

الفصل الثاني

المستقبل كما تخيله الهند

في أمسية دافئة في غير أوانها من شهر تشرين الثاني الماضي، اجتمعت الصفوة المثقفة للمجتمع الهندي في مدينة نيويورك في الجناح البللوري من فندق «تأقرن اون ذي غرين» Tavern on the green في منطقة سنترال بارك، عقب حضور عرض خاص لفيلم ميرا نير الجديد، المائل في الذاكرة، والمقول عن رواية الكاتب جومبا لاهيري وعنوانها «السُمِّي». كان العرض هو فيلم الافتتاح لمهرجان الأفلام السادس، الذي رعاه مجلس الفنون الأمريكي الهندي (IAAC)، وسبق إقامة حفل عشاء كبير ومزاد علني. وتحت إحدى الثريات العديدة غير المتناسقة والمتوزعة على نحو بديع، لتشكل جزءاً من سحر القاعة، كان الكاتب سلمان رشدي الذي ترأس الحفل ترافقه زوجته فائقة الجمال عارضة الأزياء بادما لاكشمي؛ وكيران ديساي التي كانت قد حصلت للتو على جائزة بوكر عن روايتها «إرث الخسارة»، وشاشي ثارور، الذي كان قد حل ثانياً في التصويت على منصب الأمين العام القادم للأمم المتحدة؛ وأورهان باموك، الذي كان قد فاز مؤخراً بجائزة نوبل للأدب، وصادف إن كان في الجوار حيث إنه كان يدرس في جامعة كولومبيا، كانوا جميعهم غارقين في الحديث بعضهم مع بعض وكان هناك حولهم ضيوف يرتدون أزياء هندية منمقة، والقليل منهم يرتدون أزياء الحفلات، وبذات رجال أعمال، وثياب فنانيين عادية، ويتنقلون في أرجاء المكان حاملين كؤوس الشراب في أيديهم، ويتبادلون التحيات بالاسم ويقبلون الواصلين الجدد في الخد.

وفي حفل الاستقبال الذي سبق عرض الفيلم، امتدت لائحة مشاهير النخبة الثقافية من الشتات الهندي إلى ما لا نهاية. ولمحت بالفعل الممثلة الشهيرة والمؤلفة مادهور جافري، وقد أصدرت لتوها مذكراتها في كتاب عنوانه «تسلق أشجار المانغو» وزوجها عازف الكمان البارع سانفورد أولن، وكان هناك المنتج السينمائي جاغموهان موندهرا - كان فيلمه

«البحار الخلفية» يتصدر أفلام المهرجان بعد أيام قليلة- وزوجته تشاندرا، ومخرجة أفلامهما ابنتهما سمريتي موندھرا. وشاهدت ساريتا تشودري التي مثلت في فيلم ميرا نير «توابل المسيسيبي»، وكان هناك الممثل كال بن الذي يقوم بأداء أول دور درامي جدي له في فيلم «السُّمِّي». وقد جلس على المنصة مع ميرا نير للإجابة عن الأسئلة التي طرحت عقب عرض الفيلم. وكان سرينات سرينفاسان عميد كلية كولومبيا للصحافة ومؤسس رابطة الصحفيين لمنطقة جنوب إفريقية (SAJA)، كان يتحدث مع نيلام ديو، القنصل العام للهند في نيويورك. وألقيت التحية على سوندارام طاغور الذي يدير صالة طاغور الفنية، وفيشাকা ديساي، رئيس الجمعية الآسيوية. وكان أناند وانورادها ماهيندرا قد حضرا من بومباي. كان ماهيندرا الراعي الرئيس للأسية، وأبرز الغلاف الخلفي لبرنامج المهرجان الرسالة القائلة: «ماهيندرا، يقدم لكم الهند عبر السينما». فقد تخصص اناند في الأفلام وفن التصوير عندما كان طالباً يدرس في جامعة هارفرد، ومن الواضح أنه لم يفقد اهتمامه بالأفلام أبداً. وبدا أرون شيفداساني، المدير التنفيذي لمجلس الفنون الأمريكي الهندي، وأحد القوى المحركة في مجال دعم وتشجيع الفنون الهندية والفنون المستوحاة من الهند في نيويورك، بدا في كل مكان وفي الوقت نفسه.

وفيلم «السُّمِّي» هو تجسيد لرواية مكتوبة ببراعة عن تجربة المهاجرين الهنود في الولايات المتحدة ترسم المنحنى البياني لحياة زوجين من منطقة البنغال في الهند، وهما يؤسسان للعيش في المنطقة الشمالية الشرقية الباردة من أمريكا، ويقومان بتنشئة ولديهما المحاصرين بشكل حتمي ما بين ثقافة والديهما، والثقافة الأمريكية المولودين في كنفها. ويرى الأمريكيون الهنود أن القصة مؤثرة في العمق، لأنها شكل مغاير من أشكال قصصنا نحن، تروى على نحو رائع.

الفيلم عبارة عن تصوير رقيق للغاية لمدينتين عزيزتين على قلب ميرا نير، كالكوتا ونيويورك (هي مدينة بوسطن في الكتاب) ولثقافتين الهندية والأمريكية. وقد كتب السيناريو الجميل للفيلم، سوني تارا بوريفالا التي كان قد عمل مع نير منذ فيلمها «تحية إلى بومباي» الذي أخرجه عام 1988.

