

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/308595668>

التمثيلات الجديدة في المجتمع الفلسطيني: التَّخْبُط التَّمثُّلي و المِيعَارِيَّات الجديدة: نموذج محمد عَسَّاف

Article · October 2016

CITATIONS

0

READS

7

1 author:



EL sakka Abaher

Birzeit University

10 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE

التمثّلات الجديدة في المجتمع الفلسطيني: التّخبطُ التمثلي والمعياريات الجديدة: نموذج محمد عسّاف

أباهر السقا(*)

أستاذ علم الاجتماع في دائرة العلوم الاجتماعية والسلوكية، جامعة بيرزيت.

تقديم

لا تقوم هذه المقالة على تشخيص للفنان محمد عساف^(١) نفسه، ولكنها تعتمد في تحليلها على تمثّلات ظاهرة النجم عساف في المجتمع الفلسطيني واستقبالها وتحليلها سوسيولوجياً باعتبارها ظاهرة اجتماعية كلية بمعنى موس (Mauss). إجرائياً تقوم الدراسة على ثلاثة محاور: يعرض الأول بعض التصورات النظرية لفكرة التمثل المجتمعي للنجومية وآليات اشتغالها؛ ثم يعرض الثاني المبررات السوسيولوجية لانتشار هذه الظاهرة باعتبارها ظاهرة اجتماعية كلية؛ في حين يعرض الثالث عمليات التخبط التمثلي (Representation) وبث قيم المعيارية الجديدة وتحليل أبعادها السوسيولوجية. من ناحية منهجية تستند المقالة إلى دراسة ميدانية اعتمدت على إجراء مقابلات معمقة في الفترة الواقعة بين خريف ٢٠١٣ وحتى صيف ٢٠١٤ مع ٥١ مبحوثاً^(٢)، وتحليل بعض المواد السمعية والبصرية، إضافة إلى الملاحظة بالمشاركة.

asakka@birzeit.edu.

(*) البريد الإلكتروني:

- (١) فنان فلسطيني من مواليد ١٩٨٦؛ ترعرع في مخيم خان يونس للاجئين في قطاع غزة، تعود أصول عائلته إلى قرية القسطينة المهجرة والمدمرة - قضاء الرملة؛ فاز ببرنامج «أراب آيدل» (Arab Idol) وهو النسخة العربية من برنامج المسابقات الغنائي العالمي المعولم (Pop Idol)؛ وقد فاز عساف باللقب الأول للمتسابقين في الموسم الثاني للبرنامج عام ٢٠١٣، والذي كان يبث على قناة أم بي سي ١ - دبي -. شارك الفنان عساف بأغنية في احتفال كأس العالم، كما وعيّن عساف سفيراً للأونروا - وكالة غوث اللاجئين في حزيران/يونيو ٢٠١٣ عقب فوزه باللقب، ليكون أول سفير إقليمي للأونروا؛ أنتج عنه المخرج الفلسطيني هاني أبو أسعد فيلم «يا طير يا طائر» في عام ٢٠١٥.
- (٢) شملت العيّنة مجموعة من الشباب الفلسطيني من مدن رام الله ونابلس وبيت لحم وقراها ومخيماتها، تم اختيار عينة تمثيلية من أوساط سوسيو - اقتصادية وثقافية مختلفة؛ تم الأخذ بعين الاعتبار المتغيرات السوسيولوجية كالعمر والجنس ومكان السكن ومستوى التعليم والمهنة. في ما يخص المواد السمعية والبصرية لقد تم مشاهدة عشرات المقابلات والبرامج والأفلام عن عساف =

أولاً: عمليات التمثل الاجتماعي

تتعدد التصورات السوسيولوجية حول فكرة التمثل الاجتماعي، فهناك التصور الدوركايمي (Durkheim)^(٣) الذي يتعامل معها كواقعة اجتماعية تحمل صفة قسرية؛ في حين تقترح التصورات البورديزيانية (Bourdieu) دراستها من خلال استبطان الخارجي؛ ستعمل قراءتنا بالاعتماد عليها^(٤). من المؤكد أن ظاهرة النجومية ليست مجرد عملية تجارية بحتة فحسب؛ ولكنها تحمل أبعاداً إشهارية وسياساتية واجتماعية. إن عملية التماهي الفردانية مع ظاهرة النجم على المستويين الفردي والجماعي يحولها إلى ظاهرة تماثل جمعية كونية وذلك من خلال آليات تحويل الشخوص والنجوم بأشكالهم المختلفة واستحضارهم من فضاءات متباينة ثقافياً إلى فضاءات أخرى وصيغها بنكهات محلية. وتتم عمليات الاستبطان/ الاستدخال (Intériorisation) لهذه النجوم عبر سيرورات إقحام العوالم الخاصة للنجوم في العوالم الخاصة للعامة؛ وتحويل عوالم الخاصة بالنجوم لتصبح عوالم عامة. وذلك عبر تمثيل سيرورات النجوم الشخصية وخلفياتهم وعائلاتهم وجعلها اعتبارات عامة للجمهور؛ فتعمل على فرض هيمنة الخاص على العام وعلى فضاءاته وتمثلاته في ما يمكن تسميته «بصناعة النجومية»؛ وذلك من خلال استبطانها من قبل المولعين والمستهلكين، وتتم عبرها عمليات بناء الذات والهوية للأفراد عبر تمثلات مؤسّسة لعمليات تماثل هوياتية جمعية.

ثانياً: ظاهرة محمد عساف

بدأت هذه الظاهرة مع ترشح الفنان محمد عساف للمبارزة^(٥) في برنامج بثته قناة MBC العربية والتي تعمل على استحضار برامج غنائية مُعولمة وتُصنغ عليها بعض النكهات المحلية. هذه النجومية الجديدة بفلسطين ليست بمعزل عما يحدث في الوطن العربي وهي بالأخص مرتبطة تحديداً بإشاعة ظاهرة «الفيديو - كليب»، وأغاني «البوب» في الوطن العربي منذ ٢٠ عاماً، حيث ينغمس الشباب العربي^(٦) بهذه الأنماط الجديدة من التمثل

= أو عن جمهوره، كما استخدم الباحث الملاحظة بالمشاركة حيث حضر مهرجانات وحفلات أجراها عساف.

(٣) بالمعنى الدوركايمي هي تصورات اجتماعية تبنى على شكل قيم ومعايير للسلوك والتذوق والقول، كما أنها أيضاً عمليات ديناميكية لإعادة بناء الواقع الاجتماعي.

(٤) بمعنى الهايبيتوس/العادة Habitus بشقيه: الاستبطان/الاستدخال - أي استبطان الخارجي أي عن طريق التنشئة الاجتماعية والتي تسمح باستدخال العالم الاجتماعي من جهة ثانية بشقه الثاني الذي يسمح باستبطان الخارجي في الداخلي وذلك بسبب دور الأخير في أن يصبح هيكلاً مُنظماً (Structure Structurante).

(٥) ترشح فنانون فلسطينيون آخرون للبرنامج المذكور قبيل عساف ولكنهم لم يحظوا بالمكانة نفسها التي حظي بها عساف.

(٦) للاستزادة يمكن الاطلاع على دراسات (عيسى، ٢٠٠٨؛ لعياضي، ٢٠٠٨).

