

## فصل 9

نمط العيش





## زيادة الاهتمام



إنها حكمة تقليدية أن مدة اهتمام أمريكة تتقلص. قبل عقدين من الآن، قمنا بتقليص الإعلانات التلفزيونية من ستين إلى ثلاثين ثانية، ومن الواضح الآن أن المدة «الصحيحة» للإعلان على الإنترنت هي خمس عشرة ثانية. اختصرنا البرامج السياسية الرئاسية إلى لصاقات على مصادم السيارات. قمنا بتسريع المواعيد. عندما نبعث برسائل فورية إلى أصدقائنا، لا يمكننا حتى إزعاج أنفسنا بكتابة الكلمات كاملة.

إلى أي حد يمكن أن تستعمل أمريكة الاختصار؟

لكن - تهمل دقيقة. (نعم، دقيقة كاملة). مقابل كل ثلاثاء مع موري، هناك رواية لتوم ولف. مقابل كل إعلان يتم تقديمه سريعاً في أثناء ثانيتين على شاشة حاسبك، هناك فقرة معلومات لثلاثين دقيقة معدة بعناية لعرضها على تلفازك - صناعة وصل حجمها إلى أكثر من 90 مليار دولار سنوياً.

بعض الناس يعملون على موجة مختلفة تماماً. من الكتب إلى الأفلام إلى المنتجات إلى الأخبار، يريدون المزيد من العمق، المزيد من المعلومات، إجابات حقيقية عن المزيد من أسئلة الحياة. يريدون الجوهر، وليس الشكل أو الوميض. لهذا في حين يتقن العديد من المسوقين والسياسيين التواصل الذي يستهدف «أمريكة الاختصار» - يجمعون كلمات رسائهم في ثوان معدودة يظنون أن جمهورهم سيمنحها لهم - يكون حكيماً أن يهتموا قليلاً بـ«أمريكة الإسهاب»، أو الناس الذين يولون الأشياء اهتماماً أكبر، أيضاً.

كيف نعرف أن أشخاصاً يهتمون أكثر موجودون؟

لننظر إلى الرياضة. يشترك نصف مليون أمريكي في الماراثون، أو سباقات لمسافات 26 ميلاً أو أكثر. يجرب نحو 200.000 شخص سباق الرجل الحديدي القاسي - ماراثون، إضافة إلى 2.4 ميل سباحة إضافة إلى 112 ميل ركوب دراجة. لا يبدو الأمر كمن يفوز

بسهولة بسباق 50 متراً جرياً. يشغل هؤلاء الأشخاص رؤوسهم (وأجسادهم) بشيء مدة أطول مما قد يتوقع المرء. إنهم ينغمسون فيه تماماً.

كانت الغولف، التي تستغرق كل جولة منها أربع ساعات على الأقل وهي لعبة تشغل الرأس والجسد أيضاً، قد نمت في السنوات العشرين الماضية إلى صناعة بـ62 مليار دولار، وتفوقت تماماً على صناعة «الترفيه والمغامرة والاستجمام». كان الاهتمام بلعبة كرة المضرب التي تتطلب حركة سريعة قد تراجع؛ لأن المزيد من الناس يرغبون في أشياء أبسطاً، تستغرق المزيد من الوقت، وينشغلون بها مدة أطول، ضائعين في أفكارهم أو رياضتهم.

أو انظر إلى المطالعة. حتى عندما تشغل صفحة الإنترنت العادية نحو ستين ثانية من كل متصفح، كان عدد قراء مجلات فيها 13000 كلمة، مقالات مثل شهرية الأطلسي، قد ازداد إلى نحو نصف مليون، أو بمقدار النصف تقريباً منذ سنة 1980. بين سنتي 2002 و2005 وحدهما، زاد توزيع شؤون خارجية - كل الإصدار بكلمات دون صور - 13%.

المتعة الحقيقية في الأحاجي. من الواضح أن نحو 50 مليون أمريكي يهتمون بالكلمات المتقاطعة، وهذا يعني أي شيء من عشر دقائق إلى ثلاث ساعات من الانشغال بالمتراذفات، والألفاظ، وتهجئة الكلمات. محبو الكلمات المتقاطعة موجودون خصوصاً على الساحلين الغربي والشرقي، حيث يظن الجميع أن الوقت من ذهب.

وبالطبع هناك سودوكو، لعبة التشويق الكبيرة التي ينبغي عليك فيها ملء مربعات في كل صف أو عمود من تسع خانات، التي يجب أن تضم جميعها أرقاماً من 1 إلى 9. في سنة 2003، لم يكن أحد عملياً قد سمع بسودوكو؛ في حين تملأ اللعبة الآن عدّة رفوف في معظم المكتبات الرئيسية، وتحقق مبيعات عالمية تزيد عن 250 مليون دولار.

سواء كانوا نصف مليون متسابق ماراثون أو قراء شهرية الأطلسي، أو 50 مليوناً من محبي الكلمات المتقاطعة، لا يشكل الأمريكيون الذين يهتمون كثيراً بأمر جماعة هامشية. في الواقع، برغم ما تكون قد تعلمته في كلية التسويق، إلا أن زيادة الاهتمام بالأشياء تمثل حجر الزاوية الآن في أي عمل.

كان الفيلم الذي حقق أعلى إيرادات على الإطلاق في أمريكا هو تيتانك، الذي يمتد أكثر من ثلاث ساعات.

يجعلك 24، المسلسل التلفزيوني الذي حاز خمس جوائز إيمي Emmy سنة 2006، تتابعه موسماً كاملاً فقط؛ لتعرف ما يحدث في يوم واحد.

