. فالزوجة التي تعمل لا وقت لديها للاهتمام بالمسنّ (الأب أو الأم)، والزوج بدوره لن يجد الوقت الكافي للاهتمام بوالده أو والدته. هكذا بات المسنّ «عقبة» تحوّل دون التفرغ التام لوقت العمل، ودون الخروج في أي وقت للتّنزه أو للتسوق. باتت إزاحة المسنّ من المشهد العائلي من شروط التفرغ لتحصيل المال، ولتحقيق الرفاهية، ولشراء وسائل الراحة التي لا يمكن التضحية بها أو التنازل عنها، والتي شاركت وسائل الإعلام في الدعوة إليها والترويج لها¹. لقد فقد الأب المسنّ دوره وحضوره، بعدما فقد قدرته على الإنتاج، فبات بلا دور فعلي بحسب ثقافة الرّبح والتّمكك.

إن جميع الدراسات النفسية، وحتى الاجتماعية والميدانية، تؤكد أن وجود المسنّ في الأسرة يجعله في وضع صحيّ ونفسي أفضل، فلماذا يُنقل إلى المأوى طالما أن وجوده في البيت أفضل له؟ والسبب في ذلك لا يتعلّق بصحة المسنّ النفسية أو

1- Philippe Moati, La Société malade de l'hyperconsommation, Odile Jacob, Paris, 2016.

حتى الجسدية التي لم تعد أولوية، بل بعمل الآخرين من حوله، وبالوقت الذي لم يعد متوفرًا للاهتمام به.

إن ما يحصل على هذا المستوى ليس سوى نتاج تغير في طبيعة القيم الذي ساهمت فيه، إلى حد بعيد، وسائل إعلامية من خلال برامج دعائية وإعلانية تُروّج لأهمية وجودة هذه المؤسسات، بتصنيفها مؤسسات حديثة وعصرية تُعنى بالمسنين. وتنقل هذه الوسائل الصور الجميلة مما يجري في الحياة اليومية للمسنين، لتقنع المشاهد والرأي العام أنها في مصلحة الوالدين اللذين أبعدا عن أسرهما وأبنائهما. وهذا في الواقع ليس صحيحًا، بل كان عملاً دعائيًا مخادعًا.

ما يجري على هذا الصعيد من التحوّل في العلاقات الأسرية هو عمليًا بمثابة تهमيش واستبعاد لقيم البرّ والوفاء التي بُنيت عليها الأسرة عبر الحضارات الإنسانية. وهو بمثابة تخلّ عن قيم الصبر والتّضحية التي استبدلت بقيم الرّبح والفردانية والتّمكك التي تستبعد أيّ تعاطف مع الآخر.

اتّخذت وسائل الإعلام، ومن خلفها المؤسسات التجارية، والخبراء في علم النفس والاجتماع، دورًا مهمًا وناشطًا في الترويج لقيم الاستهلاك وجني المال، وفي ربط المكانة الاجتماعية بالقدرة على الإنفاق، وعلى الشراء والاقتناء، والتي انعكست سلبًا على التضامن الأسري وعلى البرّ بالوالدين¹، بحيث لم يعد لعمل المرأة التربوي أو الأمومي في المنزل، على سبيل المثال، أو البقاء إلى جانب والدها أو والدتها أيّ قيمة؛ لأنه عمل غير مُنتج مادّيًا، وبحيث بات خارج البيت أهمّ مما يجري في داخله. لقد أصبحت الأسرة أقلّ أهميّة.

لقد ساهم التطوّر المتسارع في وسائل التّواصل، بعد هذا التصدّع في العلاقات الأسرية، في ما يمكن أن نسمّيه الانقلاب على العلاقات الحميمة بين الرّجل والمرأة، والتي كانت محصورة في إطار المنزل؛ أي أنّ هذه الوسائل أزاحت السّتر عن هذه العلاقات لتجعلها خارج البيت على مرأى من الجميع وأمامهم. وهذا ما تُقدّمه الشّاشة الصّغيرة وشبكات الإنترنت والإعلانات في الشّوارع، وما يدور في المقاهي والحدائق العامّة وأماكن اللّهو بين الجنسين. لم تُعدّ العلاقة الحميمة بين الرّجل والمرأة محصورة في داخل الأسرة، ولا حتى زيّ المرأة وما ترتديه،

1- أريك فروم، الإنسان بين الجوهر والمظهر، ترجمة سعد زهران، لا ط، سلسلة عالم المعرفة، العدد 140، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1989م.

لقد أزاحت وسائل الإعلام تلك الخصوصية بين داخل البيت وخارجه، ولم تعد العلاقات مخفية في مكانٍ خاصٍّ، لقد أصبحت على الشاشات وفي كلِّ مكان.

أوهام الرّفاهيّة

لا يمكن الجدال في ما قدّمه التطوُّر التكنولوجيِّ من خدمات عدّة في حياتنا العمليّة، وبما وفّره للنّاس في مجالات العمل والتّعليم والتّواصل وغير ذلك. فقد أتيح لأيِّ طالب، على سبيل المثال، إمكان الاتّصال بأيِّ جامعة في العالم، والتّواصل مع المسؤولين فيها لمعرفة شروط التّسجيل وأنواع التّخصّص ومواعيده من دون أن ينتقل من مكانه. كان مثل هذا الأمر في السّابق يحتاج إلى أشهر، أو ربّما السّفر إلى الجامعة المقصودة لتحصيل تلك المعلومات التي باتت اليوم في متناول اليد ولا يحتاج الحصول عليها سوى إلى بضع ساعات فقط. وقد أتاحت هذه الوسائل التّقنيّة الحديثة لطالِب العلم والمعرفة أن يحصل على المراجع والكتب من أيِّ مكتبة في العالم. لكن، وللأسف، تُشير الإحصاءات إلى أنّ هذا الجانب هو الأضعف والأقلُّ حظًا في استخدام هذه الوسائل.