والتماهي وما تمثله هذه الصور الاجتماعية لشخص يُعبّر من خلالها عن أحلام معيارية تظهر فيها - نختصر هنا - صور لشباب غني مُرفّه، يعمل على الظهور وفق معايير معولمة فتستحضر شخصاً رومانسية حاملة مع حضور طاغ للسيارات الفارهة ولأنماط الاستهلاك المرفّه والمعيشة الفخمة والتسوق الأبهّي، ومركزية طاغية لنموذج «الفتى الشقي»، و«المرأة الفتاكة»، والخدم الذين يعملون على خدمتهم؛ ولحضور تباينات اجتماعية واقتصادية، حيث يظهر المغنون في أغلب الأحيان في بيئات من الرفاهية والأبهة والغنى الفاحش وتركب تصويراً وموسيقاً - حيكات - سيناريوهات تمنح المشاهدين الشعور وكأن هذه الأنماط المعيشية تعبيرات عن السعادة والنجاح.

هذه التعبيرات الاجتماعية تتناسخ في معظم فيديوهات «الكليب العربي الحالي». يمكن لنا أن نراها كتمثيلات اجتماعية معيارية تقدم عن ممارسات حياتية ناجحة وسعيدة؛ حيث تعمل هذه الصور على بث عوالم متعددة من التخييلات عن النجاحات الفردية ومعاييرها والتي تشبه عناصرها بعض عناصر «الحلم الأمريكي». المجتمع الفلسطيني ليس بمنأى عن هذه التخييلات ولكن بقي تأثير هذه التصورات المعيارية محدوداً في المجتمع الفلسطيني مقارنة بمجتمعات عربية أخرى؛ نظراً إلى خصوصية الوضعية المستعمرية وانشغال المجتمع بقضايا مجتمعية أخرى؛ حتى وإن انشغلت في السابق شرائح اجتماعية معينة بأنماط موسيقية مختلفة ولكنها لم تشغل المجتمع الفلسطيني على النحو الحالي ولم تخلق حالة تماثل مجتمعي مع فنان واحد كما حدث مع ظاهرة محمد عساف. ولذا سنحاول في ما يلي فهم لماذا هذا الانغماس الجديد؟ وسنسعى لتقديم قراءة عن محددات الظاهرة. وللوصول إلى ذلك سنعمل في المحاور القادمة على عرض مجموعة من العناصر التي قد تفسر أسباب انتشارها ونستهلها بصورة الفلسطيني الجديد ثم بآليات صناعة النجم والمعايير الجديدة وخلق مجتمع الفرجة.

ثالثاً: صورة «الفلسطيني الجديد»

يعيش المجتمع الفلسطيني المُستعمر أزمة مجتمعية غير مسبقة لها علاقة بمآل «المشروع الوطني الفلسطيني» وتعرّفه، وتعاظم حالة عدم الثقة بالمؤسسات وغياب مؤسسة وطنية جامعة في ظل تراجع دور منظمة التحرير الفلسطينية؛ وتضاؤل المشاركة المجتمعية وانعكاس ذلك على مجمل الحيوّات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وتشردم جغرافي، وتناحر فصائلي خاصة بين طرفي الانقسام حركتي فتح وحماس، وتخليق أوضاع اقتصادية واجتماعية وثقافية متباينة بين التجمعات الفلسطينية المختلفة. خلال هذه الأزمة ظهر عساف كنجم ورمز «فلسطيني جديد». جرى تقديمه مجتمعياً باعتباره نموذجاً للنجاح للشباب الفلسطيني الجديد؛ وبرزت عبره عمليات تتماهى معه باعتباره «بطلاً جديداً»، ولونا آخر لفلسطين، قادراً على تجاوز الصورة النمطية المرتبطة بصورة الفلسطيني «المناضل» و«المقاتل»؛ طبعاً حسب التصنيفات المتغيرة للسياقات الفلسطينية المختلفة.

يعكس هذا النجاح لعساف حسب بعض المبحوثين في رؤيتهم إياه^(٧) كفنان قادر على حُسن تمثيل وتوحيد الفلسطينيين في ظل الانقسام وغياب «البطل الجامع»؛ في حين ترى مُحاججات أخرى أن نجاح عساف يثبت قدرة المجتمع الفلسطيني على أن ينتج الغناء والفن ويسجل حضوره العربي والعالمي في مسابقات عالمية معولمة مثله مثل المجتمعات العربية الأخرى. بينما تقدمه تمثلات أخرى كمُوحِد للكل الفلسطيني (الشتات وال الضفة الغربية والقدس وقطاع غزة وفلسطين ٤٨... إلخ). هذه الصور نجد ما يقابلها عند الاطلاع على الكتابات والآراء والتي نسرد بعضاً منها حيث عللت الكاتبة فاتنة العزة سطوع نجم عساف بحاجة فلسطين «للفرح الجامع» فرأت أن «محمد عساف فرحة الفلسطينيين الأولى منذ النكبة» وكذلك فعلت صحيفة أخرى فعنونته «عساف يُستقبل كالأبطال»^(٨).

وفي تقارير صحفية مماثلة اختارت صحيفة أخرى عنوان «لقد فزنا بالأمل». وتساءل بدوره الكاتب فايز أبو شمالة «هل صار المطرب محمد عساف شخصية فلسطينية أكثر أهمية من شخصية السيد محمود عباس؟ وهل توافق على ترشيح المطرب محمد عساف رئيساً للشعب الفلسطيني؟»^(٩). فيما كتب حسني المشهور^(١٠) «منذ بداية برنامج (محبوب العرب Arab Idol) وظهور محمد عساف بكل هذا الوله والوجد والشجن الفلسطيني حتى أصبحت ساعات البرنامج كإجازة قسرية للأفراد وللأسر الفلسطينية في البيوت وحيثما أمكن التجمع... تماماً كالإجازات القسرية لأداء واجب اجتماعي في فرح أو عزاء... واليوم ونحن في ساعات هذه الإجازة القسرية التي نتجمع فيها لأداء واجب هو أكبر من الفرح وأكبر من العزاء... لأنه واجب فوق الاجتماعي؛ وفيه المشاركة ليست لسماع ما يطربنا من محمد عساف وصحبه بقدر ما هي إصغاء لظاهرة يتألق فيها محمد عساف من أجل وطن ولإسماع روايتنا لشعوب الدنيا بطريقة أخرى جديدة تضيف إلى سابقتها وإن اختلفت عنها... وفيها صد وإحباط للعاملين على طمس هذه الرواية وحرف الأنظار عنها».

ما قدمناه سابقاً جزء من فيض غزير من الكتابات عن عساف. هذه التمثلات سابقة الذكر مرتبطة أيضاً بفكرة التمثيل الجمعي في المخيال الفلسطيني العام الذي يحاجج عن قدرة الفلسطينيين بتقديم نماذج أخرى غير مختزلة في الفلسطيني المناضل، وكذلك استمرارية لخطاب فلسطيني يرى بظاهرة عساف أنها تعيد الاعتبار لمساهمة فلسطين في الحداثة الفنية العربية والتي بُترت مع بتر الحداثة الفلسطينية بسقوط مدينتي حيفا ويافا الحداثيتين؛ حيث لعب الفلسطينيون في الماضي دورهم في النهضة الثقافية والفنية في المشرق العربي قبيل النكبة. وهي في هذا الإطار ترى بعساف استمراراً ثقافياً يسعى للتشديد على دور هذا النجم في استعادة ماضي الفلسطينيين المنقطع مع نفاذ المشروع الاستعماري الصهيوني الذي قام على أنقاض المجتمع الفلسطيني وتحطيمه بناء المجتمعية

(٧) مقابلات أجراها الباحث مع شباب وشابات في الضفة الغربية ربيع ٢٠١٣.

(٨) <http://pukmedia.com/AR_Direje.aspx?Jimare=10159>.

(٩) <<http://www.shbabmisr.com/t-7111>>.

(١٠) <<http://www.almustaqbal-a.com/index.php/views/18251.html>>.