أثبتت هاري بوتر، سلسلة الكتب الأشهر على وجه الأرض، أننا لا نحب القصص الطويلة فقط، وإنما ننتظر في طوابير طويلة مثل أفعى اللورد فولدمورت للحصول على الإصدار المقبل. تحقق روايات طويلة، من توماس بينشون إلى جيمس ميشنر، مبيعات هائلة. تحظى مسلسلات روائية، من جون إيدايك John Updike إلى باتريشا كورنويل Patricia Cornwell، باهتمامنا عقوداً في كل مرة.

في الواقع، في سنة 2005، كانت أكثر الكتب مبيعاً في أمريكا، بالمعدل، تضم بين طياتها 100 صفحة أو أكثر مقارنة بما كانت عليه قبل سنوات. وحتى قبل سنة 1995، كانت الكتب الأكثر مبيعاً تتألف مما معدله 385 صفحة ثقيلة!

#### عدد صفحات الكتب الأكثر مبيعاً

2005-1995



المادة المفضلة لدي هي الخطابات السياسية. سيقول لك كل خبير فصاحة عامة على وجه الأرض: إن البلاغة في الإيجاز. كان «خطاب غيتسبورغ»، كما يقال، (على أمل أن

يجعلك تظن أنهم يظنون أنهم كانوا هناك) مؤلفاً من أقل من 300 كلمة ولم يستغرق من الرئيس لنكولن سوى أقل من ثلاث دقائق لإلقائه. لكن في سنة 1995، ألقى الرئيس كلينتون خطاب حالة اتحاد مؤلف من 9000 كلمة في ست وسبعين دقيقة - وكان واحداً من أطول الخطابات وأكثرها نجاحاً في التاريخ. كل سنة تقريباً، يزيد عدد الأمريكيين الذين يشاهدون خطاب حالة الاتحاد بمقدار الضعف عن الذين يتابعون المباراة النهائية لكأس العالم.

لهذا في حين يحاول العديد من السياسيين باستمرار وضع أفكار كبيرة في بعض الكلمات الصغيرة لعرض ما يرغبون فيه، أتقن الرئيس كلينتون فن القيام بحملات سياسية تعتمد القضايا المطروحة على الساحة. كان يأخذ القضايا والناخبين على محمل الجد، وبدلاً من إلقاء «خطابات دسمة» على مسامعهم (اشتهر بها جون كيري)، كان يشرح القضايا بأسلوب عميق ومفصل. السيناتور هيلاري كلينتون من هذا النوع من السياسيين، كما كان، مع كل المتابع الأخرى، ريتشارد نيكسون. لا شك في أن بعض الناخبين يعدون أن خطاباتهم مملة أو سبحة. لكن مرشحين مثل هؤلاء يقدمون عليها بدافع الاحترام الكبير للناس، والافتناع، كما ذكرت في المقدمة، بما كان ف. و. كي قد قاله قبل خمسين سنة: «الناخبون ليسوا حمقى».

كما ذكرت في المقدمة، كان لكي تأثير كبير على الطريقة التي تعاملت بها مع استطلاعات الرأي والناخبين. درس بمنهجية السباقات الرئاسية في أمريكا وبين أن كلاً منها قد حُسم لأسباب وحقيقية، ومنطقية، وواقعية، وليس على أساس من يضع ربطة العنق الأفضل. يشكل تفكيره الأساس للكثير من الأعمال التي أقوم بها - أن الجانب المنطقي من الناس أكثر قوة في العديد من مناحي الحياة من الشجاعة فقط أو الجانب العاطفي. مقابل كل شخص يقرر ما سيفعله بطريقة عين، هناك شخص لا يقرر سوى بعد تفكير منطقي وجدي. وعادة يكون النوع الأخير من الناخبين من يقرر عموماً نتيجة الانتخابات - الناخبون المتأرجحون الذين يمرون بعملية استنباط أحكام حسيّة، لا أحكام خاطفة.

لا ينبغي التقليل من أهمية الأشخاص الذي يهتمون كثيراً بالناحية السياسية - أمريكية نفسها بلد تأسس وفقاً لوثائق فكرية تم التفكير فيها طويلاً وتجسّد أفكاراً قوية نالت نصيباً وافراً من النقاش قبل إقرارها. وفي معظم الدول الأخرى، عندما طبقت وزملائي النموذج الأمريكي في الإعلان السياسي عن قضايا مختلفة، استطعنا التغلب ببراعة على الأساليب القديمة المتمثلة في التجمعات وإقامة الحفلات الغنائية.

أخيراً، في عالم التجارة، انظر إلى بعض إعلانات العلامات التجارية «المزعجة» مثل مكانس ديسون Dyson الكهربائية. يبذل الرئيس التنفيذي جهداً كبيراً لشرح آلية عمل المكينة التي ابتكرها، والتي انتزعت حصة الأغلبية في السوق من منافسيها.

لهذا توخّ الحذر قبل أن تقبل الحكمة التقليدية أن الأمريكيين لا يستطيعون التركيز على شيء، وأنا مشتتو الذهن عن السرد المستمر، وأن المنصب السياسي يذهب دائماً إلى مرشح يتقن الإيجاز في اللغة. في الواقع، سيستمع عدد كبير منا - غالباً صانعو القرار الأكثر اهتماماً - طالما كنت تتكلم، ونقرأ طالما كنت تكتب، وتتبعك طالما كنت مستعداً لشرح قضية ما. يوجز الناس أحياناً كلامهم ليس لأنهم مسوّقون أذكاء، وإنما لأنه ليس لديهم ما يقولونه.



## آباء مهملون



استغرق الأمر من مسوّقي الوجبات السريعة سنتين - وتتمية بقيمة 200 مليار دولار في قوة شراء الأطفال المباشرة وغير المباشرة - ليدركوا أن التسويق للأطفال طريقة ذكية فعلاً لزيادة المبيعات. لم يكن القصد من شخصية رونالد مكدونالد، كما قد تتذكر، بحذائه الضخم الأحمر ووجه المهرج الأبله، جذب أشخاص يصطحبون عائلاتهم إلى مكدونالد لتناول العشاء.