ويشكل فيلم «السُمِّي» علامة فارقة في تطور السينما الهندية الدولية، المستندة إلى مادة موضوع غنية مع تمثيل رائع لمجموعة من النجوم تضم الممثلين الهنديين عرفان خان وتابو في أداء يحطم قلبك (لم تكن هناك من عين لم تدمع في دار السينما المكتظة بالحضور)، وكذلك نجماً أمريكياً صاعداً من أصل هندي هو كال بن، والممثلة المولودة في لندن زليخة روبنسون، والممثلين الأمريكيين غلين هيدلي وبروك سميث. ولقد تماهت ميرا نير عاطفياً مع الرواية، كما أبلغتني عندما أجريت معها مقابلة في الشتاء الماضي. وقالت: «أنا من مدينة كالكوفا، وأنا من مدينة نيويورك أيضاً. أنا أذكر كيف كان شعوري عندما جئت إلى هذا البلد للمرة الأولى. وأنا لا أزال لا أحب ارتعال الأحذية». لقد كان الجلوس في صالة العرض السينمائية المعتمة محاطة بأفراد الجالية الهندية، الذين كانت قصتهم تظهر على الشاشة، تجربة مؤثرة للغاية.

والفيلم الذي يتوجه إلى الجمهور في كل أنحاء العالم هو إنتاج مشترك لشركة فوكس «سيرتلايت بيكتشرز» Fox Searchlight Pictures الأمريكية للسينما وشركة الأعمال الفنية الترفيهية الهندية «يو.تي.في موشن بيكتشرز» Motion Pictures UTV، مع تمويل إضافي من شركة الإنتاج اليابانية «انترتينمنت فارم» Entertainment Farm. وستقوم شركة UTV بتوزيع الفيلم في الهند؛ أما شركة فوكس فستوزعه في أسواق أخرى. وتأمل الشركتان بأن هذا سوف يكون الفيلم الذي سيؤكد، عقب نجاح الفيلم الذي أخرجه نير عام 2004. وهو «عرس الرياح الموسمية» على التسليم بأهمية وقيمة السينما الهندية في السوق العالمية.

يدير شركة UTV روني سكروقالا وهو رجل في الأربعينيات من عمره صنع نفسه بنفسه وأنشأ شركته عند بدء رواج التلفزيون في الهند. وروني رجل دمث الخلق مهذب، ويشعر بالارتياح وهو يرتدي الجينز أكثر من ارتداء بذرة رجال الأعمال. وعلى الرغم من مسلكه العادي، فإن روني يأخذ على محمل الجد إيصال الأعمال الفنية الترفيهية وشركته إلى العالمية. ولم يعرض فيلمه الذي حقق نجاحاً كبيراً «رانغ دو باسانتي» Rang De Basanti وظهرت فيه الممثلة البريطانية أليس باتن، وهي تتكلم اللغة الهندية بطلاقة، لم يعرض في دور السينما «الهندية» في منطقة كوينز في نيويورك أو أديسون في مدينة نيوجيرسي. بل عرض في صالة للعموم في مانهاتن، والأمر ذاته ينطبق على فيلم شركة UTV عن رجال

العصابات واسمه «دون» «Don» تمثيل شاهرخ خان. وإن انضمامه إلى شركة «فوكس سيرتشلانيت بيكتشرز» للعمل على فيلم «السُمِّي» ينطوي على حكمة تامة بالنسبة للاتجاه العالمي الذي يسير نحوه روني بشركة UTV. ويعد المواطنون الهنود في الشتات الجمهور الرئيس في الخارج للتلفاز الهندي ولأفلام بوليوود. وقد برز الشتات في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة كجسر قوي ما بين الهند وبقية العالم.

جسر بين الهند وأمريكا

يقوم الأمريكيون من أصول هندية، مثلهم مثل الأعداد الغفيرة من المهاجرين، الذين جاؤوا قبلهم بإضافة نكهاتهم الخاصة إلى الخليط الأمريكي، بشكل بطيء ولكن بثقة. وفي أي مكان يتلفت فيه الأمريكيون فإنهم يصادفون شيئاً من الهند. وتعد ممارسة رياضة اليوغا أسرع نشاط لأوقات الفراغ تزايداً في البلاد. وقد انتشرت المطاعم الهندية من ساحل إلى ساحل، ومن سلسلة الوجبات السريعة مثل Naan Slop «نان سلوب» على ساحل كاليفورنيا إلى معابد آخر مطبخ حديث مثل Suvir Saran's Devi «سوفير سارانس ديقي»، المطعم الهندي الوحيد الذي نجح في إدراجه ضمن «دليل ميشلين» لأفضل المطاعم في مدينة نيويورك. وتتوافر علب مجمدة من الطعام الهندي المعد سابقاً في محال السوبرماركت في كل مكان.

ويقوم الأمريكيون من أصول هندية والهنود الذين يعيشون في الولايات المتحدة بإضفاء نبرة هندية على عالم الفن والآداب خارج نطاق السينما. وكان الرسام التجريدي ناتقار بهافسار قد عاش وحقق نتائج من عمله في غرفة العلية في منزله في حي سوهو في نيويورك لمدة أربعين عاماً. وتعلق لوحاته حيث ترسم المواد الملونة القوية فيها إحساساً شعرياً من الألوان، تعلق في متاحف مهمة بارزة وضمن المقتنيات الخاصة من الأعمال الفنية، وتباع بانتظام جميع لوحاته التي تعرض في المعارض التي يقيمها في مدينة نيويورك. كان زوبين ميها أول هندي يقتحم ميدان الموسيقى الكلاسيكية الأمريكية. وكان ميها، وهو من مواليد بومباي، المدير الموسيقي للأوركسترا الفيلهارمونية في لوس أنجلوس لمدة ستة عشر عاماً قبل أن يشغل إدارة الأوركسترا الفيلهارمونية لمدينة نيويورك، وهو المنصب الذي تولاه حتى عام 1991. وتقوم ريخا مالهورترا، المعروفة أكثر باسم دي.جي. ريخا تقوم بإمتاع حشد

مختلط في أحد النوادي بمهرجانها الموسيقي الشهري المعروف اسم «بيسمنت بهانجرا» Basement Bhangra، وهو مهرجان حقيقي تعزف فيه مقطوعات موسيقية معاد تسجيلها، وتترافق إيقاعاتها مع عروض بصرية براقية.