بما فيها بناء الثقافة. وعليه فإن عملية التصويت الجمعية وانحياز بعض الشرائح الاجتماعية الفلسطينية لمصلحته كان لها دوراً برأيهم في استعادة حضور «فلسطين الجديد» في المجالات الثقافية العربية المعاصرة. هذه الرؤى لا تأخذ بعين الاعتبار الحضور المهم وغير المنقطع للفلسطينيين في الحياة الثقافية العربية منذ بدايات ما اصطلح على تسميته بالنهضة العربية. وربما من الممكن تأويل هذه المحاججات بأنها تخص الحضور الفلسطيني الجديد في الفضاءات العربية من خلال عساف (الذي لا يمر عبر قنوات مرتبطة بالقراءة أو تعبيرات ثقافية أخرى والتي تعاني أزمة غير مسبوقة في ظل تراجع تأثير القراءة كما هي الحال في غالبية المجتمعات العربية)؛ بل تمر عبر شاشة التلفاز وعبر أدوات شعبية معاصرة قادرة على النفاذ لجمهور عريض باعتبارها منتجات استهلاكية بامتياز كبرامج «أراب آيدول» و«ستار أكاديمي» و«ذا فويس».

تظهر لنا الملاحظات الميدانية أنه أثناء الحفل الختامي لتنصيب بطل البرنامج تم نصب شاشات عملاقة لمواكبة حفل تنصيب «بطل الأراب آيدول» في الساحات العامة في كل من الناصرة وبيروت ورام الله وغزة؛ وما تحمله هذه الخطوات من تعبيرات رمزية عن توحيد فلسطيني ناجح حول قضية واحدة وتجاوز للشرذمة الجغرافية التي يعانيها الفلسطينيون. أعقب فوز عساف احتفالات صاخبة شارك بها آلاف الفلسطينيين في هذه المدن تفوق أعدادهم أعداد المشاركين في التظاهرات والفعاليات المختلفة منذ أكثر من ١٢ عاماً، وربما ليس من باب المبالغة القول بأن أعداد المشاركين بالاحتفال بعساف هو الأكبر منذ رحيل الزعيم ياسر عرفات في ٢٠٠٤.

وللقدرة على فهم أسباب نجاح هذا النمط الجديد دون غيره؛ يجب مقارنته بنماذج فلسطينية أخرى محلية؛ لم تمتلك أدوات الإشهار المعولمة ولم تستفد من خدمات استشاري المؤسسات الصانعة للنجوم ولم تمتلك أدوات إشهارية ودعائية معولمة كقناة MBC؛ وهنا نعتقد أن هذا البرنامج المعولم والذي هو إعادة إنتاج نماذج منسوخة من برامج معولمة تنتمي إلى منظومة الهيمنة الثقافية عملت وتعمل على صناعة عالم تذوقي جديد وذائقة فنية جديدة وبل نجوم جدد. فبهذا الخصوص يقول جاك حايك، مدير مجموعة إم بي سي، «بأن ما حدث من اهتمام إعلامي لنجم برنامج «أرب آيدول» محمد عساف، هو حالة استثنائية، نظراً إلى ما مر به من تجربة إنسانية من بداية صعوده من مخيم فلسطيني وصولاً إلى غنائه بالأمم المتحدة». وإذا عقدنا مقارنة بين نجم محمد عساف نفسه قبيل البرنامج وبعد البرنامج؛ فقد نخلص إلى أن الآليات والتمثيلات مختلفة تماماً وهي برأينا مرتبطة بما أسميناه صناعة النجم القائمة على ميكانيزمات أخرى لا علاقة لها بالفنان نفسه؛ فعساف فنياً لم ينتج حتى اللحظة أغاني كثيرة خاصة به وأغلب ما غناه هو عبارة عن أغاني لفنانين سابقين قام بأداء أغانياتهم.

فما السبب إذاً وراء انتشار هذه الظاهرة؛ حيث إن محمد عساف لم يكن ذا اهتمام من قبل المجتمع المحلي ولم تصغ له آذان الشباب الفلسطيني؛ إلا من خلال بعض الأغنيات والتي هي بالضرورة مرتبطة بالقضية الوطنية وخاصة أغنيته الشهيرة «عل الكوفية» المكونة من كلمات فلسطينية جرى تركيبها مع لحن تراثي عراقي قديم لملحن عراقي

(علي بدر)، وهي بشكل أو بآخر مرتبطة بشخصية الزعيم الراحل عرفات، ويمكن لنا قراءة هذه الأغنية نفسها باعتبارها تصوراً جديداً مرتبطاً بتغير تماثلي آني للكوفية والتي ارتبطت تاريخياً بالمقاومة وبالعروبة و«بالفلسطنة» في مراحل متأخرة؛ بمعنى أن الكوفية ارتبطت في المخيال الجمعي الفلسطيني برمزياتها منذ ثورة وحركة القسام عام ١٩٣٦ والتي كان يعني حينها ارتداء الكوفية بطلب من الثوار آنذاك بمثابة إعادة اعتبار للريف وزيه مقابل حداثة المدنية وكمحاوله لإظهار تجانس اجتماعي ثقافي ضد المستعمر البريطاني؛ وقد امتدت هذه الرمزية لاحقاً لتحمل بعداً أكثر ترسخاً مع ظاهرة «الفدائي المثلث» في سنوات الستينيات؛ ومن ثم ارتباطها بياسر عرفات كوجه للفلسطيني الثائر؛ في حين أن استحضارها في أغنية عساف ليس مرتبطاً بلثام الكوفية ولكن بهزها «بحنية على الأكتاف»، وهو يمكن رؤيته كتغير وظائفي رمزي هام على مستوى الدلالات الرمزية الجمعية، بمعنى أنه استحضار للشق الناعم من الحضور الرمزي للكوفية والمربط هنا بالرقص المحلي لسكان المشرق العربي وربطها بالتلويع كونهل أداة ترافق رقص الدبكة. دون أن ندعي هنا أن رمزية الكوفية بحمولاتها المتعددة قد أسقطت واستبدلت في شقها المختزل كونها أيضاً أداة للتلويع وللرقص. ولكنها مثلها مثل رموز فلسطينية أخرى جرى توظيفها واستخدامها بمحمولات أخرى مُماسسة لتتناسب مع متطلبات الخطاب الفلسطيني الجديد؛ كما حدث مع العلم الفلسطيني والذي كان يحمل دلالات مشحونة رمزياً قبيل قدوم السلطة الفلسطينية؛ حيث كان يعتبر مجرد رفعه من قبل المواطنين يكلف حامله السجن لمدة ستة أشهر من قبل سلطات الاستعمار «الإسرائيلي» أو حتى الموت في حالة التلويع به في تظاهرات علنية أثناء فترات الاحتلال المباشر ١٩٦٧ - ١٩٩٣؛ وكذلك حدث مع رمزية تعبير «فدائي» والذي بدوره كان حملاً لدلالات رمزية هامة حيث كان يعني - عدا رمزيات التضحية والفداء والقتال - الانتقال من حالة اللجوء إلى حالة الفدائي وأثر ذلك في استعادة ذات المُستعمر بالمنطق الفانوني (Fanon, 1952) وتخليق هويات جديدة لأجيال كاملة من الفلسطينيين؛ فجرى عليه محاولات تحويل رمزية حيث سُمى الفريق الوطني لكرة القدم لفلسطين بالفدائي؛ وبالألية نفسها عُمِل على ترويج استخدام كلمة «بلادي» بدلاً من كلمة «فدائي» في النشيد الوطني الفلسطيني بعد قدوم السلطة الفلسطينية في الألفية.