نجحت تلك الإستراتيجية تماماً حتى منتصف التسعينيات، عندما بدأت الأمهات إيلاء المزيد من الاهتمام لما يأكله أطفالهن. عندها، بالرغم من حجج «وجبات سعيدة»، بدأت الأمهات يفرضن سلطانهن على أطفالهن فيما يتعلق بالوجبات السريعة. (في بريطانيا، يدعون مثل تلك الأمهات «المكابح اليدوية الأنثوية» - أمهات لا يسمحن بهيمنة برامج الرياضة على التلفاز في بيوتهن).

تعثرت صناعة الوجبات السريعة، ودرست النزعة، وأعدت تركيز نشاطها على الأمهات هذه المرة - أضافت أطعمة مثل السلطة التي تجعلهن يشعرن بالارتياح عندما يتناولن الطعام مع أولادهن. إذا كان يبدو كثيراً أن حجم الإنفاق الذي يؤثر عليه أطفال يصل إلى 200 مليار دولار، فإن النساء يسيطرن على إنفاق نحو 7 تريليونات دولار.

وصل التركيز على الأم إلى ذروته لدى مكدونالد سنة 2004، مع مبادرة «أمهات مكدونالد» جديدة تعرض كل شيء من نشر معلومات إلكترونية مع موضوعات عن الأمومة، وصحة النساء، والتغذية، إلى مواقع مكدونالد التي تقدم «زوايا خاصة للأم» و«مواقف سيارات للأم». في سنة 2005، لخص مدير إحدى الشركات إستراتيجية أي صناعة ضخمة على أنها ببساطة «تتعلق بالأمهات».

بالفعل، المجموعة الوحيدة التي لا تزال تحظى بذلك المستوى من الاهتمام من مسوّقي الوجبات السريعة هي ما يدعواها محللو الصناعة «شبان جائعون» - ذكور تتراوح أعمارهم بين 18-34، يأكلون أكثر من أي شخص آخر ومعروفون بأنهم يتناولون كل ما يتم وضعه أمامهم. (كان «الحجم الكبير» مخصصاً لهم، وليس للأمهات).

لكن قبل الركون إلى إستراتيجية الشوكتين التي تخص أمهات متلهفات على عجلة من أمرهن وشباناً جائعين، ربما ترغب صناعة الوجبات السريعة في مراقبة النزعات الناشئة مجدداً.

في الواقع، في أحد اجتماعات الشركة أخيراً لمناقشة موضوع «الأمهات»، سألني مديرو مكدونالد عن النزعة الآتية التي ينبغي بهم التفكير فيها. ونظرت حولي إلى عرض إستراتيجية «أمهات مكدونالد»، وقلت: «الآباء».

منذ السبعينيات، كان الآباء يقضون المزيد من الوقت مع أطفالهم. وفقاً لدراسة قامت بها جامعة ميتشيفان سنة 1999، في أواخر السبعينيات، كان الوالد العادي في منزل يوجد فيه الوالدان يقضي زهاء ثلث الوقت الذي تقضيه الأم العادية مع الأطفال. مع بداية التسعينيات، كانت هذه النسبة قد قفزت إلى 43%. بحلول سنة 1997، قضى الآباء الذين يعيشون في منزل الأسرة 65% من الوقت الذي تقضيه الأمهات مع أطفالهن في أيام الأسبوع، و87% منه في العطلات.

كانت نزعتان رئيسيتان قد أسهمتتا في إطالة الوقت الذي يقضيه الأب في المنزل. أولاً، نظراً لخروج المزيد من الأمهات للعمل خارج المنزل، يكن متعبات عندما يعدن إلى البيت ويطلبن من الأب وضع الأطفال في أسرتهن. يوم السبت، تقول كثير من السيدات ببساطة: «لقد حان دورك». النزعة الثانية هي ارتفاع معدل الطلاق، وهذا يعني أن المزيد والمزيد من الأطفال يقضون وقتاً منتظماً وحصرياً تحت سقف الأب.

هذا وقت تحقيق تفاعل حقيقي بين الأب والطفل، كما يقول الباحثون - هذا يعني تناول الوجبات معاً. لكن أين مبادرة «آباء مكدونالد»؟ من يستهدف المدربون المتطوعين؟

من يحتاج إلى مكان يصطحب إليه الأطفال بعد تمرين يوم السبت؟ من يتابع اللعبة في المطعم، بحيث لا يفقد أحد شيئاً في أثناء قضاء وقت جيد مع الأطفال والتخفيف عن الأم، التي تكون مرهقة من أسبوع عمل بدوام كامل؟

بخلاف السيد ساطور في اترك الأمر لقنّس، الذي حظي باحترام كبير، لا يحظى الأب اليوم بأي من ذلك. يبدو الأمر كما لو أن المسوّقين يرون مجتمع اليوم مثل قبيلة في الأمازون، حيث تتخذ النساء كل القرارات ولا يفعل الرجال شيئاً سوى الموافقة عليها.

إذا كنت أباً يربي أولاداً، وربما يصطحبهم إلى اللعب في عطلة نهاية الأسبوع أو بعد المدرسة، فستكون موضع إهمال اليوم من قبل المسوّقين، مخططي السياسات العامة، والسياسيين. في سنة 1996، عندما ساعدت في تحديد «أمهات كرة القدم»، كان ذلك لأن النساء اللواتي لديهن أطفال يافعون يؤدّين دوراً فريداً في السياسة، ويشكلن صوتاً متأرجحاً حاسماً. في انتخابات التجديد النصفي سنة 2006، كان الرجال المتزوجون في الواقع من يشكل كتلة الناخبين المتأرجحة. هناك وظائف صناعية اختفت، وظهرت نزعة جديدة هي «آباء المكاتب» لتصبح نموذجاً سائداً - ثقافة أفضل، يعملون في أنواع جديدة من الوظائف، وأكثر انخراطاً في الحياة العائلية. في الواقع، يعتني 4 ملايين أب اليوم بالأطفال، في حين تخرج نساؤهن للعمل وكسب قوت العائلة.