كان الأدب المجال الثقافى الأول الذي برز فيه الفنانون الهنود فجأة وبقوة على المسرح الأمريكي المعاصر. وسجل سلمان رشدي الذي يعيش في نيويورك حالياً، اللحظة التأسيسية للزيادة المفاجئة والسريعة في صدور الأعمال الأدبية الهندية المكتوبة باللغة الإنكليزية مع كتاب «أولاد منتصف الليل». والمؤلفون الكنديون روهنتون ميستري (كتاب «التوازن الدقيق») شوناسينغ بالدوين («ذكريات الجسد») وام. جي فيسانجي («حياة فيكرام لال في الوسط») جميعهم معروفون جيداً في الولايات المتحدة. ويعيش اميتاف غوش مؤلف سلسلة من الكتب التي لقيت استحساناً من النقاد، بما فيها كتابه الأخير «المد الجائع» يعيش في مدينة بروكلين، وكذلك جوميا لاهيري.

وتوفر محطات الأقمار الصناعية والبث التلفزيوني التي تعمل بالكابلات على مدار أربع وعشرين ساعة خط اتصال أساسياً بالوطن الأم بالنسبة للهنود الذين يعيشون في بلاد الاغتراب. وتقوم القوة الشرائية لهنود الشتات بإحداث تحول في توزيع أفلام بوليوود ومضمونها؛ كما تقوم الشركات الإعلامية الهندية بشراء موطئ قدم لها في هوليوود، في حين يقوم الهنود الذين يمتلكون الخبرة في محيط وسائل الإعلام الأمريكية بأخذ خبراتهم ومعرفتهم معهم إلى الهند. ويبحث تكتل شركات وسائل الإعلام الأمريكية الضخمة عن هنود ميسورين في كل من الولايات المتحدة والهند من أجل تسهيل دخولهم إلى سوق مزدهرة. وبقدم واحدة في أمريكا وقدم في الهند، تقوم هذه المجموعة من الناس بإحداث تغيير مهم فيما تنتجه وسائل الإعلام العالمية وفي الموضوعات التي تطرحها.

إن الهند مهياة لتصبح ليس فقط سوقاً ضخمة لما يتم إنتاجه من أعمال فنية ترفيهية أو مجمماً مهماً للعمالة الرخيصة في مجال الرسوم المتحركة وغيرها من العمليات كثيفة العمالة، وإنما لتصبح ينبوعاً لمحتوى أصلي أنشأه هنود من أجل جمهور عالمي. وإن اليوم الذي ستحتل فيه الهند مكان أمريكا كقوة عظمى في ميدان الإعلام والترفيه ربما يكون آتياً بأسرع مما نعتقد.

تيليوود

يلعب التلفاز دوراً قوياً وفاعلاً على نحو فريد في عملية التحول التي تشهدها الهند. وقد كان تطور التلفاز في الهند على مدى العقدين الماضيين أمراً مثيراً. وكان هناك حتى عام 1991، محطة تلفازية حكومية واحدة، هي دوردارشان «DoorDarshan». وبدعم من منظمة اليونسكو، تم إدخال التلفاز إلى الهند بواسطة حكومتها وذلك في عام 1959. وباستقراره أصلاً في DRDO (منظمة البحوث الدفاعية والتنمية) كان هدفه الرئيس الارتقاء بأمة متباينة وتوحيدها. وظلت هذه مهمة المذيع الوطني من بداية الثمانينيات حتى نهايتها، عندما وصل التلفاز الملون إلى الهند وشجعت الحكومة الهندية شراء هذه الأجهزة عن طريق خفض رسوم الاستيراد. وفي عام 1983، كانت إشارات التلفاز متاحة لثمانية وعشرين بالمئة من السكان، وتضاعف الرقم إلى 56 بالمئة بحلول عام 1986. ووصل إلى أكثر من 90 بالمئة بحلول عام 1990. ومع إعادة تسميتها مجموعة «دي.دي» DD للقنوات التلفزيونية، ما زالت محطة دوردارشان تصل إلى أكثر من 90 بالمئة من السكان الهنود وتنقل مجموعة متنوعة من البرامج باللغة الإنكليزية ويأخذى عشرة لغة محلية تبث على عشرين قناة مختلفة.⁽¹⁾

جاءت شبكتا تلفاز «سي.ان.ان» CNN و«ام.تي.في» MTV إلى الهند في عام 1991، على أمواج القمر الصناعي «ستار» STAR. وبعد مرور ستة عشر عاماً ليس إلا، يستطيع الهنود أن يختاروا البرامج التي يريدون متابعتها من بين عدد يصل إلى 350 قناة، ويمتلك اليوم كل تكتل للشركات الإعلامية الرئيسة من ديزني، إلى تايم وورنر، إلى فياكوم إلى ال.بي.بي.سي، قنوات تبث داخل الهند⁽²⁾. وقد عجل انفتاح الهند على باقي العالم في عام 1991. في حدوث زيادة سريعة ومفاجئة في عدد وسائل الإعلام. وفي حين أن معظم الأمريكيين قد اختبروا قدوم كل واحدة من هذه الوسائل الإعلامية كأموام مختلفة، واحدة تندفع فوق الأخرى، واختبروا التعامل مع وسائل الاتصالات المتقدمة ومتابعة الأعمال الفنية الترفيهية تدريجياً وبصورة منتظمة، فإن الكثيرين من الهنود يفتحون عليها جميعها دفعة واحدة. وتشهد الهند تطوراً سريعاً في قطاع التلفاز سواء في عدد الأسر التي تملك جهازاً تلفازياً وعدد القنوات والبرامج المتاحة. وبشروعها في البث بفعل قدوم القنوات التلفزيونية الهندية الجديدة مثل «زي.تي.في» ZeeTV، يزداد وبسرعة كبيرة عدد شبكات التلفزة المملوكة