لا يمكن تسويغ هذا الجانب من الفوائد التي نجنيها من تطوُّر وسائل الاتّصال بما يُروِّج له من ترابط بين استخدام هذه التّكنولوجيا والحصول على الرّاحة والسّعادة؛ أي أنّ استخدامنا لهذه الوسائل السّريعة والمتطوّرة سيوفّر علينا، بحسب هذه الفرضيّة، الكثير من الوقت؛ لئيتيح لنا تاليًا المزيد من الرّاحة، وفرصًا وظروفًا أفضل للسّعادة.

إنّ التّكنولوجيا المتطوّرة التي تمتاز بسهولة استخدامها جعلت التّواصل بين النّاس أسرع، والخدمات التي يحتاجونها تصل إليهم من دون أيِّ عناء، ومن دون الحاجة حتّى إلى الانتقال من مكانٍ إلى آخر، لكنّ حصولهم على السّعادة من هذا الاستخدام شيء آخر. لقد ربّطت السّعادة والرّاحة التي ينشدها الإنسان، في هذا المسار من التطوُّر المتسارع لوسائل الاتّصال والإعلان، بالقدرة على امتلاك هذه الوسائل، بحيث بات على المرء أن يشعر بأنّ تخلفه أو تأخره عن اللّحاق بأيِّ تطوُّر تقنيّ سيفقده ما تدّعيه هذه الوسائل من ترابط بينها وبين تحقيق الرّاحة والسّعادة¹.

1- روجر روزنبلات، ثقافة الاستهلاك والحضارة والسّعي وراء السّعادة، ترجمة ليلي عبد الرزّاق، ط1، العدد 1833، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2011م، ص 8 و27.

إنَّ أصل فكرة الإعلان هي نتاج هذا التطوُّر في سرعة إنتاج السلع المختلفة التي تحوّلت إلى منافسةٍ حادّةٍ بين أصحاب المصانع، وإلى تسابق بينهم للوصول إلى الأسواق وإلى المستهلك، ولابتكار كلِّ وسائل تحقيق الفوز والغلبة في تلك المنافسة؛ فتطوّرت فكرة الإعلان، وتوسّعت الدّعاية، وتنوّعت وسائلها وأساليبها في الإقناع وإثارة الرّغبة في الشّراء، وأصبحت علماً وفناً وتخصّصاً يتوجّه إلى دراسة خصّوصيات السلعة والمستهلك في آنٍ، وأصبحت «قيم الاستهلاك والمنافسة والقوة شغل النَّاس الجديد»¹.

لكنَّ المفارقة في هذا الرّبط الذي يُروِّج له بين استخدام التّقنيات الحديثة وتحقيق الرّاحة والسّعادة، أنّنا كلّما أمضينا وقتاً أطول في استخدام وسائل التكنولوجيا والاتّصال نشعر أنّنا قادرون على إنجاز المزيد من الأعمال التي ستحتاج بدورها إلى المزيد من الوقت لمتابعتها؛ أي أنّنا لن نكسب عملياً وقتاً للرّاحة كما هو مُفترض، أو كما هي الغاية من تزايد أوقات استخدام التكنولوجيا، بل ربّما سنحتاج في الوقت نفسه إلى المزيد من الإنفاق؛ أي المزيد من ساعات العمل الإضافيّة للحصول على التكنولوجيا المتطوّرة التي سنستخدمها لتوفّر لنا المزيد من الوقت ومن الرّاحة!! في حين سيتعذّر علينا عملياً توفير مثل هذا الوقت؛ لأنّنا سنصرف جُلَّ وقتنا في العمل لتحصيل المزيد من المال لشراء هذه الوسائل التكنولوجيّة المتطوّرة!

وفي هذا الإطار من التّحفيز الاستهلاكيّ، ترافق تطوُّر تقنيّات التّواصل مع محتوى إعلانيّ مفروض على المستخدم، ويتوجّه هذا المحتوى إلى الدّعوة إلى شراء سلعة ما. فقد بات مألوفاً عرض إعلانات تجارية عند استخدام أيّ تطبيق على الهاتف الذّكيّ أو عند أيّ قراءة رسالة عبر النّت، أو استخدام أيّ تطبيق. لم يُعدّ التّواصل حرّاً، بات علينا أن نخضع لمشاهدة الزّاميّة، لا تُعير لرأينا أيّ أهميّة، لإعلانات تُحفّزنا على الشّراء والتّمكك.

وما يصبح أكثر قسوة في هذا المجال أنّ هذه الإعلانات التي تحضّ على المزيد من الاستهلاك والشّراء لن تكتفي بتحويل قيمنا الإنسانيّة والاجتماعيّة إلى قيم التّمكك، بل ستدفع أفراد الأسرة، سواء مباشرة أو عبر الإيحاء، إلى الرّغبة في

1- راجع: طلال عتريسي، العلوم الإنسانيّة الغربيّة وليدة القطيعة الحدائيّة مع الدّين، مجلة جامعة المعارف، العدد 4، 2021م، ص 18.

تحصيل المزيد من المال لشراء ما تعرضه الإعلانات التي يشاهدونها، والتي تعدهم بمزيد من الراحة والسعادة والرّفاهيّة.