ينجم عن تغيير دور الآباء في العائلات فرص تسويق لم يتم استغلالها حتى الآن. لقي كتاب بيلي جول عن دور الآباء رواجاً كبيراً؛ لأنه كتاب واحد من بين مئات مخصصة للأطفال يركز على الأب. أين كتب أنا وأبي؟ يلقي التجاهل نفسه آباءً يشترتون ملابس العودة إلى المدارس، أو هدايا العطلات لأطفالهم. (قم بالبحث على الإنترنت عن «آباء يشترتون هدايا لأطفالهم»، وكل ما ستجده هو مواقع تساعد الأطفال على شراء الهدايا للآباء).

وسأجرؤ على القول: ماذا عن تسويق المنظّفات؟ أظهرت دراسة قامت بها جامعة كاليفورنيا في ريفيرسايد سنة 2003 أن الأطفال الذين يرتادون المدرسة ويقومون بأعمال

حول المنزل مع آبائهم يجدون سهولة أكبر في التواصل مع أقرانهم وتشكيل صداقات، ويكونون أقل عرضة للمتاعب في المدرسة أو الإصابة بالاكْتئاب. ليس ذلك فقط، وإنما وفقاً لأحد أبحاث «مختبر الحب» للدكتور جون غوتمان في جامعة واشنطن، عندما تزداد إسهامات الرجال في الواجبات المنزلية، تجدهن زوجاتهم أكثر جاذبية. (يقول غوتمان: إن الزوجات يعددن إسهامات الرجال في أعمال المنزل علامة على الحب والاهتمام، ولهذا ينجذبن جنسياً إليهم).

لكن من مئات الإعلانات التي يتم بثها سنوياً عن المنظفات المنزلية، هل تستهدف أي منها الرجال - ناهيك عن الأب؟ عالم الرجل يتغير. يغير رجل عادي حفاضات أكثر، ويحظى بتقدير أقل من ذي قبل. وفي بعض أرجاء العالم، ينظم الآباء احتجاجات عنيفة لضمان زيارة أطفالهم. يقضي الرجال المزيد من الوقت مع الأطفال، لكن لا جادة ماديسون ولا وسائل الإعلام لاحظت ذلك، وتبقى فرص علاقة أنا-و-أبي غير مستغلة.

في السنوات الخمسين الماضية، شهدنا تغييراً كبيراً في قوة النساء في العمل والمنزل؛ لأن أغلبية النساء اليوم يعملن ويؤدين دوراً متزايد الأهمية في كل شيء من الانتخاب إلى شراء السيارة. في الوقت نفسه، في أثناء العقد أو العقدين الماضيين، كنا قد بدأنا أخيراً نرى الرجال يتأقلمون مع الحقائق الجديدة في الحياة - أصبحوا أكثر انخراطاً في العائلة، يتحملون مسؤولية أكبر، ويحاولون الاقتراب من أطفالهم سواء من داخل نواة العائلة أو بعد الطلاق.

ولهذا يحتاج الآباء إلى اهتمام التسويق، أيضاً. أنا أب، اسمعوني أصرخ.



## الناطقون باللغة الأم



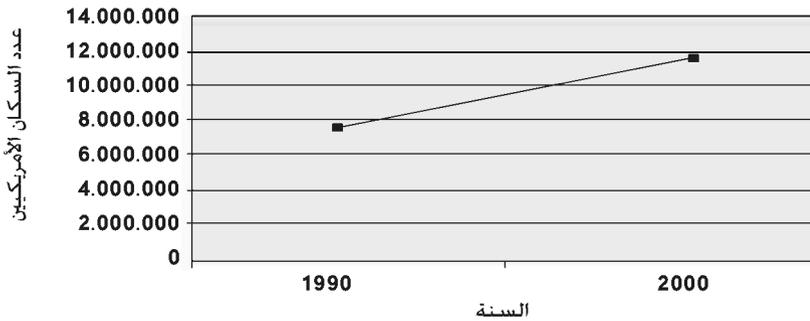
إحدى أشهر الأساطير الدائمة عن أمريكا أنها فرن صهر - مزيج كبير دافئ من كل الإثنيات والثقافات المختلفة التي كانت تفصلنا سابقاً، وتجعل كلاً منا الآن أمريكياً متجانساً، مقبولاً إلى حدٍ كبير.

كانت اللغة، بالطبع، المثال الرئيس - في أثناء جيل أو اثنين، يُتوقع من المهاجرين إلى أمريكا التخلي عن لغاتهم الأم الغيلية (الإنكليزية الإسكتلندية)، الصينية، أو الإيطالية لصالح إنكليزية - خالية من الأخطاء أخيراً - بلهجة أمريكية.

لكن المفارقة أنه في حقبة تسود فيها الإنكليزية بوصفها لغة تواصل بين أمم مختلفة، هناك عدد كبير من الناس في أمريكا لا يتقنون الإنكليزية، ويعيشون في أسر لا يتكلم أحد فيها الإنكليزية جيداً. تدعو الإحصائيات الأمريكية تلك الأسر «معزولة لغوياً»، وكان عدد الأشخاص الذين يعيشون فيها قد ارتفع كثيراً في السنوات الأخيرة - أكثر من 50%، إلى قرابة 12 مليون نسمة.

عدد سكان الولايات المتحدة الذين يعيشون في أسر

معزولة لغوياً، 2000-1990



المصدر: الإحصاء العام الرسمي في الولايات المتحدة، 2000 .