لأشخاص هنود وعدد البرامج التي يعدها هنود في الداخل، مثلما هو حال الأعداد المتزايدة من شبكات التلفزة والبرامج الأجنبية. وهناك قطاعات كاملة من الشعب، التي اعتادت أن تكون معزولة عن باقي المجتمع وعن العالم باتت الآن على تواصل مع التلفاز وتتابع برامجه. وتقوم زوجات ذوي الدخل الأدنى، والمزارعون وأصحاب المحال الصغيرة بمشاهدة التلفاز واستخدام أجهزة الهاتف الخليوي في الوقت الحاضر؛ كما بدؤوا باستخدام الإنترنت.

من الصعب تخيل مدى السرعة التي تتغير فيها الهند ومدى الذي تدفع به وسائل الإعلام والأعمال الفنية الترفيهية عملية التحول التي تشهدها البلاد؛ ومن الطبيعي أن يطرح مثل هذا التغيير السريع أفكاراً للبحث عن الهوية الوطنية والهوية الشخصية. فوسائل الإعلام ليست هي الفضاءات التي يتم فيها استكشاف العديد من قضايا الهوية هذه، فهي أيضاً المكان الذي يجري فيه ابتكار ونشر صور عن الهند الجديدة - دولة تتطور وتواكب العصر الحديث بسرعة - لكل من الجمهور الهندي وللجمهور في كل أنحاء العالم. وفي الوقت ذاته، فإن ما يسمى بالفارق الرقمي الذي يشكل مصدر معاناة لكوكب الأرض، ويفصل بجلاء تام أولئك الذين يملكون الاستفادة من الإنترنت والحصول على وسائل التكنولوجيا الهائلة هذه وتتاح لهم فرصة استعمالها عن أولئك الذين لا يحظون بهذه الفرصة، هو واقع قائم داخل الهند ذاتها. إن إحدى التحديات الجوهرية التي تواجه البلاد هي كيفية ضم فقراء الهند إلى ثورة وسائل الإعلام والاتصالات.

لقد تزامنت الانطلاقة المظفرة للتلفاز مع - وشكلت مهمازاً - لنمو اقتصادي متسارع، ومع تغلغل العلامات التجارية لشركات ذات قوميات مختلفة داخل السوق الهندية، وبروز طبقة جديدة من المستهلكين. وإلى جانب المسلسلات الاجتماعية الهندية الجديدة، والبرامج الحوارية، والبرامج الموسيقية والبرامج الإخبارية، فقد أدى التلفاز خدمات لمجموعة متعددة من الإعلانات المُعدة ببراعة لمجموعة متزايدة من المنتجات والخدمات. وجعل التلفاز العالم خارج الهند مرئياً من جديد لعدد متزايد من الهنود. لقد قدم التلفاز الهند الحضري إلى القرويين في المناطق الريفية وعرفهم بها. وهو يستعرض أساليب حياة الأغنياء أمام أعين الفقراء. وقد فتح عوالم جديدة مغرية من الإمكانيات أمام مجموعة من المشاهدين الهنود حتى في حين يقوم بتعميق الهوة ما بين أولئك المواطنين الذين هم جزء من الهند الجديدة وأولئك الذين ليسوا كذلك.

شكل التلفاز في الهند قوة من أجل ديمقراطية الطموح. فقد ظهرت فجأة مجموعة كبيرة من نجوم «تيليوود» لتحدي نجوم بوليوود من الممثلين الذين باتوا أنصاف آلهة. وصنع مواطنون عاديون ثرواتٍ سريعةً، وحققوا الشهرة بين ليلة وضحاها في برامج تلفازية مثل Kaun Banega Crorepati - وهو النسخة الهندية من برنامج «من يريد أن يصبح مليونيراً» - وبرنامج «معبود الهند». وإلى جانب حشد كبير من القنوات التي تبث باللغة الهندية، تتكاثر القنوات التي تبث باللغة الوطنية ولغات الأقاليم، وتعمل على انتشار تجربة صناعة التلفاز خارج نطاق النخبة التي تتكلم اللغة الإنكليزية وسكان المدن والمناطق الشمالية الذين يتكلمون الهندية. وتعد الهند مجتمعاً مجزأً للغاية - تقسمه اللغة، الإقليم، الديانة، الطبقة الاجتماعية والنظام الطبقي المتوارث عند الهندوس - وحيث تبلغ نسبة الأمية بين النساء 53 بالمئة وبين الرجال 30 بالمئة، فضلاً عن تفشي الأمية بين 26 بالمئة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين الخامسة عشرة إلى الرابعة والعشرين⁽³⁾. والكثيرات من النساء في الهند لا يعملن خارج المنزل، وتتيح لهن فرصة متابعة البث التلفازي، كما تتيح لغيرهم من المواطنين التواصل مع مسيرة حياة الأمة والعالم الأوسع.