ما يحصل عملياً، هو أننا عندما نقتني تلك السلعة التي شجّعتنا وسائل الإعلام، بعد الترويج لها، على شرائها، فإننا على الأغلب لن نجد الوقت الكافي، ولا حتّى الاستئناس النفسي للاستمتاع بها؛ لأنّ سلعة أخرى أكثر تطوّراً ستبصر النور بعد أشهر قليلة، ما يعني أنّ على الرّجل أن يعمل، وعلى الزّوجة أن تعمل ليس لمساعدة الزّوج على إعالة الأسرة، بل للإنفاق على الشّراء والاستهلاك، من أجل اقتناء ما نملكه وتبديله إلى ما هو أكثر وأسرع تطوّراً؛ ما سيجعل المسنّ عبئاً على حرّيّة الوقت يجب التخلّص منه، علماً بأنّ الوقت الذي سيقضيه أفراد العائلة معاً سيتضاءل بدوره، وسيصرف كلّ واحد منهم إلى هاتفه «الذّكي» وفردانيّته، ليتقدّم استخدام التكنولوجيا وتراجع العلاقات الأسريّة. «ولم تعدّ الأنانيّة والمادّيّة تُرى أنّها مشكلات أخلاقيّة، بل صارت أهدافاً جوهرية للحياة»¹.

لن يقتصر الأمر على هذا الرّبط الموعود بين استخدام التّقنيّات وتحقيق الرّاحة والسعادة، بل ثمة من يضيف إلى هذا الرّبط أنّ تلك التّقنيّات ستجعل العالم بين أيدينا؛ أي أنّها ستأتينا بما يحصل في العالم وتضعه أمام ناظرينا أو في عقولنا من دون أن نبذل أيّ جهد (ذروة هذا الوعد اليوم مع الذّكاء الاصطناعيّ)، وهي مسألة كانت خياليّة بالنّسبة إلى الإنسان في العصور السّابقة. لكنّ هذه القدرة الفائقة السّريعة على نقل ما يجري في العالم إلينا، وفي اللّحظة نفسها، جعلت الإنسان في الوقت نفسه يعيش حالاً من القلق والتوتر الدّائمين.

إنّ الضغوط التي تمارسها هذه الوسائل ليلاً ونهاراً من خلال المعلومات التي تبثّها، والأخبار التي تنشرها، والمصائب التي تعرضها، والسّلع التي تدفعنا إلى التّفكير في شرائها أو المسارعة إلى اقتنائها، ستخلق فينا ذلك الشّعور بالقلق أو التوتر الذي لا ندري غالباً ما مصدره.

ولعلّ هذا هو أحد أسباب ما يُسمّيه الكثيرون مرض العصر، والمقصود به التوتر (stress) الذي يُفسّر أنّه في حقيقته عدم التّناسب بين الضّغوط ونوعها وقدرة الإنسان على التّحمّل أو على مواجهة مصادر ذلك التوتر.

1- تيم كاسر، الثّمن الباهظ للمادّيّة، ترجمة طارق عسيلي، ط1، المركز الإسلاميّ للدراسات الاستراتيجيةّ، بيروت، 2017م، ص 8.

«وها هو القلق يُمثّل إحدى أهمّ الظواهر التي نالت اهتمامًا بحثيًا مكثفًا في مجالات علم نفس الشخصية وعلم النفس الاجتماعي، فقد نشر حتى عام 2016م ما يزيد على مئة ألف ورقة بحثية عن مختلف الجوانب النظرية والتقييمية والجوانب الإكلينيكية المتعددة لهذا الموسوم بالقلق»¹.

رُبما لم يكن هدف التّقدّم التكنولوجي في وسائل الإعلام والتّواصل هذا التّراجع الذي تعرّضت له العلاقات الاجتماعية والأسرية، لكنّ هذا التّقدّم أدّى عمليًا إلى ذلك التّراجع، وإلى تقدّم الفردانية التي ارتبطت بذاتية تملك الوسيلة التكنولوجية وبفردانية استخدامها.

إنّها حلقة جهنمية: كلما تقدّمت التكنولوجيا يجب أن تُسارع للحصول عليها، وما إنْ نحصل عليها حتى تعمل الدعاية لتحفيزنا على شراء ما هو أكثر تطوّرًا، ثمّ لا نجد الوقت الكافي للاستمتاع بها. لقد غيرت تكنولوجيا الاتّصال والتّواصل قيم السعادة، فجعلتها حلماً مستحيلًا ووهماً لا يمكن الحصول عليه أو الركون إليه. باتت السعادة مع هذه التكنولوجيا، ومع الاكتشافات العلمية وتطوّراتها المتسارعة حالة متغيّرة وغير ثابتة، ووعداً قريباً. وِعوض أن يكون الشّعور بالسعادة، على سبيل المثال، أن تجلس مع عائلتك أو مع الأصدقاء، أو حتى لوحده في مكان هادئ وتأمّل البحر أو الطبيعة، أو تُفكر في خلق الله أو في أيّ شيء من حولك؛ باتت السعادة أن تمتلك أحدث جهاز هاتف، وأحدث جهاز تلفاز، وآخر مبتكرات التكنولوجيا، ولكن لتستعملها وحيداً.