يشكل هؤلاء نحو 1 من كل 25 أسرة. يعادل ذلك تقريباً عدد سكان غواتيمالا. العدد الإجمالي في أمريكا اليوم للذين «لا يتكلمون» الإنكليزية البتة أو لا يتقنونها كما يجب قرابة 25 مليون شخص. هؤلاء أكثر من عدد سكان تايوان.

### كوباسا - ما السبب؟

بالطبع، أحد أسباب ازدياد أعداد غير الناطقين بالإنكليزية في أمريكا هو الزيادة في أعداد المهاجرين. منذ سنة 1970، كان عدد المهاجرين الذين يعيشون في الولايات المتحدة قد تضاعف أكثر من ثلاث مرات، من نحو 9 ملايين إلى أكثر من 28 مليون شخص. تشكل تلك أعلى مستويات الهجرة منذ بداية القرن العشرين. لهذا ليس مفاجئاً أن نواجه -كما واجهنا سابقاً- ازدياداً في العزلة اللغوية، حتى إذا كان المهاجرون الجدد يتعلمون الإنكليزية بأسرع ما يمكن. (ووفقاً للعديد من الوثائق، يفعلون ذلك. في سنة 2006، كان 1.4 مليون راشد يتلقون دروساً تمولها الحكومة في اللغة الإنكليزية لـ«ناطقين بلغات أخرى»، وكانت هناك قوائم انتظار في أربع عشرة ولاية على الأقل).

لكن العوامل تشير إلى أن أعداد العزلة اللغوية قد لا تنخفض سريعاً. أولاً، الوظائف التي تجذب المهاجرين إلى أمريكا اليوم، بخلاف ما كان سائداً في عقود ماضية، هي تلك التي لا تتطلب مهارات كبيرة ولا يُقبل عليها الأمريكيون، ولهذا يأتي المهاجرون اليوم إلى أمريكا مع تدريب أقل على اللغة، وثقافة أقل، مما كان سائداً في الماضي. قبل سنة 1970، كان أقل من ثلث المهاجرين إلى أمريكا والمولودين في دول أخرى لا يتكلمون الإنكليزية «بفصاحة». في الثمانينيات، ارتفعت تلك النسبة إلى أكثر من 60%.

ثانياً، يبدو أن أسطورة التحسن الكبير جيلاً بعد آخر لا تصمد الآن. وفقاً للإحصاء الأمريكي العام سنة 2000، تم تصنيف أكثر من ثلثي الأسر بأنها معزولة لغوياً، على الرغم من أن رب الأسرة لم يولد في بلد أجنبي؛ وإنما هنا في أمريكا.

ربما تكون الحقيقة الجديدة بالملاحظة على علاقة بالسبب الثالث، وهو أنه للمرة الأولى في أمريكا، يمكن عملياً التخلي عن التكلم باللغة الإنكليزية. في سابق العصر،

عندما جاء المهاجرون الأمريكيون بمجموعات صغيرة من أراضٍ مختلفة، كانت كل مجموعة تفرق أو تسبح، من الناحية اللغوية. اليوم، هناك أعداد كبيرة بما يكفي من المهاجرين الذين يتكلمون لغة واحدة -الإسبانية- وتبقى إمكانية التواصل بلغتك الأم عالية. يمكن للعمال الذين يتقاضون أجوراً منخفضة عملياً العمل، والتسوق، والمشاركة في أنشطة اجتماعية بالإسبانية، وهناك فرصة جيدة لأن يلتحق أطفالهم بالمدرسة دون أن يتكلموا الإنكليزية جيداً، أيضاً. انظر إلى يونفيجن Univision، وتيليموندو Telemondo، وسي-إن-إن CNN بالإسبانية، وببيل People بالإسبانية، وستبدو الإنكليزية غير ضرورية البتة.

يمكنك رؤية هذا الموقف إذا دقت البيانات الصادرة بالإنكليزية والإسبانية. صحيح أن اللاتين يُظهرون دعماً شبه عام لتعليم الإنكليزية لأولاد المهاجرين، وأن أغلبية اللاتين على اختلاف دخلهم، وثقافتهم، وانتمائهم السياسي يقولون: إنه ينبغي على المهاجرين أن يتكلموا الإنكليزية ليكونوا جزءاً من المجتمع الأمريكي، إلا أن هناك أقلية كبيرة تنمو باطراد لا توافق على ذلك.

وفقاً لدراسة أعدّها معهد بيو Pew اللاتيني سنة 2006، أكثر من 4 من كل 10 مهاجرين لاتين يقولون: إن المهاجرين لا يحتاجون إلى تكلم الإنكليزية ليكونوا جزءاً من المجتمع الأمريكي. من بين اللاتين المولودين في بلادهم الأصلية، نسبة من يشعرون بذلك أكبر، وتصل إلى 46%.

الدهش أكثر أيضاً، أنه بين اللاتين الشبان، أقل من النصف يظنون أن المهاجرين بحاجة لتكلم الإنكليزية ليكونوا جزءاً من المجتمع الأمريكي. في حين يقول 69% من اللاتين كبار السن: إن المهاجرين بحاجة للإنكليزية ليكونوا جزءاً من أمريكا، يرى 48% فقط من اللاتين الذين تتراوح أعمارهم بين 18-29 أنهم بحاجة لذلك. قد يكون ممكناً الآن أن الشبان الذين يجيبون عن ذلك السؤال يتخذون موقفاً دفاعياً بشأن آبائهم وأجدادهم الذين لا يتكلمون الإنكليزية، لكنهم قدموا بالرغم من ذلك إسهامات كبيرة للمجتمع الأمريكي. ربما لا يشيرون إلى ظروفهم عندما يقولون: إن الإنكليزية ليست أمراً

جوهرياً لتكون أمريكياً. لكن بالنظر إلى الأعداد التي قدمها الإحصاء العام عن مواطنين أمريكيين بالولادة وفي الوقت نفسه أرباب أسر معزولة لغوياً - ربما تكون نزعة ينبغي مراقبتها.