لقد حقق نمو الهند منذ ثمانينيات القرن الماضي نجاحاً باهراً إلا أنه نجاح غير متوازن أيضاً. فهناك تناقض قوي ما بين القبول المفاجئ بالتححرر من القيود، وبين الرأسمالية القائمة على الطراز الأمريكي وبين حماية مصالح المستهلكين من جانب النخبة الحاكمة ونخبة رجال الأعمال في هذا النظام الديمقراطي النشط الذي غالباً ما يتسم بالفوضى. وهناك ردة فعل عنيفة ضد الانفتاح السريع للبلاد، هناك قلق بشأن التدفق السريع للبضائع الأجنبية والشركات الأجنبية على البلاد وشيوع نمط الحياة على الطريقة الأجنبية. وأدى المفعول القوي الذي تحدته الإعلانات التلفازية وانتشارها والمشاهد الممتعة للبرامج الأجنبية أو البرامج المستوحاة منها، إلى وضع اللوم على التلفاز بصدد انعطاف الهند باتجاه الرأسمالية الاستهلاكية، التي لا يتوافق معها معظم الهنود، وتسبب ذلك على أية حال في تخلف الكثيرين.

أيضاً، تزامن صعود التلفاز في الهند مع تفكك العمل السياسي في البلاد وحدوث زيادة في عدد الأحزاب والزعماء الذين يستندون إلى النظام الطبقي المتوارث وإلى أسس إقليمية،

وقيام سلسلة من حكومات الائتلاف الوطني -بعضها أكثر هشاشة من الأخرى- ونهوض القومية الهندوسية⁽⁴⁾. والواقع فإن بث المسلسل التلفزيوني رامايانا* Ramayana منذ كانون الثاني «يناير» 1987. وحتى شهر آب 1989، الذي سجل رقماً قياسياً في عدد المشاهدين في انحاء الهند، تزامن مع نهوض حركة «رام جانمابھومي Ram Janmabhoomi»، التي دفعت في النهاية حزب جاناتا بهاراتيا القومي الهندوسي أو (BJP) إلى السلطة. وقد كان التاريخ الحديث للهند حافلاً بالعنف السياسي. وكانت البلاد تتمزق مرة تلو الأخرى بفعل الهجمات الإرهابية والصدمات العنيفة المتبادلة بين الجماعات الدينية ولا سيما الهندوس والإسلام، وكذلك ما بين السكان الأصليين الذين يسكنون الأدغال أو «الأديفاسيز» كما يُسمون في الهند، وبين الشركات المتنفذة العاملة في مجال استخراج المعادن من الأرض، عدا عن ذكر مسألة نمو حركة «الناكسال» Naxalites وغيرها من حركات التمرد التي تشكل مبادئ ماوتسي تونغ مصدر إلهام لها.

كانت موليك تشوبرا الشخصية الرئيسة التي تمثل محطة تلفاز «ام.تي.في» MTV للأغاني الغربية في الهند في عام 1995. وقد كانت ترغب دائماً بالعمل في وسائل الإعلام، وكانت الفرصة المتاحة للذهاب إلى الهند مع طاقم محطة «ام.تي.في» فكرة شائعة فيما يخصها بالنسبة إليها وجرى الترتيب لإقامتها في فندق تاج الرائع، الذي يطل على النصب التذكاري لبوابة الهند عند الواجهة البحرية في بومباي. إلا أنه وبعد مدة بدأت تتساءل: ما الذي كانت تفعله «بالجلوس في السيارة والمرور عبر الأحياء الشعبية الفقيرة لمدينة بومباي ومشاهدة عشرين طفلاً حفاة من دون أحذية داخل متجر يتابعون بث محطة MTV، وانتابها شعور أشبه بـ «أوه يا إلهي، إنني أنشر هذا في الهند. وكانت تلك هي اللحظة التي قررت فيها أن أترك العمل في محطة MTV».

بإمكانني أن أرى أولئك الأطفال الحفاة بأقدامهم المغبرة وأطراف أصابعهم المفلطحة وقد فغروا أفواههم وهم يتابعون مشاهدة التلفاز. وكنت قد مررت وبعد بلدة دادار مباشرة،

*ملحمة شعرية عن رحلة الملك راما، إحدى أهم الأعمال الأدبية عن الهند في قديم الزمان، وتروي حكاية رحلة الخير للقضاء على الشر. (الترجمة)

وعلى الطريق إلى منطقة جنوب بومباي لتناول طعام الغداء، أو للذهاب إلى حفلة، مررت بالرتل الطويل من أكواخ الصفيح الفقيرة المكونة من غرفة واحدة، والعديد منها لها طابق ثانٍ ملحق بها يتم الصعود إليه بوساطة سلم، وتنحشر الأكواخ ما بين الطريق وبين حائط يمتد على طول خط السكك الحديدية. وتتدفق الأسر على الشارع تطبخ وتنام وتغسل أغراضها من مياه الدلاء وتجلس وتتجاذب أطراف الحديث مع الجيران، بينما تتطلق سيارتي مسرعة. وتعدو الكلاب ببطء على طول الشارع، ماضية في سبيلها بين الناس، وبعضهم وقد نام الآن والتف على نفسه في غفلة راضية، على وسادة رقيقة. وتضم الماعز قطعاً صغيرة من النفايات. والأبواب مفتوحة. وليس هناك من نوافذ أو هناك أحياناً فتحة صغيرة بقضبان حديدية قائمة في أعلى الحائط من أجل إفساح المجال لدخول القليل من الهواء والقليل من الضوء. وتتوافر المياه الجارية الوحيدة من حنفية تقع على مسافة بعيدة بعض الشيء. وليست هناك من دورات مياه. وعلى مقربة من مكب للنفايات يركض طفل صغير ويتغوط. وبإمكانك أن ترى داخل الأكواخ: أكداً مكومةً من الصناديق الكبيرة، ثياباً معلقة على علاقات، سريراً تتشارك فيه الأسرة بأكملها، وبين كل مسكن صغير وآخر جثم الناس وكلهم انتباه، مستغرقين في المشاهدة أمام التوهج الأزرق المتقطع لجهاز تلفاز.