وسمّة هذه التكنولوجيا أنّها فردية الاستعمال، وتُعزّز فردانية الحياة، على الرّغم ممّا يُطلق عليها بأنّها «وسائل تواصل اجتماعي»، وهي صفة غير صحيحة ومخادعة؛ فهي وسائل تواصل إلكتروني لا تواصل اجتماعي، وهي وسائل تُتيح التّمرّك حول الذات أكثر ممّا تُتيح التّواصل مع الآخر. فمع استخدام هذه التّقنيات «أنا أظهر للجميع (وأحظى بتسجيل ومشاهدة ومتابعة منهم)، فإذا أنا موجود»، «إنّ الإنترنت جاء ليخرج النّاس من ظلمات الاختفاء والتّسيان إلى نور الظهور العام»... ويُذكرنا ذلك بالرّغبة الشديدة لدى النّاس بأن يلاحظهم غيرهم،

1- موشي زيدندر وجيرالد ماثيوس، القلق، ترجمة معتز سيد عبد الله والحسين محمد عبد المنعم، لا ط، سلسلة عالم المعرفة، العدد 437، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2016م، ص 15 - 16.

فلا يخلو الأمر من شَبَقِ البصر، لا غَضُّ البصر¹.

وَهُمُ الْقَرْيَةُ الْكُونِيَّةُ

يُنْسَبُ إِلَى وسائل الاتصال الحديثة أَنَّهَا جعلت العالم قرية واحدة أو قرية صغيرة، وَأَنَّهَا قَرَّبَتِ المسافات بين البشر، وِباتت الشُّعوب معها أكثر تفاهمًا وأكثر تقاربًا. لقد جعلت هذه الوسائل العالم قرية بمعنى أننا أصبحنا نعرف ما يجري في العالم في لحظة حدوثه؛ مِنْ تظاهرات الطُّلاب في الولايات المتَّحدة التي تُدين الجرائم الإسرائيليَّة التي تُرتكَّب ضدَّ الشَّعب الفلسطينيّ في غزّة²، إلى الانتخابات التي تجري في هذا البلد أو ذاك في أقاصي العالم، وحتَّى إلى القطار الذي انحرف عن سِكَتِه في مصر أو في الصَّين. وفي هذا تقرب لمسافة الحصول على المعلومات والأخبار.

أما مفهوم القرية التي يَعرف النَّاس بعضهم فيها ويتزاوَرُون وِيُحَيُّون بعضهم ويلتقون في البيوت أو السَّاحات ويساعد الجار جاره، فلا علاقة لها بهذه القرية المزعومة التي صنعها وسائل الاتِّصال الحديثة. فقد بات الإنسان يعرف ما يجري في الصَّين، على سبيل المثال، ويتحدَّث مع أحد الطُّلاب أو الطَّالبات في جامعاتها، أو مع أحد أساتذتها، لكنَّه، في الوقت نفسه، لا يعرف ماذا حصل لجاره المريض أو لابن هذا الجار، هل نجح في امتحاناته أم لا؟

عندما نقول بأنَّ العالم بات قرية كونيَّة، يكون التَّوصيف صحيحًا من حيث معرفة ما يحصل في أماكن كثيرة مِنَ العالم. لكنَّ الأمر، وللمفارقة، لا ينطبق عمليًّا على ما يجري من حولنا. فالقرية الكونيَّة المفترضة هي ما يُطلق عليه العولمة التي يُنسب إلى وسائل الاتِّصال دورًا أساسيًّا في تحقيقها.

فالعولمة التي تعيشها المجتمعات والشُّعوب اليوم ليست تلك القرية التي عرفتها البشرية، العولمة هي محاولة تعميم نموذج واحد للاقتصاد، ولمقاييس الجمال،

1- زيجمونت باومان وديفيد ليون، المراقبة السَّائلة، ترجمة حجاج أبو جبر، ط1، الشَّبكة العربيَّة للأبحاث والنَّشر، بيروت، 2017م، ص 124 و130 - 131.

2- موقع سي أن أن العربيَّة (CNN Arabic)، تطوَّر احتجاجات الجامعات الأميركيَّة، 2-5-2024م: <https://arabic.cnn.com/world/article/2024/05/02/university-protests-pro-palestinian-israel-05-02-24>.

وللميول، وللإستهلاك، والأزياء، وللعلاقات بين الجنسين، ولأشكال الأسرة. والعلومة تنحاز إلى الأقوى والأسرع وتسحق الأضعف والأبطأ؛ لأنَّ قِيمَ الاستهلاك والتنافس التجاري والاقتصادي والإعلاني لا تحتل التأجيل، ولا الانتظار، ولا الرحمة، ولا المساعدة. فالأسرع يسبق الأبطأ إلى السوق، وإلى الترويج من خلال الإعلان لمنتجاته. والأضعف عليه أن يخرج من المنافسة، ولا يهم ماذا يحلَّ به. وما يجري لا علاقة له بالقرية التي يتعاون الناس فيها ويساعدون بعضهم، ويتراحمون في ما بينهم. العولمة تعمل وفاق قِيم الرِّيح والتنافس التي تكاد تخلو من أيِّ حسابات أخلاقية أو إنسانية، والتي تتعارض مع قِيم التَّضحية والوفاء، والتي يؤدي الإعلان والدعاية دورًا أساسيًا فيها.

أخذت الإعلانات دورًا أساسيًا في بثِّ قِيم العولمة التي تحضُّ على التفوق والتسابق، مثل الأسرع والأقوى، إلى بعض الأنظمة التعليمية التي باتت تفصل بين المتفوقين والأضعف في الصفوف الدارسية، وباتت تتباهى «بمنتجها» من النجاح، وإخفاء من لم يُتح لهم الفوز وتهميشهم، أو من لم يحصل على معدلات تنافسية تتباهى بها المدرسة مع مثيلاتها، بحيث منعت بعض المؤسسات التعليمية تلامذتها (متوسطي معدل النجاح) ممن أمضوا سنوات دراستهم فيها من التقدُّم إلى الامتحانات الرسمية، خشية فشل هؤلاء الذي سيعني تراجع الإعلان عن نسبة النجاح 100%، وهي نسبة التنافس مع المؤسسات الأخرى، ونسبة لجذب «الزبائن» قبل أن تتلقفهم مؤسسة أخرى.