كانت الفكرة القديمة أن الأمريكيين من الجيل الثاني يعملون ملاحين لآبائهم، وينتهزون كل فرص العالم الجديد، لكن ربما تكون هناك مجموعة صغيرة من مهاجري الجيل الثاني اليوم التي تحب أن تبقى متعلقة ببلدها القديم.

ما هي تأثيرات ذلك؟

بعضها كئيب. وفقاً لوزارة التعليم الأمريكية، تقل فرص الأشخاص الذين لا يجيدون الإنكليزية في الحصول على عمل، أو الاستمرار في عمل، ويزيد احتمال عملهم في قطاع لا يرغبون فيه. تعكس كل احتمالات ما يجنونه ذلك. وفقاً لبيانات الإحصاء العام، يزيد احتمال حصول الأسر المعزولة لغوياً على دخل أقل من 25.000 دولار بعشرة أضعاف عن احتمال حصولها على دخل يزيد عن 100.000 دولار.

يمثل الناطقون بغير الإنكليزية أيضاً تحدياً متزايداً للمستشفيات - تفيد تقارير 63% منها أنه يدخل إليها مرضى لا يجيدون الإنكليزية إما يومياً أو أسبوعياً (وبالنسبة لمستشفيات أكبر، تصل النسبة إلى 96%). بغياب وسيلة منتظمة للترجمة، ينتهي الأمر بالمستشفيات بتقديم رعاية أولية سيئة، والإفراط في اختبارات التشخيص المكلفة وخدمة الإسعاف.

يرى آخرون بطانة فضية - كما هي حقيقة أن سوق الناطقين بالإسبانية تتسع على نحو لم يسبق له مثيل. تتفوق محطات التلفزة الناطقة بالإسبانية على القنوات الناطقة بالإنكليزية في عدة مدن أمريكية رئيسية. انتشرت الإذاعات الناطقة بالإسبانية تماماً في لوس أنجلوس، وميامي، وشيكاغو، ونيويورك منذ عشر سنوات تقريباً - ابتداءً من سنة 2005، تتفوق أيضاً على المحطات الناطقة بالإنكليزية في أسواق أصغر مثل دالاس، وفينكس، وسان دييغو. وتزداد شعبيتها كثيراً في أماكن مثل ديز مومنز، وتولزا، وأوماها.

لهذا في حين تبلغ قوة شراء اللاتين في الولايات المتحدة نحو 700 مليار دولار، تترك العديد من الشركات الأمريكية نقاشات الاندماج لعلماء الاجتماع وتعلن بالإسبانية. في بداية الألفية الثالثة، عندما كانت معظم الشركات تخفّض ميزانياتها الإعلانية، كانت العديد منها تحافظ على أو تزيد الإنفاق باللغة الإسبانية.

فيما يخص السياسة، إذا أراد الأمريكيون إغلاق الفجوة اللغوية، ينبغي أن نلتزم تعليم الإنكليزية لكل من يرغب في ذلك. حالياً، تدعم الحكومة دروس اللغة الإنكليزية كيفما اتفق - تتفق تكساس، التي تضم ثالث أعلى نسبة مهاجرين في البلاد، الحد الأدنى المطلوب من الحكومة الاتحادية، في حين تتفق كونيتيكت، مع معدل المهاجرين المتوسط فيها، سبعة أضعاف ذلك الحد. وإذا تفاضينا عن عدد الصفوف، فسندحتاج على الأرجح لابتكار طرق إبداعية، مرنة لتعليم الإنكليزية؛ لأن العديد من المهاجرين يأتون من خلفيات تعليمية سيئة، يعملون في عدة وظائف، ساعات طويلة، ويربون أطفالاً.

وبمناسبة الحديث عن الأطفال، سنضع فرصة كبيرة إذا لم نركز على دعم اللغة للمهاجرين اليافعين؛ لأن القدرة على تعلم لغة أجنبية تتراجع بحدّة بعد سن 12. (بيدو أن رغبة خصوم الهجرة بحرمان أطفال المهاجرين غير الشرعيين من التعليم العام تتطوي على مفارقة بهذا الصدد).

لكن الأكثر أهمية، لتجاوز أسطورة فرن الصهر. الحقيقة هي أننا مثل برج بابل، نتواصل على نحو جدير بالملاحظة نظراً لحقيقة أن سكان الولايات المتحدة يتكلمون اليوم أكثر من 300 لغة. (ومن يقول: إن ذلك كثير؟ إنه العدد نفسه تقريباً عند تأسيس أمريكا. وعدد السكان قد أصبح الآن أكبر بستين ضعفاً). القصد هو أننا طالما نفهم بعضنا - ولا أحد (ليس حتى الرئيس بوش، الذي انتقد ذلك) يسيئ فهم «راية النجوم اللامعة» التي تم إغناؤها بالإسبانية في مسيرات الهجرة سنة 2006 - سنكون نبلي حسناً.

حيوا الاختلاف.



## حيارى الجنس



منذ ثورة مساواة المرأة بالرجل في السبعينيات، كنا قد رأينا الكثير من الرجال الذين يقيمون بـ«أعمال نساء»، ونساء يقمن بـ«أعمال رجال». كانت أعداد الممرضين الرجال قد تضاعفت منذ بداية الثمانينيات. كذلك الرجال الذين يخدمون في المنازل ابتداءً من سنة 2001. من جانب آخر، هناك ست عشرة امرأة في مجلس الشيوخ الأمريكي ابتداءً من سنة 2007 - أكثر بستة عشر ضعفاً من عددهن سنة 1981. منذ سنة 1972، كان عدد النساء في القوات المسلحة العاملة قد ارتفع من 2 إلى 14 %.