١ - صناعة النجم

مثلت عملية التصويت لعساف بشكل جماعي، انشغالاً مجتمعياً لخلق قضية عامة تشارك فيها الفلسطينيون لفترة زمنية طويلة؛ فكما هو معروف فإن عمليات التصويت مرتبطة بعمليات «صناعة النجم» والتي تظهر كأفعال وظائفية فردية وجمعية. وترجم بمشاهد جمعية يتدخل فيها الجمهور لمصلحة نجمه؛ ليخلق لديه فكرة ممارسات اجتماعية لها علاقة بصنع هويات تماثلية؛ هذا الجمهور بشقيه المتفرج والمشارك يستخدمان مجموعة من المحاججات لتبرير عملية التصويت والمشاركة بإنجاح النجم. ولنا أن نستعير هنا دراسة إريك ماسي (Macé, 1993: 120) الذي يرى «أن المتفرجين والمشجعين ينظرون إلى البرامج التلفزيونية المختلفة باعتبارهم خاضعين اجتماعيين وذلك عن طريق آليات

التمثل الاجتماعي لهذه البرامج». إن عملية التماهي الأساسية بين الجمهور والنجم مرتبطة بشكل مركزي بتبدل المواقع الاجتماعية حيث يتم الانتقال من موقع «غير المرئي» إلى موقع «الشهرة» وتتخلل عملية الانتقال هذه ميكانيزمات تحويل لعناصر الشهرة. وهذا يحدث على مرأى من المشاهدين/المشاركين في ما نسميه تلفزيون - الواقع؛ ويشارك الجمهور أو يعتقد بأنه يشارك في صناعة النجم. توحى هذه العملية للمشاركين بأنهم فاعلون اجتماعيون وتساعد عملية التصويت نفسها على خلق تمثيلات المشاركة الاجتماعية وتحمل المسؤولية الاجتماعية. هذا الانتقال من غير المعروف إلى الشهير يرتبط بشكل أساسي بالعمل المؤسسي. أي أن عملية العزل الاجتماعية بين الأفراد الذين خضعوا للصناعة المؤسسية وبين الآخرين الذين لم يخضعوا لها من القطاعات العريضة من الجمهور تعمل على ترفيع هذا النجم إلى مصفٍّ اجتماعي آخر مُتَمَنَّى. وتتم عملية العزل هذه عبر تمثيلات لها علاقة بضرورة اقتناء الرساميل الثقافية اللازمة من قبل الخاضعين.

بقول آخر إن الفصل الاجتماعي بين «الناجحين» الذين خضعوا لصناعة المؤسسة «النجمية» وبين الآخرين الجمهور، تعمل على دفع الجمهور لاستبطان ميكانيزمات الهيمنة الثقافية المؤسسية؛ مما قد يحولها إلى نماذج يحتذى بها من قبل الخاضعين للهيمنة النجمية. تكشف لنا دراسة باسكي (Pasquier, 1998) عن أن المسلسلات المتلفزة/«الواقعية» كالمسلسل التلفزيوني «إيلين والشباب» جعل الفتيات الفرنسيات يرين في هذا المسلسل طريقة لعقد مقارنات بين حياتهن وحيات إيلين المتلفزة المعروضة للجمهور. وينطبق هذا على مسلسلات برامج أخرى (Esquenazi, 2002: 4-13; 2003: 61-67 et Padis, 2001: 81-89) مثل برامج «ستار أكاديمي» و«لوف ستوري» (Love Story) بنسخها المعولمة بما فيها نسخها العربية. تنتشر هذه الظاهرة الكونية وفق نظام النجمية/البيبول المرتبطة بفكرة «التطفل» و«الإشاعة» و«التلصص» و«المراقبة» والتمثل الاجتماعي (Esquenazi, 1995). وينقسم الجمهور إلى مدافعين ومعارضين للنجم؛ هذه الانقسامات تحمل بدورها دلالات اجتماعية وممارسات لها علاقة بفكرة قدرة الجمهور على إنجاح النجم أو تنحيته وكل الكواليس المرتبطة بذلك، كما تظهر لنا أعمال هوغارت (Hoggart, 1970). سوسيولوجياً تعتبر ممارسات المشاركة والفصل والتنحية والإخراج والإقصاء عبارة عن تمثيلات اجتماعية بامتياز. ولها دور تفاعلي ديناميكي لأن مجموعات كبيرة من الجمهور تشعر بأنها تشارك في المسؤوليات الجماعية لإنجاح وترجيح كفة مرشحها الوطني/الاجتماعي.

وفي حالة عساف فقد تم استحضار منظومة من المحاججات «الوطنية» والتبريرية لعمليات التصويت لمصلحته والتي قدمت ضمن دائرة ممارسات المسؤولية الاجتماعية ومتطلبات التضامن الاجتماعي/الوطني. وهي ظاهرة عابرة للأجيال وللجغرافيا الفلسطينية. والحدث نفسه أي - المشاركة بالتصويت - قدم عبر وسائل الإعلام المحلية التي مولتها جماعات وهيئات ومؤسسات فلسطينية، بنوك، شركات، جماعات افتراضية كحملة مساندة محمد عساف إلخ؛ كتعبير عن حالة تضامن اجتماعية وكمؤشرات لاختبار «وطنية المصوتين» وتفاعلهم مقابل تقاعس عدم المصوتين. شكلت عمليات التصويت هذه آليات لصنع عملية التماهي بين بطل البرنامج «عساف» والجمهور الفلسطيني؛ حيث رأت مجموعة من

الشباب^(١١) أن عساف يمثل هذا الشباب الذي ملّ من الانقسام وفكرة انحباس الأفق وأزمة «المشروع الوطني» الذي تقوده السلطة. وقدم لنا بعض المبحوثين مجموعة من المبررات الاجتماعية للتصويت والتي يمكن أن تقرّ كتعبيرات اجتماعية: تضامن مع المخيم كمكان إنتاج هوياتي ورمزي للقضية الفلسطينية ولللاجئين كون عساف لاجئاً وابن مخيم؛ أو أن نجاح عساف هو حراك اجتماعي - اقتصادي يتغلب على بؤس المخيم والفقر والحرمان وغيرها من الصور الجمعية عن المخيم، وهو على هذا النحو يمثل قدرة عساف كنموذج يحتذى به للتغلب على هذه الصعوبات، وهو برأينا أحد المحفزات الأساسية لما يمثله لمجموعات كبيرة من الشباب كنموذج للنجاح والحراك الاجتماعي - الاقتصادي والتغلب على الفقر والصعود في السلم الاجتماعي.