إنَّ ما تفعله المؤسسة التعليمية في هذه الحال هو تهميش الأضعف، ولو كان خلوقًا ومؤدبًا، ولأنَّها تريد الإعلان عن نسبة نجاح 100%؛ لتأكيد «جودة» البضاعة التي يتم إنتاجها وتصديرها. إنَّها «الجودة التامة»، بغضِّ النظر عن البُعد الأخلاقي لمثل هذا التهميش، «الجودة» التي لا تهتم بما حلَّ بالأضعف، والتي تكتفي من خلال الإعلان بالاحتفاء بالأقوى والأسرع.

لقد بدأ مفهوم «الجودة» يتسلَّل إلى المؤسسات التعليمية التي ستباهى بحصولها على «معايير الجودة العالمية» وعلى شهادة الـ (ISO)؛ وهي شهادة الجودة في الإدارة. ولكن من هي الجهة التي تُحدِّد مواصفات الإدارة الجيدة أو مواصفات التعليم الجيد؟ واستنادًا إلى ماذا؟ وفي أيِّ بلد، وأيِّ ظروف؟ وهل زادت مع الـ (ISO)، على سبيل المثال، نسبة التَّضحية والتفاني من أجل المؤسسة التي

يعمل فيها الموظفون والمعلمون؟ لقد جعلت «الجودة» العلاقات الإدارية محكومة بحجم المراسلات بين أفراد هذه الإدارة؛ أي أكثر بيروقراطية، وتراجع معها البعد الإنساني. وباتت القيم الجديدة هي قيم الانصياع لمنطق «الأيزو» وليس لأي منطق آخر يأخذ بالحسبان العلاقات الإنسانية أو الأخلاقية.

انتقلت الجودة من المصنع إلى التعليم، «جودة البضاعة»، شرط لحسن تسويقها وتصديرها، ومهمة التسويق هي تبيان هذه الجودة. وهذا ما تفعله الإعلانات. والتأكيد على الجودة يهدف إلى جلب المستهلك في عملية التنافس بين المؤسسات التجارية¹.

بات المطلوب أن تتحوّل المدرسة إلى مصنع ينتج بضاعة جيّدة، ما يدفعها إلى تبني ثقافة الإعلان، وهذا ما تفعله عندما تُعلن عن نسبة النجاح التي بلغت 100%. فما المقصود بهذا الإعلان بالنسبة إلى مؤسسة لا تبغي الربح ولا التجارة، ولا تهدف سوى إلى التربية على القيم؟

إنّ التناقض هنا قد يكون لا أخلاقياً! الإعلان يريد أن يقول بأننا أفضل من كلّ المؤسسات الأخرى، وأننا نحقق أهدافنا من خلال نجاح الطلاب. وهذا يعني دعوة مباشرة إلى الأهالي إلى إرسال أبنائهم إلى هذه المدارس لا إلى غيرها. إنّه السعي إلى الربح إذاً. أليس هذا ما يحصل بين المؤسسات التجارية؟ كيف تنزلق مؤسسات تعليمية لها طابع أخلاقي وديني إلى هذه الورطة؟ إنّه نظام السوق وقيم السوق التجارية التي تُروج لها الإعلانات عبر تقنيات الاتصال والتواصل المختلفة. إنّ جودة البضاعة لا تعني دائماً أنّها مغذية وصحيّة، ومواصفات التعلّيب والتوضيب والتبريد جزء مهم من شهادة الجودة العالمية التي تُتيح دخول البضاعة إلى هذا البلد أو ذاك. لذلك، يمكن أن نلاحظ أنّ جودة التعليم لم تذكر مضمونه

1- الجودة أو كما يسميها البعض النوعية، وهي عبارة عن مقياس لتمييز المنتج أو الخدمة المقدّمة، بحيث تكون خالية من أيّ عيوب أو نواقص، ويتحقّق ذلك من خلال الالتزام الشديد بالمعايير التي يجري قياسها واعتمادها، بحيث تكون قابلة للإنجاز والتحقّق، وهذا كلّهُ يُقاس على أساس إرضائها للزبائن والمستخدمين. وعُرّفت الجودة حسب معيار آيزو على أنّها مجموعة من السمات والميزات التي يتمتّع بها المنتج أو الخدمة المقدّمة، بحيث تكون قادرة على تلبية الاحتياجات المطلوبة بشكلٍ صريح أو بشكلٍ مضمون.

موقع موضوع، دانة الوهادين، مفهوم الجودة، 2016-2-21م:

https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%AF%D8%A9

على الإطلاق، بل اكتفت بالشروط الخارجيّة لهذا التّعليم، مثل طبيعة العلاقات بين الهيئات الإداريّة، وكيفية تنظيم الملفات والمواعيد وغير ذلك ممّا يُشكّل البيئة التي تحصل فيها العمليّة التعليميّة. وإن كُنّا لا ننفي أهميّة هذه البيئة، إلاّ أنّها ليست هدف التّعليم. لقد تحوّلت وسائل التّعليم إلى الهدف، أصبحت تكنولوجيا التّعليم مدعاة للتّفاخر، وكذلك شهادة «الآيزو» (ISO) العالميّة التي حصلنا عليها.