إضافة إلى هذا النوع من «دمج الجنسين» في العمل، كنا قد سمعنا أخيراً الكثير أيضاً عن «الجنس الثالث» - رجال أسوياء يشترون ملابسهم (الأنيقة)، ويستعملون الكولونيا، ومراهم العناية بالجلد؛ ويقومون حتى بالعناية بالأظفار، والتشميع، والجراحة التجميلية. وبالطبع، نساء يلعبن اللكروس (لعبة)، يقدن سيارات سباق، ويرفعن أثقالاً على نحو تنافسي.

لكن اليوم في أمريكا، هناك عدد متزايد من الناس الذين لا «يعبرون خط الجنس» فقط عندما يتعلق الأمر بالوظائف والهوايات - إنهم يرفضون وجود الخط نفسه. بالنسبة لهم، نظام التصنيف الجنسي الثنائي اعتباطي، ومحدود، وحتى ظالم. إنه يفشل في تحديد المنطقة الرمادية بين الذكر والأنثى التي يقولون: إنها تصفهم بدقة أكبر، وكل شخص آخر كما يجادلون، أيضاً.

يرغب بعضهم في التخلي عن كلمات مثل «صبي» و«فتاة»، والبدء باستعمال أخرى مثل «صاب» و«فاتة»، وربما «ها» بدلاً من هو وهي، أو «لاه» مكان له أو لها.

أسماء هذه المجموعة تتطور بسرعة مثل الحركة نفسها. حياديو الجنس إحداها، وكذلك «الجنس الثالث»، و«عديمو الجنس». ضمن المجتمع الأسود، هم «خليطو الجنس».

ضمن مجتمع الأمريكيين الأصليين، هم «الروح التوأم» - مجموعة لطالما كانت تحظى باحترام خاص. ربما لا يزال الأسلوب اللاتيني قديم الطراز يعبر ببلاغة عن الظاهرة بكلمات مثل «المخنث» أو «الخنثى».

التعبير الأكثر تداولاً هو «حيارى الجنس»، الذي يشير إلى أشخاص لا يتناسب جنسهم البيولوجي (الذي ولدوا به) مع هويتهم الجنسية (إحساسهم «الداخلي» بأنهم ذكور أو إناث). يرمز إليهم بالحرف «م» في حين أصبح لصاقة «مزدوجي الجنس»، وينضمون إلى السحاقيات، واللوطيين، والمخنثين.

تضم مظلة حيارى الجنس:

- متغيري الجنس، الذين قاموا بإجراء عمليات لتغيير جنسهم و/أو يتناولون هرمونات الجنس الآخر.
- «المخنثين» - 1 من كل 4500 طفل يولد مع أعضاء جنسية غير متميزة. (فاز جيفري يوجينديز بجائزة بوليتزر Pulitzer سنة 2002 عن روايته الجنس الوسيط التي كانت عن أحد هؤلاء الأشخاص).
- أطفالاً تحت عمر 5 سنوات يُظهرون ميلاً فطرياً قوياً لارتداء ملابس الجنس الآخر - ويشكلون حركة كبيرة جديدة في المدارس والمجتمعات.
- أولئك الذين يرفضون ببساطة، لمجموعة من الأسباب الشخصية، والسياسية، و/أو الجمالية، تصنيف الذكر/الأنثى.

لا أحد واثق تماماً كم يبلغ عدد «حيارى الجنس». تقدّر «الجمعية المهنية العالمية لصحة حيارى الجنس» أن 1 من كل 12.000 ذكر، وزهاء 1 من كل 30.000 أنثى حيارى جنس - مما ينعكس إلى زهاء 17.500 شخص في أمريكا.

بالرغم من ذلك، هذه النزعة تزداد. في سنة 2005، أدت نجمة ربات منزل يائسات Desperate Housewives فيليستي هوفمان دور البطولة في الفيلم الذي تم ترشيحه لنيل جائزة الأوسكار عبر أمريكا Transamerica، الذي يقدم رجلاً تحول إلى امرأة،

وعرف أن لديه/لديها ابناً هارباً. في السنة نفسها، أنتجت قناة صن - دانس Sundance عبر الأجيال TransGeneration، وهو برنامج وثائقي كان عنوان إحدى حلقاته «أربعة طلاب جامعيين لا يكتفون بمقرراتهم فقط». في سنة 2006، أصبح «كلهم أبنائي» أول مسلسل أمريكي معاصر يقدم قصة عن تغيير الجنس - مع إعلان زارف، نجم موسيقا الروك الذي أدى دوره جيفري كارلسون، لصديقتة بيانكا أنه في الواقع زو، المرأة التي كان يشعر أنه هي منذ وقت طويل.

لكن بالنسبة لمثل تلك المجموعة الصغيرة، سمة «حيارى الجنس» جديرة بالملاحظة. ارتفاعاً من صفر سنة 1995، هناك الآن أربع وسبعون كلية وجامعة -ضمنها كلية آيفي Ivy، وجامعات عامة، وكليات خاصة بالسود تاريخياً، وكليات مجتمع- تحظر التمييز ليس على أساس الجنس والأصل الجنسي فقط، وإنما على أساس الهوية والتعبير الجنسي أيضاً. يشمل ذلك أكثر من 1 مليون طالب جامعي في أمريكا محميين الآن من أحد أشكال التمييز التي لم يكن أحد، قبل عقد مضي، قد سمع بها أساساً.

كانت أربع عشرة كلية وجامعة - بما فيها ديوك Duke، كلية كاليفورنيا العامة التطبيقية، وتوفتس Tufts، وأنتيوك Antioch - قد غيرت كل أجناس الطلاب الرسمية ليختاروا من بين «ذكر»، «أنثى»، أو «تحديد ذاتي».