وعلى الرغم من الجور اللاحق بالمواطنين نتيجة عدم تحقق المساواة بينهم على الصعيد الاقتصادي، فقد زود التلفزيون شعباً متنوعاً بإحساس المجتمع المحلي الوطني العام، أثناء زمن عامر بتحويلات اجتماعية وسياسية واقتصادية واسعة النطاق. وهو وسيلة يمكن للملايين من المواطنين أن يتقاسموا بها تجربة طموحات جديدة وهموم جديدة⁽⁵⁾ وتجمع مباريات رياضة الكريكت ولا سيما التي تقام ضد الخصم الرهيب المجاور، باكستان، أو ضد بريطانية الاستعمارية السابقة، تجمع الهنود معاً من كل بقعة من البلاد، والحقيقة من كل زاوية من كوكب الأرض ومن كل المراتب الاجتماعية في تجربة وطنية مشتركة هائلة. وقد باتت برامج الألعاب التلفزيونية تلقى شعبية واسعة مع مناصرة البلديات والولايات التي تشكل مسقط رأس المشاركين فيها لمواطنيها وقيام الملايين من المشاهدين بالتصويت عبر خدمة الرسائل القصيرة المكتوبة من هواتفهم الخليوية. أما في المسلسلات التلفزيونية التي تتناول قضايا الأسرة والمجتمع، فتتضارب آراء الأجيال بصدد التقويمات المختلفة لمثل هذه

البرامج مثل البرنامج الذي يحظى بشعبية ضخمة Kyunki Saas Bhi Kabhi Bahu Thi (لأن الحماة كانت هي نفسها زوجة الابن ذات يوم)، أو أحد المسلسلات المفضلة لدى عمتي واسمه، «ميللي» Millie.

ولأنني غالباً ما أُقيم معها، فقد شاهدت Millie عدة مرات في منزل عمي وعمتي في غورغاون، الضاحية الجنوبية لمدينة نيودلهي التي تعيش تطوراً متسارعاً. وفي البداية، دفعتني الحركات المضحكة والمتصنعة وتحركات الكاميرا المبالغ فيها والتسجيل الصوتي للبرنامج الذي يرسل زعيماً يشق الأذان كل مرة يتم الكشف فيها عن حقيقة مثيرة أو إطلاق ملاحظة حادة، إلى الاعتقاد بأن البرنامج كان سطحياً بشكل سخيف. وكانت الخادومات اللواتي يعملن لدى العائلة الثرية في المسلسل التلفزيوني يرتدين ثياباً باللون الزهري والأبيض، وكانت التنانير قصيرة جداً مثل تلك التي تلبسها الخادومات الفرنسيات، وكن ينتعلن أحذية رياضية خفيفة بيضاء، ويضعن أهداباً اصطناعية، مع مكياج واضح من مساحيق الزينة والبودرة الجافة. لكنني حالما فهمت حبكة الرواية أدركت أن «ميللي» كانت قصة مؤثرة عن الصراع الطبقي في الهند الآخذة في التحول. ويتبين أن ميللي، الشخصية التي سميت الرواية باسمها، وهي فتاة شابة من بين الخادومات، هي الابنة غير الشرعية للابن المفضل في الأسرة. ويتصدى المسلسل التلفزيوني «ميللي» وتحت مظاهر التكلفة والتصنع لمعالجة قضايا لا تبعث على الارتياح عن الاستغلال الطبقي والجنسي في قلب أقدس مؤسسة في الهند، الأسرة.

وتلعب الدعايات التلفزيونية دوراً مهماً في عملية تحول الهند. وأثناء فواصل الإعلانات التجارية التي تتخلل مسلسل «ميللي» أو آخر الأخبار من تلفاز NDTV، يتبخر شبان هنود جذابون في سراويلات الجينز الضيقة وبمصحات شعر تتبع الموضة السائدة مزهويين بحاجياتهم وأغراضهم عبر الشاشة الصغيرة، وينطلقون في سباق للسيارات الحديثة، ويهتزون في حركات سريعة، وهم يحتسون زجاجات الصودا الثلجة، وكل ذلك على وقع تسجيل صوتي لموسيقى البوب الممتعة. وتقوم ربوات البيوت وهن يرتدين لباس الساري الهندي، بمناقشة مزايا المنتجات والعلامات التجارية الجديدة، التي تقلل من عناء عملية الطبخ، أو تظهر مدى حرصهن لتوفير الرعاية والحنان لأسر محظوظة، بأن تكون لديها

أمهات يعرفن كيف يتخذن قرارات استهلاكية حكيمة. ويقوم رجل يرتدي ملابس غربية عادية بمساعدة والده الذي يرتدي لباس «الكورتا» kurta التقليدي -رداء فضفاض يصل إلى الركبة- بالنزول من قطار. ويدرك هذا الابن العصري أن البوليصة المناسبة للتأمين على الحياة هي المفتاح إلى مساعدة والديه على العيش بكرامة في سن الشيخوخة.⁽⁶⁾

ومهما كان نوع المنتج، فإن الإعلانات الدعائية لمشروبات البيبسي أو الكولا أو الدراجات النارية من ماركة «باجاج Bajaj» أو أثواب الساري من ماركة «ساتيا بول Satya Paul»، تعمل على نشوء مذهب استهلاكي كان حتى وقت قريب غريباً على المواطنين الهنود. كما إن إمكانيات تطور مجال الدعاية والإعلان في الهند كبيرة جداً ومثيرة للإعجاب. ويشير تقرير لمؤسسة «برايسووترهاوسكوبرز Pricewaterhouse Coopers» إلى أن عائدات وسائل الإعلام الإلكترونية، بما فيها التلفاز، قد تتضاعف ثلاث مرات من 4.6 مليارات دولار في عام 2005، إلى 12.8 مليار دولار بحلول عام 2010⁽⁷⁾، ويتوقع أن تمتلك الهند 180 مليون جهاز تلفازي منزلي بحلول عام 2008، وذلك مقارنة بأكثر قليلاً من 100 مليون جهاز تلفازي منزلي في أمريكا اليوم. وبوجود نحو 600 مليون مشاهد، تشكل الهند الآن أكبر سوق لصناعة التلفزيون في العالم⁽⁸⁾. وتمتلك ستون بالمئة من الأسر الهندية 119، مليون أسرة تقريباً، جهازاً تلفازياً، وتحظى (42) بالمئة من هذه الأسر بخدمة نقل البرامج التلفازية عن طريق الكابل⁽⁹⁾.