ويسرد المبحوثون بالتفاصيل حيثيات مشاركة عساف والصعوبات التي واجهها للوصول إلى البرنامج وما ترافقه هذه «الصورة البطولية» من أن عساف يمثل فلسطين بمعاناتها وغزة تحديداً وحصار سكانها وعدم قدرتهم على التحرك والسفر حيث قدمت مجموعة المبحوثين عدة مبررات مثل: (صعوبة الخروج من القطاع؛ وتحدي الواقع الاجتماعي المرير، صعوبة الأوضاع... إلخ؛ «لأن غزة تستحق الحياة»؛ لأن عساف من غزة؛ فقد سبقه الشوملي من بيت لحم ولكنه لم يحظَ بهذا الاهتمام؛ مشابته بالفنان المصري الراحل عبد الحليم حافظ الذي رأى فيه أيضاً بعض المبحوثين وليد معاناة). في حين تماثل بعض آخر من المبحوثين مع المشهدية العالية أثناء حضور والدته أمام الكاميرا ونقل دموعها وهي تشاهده وما مثلته هذه المشاهد من حالة تماثل عاطفية لآلاف المشاهدين. ويدافع الجمهور عن النجم بمجموعة من المحاججات الأخرى المرتبطة باستبطان معايير المؤسسة المهيمنة المروّجة للبرنامج ليستخدّمها في الدفاع عن نجمه مثل: معايير «النجاح»؛ «المجد»؛ «العمل الجاد»؛ «الصرامة»، «الدقة»، «صوت خارق لا يمر إلا مرة كل ٥٠ سنة... إلخ، «شكله». إن جل المحاججات التي عرضنا هي جزء من محاججات أخرى - اختصرناها - قدّمت كمبررات اجتماعية للتصويت وفق رؤى هذه المجموعات لما يمثله عساف بالنسبة إليهم. على هذا النحو فإن عملية التصويت الجمعية نفسها أدت إلى خلق آليات تماثل مرتبطة بردات فعل متشابهة؛ فهي تحصل بتوقيت زمني وبآليات متشابهة: تصويت من طريق الهاتف، إرسال رسائل إلكترونية، رسائل مسجلة وهي جميعها موجهة ومحفزة بأدوات إشهارية قادرة على الوصول إلى كل عائلة، مما يجعل من هذه الممارسات القسرية المستبطنة معايير اعتيادية رغم أنها تحمل بالضرورة محددات معيارية مضبوطة وضابطة ومتجانسة.

٢ - معيارية جديدة ومجتمع فرجة

تقوم الجهات المؤسسية المهيمنة ثقافياً بفرض رؤيتها على مجموعات اجتماعية مستهلكة من خلال بث مجموعة من التصورات المعيارية المفروضة من المؤسسة لإخضاع الأفراد، وفي هذه الحالة تعمل المؤسسة المهيمنة ثقافياً على الإبقاء على حد معين من

(١١) مقابلات مع شابات وشباب برام الله.

الحرية الفردية التي تعطي الانطباع للفرد الخاضع للمنطق المؤسسي بأنه يمارس ذاته وحرية. بهذا المعنى نحن أمام نموذج لممارسة العنف الرمزي بالمعنى البورديزياني (Bourdieu, 1997). وإعادة إنتاج ذائقة الفئات الاجتماعية المهيمنة وأشكال التعبير عن ذائقتها لتصبح هذه البرامج شعبية وجماهيرية؛ بدءاً باسم البرنامج المعولم مروراً بكل العمليات المصاحبة لصناعة النجم من خلق آليات استبطان، واستراتيجيات تأقلم مع ممارسات الرأسمالية الجديدة. بمعنى الخضوع لعمليات إلهاء منظمة بمنطق رولان بارت (Barthes, 1957) وجعل الجمهور يخضع لمنطق السوق والتسويق للصوت والجسد والجمال والحضور والاعتبارات المعيارية الجديدة، وهذه الميكانيزمات مرتبطة «بمركزية الصورة» التي نعيشها في المجتمعات المعاصرة بمنطق بوديار (Baudrillard, 1981). يصاحب ذلك عمليات أخرى لعملية صناعة النجم والتي يقول عنها إدغار موران (Morin, 1984) «بأن تقمص النجم نفسه من قبل الجمهور هو عملية تجارية بامتياز» (Benhamou, 2002).

هذه العمليات التي بدأت منذ التسعينيات، جعلت الجماليات ترتبط بشكل أساسي بالصورة وبالإلكترونيات، وعمليات الترويج الدعائية أكثر أهمية من الفعل الأدائي الفني نفسه (Jullier et Péquignot, 2013). وعليه فإن برنامج أراب آيدول يعمل على إنتاج نجم جديد بصورة جديدة لعساف كنجم وتغير شكله الخارجي ولبسه وعمليات التحسين المعيارية وتغيير أسنانه وتجميل البشرة وكل ما تقدمه هذه الصور المعيارية الجديدة للجمال المعيارى للصورة المثالية للنجم الجديد. إن العناصر سابقة الذكر قد تشكل أدوات لتخلق ثقافة معيارية جديدة لتحفيز قيم الفردانية عبر تقنيات جمعية تسمى في الحقل الأنغلو ساكسوني «الإعلام الجماهيري» والذي يوجه نحو تعميم أنماط جمعية موجهة للعائلات والأشكال الجمعية. أي باعتبارها أنماطاً مثالية للعيش المعاصر، وكل ما تمثله من صور وتمثيلات مرتبطة بالإشهار وصناعة الذائقة، كمنظومة اجتماعية مركزها الصور والتي تشكل بمنطق ديبور «مجتمع الفرجة» (Debord, 1992). أنياً تستخدم التقنيات الحديثة فكرة التسويق عن طريق المستهلك نفسه، والتقنيات التسويقية الجديدة وخاصة عبر العالم الافتراضي المنتج أنماطاً جديدة مرتبطة بقدرتها على إنتاج مخيال الرغبة الخاصة والتي تعطي المستهلكين الانطباع بأنهم يحققون رغباتهم الشخصية، وتحديد التمثيلات الثقافية للمستهلكين.

ترافقت هذه الآليات سابقة الذكر للتماهي مع خطاب النجومية مع بث خطاب متجانس للسلطة الفلسطينية قدمت فيها الأخيرة نفسها كمدافعة عن عساف من خلال حملات قادها وزراؤها ووسائل إعلامها المرئية والسمعية؛ وكذلك من خلال حضور ابن رئيس السلطة وبعض الشخصيات الرسمية الفلسطينية الأخرى في استوديو البرنامج ببيروت من أجل إظهار الدعم لعساف وتأكيد وقوف السلطة الفلسطينية بجانبه. فمع بداية ظهور عساف بدأ يظهر عساف كمحور صراع بين الفرقاء الفلسطينيين فاستخدمته السلطة وحركة فتح كورقة تظهرها كمؤسسة راعية «للمشهد الحضاري» الذي يمثله عساف و«المعبر عن حضارية الشعب الفلسطيني»، مقابل «النموذج الظلامي» الذي ترعاه حركة حماس. هذه السجلات دفعت الأخيرة - حماس - بأن تتراجع عن موقفها المتحفظ من عساف وخضعت للتعاطف الشعبي المتعاظم معه فاستقبلته على معبر رفح باستقبال يشبه استقبال الأبطال. هذه الصورة

التي يحاول أن يقدمها الرسمي الفلسطيني الراعي لعساف تتماهى مع الخطاب الرسمي الفلسطيني الذي تبثه مؤسسات السلطة بالتركيز على «عملية بناء الدولة ورموزها» وما يمثله نموذج عساف كنموذج جديد يجب أن يحتذى به؛ وتهميش نموذج المناضل والمقاتل الباعث لعملية «التحرر الوطني»؛ وهو منسجم تماماً مع خطاب جديد (السقا، ٢٠١٥) يقوم على تبني مشاريع معيارية جديدة لسياسات هوياتية رمزية قائمة على فكرة تعميم ضرورة حضور فلسطين في الساحة الدولية من خلال دخول موسوعات غنيس من طريق: «أكبر منسّف»، «أكبر صدر كنانة»، «أكبر صحن تبولة»، «أطول علم»... إلخ. والذي يعمل على مستويين: أولاً، من أجل تحقيق إنجازات وهمية مقابل فشل في السياسات الاقتصادية والاجتماعية حيث لم تنجح السلطة الفلسطينية حتى اللحظة بتحقيق أمان وظيفي لموظفيها؛ حيث تعتبر عملية صرف رواتب الموظفين الفلسطينيين بمثابة خبر عاجل والذي يعبر عن هشاشة البنى المؤسسية الفلسطينية؛ ثانياً، تعمل السلطة الفلسطينية من طريق هذه النماذج ورعايتها على تعويض فشلها في القضايا المصرية لإدارة الصراع مع «إسرائيل». فقد تم كما هو معروف مصادرة آلاف الدونمات وتعاضمت سياسة هدم البيوت واستفحال الاستعمارات وزيادة عدد المستوطنين في الضفة الغربية واستمرار مسلسلات الاعتقالات واستشهاد آلاف الفلسطينيين وتوسع عمليات القتل المنظمة من قبل الآلة الاستعمارية «الإسرائيلية»؛ وعليه فإنه من الممكن قراءة هذه الأشكال الجديدة كمحاولة تجاوز هذا الفشل على الأرض من خلال تحقيق إنجازات رمزية. وكجزء من حملة منظمة تقودها مؤسسات السلطة الرسمية بتحويل الشباب الفلسطيني إلى عناصر بناءة وفاعلة في بنائها «الدولاتي» وأجهزتها وليس كفاعلين في عملية التحرر الوطني لمجتمع مستعمر؛ فيتم اختزالها في عملية الانخراط في مؤسسات السلطة أو في النشاطية الاجتماعية المؤسسية أي بالمقاومة الشعبية ولكنها في شقها الوحيد «المقاومة السلمية» والمنضبطة والتي تخضع لرؤى الرسمي الفلسطيني.