في سنة 2006، أعلنت جامعة أريزونا أنها تسمح للطلاب باستعمال غرف التواليت التي تناسب هويتهم الجنسية. طلبت مدرسة لوس أنجلوس الموحدة أن تتم مخاطبة الطلاب بـ«الاسم والضمير الذي يناسب هويتهم الجنسية».

النظرية الأحدث في التعليم هي إسكان الطلاب من الجنسين معاً، والذي ينتج عنه غرف متداخلة. عندما ارتفعت أعداد الطالبات اللواتي يلتحقن بالجامعات في الستينيات والسبعينيات، الشيء الوحيد الذي كان ينبغي التأكد منه هو الحصول على رفيق سكن من الجنس نفسه. لا أكثر. في سنة 2003، كانت جامعة ويسليان Wesleyan أول من يسمح رسمياً بالسكن المختلط؛ ومنذ ذلك الحين، تبعته براون Brown، وجامعة بنسلفانيا وعدة جامعات أخرى. هل تذكر ويل وغريس. يمكن الآن لصديقين مقربين، رجل شاذ

وامرأة سوية أن يشتركا في الغرفة نفسها ضمن الحرم الجامعي. (ربما تفكر أن الثنائي السوي سيحاولان البقاء معاً وفقاً لهذه الترتيبات، لكن حتى الآن، لا أحد يفعل ذلك. من الواضح أن التزام السكن في أثناء السنة الدراسية أطول مما يمكن لأي ثنائي أن يحافظ عليه سراً).

كانت قضايا حيارى الجنس قد تجاوزت المدارس والجامعات إلى أماكن العمل وهيئات الولايات التشريعية. كانت أكثر من 100 شركة كبيرة، بما فيها شيفرون-تكساكو، وإرنست ويونغ، وميريل لنش، قد أضافت الهوية الجنسية إلى سياساتها الخاصة بعدم التمييز. حضرت ثمانى ولايات، إضافة إلى مجموعة كبيرة من البلديات التي تضم مجتمعة أكثر من 30% من الأمريكيين، التمييز على أساس الهوية الجنسية. في كانون الأول 2006، أوقفت مدينة نيويورك سياسة قبل تطبيقها بقليل كانت ستسمح للناس بتغيير الجنس المدون على شهادات ميلادهم، حتى إذا لم يقوموا بإجراء عملية تغيير للجنس.

في سنة 2004، وافقت اللجنة الأولمبية الدولية على السماح لحيارى الجنس بالمنافسة ضمن جنسهم الجديد، بعد سنتين على الأقل من إجرائهم لعملية تغيير الجنس.

على الرغم من أن حيارى الجنس قلائل، إلا أن بعضهم يقول: إنهم الموجة المقبلة من حركة الحقوق المدنية. كم من الوقت سيمر قبل أن يضع الإحصاء العام في الولايات المتحدة، أيضاً، خانة ثالثة غير ذكر وأنثى - كما كانت عليه الحال سنة 2000 عندما سمح لنا باختيار أعراق «متعددة»؟ كم سيمر من وقت قبل أن يعد سؤال طفل عن جنسه في طلب الانتساب إلى المدرسة أمراً فظاً أو غير قانوني؟

إذا نحننا الحكايات جانباً، فحيارى الجنس هم النسخة المتطرفة من نزعة كانت قد أصبحت مقبولة على نحو متزايد منذ سنوات. بالتأكيد، لا يتناول سوى القليل من الناس هرمونات الجنس الآخر، أو يرتدون ملابس أزواجهم، لكن منذ السبعينيات كانت هناك ضبابية فيما يتعلق بالخط بين «الذكر» و«الأنثى»، وفيما يتعلق بالعادات، والأذواق،

والأزياء. والمسوّقون يعملون عليها. كانت دار الأزياء بلو كولت Blue Cult قد أنتجت أخيراً نوعاً من الجينز يناسب كلاً من الرجال والنساء. يبيع صانعو العطور الرئيسون مثل كالفن كلين Calvin Klein وغاب Gap عطوراً مشتركة أو «محيّرة». الموضة السائدة حالياً هي «جينز الحبيب» - منخفض الخصر، مشدود بإحكام على المؤخرة، لكن أكثر راحة عند الساقين.

أسماء محيّرة - مثل كاميرون، وهایدن، وماديسون وكوين - شائعة مجدداً بطرق لم نرها منذ قرون.

بالنسبة لي، لا علاقة للسبب الرئيس في إثارة «حيارى الجنس» للاهتمام بالخط الضبابي الفاصل بين الجنسين - كان الدمج بين الجنسين موجوداً منذ مدة طويلة، بالطبع، منذ اتحد هرمز (إله التجارة) وأفروديت (إلهة الحب) بكلمة. المثير للاهتمام بالنسبة لي بشأن «حيارى الجنس» هو أنهم ربما يكونون الورثة الإيديولوجيين لمبدأ - وثورة - مساواة المرأة بالرجل القاضي بأنه لا ينبغي أن يكون الجنس عند الولادة قدراً محتوماً. لا تحمل شابات اليوم هذا العبء: تظن بعضهن أن «مساواة المرأة بالرجل» تعني التخلي عن أنوثتهن، وقد رفضت الشابات العاملات منذ وقت طويل البدلات الزرقاء التي كانت أمهاتهن يرتدينها للعمل وفضّلن القمصان القصيرة والسراويل المرقطة مثل جلد النمر. لكن حيارى الجنس، إلى جانب العدد الجدير بالملاحظة من حلفائهم، كانوا قد أعادوا توظيف هذه الفكرة، وطوّروا المبدأ القائل: إن الهوية لا تتعلق بالمورثات وإنما بكيونة المرء الداخلية.

احذروا يا واضعي السياسات العامة، أيها المهندسون، وأصحاب دور الأزياء - لن يكون الأمر سهلاً كما كان مع الصبيان والبنتات من قبل.