إنّ معظم - إن لم نقل كلّ - المعلّبات الموجودة في الأسواق والمصدّرة من الدّول الغربيّة قد حصلت من حيث المبدأ على مواصفات الجودة العالميّة، ولكنّ الدّراسات العلميّة والطّيبيّة تقول بأنّ تناول هذه المعلّبات مضرٌّ بصحّة الإنسان، وقد يؤدّي إلى أمراض خطيرة. فكيف يمكن أن تتوافق الجودة مع الضّرر والإساءة؟ الجودة إذا لا تتوافق مع الصحّة والسّلامة دائماً، وينبغي على وسائل الإعلام أن تُتيح التّفكير بهذا الأمر الخطير بالنّسبة إلى التّعليم أيضاً. إنّها قيم العولمة التي جعلت التّنافس أساساً لمنطق السّوق ومنطق الهيمنة، من يمتلك التّكنولوجيا ويقدر على استخدامها أسرع من الآخر هو الذي سيُسيطر، ومن يمتلك القدرة فلا حاجة له لانتظار الآخرين الأضعف منه؛ لأنّ منطق السّوق الذي لا ينتظر أحداً.

إنّ ما تفعله إدارة المؤسّسة التعليميّة، هو أنّها تُعلّم تلامذتها بشكل مباشر أو غير مباشر عدم انتظار رفاقهم الأضعف، وعدم مساعدتهم إذا احتاجوا إلى المساعدة، وأنّ عليهم أن يسيروا من دون أن ينظروا إلى من تعثّر وراءهم.

إنّ ما يجري في هذا السّياق هو نقيض الثقافة الاجتماعيّة التي تحضُّ على أن يمدّ الأقوى يد المساعدة إلى الأضعف، والتي ينتظر فيها الأسرع من هو خلفه ليساعده على الصّعود أو على التّقدّم خطواتٍ إضافيّة. هذا هو منطق «مجتمع التّكافل»، أو مجتمع القرية ما قبل العولمة، ببساطته الأخلاقيّة والإنسانيّة.

لقد خرّبت قيم الفائدة وجني المال نظام العلاقات والقيم في المجتمعات الغربيّة، واتّخذ الإعلام ووسائل التّواصل دوراً مهمّاً في التّرويج لمثل هذه القيم وعولمتها، عبر السّينما والفيديوهات ووسائل التّواصل المختلفة؛ بحيث باتت أقرب وحتى أكثر ألفة لدى باقي شعوب العالم.

صورة نمطيّة في «القرية الكونيّة»

لم تكتفِ وسائل الاتّصال والتّواصل الحديثة بإتاحة الفرص للتّعريف على ما يجري في العالم فقط، بل أخرجتنا في الوقت نفسه من الصّورة النّمطيّة أو الذّاتيّة عن أنفسنا، لنصبح أمام اختبار المقارنة مع صورة الآخر. وهذا تغيّر وتحدّ غير مسبق. فقبل هذا التّطوّر في وسائل التّواصل، كانت شعوب ومجتمعات وأفراد وأمم تعيش حياتها وكأنّها خلف ستار من العزلة؛ لا يراها الآخرون ولا هي تراهم ولا تعرف عنهم شيئاً. ولم تكن تلك الأمم والشّعوب تشعر أصلاً بأيّ حاجةٍ للنّقاش أو حتّى التّفكير في صحّة ما تحمله من مفاهيم وعقائد وسلوكات وعادات وتقاليد، كان كلّ شيء يبدو هادئاً، فهي تعيش آمنة مطمئنة، في غياب أيّ تحدّ أو تساؤلٍ حول المعتقدات أو العادات والتّقاليد. لكنّ هذا الاطمئنان لن يستمرّ إلى ما لا نهاية، فقد أزاحت التّكنولوجيا ووسائل الاتّصال الحديثة هذا الاطمئنان، ووضعتة جانباً، بحيث أصبح كلّ ما نقوم به، وما نفعله أو نحتفي به، أو نُقدسه، أو نبثّه من عقائد، أو نمتنع عنه، يُرى من جميع شعوب العالم. وفقدت الشّعوب ما كان يُعدّ مجهولاً من عادات وتقاليد، وما كان يحتاج قبل قرون إلى سفرٍ مستشرقين ورحالة لدراسته والتّعريف عليه.

وفي الوقت الذي فرض فيه هذا التّحوّل التّفكير والمقارنة، وهذا أمرٌ مهمٌّ بطبيعة الحال، إلاّ أنّه، على صعيدٍ آخر، أفقدت النّاس الطّمأنينة التي كانوا يعيشونها؛ إذ بات الإنسان يعيش هاجس المقارنة عندما يأكل، أو يلبس، أو يُصلي، أو يمضي وقت الفراغ، أو في كيفة تعامله مع عائلته وأولاده.

أصبحت التّصرفات اليوميّة البسيطة موضع تأمّل وتفكير؛ لأنّها باتت موضع مقارنة مع مثيلاتها لدى شعوب أخرى، وخصوصاً مع الشّعوب الغريبة. ولم يكن مثل هذا الأمر إيجابياً في معظم الأحيان، ولم يكن بمقدور معظم النّاس أن يُميّزوا بين ما ينسجم مع ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم وما يرونه عبر الشّاشات الصّغيرة والكبيرة، وما يُبثّ عبر هواتفهم الذّكيّة.

لقد بات بإمكان أيّ كان، وفي أيّ مرحلة من العمر، أن يضغط على لوحة مفاتيح الحاسوب أو الهاتف، ليجد نفسه أمام مساحة متنوّعة من الثقافات والأفكار والصّور التي لم يعرفها ولم يواجهها مسبقاً، والتي قد تكون غريبة عن ثقافته، وتضطدم في حالات كثيرة مع نمط الحياة الذي تربّى عليه في أسرته، ومع القيم

التي انتقلت إليه من بيئته الاجتماعية والتعليمية. لقد أصبحنا أمام عالم مفتوح من دون حدود، ومن دون قيود.