وفقاً لما سبق سعت السلطة لاستخدام عساف كفنّان كنموذج استبدالي لنموذج الفلسطيني «المشتبك» و«العنيف» والذي يجلب على المجتمع الفلسطيني الفوضى والعنف ويقوض مساعي السلطة الفلسطينية الظهور بصفتها حامية لبناء المؤسسات المقبولة دولياً؛ وقادرة على قبولية الاحتجاجات وضبطها بما يحقق صورة مرجوة للسلطة وجاهزيتها كمؤسسة دولتية ومنسجم مع كينونتها كدولة وليس كحركة تحرر.

٣ - نجم للقطاع الخاص

بالتوازي مع هذا الخطاب الرسمي الفلسطيني، لعب القطاع الخاص الفلسطيني دوراً هاماً في عملية صناعة النجم الجديد عساف؛ فكما هو معروف فقد تنامي في السنوات الأخيرة القطاع الخاص الفلسطيني بشكل كبير وبدأ يحتل مكانة أساسية في السياسة وفي الفضاءات العامة وفي صناعة السياسات العامة. طبعاً هذا منحى كوني، ولكنه في فلسطين يأخذ أبعاداً أكثر ظهوراً في ظل ضعف المؤسسات العامة؛ وغياب الدولة واقتصاد القطاع العام وتنامي «الاقتصاد الحر» والذي يعمل على توغل القطاع العقاري القائم على عمليات الربح السريع، وكنتيجة لبث سياسات إقراضية تدفع السكان إلى الاستثمار في هذا

القطاع ذي المردود المالي والمرتبط بسياسات الإقراض وتحويل السكان إلى مقترضين وفق رؤى «البنك الدولي» و«صندوق النقد الدولي» وسياسات الدول المانحة. وهو مرتبط بالضرورة بالسياسات العامة «للاقتصاد الريعي» المعتمد على المساعدات الخارجية، والمُحفَّزة لثقافات استهلاكية وأنماط معيشية ومرتبطة بنماذج «العيش الإقراضي» ونزعات استهلاكية متعاطمة؛ والتي تُقدم لمجموعات كبيرة من الموظفين الجدد والشابات والشباب عبر خطابات توجه للشباب وتستبطن من قبلهم فيصبح فيها الشغل الشاغل للمواطنين؛ هو الحصول على شقة وسيارة مدعومة بسياسات مصرفية تجعل من جل السكان مقترضين مما يؤثر في الرؤى الاجتماعية والمجتمعية والوطنية المرتبطة بقدرتهم أو عدم قدرتهم على تحقيق أحلامهم المعيارية الجديدة.

ضمن هذه الرؤى يقدم القطاع الخاص الفلسطيني نفسه كحام لهذه المشاريع المعيارية الجديدة والضرورية لثبات الرساميل الاقتصادية والاستقرار الاقتصادي وتحفيز الاستهلاك وجني الأرباح. ولذا فإن التسويق للنجومية وعمليات صناعة النجم مرتبطة أيضاً بالترويج والذي يحقق مرباح مالية لشركات الاتصال، سواء من خلال اشتراكها الفعلي بتنظيم عملية التصويت أو بالفائدة غير المباشرة المرتبطة بتسويق اسمها بعمليات الإشهار المرتبطة بالحدث؛ فنجد مثلاً أن شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية «جوال»، أعلنت أنه خلال فترة التصويت قد تم إرسال أكثر من مليون و٤٠٠ ألف رسالة منذ بداية البرنامج بما قيمته مليونان و٢٥٠ ألف شيكل «إسرائيلي» أي ما يعادل ٦٨٠ ألف دولار، في بلد متوسط دخل الفرد السنوي فيه يقارب الألفي شيكل، يعني ٦٠٠ دولار!

لا تتوافر لدينا أرقام عن الأرباح المالية أو عن القيم المالية للرسائل الأخرى التي أرسلها ملايين المصوّتين في الخارج من فلسطين وعرب والمقدّرة أعدادهم بأكثر من ٦٠ مليوناً. وكذلك فعلت مؤسسة بنكية أخرى (بنك فلسطين) الذي أعلن في دعاية تسويقية له عن البرنامج والذي قدمها ضمن دائرة المسؤولية الاجتماعية للبنك تجاه مجتمعه: «رفع رسائل التصويت لمحمد عساف إلى ٢٠,٠٠٠ رسالة أسبوعياً. رسالة منك ورسالة من بنك فلسطين لابن فلسطين محمد عساف، رقم ٣» ... صوتك لمحمد عساف بصير صوتين!».

بالإضافة إلى ما ذُكر سابقاً يظهر لنا تدخل واسع لرجال الأعمال في عملية صناعة النجم، وبخاصة عبر رجل الأعمال الفلسطيني منيب المصري الذي أعلن منذ البداية تبنيّه الفنان الشاب محمد عساف؛ وأكد في أكثر من مرة أنه رجال أعمال فلسطينيون سيكتفون الدعم في التصويت له لنيل اللقب في برنامج محبوب العرب «أرب آيدل»، وكان الأخير قاد حملة إعلامية لمساندة عساف وظهر في أكثر من مرة على شاشات التلفاز بصحبته. وأوضح المصري في بيان صادر عن مكتبه برام الله أنه: «على اتصال دائم مع عساف من أجل رفع معنوياته ودعمه، وأضاف «حتى تنال فلسطين اللقب علينا جميعاً أن نتحمّل مسؤوليتنا تجاه محمد عساف». وأكد المصري أنه بادر بالاتصال وبمخاطبة العشرات من رجال الأعمال الفلسطينيين في الضفة وقطاع غزة والأراضي المحتلة عام ٤٨، إضافة إلى رجال الأعمال في الشتات، وحثّهم على تكثيف ودعم عملية التصويت لعساف والذي بات فخراً للشعب الفلسطيني بصوته الماسي (...) «ظاهرة محمد عساف هي خير برهانٍ على ثقة

الفلسطيني بنفسه، وعلى قدرته على اجتياز المراحل الصعبة، والوصول إلى أعلى المراتب». يمكن للمتتبع أن يقرأ في هذه المبادرات تدخلاً أكثر وضوحاً لرجال الأعمال الفلسطينيين لمصلحة مشروع رابع قابل للشهرة والتمظهر الاجتماعي وجني الأرباح الرمزية وطبعاً المادية والاقتصادية.