هناك ثلاثون قناة إخبارية في الهند. وتحوز أعلى نسبة مشاهدة من بينها القنوات التي لا تتحدث اللغة الإنكليزية، وهي تبث بلغات مختلفة بما فيها الهندية، الماراثية، الغوجاراتية، البنجابية، البنغالية، لغة الكانادا، التاميل، الاوريا، المالايالام، والتيلوغو.⁽¹⁰⁾ ويتحدث أكثر من مليون شخص في الهند اثنتين وعشرين لغة، وتمتلك معظم الولايات لغاتها الرسمية المختلفة الخاصة بها. ويبلغ العدد الكلي للغات التي يتم التحدث بها في الهند كل يوم «رقماً مذهلاً هو 850 لغة. ولدى معظم الأقاليم ليس فقط صناعة تلفازية مزدهرة بلغتها المنطقية، بل لديها أيضاً صناعة الأفلام الخاصة بها ونجومها الخاصين؛ وكذلك تقاليد أدبية غنية، وصحف يومية، ومجموعة متنوعة من المجلات. ويسهم التنوع اللغوي في الهند في وجود جو إعلامي متعدد الأطياف ودائم التغيير بشكل هائل.

عندما دعيت الأسبوع الماضي لتقديم تعليقات على الهواء على قناة «هيدلاينز توداي» «Headlines Today»، إحدى القنوات الإخبارية الرئيسية التي تبث باللغة الإنكليزية، وذلك أثناء زيارة الرئيس بوش إلى الهند، كان مضيفي مبتهجاً ومتحمساً لاكتشافه أنني أتكلم الهندية. وأراد على الفور أن يصلني بقناة «آج تاك» «Aaj Tak»، وهي قناتهم الإخبارية التي تبث باللغة الهندية. وأوضح لي المذيع المعتمد لنشرات الأخبار راهوال كانوال: «سيدتي، أنت لا تفهمين. نحن نستقطب اليوم نسبة مشاهدة عالية جداً. وذلك يعني أن زهاء خمسين مليون شخص يشاهدون قناة «هيدلاينز توداي». «ولكن هنالك ستون مليون شخص على الأقل يشاهدون «آج تاك»، وهم لا يتوصلون إلى الاستماع إلى محلل أجنبي أبداً. وسيكونون سعداء جداً». غير أنني عارضت الأمر، وكنت خائفة تماماً من فكرة لعب دور الخبير بلغة أتكلّمها بمهارة، ولكن ليس بشكل متقن على الإطلاق.

وجاءت الإجابة السريعة: «لا تقلقي إذا لم تكوني تعرفين الكلمة باللغة الهندية استخدمني فقط الكلمة الإنكليزية، فنحن جميعنا نعمل ذلك على أية حال»، مشيراً بذلك إلى وجود ميل في الهند للخلط ما بين اللغتين الهندية والإنكليزية في لغة «هنكليزية»، وهو اتجاه تم دعمه عن طريق التلفاز. وقد أوجد بدوره مايشكل لهجة هندية مختلفة أخرى ومتميزة لتثير فزعاً كبيراً لدى النخبة المثقفة التي تتحدث اللغة الهندية. وتمثل اللغة «الهنكليزية» طريقة أخرى إضافية لأبناء جيل أصغر من أجل الإعلان عن ارتباطهم ببقية العالم ولتمييز أنفسهم عن جيل أكبر وأكثر ارتباطاً بالعقيدة والمبادئ.

عندما سألت توم فريستون، المدير التنفيذي السابق لشركة «فياكوم Viacom» عن إمكانيات التلفاز في الهند، قال لي: إن لدى الهند حركة نشطة لا تراها في كثير من الأسواق الأخرى. ولدى الهند عدد أكبر من البيوت، والكثير من هذه البيوت لا تمتلك جهاز تلفاز بعد. لذا فأنت لديك أشخاص أكثر وأيضاً أشخاص أكثر لا يمتلكون أجهزة تلفاز لكنهم يرغبون في ذلك ويحصلون على الوسيلة لشرائها؛ وذلك يعني الكثير من إمكانية النمو. والحقيقة فإنه من المتوقع أن تزداد العائدات التي يتم تحصيلها من طلبات الاشتراك في تلفاز الكابل وغيره من خدمات البث بما يقدر بـ 1.67 مليار دولار في عام 2004. إلى 4.2 مليار في عام 2009⁽¹¹⁾.

كان تلفاز «ام.تي.في» التابع لشركة «فياكوم» أحد أولى القنوات الأجنبية التي تأتي إلى الهند. وقد افتتحت منذ ذلك الوقت قناتا «في.اتش.آي.VHI» و«نايكلوديون Nickelodeon». وسألت فريستون الذي كان يعمل مديراً تنفيذياً لشركة «فياكوم» آنذاك، إن كانت لديه خطط أخرى لتوسيع وجود تلفاز شركة Viacom في الهند.