إن تعدد سبل الاختيار في عالم مماثل يُحفز المقارنة، سيؤدي في حالات كثيرة إلى القلق من صعوبة الاختيار أو التمييز بين الأفضل والأكثر استقراراً. فقد كان الأمر في السابق يحتاج إلى بضع سنين لكي يحصل مثل هذا التعرف على ثقافات أخرى، وإلى بضع سنين لملاحظة تأثير مثل هذه الثقافات، كما كان ذلك يكاد يكون محصوراً بالنخب التي تتوفر لها فرص الاطلاع على الثقافات الغربية. أما مع وسائل التواصل الحديثة، فقد بات بإمكان حتى محدودي الثقافة التعرف على كل ما يجري في العالم، وعلى تنوع الثقافات، حتى من دون أي مرجعية ثقافية راسخة تتيح اختيار الأفضل، أو رفض الأسوأ.

لقد واجهت بعض المجتمعات الغربية تحدياً مماثلاً عندما وجدت نفسها في مقارنة بين ثقافتها الذاتية مع ثقافة المسلمين الوافدة إلى تلك «القرية الكونية»، والتي تبين أنها تفتقد إلى أدنى معايير تقبل وجود الآخر المختلف.

قد تكون أزمة العلاقة مع الجاليات الإسلامية في الغرب أحد أبرز النماذج على هذا التناقض بين ما تدعيه العولمة من قرية العالم الصغيرة، وعجز هذه القرية عن فهم الجاليات المسلمة التي تعيش معها في هذه القرية، والتعامل معها ومع عاداتها وتقاليدها باحترام وتقدير. ففي الوقت الذي تعيش فيه هذه الجاليات منذ عقود في قلب المجتمعات الغربية، وتعمل يومياً في المؤسسات المختلفة، وتلجأ إلى سبل المواصلات العامة للتنقل، بحيث تختلط مع أفراد المجتمع الآخرين الذين يذهبون مثلهم إلى العمل، إلا أن هذا الحضور اليومي في المجتمع الغربي لأفراد هذه الجاليات من رجال ونساء لم يمنع نظرة الاستعلاء إليهم، تارة من منظور التباعد الحضاري أو الخطر الديمغرافي، وطوراً من الخوف على الهوية الغربية نفسها؛ أي أن ثقافة العولمة التي يفترض، كما يدعي كثيرون، أن توحد باقي الثقافات، نراها تختفي وتراجع في أوروبا؛ لتفسح الطريق أمام تصاعد الهوية الثقافية والدينية الغربية التي ستجعل القرية الكونية المزعومة في خبر كان¹.

1- موقع مركز نماء للبحوث والدراسات، هشام المكّي، قراءة نقدية في دراسة: الإسلاموفوبيا

وصعود اليمين المتطرف في أوروبا: مقارنة سوسيوثقافية، الرياض، 14-7-2014م؛

<https://nama-center.com/Articles/Details/10428>.

وسنلاحظ أن الأزمات السياسيّة والاقتصاديّة ستكون أكثر تأثيراً من ذلك البُعد المفترض «للقرية الكويّية». فقد ساهمت الأزمة الماليّة العالميّة التي اندلعت في عام 2008م في تعزيز موجة الكراهيّة ضدّ المسلمين، وباتَ اليمين المتطرّف يُرَوِّج أنّ الهجرات القادمة من شمال أفريقيا والشرق الأوسط هي سبب الأزمة، وأنّ هؤلاء المهاجرين باتوا يُزاحمون الأوروبيّين الأصليّين في الحصول على فرص العمل، ويكلّفون الميزانيّة العموميّة نفقاتٍ باهظة، وفي الوقت نفسه، يبنون مستقبلهم في بلدانهم الأصليّة عبر استثمار ما يجنونه في المهجر.

هكذا تشكّلت صورة المسلمين الذين يعيشون في قلب المجتمعات الأوروبيّة في القرن العشرين من التاريخ، وليس من حاضر العولمة، ومن الصّور النمطيّة التي قدّمها أو رسمها مستشرقون عن المسلمين في القرن التاسع عشر، والتي اتّسمت تارةً بالمجون والغرابية، وطوراً بالعادات والحياة الاجتماعيّة المتخلّفة، مقارنةً مع نمط الحياة الغربيّة. ويكفي أن نُشاهد الكثير من الصّور واللوحات التي تعجّ بالنساء ومجالس اللهو والشّراب التي رسمها فنانون غربيّون؛ لنُدرك طبيعة تلك الصّورة التي تشكّلت في الذّهن الغربيّ عن الشرق، وهي الصّورة التي قدّمها أيضاً الكُتُب المدرسيّة عن الشرق وعن العرب والمسلمين.