٤ - تبعات النجومية

بعد فوزه بالبرنامج أضحى عساف نجماً هوليوودياً بامتياز؛ حيث بدأ يحتل موقعاً اجتماعياً هاماً من حيث الاهتمام المجتمعي به وبتدخلاته في الفضاءات العامة ذات الطبيعة الخيرية لحملات معيئة ولمصلحة جمعيات معينة محلية وعربية وعالمية... إلخ. فبدأت تستخدمه وكالة تشغيل اللاجئين الفلسطينيين - الأونروا - لتسويق حملاتها الخيرية لجني التبرعات والهبات للاجئين الفلسطينيين، باعتباره نجماً جديداً من نوع آخر بدلاً من عرض نماذج مأساة الأطفال الجياع في أزقة المخيمات الفلسطينية، وتقديمه كنموذج مثالي وقدوة يحتذى بها من قبل أبناء المخيمات الفلسطينية. وتستخدمه المؤسسة الرسمية كذلك لتحقيق العديد من الرسائل الموجهة للجمهور المحلي من خلال ظهوره بصحبة رئيس السلطة الفلسطينية محمود عباس أثناء تأدية صلاة يوم الجمعة والتي يبثها تلفزيون فلسطين من مسجد التشريفات - الرئاسة الفلسطينية - في رسالة مزدوجة بصفتها حامية للفن وأهله ومحافظة على الممارسات الدينية. ثم سُمي ممثلاً عن فلسطين ليقدم خطاباً في الجمعية العامة للأمم المتحدة؛ وعين سفير للنيات الحسنة لدى اليونسكو. وبدأ عساف يتدخل في الفضاءات العامة من خلال إحيائه حفلات خيرية في الأردن تحت رعاية الأميرة بسمة بنت طلال تارة، والمشاركة في حفل إطلاق احتفالية لمستشفى أردني تارة أخرى؛ ومشاركته بإطلاق حملة أطول سلسلة بشرية قارئة حول سور القدس... إلخ. ومع هذه النجومية المتعاظمة أضحى لزاماً على النجم أن يقدم رؤيته عن الأشياء واتخاذ المواقف السياسية والاجتماعية. بالإضافة - طبعاً - إلى إحياء عشرات الحفلات في الوطن العربي وأميركا وأوروبا.

ويكاد يصبح عساف الشخصية الأكثر أهمية واهتماماً لدى الجمهور الفلسطيني؛ فتتشغل مدينة رام الله مثلاً بحضوره ضمن منطق جديد له علاقة بظاهرة نجومية لم يعرفها المجتمع الفلسطيني من قبل؛ أي تجواله بصحبة حراس من شركة حراسة خاصة لحمايته، فيغلقون الشوارع والمحال التجارية لأن النجم عساف يحتاج «إلى شراء ملابس» كما حدث في محل تجاري بشارع ركب/بنت جبيل في مركز مدينة رام الله عام ٢٠١٤. وتبدأ مظاهر ثقافية «البيبول» النجومية تشق طريقها في المجتمع الفلسطيني ويبدأ انشغال مجموعات شبابية به عبر إقحام العوالم الخاصة به لتصبح عوالم خاصة للعامة؛ فتأخذ عمليات التمثيل الجديدة لسيرورة النجوم الشخصية وعلاقاته الخاصة وحياته الخاصة باعتبارها اهتمامات عامة للجمهور؛ وتشغل صفحات الفيسبوك بقصص حبه وغراماته «المحتملة» الصحيحة وغير الصحيحة؛ وينقسم الجمهور إلى مدافعين ومعادين. وتجري الصحف والمجلات مقابلات معه عبر أسئلة يمكن أن نقرأها كتخييلات تعيد فكرة إنتاج النجاح الاجتماعي والصعود في السلم الاجتماعي عبر الشهرة؛ حيث يظهر لنا من متابعة المعالجة الصحافية لأخباره

العاطفية أن جلها مرتبط بفكرة التماثل المجتمعي مع نموذج النجاح النجمي؛ فعلى سبيل المثال وليس الحصر تورد لنا صحيفة دنيا الوطن^(١٢) تحقيقاً عن عساف أنه: «أحبّ مرّة في حياته ولكن العلاقة لم تتكلّل بالنجاح لأن وضعه المادي لم يسمح له بالزواج وحبيبته لم تستطع الانتظار... وأكّد عساف أن الفتاة التي كان يحبّها تزوّجت، والحبّ الذي كان بينهما انتهى. وأضاف: «هي الحبّ الأوّل في حياتي، تعرّفت إليها عندما أنهيت الثانوية العامّة، ولكن لم يحصل نصيب بيننا. هي تزوّجت لأن الكثير من الخطّاب تقدّموا لطلب يدها، وأنا لم تكن تسمح إمكانيّات الماديّة بالزواج منها»... وقال عساف إنّهُ لطالما تخطر بباله فكرة تحدّيها، بحجّة لو أنها انتظرت قليلاً لكانا عاشا معاً فرح النجاح والشهرة.

هذه الرّؤى مرتبطة بتمثيلات اجتماعية عن «النموذج الناجح» للنجم المتحدّي للصعوبات، وتقدم تبرير أن الغنى والرفاهية والشهرة هي معايير السعادة وتحقق الحب والزواج وتذلل الصعوبات... إلخ. ويستمر هذا التداول الحميمي للنجم لاحقاً عبر اهتمام مجموعات عديدة بخبر خطيبته وتداول الحوارات عنه عبر وسائل التواصل الافتراضية ونشر تفاصيل عنه وعن خطيبته وتصبح هذه المساحات الخاصة الحميمة للنجم بمنزلة حوارات للعامة. ويصطف الآلاف أمام الفنادق التي يرتادها النجم في مدن غزة ورام الله للتصور معه. وتقرش له السجادات الحمراء في العواصم العالمية ويسوق دعايات لماركات عالمية ويخصه الفنان التشكيلي خالد حوراني بعمل فني عنه.

هذه النجومية ستقود عساف إلى الصدام مع مجموعة من محبيه، بعد تصريحه في لقاء مع قناة MBC في شهر آذار/مارس ٢٠١٦، بأنه لا يقبل بأن تغني أخته، مما أغضب الكثيرين منهم والذين مثل لهم هذا الموقف تعبيراً عن المحافظة الاجتماعية وتناقضاً بين ما يمثله «الفن كحكر على الرجال» لعساف مقابل عدم قبول المرأة المغنية تحت مبررات أن المجتمع لا «يقبل» وأنه لا «يحبذ». وتزامن ذلك مع إشاعات تداولتها مجلات وصحف ومواقع إلكترونية عن رفضه السماح لخطيبته البقاء بعملها كمذيعة تلفزيونية. يتضح لنا من متابعة الكتابات والتعليقات في المجلات وفي العالم الافتراضي أن جل هذه الانتقادات تندرج تحت خيبة أمل من محبي الفنان ومثله لهم كنموذج للأمل؛ في حين أنه يعيد إنتاج التصورات الذكورية والمحافظة الاجتماعية. ولكن بالطبع هذا ليس موقفاً أحادياً؛ فثمة من دافع عنه وعن حقه في اتخاذ مواقف محافظة.

هذه «الأيقونة الفنية» كانت سجلاً مرة أخرى عندما قررت الشركة صاحبة الامتياز للفيلم حيث أخرج المخرج الفلسطيني هاني أبو أسعد فيلماً عنه اسمه «يا طير الطائر» سنة ٢٠١٥ بعرض الفيلم (يا طير الطائر، قصة محمد عساف)، في قصر رام الله الثقافي وفق منظومة تراتبات اجتماعية واقتصادية فتم برمجة عرض الفيلم أولاً لفئات معينة بقيمة ١٠٠ شيكل (٢٦ دولاراً أمريكياً). هذا ينسجم ما أسماه صحفي فلسطيني (الشايب، ٢٠١٦) «حفل بمقاييس عالمية (Red Carpet)، كما في افتتاح وعروض المهرجانات الدولية التي

شارك فيها الفيلم من قبل»، وبدأت حينها موجة غضب عارمة تعيب عليه وعلى المؤسسة الراعية وتساؤلات عن التناقض بين ما يمثله عساف وفيلم موجه للأغنياء... إلخ. إن المتتبع لهذه السجلات يرى بوضوح ما يمثله عساف لجمهوره، وإن مجموعة كبيرة من محبيه بدأوا يوجهون انتقادات للانسياق وراء عساف في حين لا يزال يمثل بالنسبة إلى الكثيرين نموذجاً يحتذى به وصبوا جام غضبهم على الشركات التي تستخدمه أكثر ما يلومون الفنان نفسه.

خاتمة

ليس عساف أول النجوم في المجتمع الفلسطيني فقد سبقه إلى هذا استخدامات مجتمعية لمحمود درويش - تجارية وسياسية -، ولكن بطرق وبميكانيزمات مختلفة. يمثل عساف أحد تجليات المعيارية المجتمعية والتي تعبر عنها تمثيلات اجتماعية جديدة مرتبطة بالآزمات المختلفة التي يمر بها المجتمع الفلسطيني من حيث مشروعية التمثيل السياسي وأزمة مجتمع مستعمر مرهون بواقع استعماري مشوّه. يرتبط نجاح هذا النموذج بتصاعد الاستهلاكية المترافقة مع خطاب جديد للسلطة الفلسطينية لبث قيم جديدة تنسجم مع توجهاتها وسياساتها. ولدور قطاع خاص عمل على تحويل هذه النجم إلى نجم عابر للأجيال وما يمثله من شكل من أشكال النجاحات ويسمح لهذه المؤسسات تحقيق أعلى حملات تسويقية تجارية وإشهارية تمرير ادعائية تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

من جهة أخرى فإن نجاح هذا النموذج مرتبط بما يمثله لأجيال صاعدة كنموذج يحتذى به كرمز لحراك اجتماعي - اقتصادي للخروج من الظروف المعيشية الصعبة وتحقيق النجاح؛ دون أن يتمكن من أن يقدم هذا النموذج الأدوات اللازمة لتحقيق النجاح والصعود في السلم الاجتماعي حيث ما زالت الأزمة البنيوية المختلة تغلف بنماذج معيارية جديدة تسوّق على أنها نجاحات. تظهر لنا هذه الظاهرة إذاً الأشكال التماثلية الجديدة والمرتبطة بمحاكاة الثقافة الاجتماعية المهيمنة والقابلة للتحقق عبر آليات استبطان لهذه الأنماط الثقافية المهيمنة والمسوقة عبر برامج معلومة بأدوات شعبية واستهلاكية. تستعير من المحددات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية تعبيراتها لتقدم للجمهور ما يمثله النجم الجديد دون تغيير في الأدوات؛ فهي تعتمد بشكل أساسي على المستهلك نفسه وعلى التقنيات التسويقية الجديدة عبر العالم الافتراضي وبرامج «تلفزيون الواقع» تحت وهم إقناع الجمهور بأنه يحقق رغباته وحريته، وبل يمارس دوره الاجتماعي المسؤول من دون أن يشعر بأنه خاضع لأدوات هيمنة.

المراجع

- أبو شاور، رشاد (٢٠١٢). «محمد عساف: علي الكوفية فوق دائماً». جريدة القدس العربي: ٢٥ حزيران/يونيو.
- أبو شمالة، فايز (٢٠١٣). «الرئيس الفلسطيني المطرب «محمد عساف»». منتديات فرسان الثقافة، ٢٦ حزيران/يونيو.

السقا، أباهر (٢٠١٥). ««عنف» «اللاعنف» في الخطاب الفلسطيني الجديد». مجلة جدل (مركز مدى الكرمل): العدد ٢٣، حزيران/يونيو.

الشايب، يوسف (٢٠١٦). «محبوب العرب» يغني لفلسطين ويكشف تفاصيل جديدة للجمهور إطلاق فيلم «يا طير الطائر» لهاني أبو أسعد في فلسطين .. حدث فني بمقاييس عالمية». جريدة الأيام الفلسطينية، ٢٥ كانون الثاني/يناير <http://www.al-ayyam.ps/ar_page.php?id=1070958fy275813775Y1070958f#sthash.v12PvXO9.dpuf>.

العزة، فاتنة (٢٠١٣). «محمد عساف فرحة الفلسطينيين الأولى منذ النكبة». جريدة القدس العربي: ٢١ حزيران/يونيو.

عيسى، نهند القادري (٢٠٠٨). قراءة في ثقافة الفضاءات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

لعياضي، نصر الدين (٢٠٠٨). «تلفزيون الواقع في المنطقة العربية بين التجانس الثقافي والنسبية الثقافية». في: حسن مظفر الرزوي [وآخرون]. ثورة الصورة: المشهد الإعلامي فضاء الواقع. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية. (سلسلة كتب المستقبل العربي؛ ٥٧)

Ballandier, Georges (1954). «La Situation coloniale: Approche théorique.» *Les Cahiers internationaux de sociologie*: no. 11.

Barthes, Roland (1957). *Mythologies*. Paris: Seuil.

Baudrillard, Jean (1981). *Simulacres et simulation*. Paris: Galilée.

Benhamou, Françoise (2002). *L'Economie du Star-system*. Paris: Odile Jacob.

Bourdieu, Pierre (1997). *Méditations pascaliennes*. Paris: Seuil.

Bourdieu, Pierre (1987). *Choses dites*. Paris: Ed. de Minuit.

Debord, Guy (1992). *La Société du spectacle*. Paris: Gallimard.

Durkheim, Émile (1898). «Représentations individuelles et représentations collectives.» *Revue de Métaphysique et de Morale*: tome 6.

Esquenazi, Jean-Pierre (1995). *La Télévision et ses téléspectateurs*. Paris: L'Harmattan.

Esquenazi, Jean-Pierre (2002). «Loft Story: Une expérience de déliaison.» *Médiamorphoses*: «L'autorité des images anonymes» no. 5, INA/PUF.

Esquenazi, Jean-Pierre (2003). «Voici et le star-system.» *Médiamorphoses*: «Médias people: du populaire au populisme», no. 8, INA.

Fanon, Frantz (1952). *Peau noire, masques blancs*. Paris: Seuil.

Hoggart, Richard (1970). *La Culture du pauvre*. Paris: Les Editions de minuit (Coll. «le sens commun»)

Jullier Laurent et Julien Péquignot (2013). *Le Clip, histoire et esthétique*. Paris: Armand Colin.

Macé, Éric (1993). «La Programmation de la réception: Une sociologie critique des contenus.» *Réseaux*: no. 63.

Mauss, Marcel (1969). *Œuvres, T. III : Cohésion sociale et divisions de la sociologie*. Paris: Minuit.

Morin, Edgar (1984). *Les Stars*. Paris: Éditions Galilée.

Padis, Marc-Olivier (2001). «Loft Story, la télévision à l'état brut.» *Esprit*: vol. 6, no. 257, juin

Pasquier, Dominique (1998). «Identification au héros et communautés de téléspectateurs: La réception d'«Hélène et les garçons»». *Hermès* (CNRS): no. 22.