لقد أتاح هذا الوضع المعقّد في أوروبا - إذ لا يمكن العودة إلى الوراء، ولا يمكن التّراجع عن الحاجة إلى اليد العاملة المهاجرة - صعود قوى اليمين المتشدّد في بلدان أوروبيّة عدّة، فجاهرت بعدائها للمسلمين، وعدّتهم تهديداً اجتماعياً واقتصاديّاً وثقافياً لأوروبّا يجب مواجهته والتّصدّي له.¹

كما كشفت قضية منع الحجاب عن مدى مركزيّة الثقافة الغربيّة، في قلب العولمة الكويّية، حيث الـ«نحن» تُجسّد العقلانيّة والحضارة، في مقابل الـ«هم» رمز البدائيّة والتخلّف. وقد تراوح التّعامل مع هذه القضية بين ممارسة الضّغوط لإخضاع المسلمين للشّروط الثقافيّة الغربيّة (منع الحجاب دفاعاً عن علمانيّة الدّولة في فرنسا)، واحترام حرّيّة الرّأي والمعتقد والزّي، والخوف من تنامي أعداد المسلمين وتوسّع عاداتهم وتقاليدهم في البيئات الغربيّة. وقد ساهمت هذه القضية في انتشار خطاب «تحقيريّ» للإسلام والمسلمين، لا ينسجم مع ما يُرَوِّج له من

1- موقع الجزيرة، نبيل شبيب، اليمين المتطرّف ومستقبل المسلمين في أوروبا، 3-10-2004م:

<https://www.aljazeera.net>.

«قربة كونية». فهذا الإسلام لا يمكن أن يتكيف مع النموذج الحضاري الغربي الذي يعدّ الحجاب تهديداً للقيم المدرسية، ويتعارض مع العلمنة، ومع هوية الدولة الفرنسية، وهو ليس سوى تراجع عن قيم الجمهورية، ولا يمكن للعلمانية أن تقبل بذلك. والأقليات المسلمة في أوروبا لا تريد الاندماج في المجتمعات الحديثة التي تعيش فيها. هذا الإسلام المنغرس الذي لم نكن نغيره أي اهتمام، تحوّل إلى معضلة كبيرة للمجتمع الفرنسي الذي بدأ يتساءل عن هويته، وعن هذا «الآخر» المسلم الذي يُجاوره ولا يعرفه جيداً¹.

لقد جرت مثل هذه النقاشات في بيئة من «التوتر الأيديولوجي»، ومن الانغلاق المتزايد على الذات²، ما يتعارض تماماً مع أطروحة قربة العولمة الكونية، ومع أطروحة الثقافة الكونية.

أخيراً، يمكن قياس ما أنجزته وسائل الإعلام والتواصل الحديثة والمتطورة من تقدم واسع في تقنياتها، وكذلك ما حقّقه من تغيير في مجالات الحياة كافة، لكن يبقى المقياس الأهمّ لمثل هذا التقدم، ولأي شكل آخر من التقدم، هو ما إذا كان الإنسان أصبح أكثر سعادة واطمئناناً.

1- Rabah Saddek, L'Islam dans le discours médiatique: comment les médias se représentent l'Islam en France?, Dar Al-Buraq, Beyrouth, 1998, p. 18.

Bruno Étienne, L'Islamisme Radical, Hachette, Paris, 1987, p. 294.

2- Ibid., Rabah Saddek, L'Islam dans le discours médiatique, p. 348.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر والمراجع المعرّبة

- باومان، زيجمونت و ليون، ديفيد، المراقبة السائلة، ترجمة حجاج أبو جبر، ط1، الشبكة العربيّة للأبحاث والنشر، بيروت، 2017م.
- توفلر، ألفن، صدمة المستقبل المتغيّرات في عالم الغد، الفصل السادس، لا ط، الجمعية المصريّة لنشر المعرفة والثّقافة العالميّة، القاهرة، 1990م.
- روزنبلات، روجر، ثقافة الاستهلاك والحضارة والسّعي وراء السّعادة، ترجمة ليلي عبد الرزاق، ط1، العدد 1833، المركز القوميّ للترجمة، القاهرة، 2011م.
- كاسر، تيم، الثّمّن الباهظ للمادّيّة، ترجمة طارق عسيلي، ط1، المركز الإسلاميّ للدراسات الاستراتيجية، بيروت، 2017م.

المصادر والمراجع الدورية

- زيدنر، موشي و ماثيوس، جيرالد، القلق، ترجمة معتز سيد عبد الله والحسين محمد عبد المنعم، لا ط.، سلسلة عالم المعرفة، العدد 437، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2016م.
- عترسي، طلال، العلوم الإنسانيّة الغربيّة وليدة القطيعة الحداثيّة مع الدّين، مجلّة جامعة المعارف، العدد 4، 2021م.
- فروم، أريك، الإنسان بين الجوهر والمظهر، ترجمة سعد زهران، لا ط.، سلسلة عالم المعرفة، العدد 140، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1989م.

المصادر والمراجع باللّغة الأجنبيّة

- Bruno Étienne, L'Islamisme Radical, Hachette, Paris, 1987.
- Philippe Moati, La Société malade de l'hyperconsommation, Odile Jacob, Paris, 2016.
- Rabah Saddek, L'Islam dans le discours médiatique: comment les médias se représentent l'Islam en France?, Dar Al-Buraq, Beyrouth, 1998.

المصادر والمراجع الإلكترونية

- موقع الجزيرة، نبيل شبيب، اليمين المتطرّف ومستقبل المسلمين في أوروبا، 3-10-2004م:
<https://www.aljazeera.net>.
- موقع سي أن أن العربيّة (CNN Arabic)، تطوّر احتجاجات الجامعات الأميركية، 2-5-2024م:
<https://arabic.cnn.com/world/article/2024/05/02/university-protests-pro-palestinian-israel-05-02-24>.
- موقع مركز نماء للبحوث والدراسات، هشام المكيّ، الإسلاموفوبيا وصعود اليمين المتطرّف في أوروبا، الرياض، 14-7-2014م:
<https://nama-center.com/Articles/Details/10428>.
- موقع موضوع، دانة الوهادين، مفهوم الجودة، 21-2-2016م:
https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%AF%D8%A9.