أجاب فرستون: «أود أن أطلق قناة كوميديا هندية فذاك شيء لا ينتقل بشكل جيد تماماً. إنه يشكل تحدياً في السوق الهندية. إننا في الولايات المتحدة جمهور تلفاز متعدد. فالناس يشترون تلفازاً جديداً، وتذهب الأجهزة التلفزيونية القديمة إلى داخل إحدى غرف نوم الأطفال. أما في الهند فهي سوق تلفاز وحيد. وعندما يشتري الناس جهازاً تلفازياً جديداً فإنهم يقايضونه جزئياً بجهازهم القديم، ويقوم شخص ما لا يملك تلفازاً ولا يمكنه تحمل نفقات شراء تلفاز جديد، يقوم بشراء ذلك القديم. وينتهي المطاف بالأجهزة القديمة في القرى. لذا، أنت لديك الأسرة بكاملها أمام تلفاز واحد. وكنا نقوم عادة بإعداد برامج لجمهور محدد فأنت تعلمين أن قناة «ام.تي.في» للشباب وقناة «نايكلوديون» للأطفال ولا تزال الهند سوقاً عامة، لذا فإن ذلك يشكل تحدياً فيما يخصنا».

لم يمنع تحدي السوق العامة للتلفاز في الهند الشركات العملاقة في الولايات المتحدة والتميزة في مجال الأعمال الفنية الترفيهية من الدخول إلى البلاد. وعندما كنت في الهند في شهر أيار الماضي، كانت هناك ملصقات ضخمة معلقة في كل أنحاء بومباي للدعاية للبرنامج التلفزيوني الناجح الذي تنتجه شركة ديزني للأطفال وأولاد السن المحير، المسمى «ذاك مناسب لريفين»، وتظهر فيه الممثلة التي تقوم بالدور الرئيس ريفين سيموني، وهي تبدو هندية بشكل مذهل، في موضع بارز من الصورة مع اثنتين من الأطفال الهنود الجذابين إلى حد بعيد، في خلفية كل لوحة إعلانات. وتمتلك شركة ديزني ثلاث قنوات في الهند اثنتان منها «تون ديزني Toon Disney» و«هونغاما Hungama»، وهي محطة أطفال اشترتها الشركة العام الماضي من تكتل شركات وسائل الإعلام «يو.تي.في.UTV»، التي تبث برامجها باللغة الهندية. وعن شراء محطة تلفاز أطفال جرى تأسيسها على يد هنود، قال أندي بيرد الرئيس الدولي لشركة والت ديزني: «تشكل الهند أولية إستراتيجية على المدى الطويل. ومن المهم جداً أن تطور عملنا محلياً، فضلاً عن تطويره عبر تصدير المحتوى ذي

المنشأ الأمريكي⁽¹²⁾. وبالنسبة للمحتوى الأمريكي فإن الشركة تركز على أن بإمكان جمهور هندي تتراوح أعمارها ما بين عشرة إلى خمسة عشر عاماً أن يشاهد Lizzie McGuire ليزي ماكفواير، Jojo's Circus سيرك جوجو، و Kim Possible «كيم بوسيبيل» إلى جانب أفلام وبرامج تلفزيونية ورسوم متحركة من إنتاج شركة ديزني. وتعتزم الشركة أيضاً إنتاج نسخة عن فيلم هندي من المسلسل التلفزيوني والفيلم السينمائي «هاي سكول ميوزيكال» High School Musical⁽¹³⁾.

من المؤكد أن شركة ديزني تقوم بتقديم أكثر كثيراً من مجموعة من الشخصيات والبرامج التلفزيونية للأطفال الهنود. وقبل إطلاق القنوات التلفزيونية في الهند، كانت الشركة تملك أكثر من خمسة وخمسين من المشروعات التجارية المرخصة، وتقيم صلات مع بائعي التجزئة في كل أنحاء البلاد، لكي تقوم بعمل ما تقوم به في الولايات المتحدة بشكل مرضٍ جداً: تبيع مجموعة من المنتجات الاستهلاكية المرتبطة بخصائص وشخصيات أفلام مختلفة لشركة ديزني⁽¹⁴⁾. فالجيل الحالي من الأطفال الهنود هو الأول الذي يكبر مع مجموعة من الشخصيات التي تظهر على شاشة التلفاز والسينما ثم ليترجم ذلك إلى رغبة في شراء منتجات إضافية. وسوف يكون تأثير هذا النوع من التجربة على النمو المستقبلي للسوق الاستهلاكية الهندية النشطة جداً، تأثيراً استثنائياً وضخماً.

وقد أنفق المعلنون في السنة المالية التي تنتهي في عام 2005، زهاء (26) مليون دولار في دعم ظهور منتجات على شاشة تلفاز الأطفال في الهند، بزيادة بلغت (169) بالمئة عن العام السابق⁽¹⁵⁾. وتربط جولبيت بي. شور في كتاب «ولد للشراء» مجيء قنوات الاطفال التلفزيونية والتطور الذي تلاها في عملية صناعة الإعلان والدعايات الموجهة بشكل محدد إلى الأطفال في الولايات المتحدة، تربطه بتحول الأطفال الأمريكيين في الثمانينيات إلى «محور للثقافة الاستهلاكية الأمريكية»⁽¹⁶⁾. وربما يكون ذلك المحور على وشك الانتقال إلى الجانب الآخر من كوكب الأرض.

وفي عام 2006 أضيف برنامج الأطفال الأمريكي النموذجي إلى مجموعة البرامج المشهورة والمهمة التي يبثها التلفاز الهندي. وبدعم من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) وبالشراكة مع شبكة تيرنر للرسوم المتحركة وموقع بوغو (Pogo) المخصص للأطفال، تم

إنتاج برنامج «شارع سمس الهند» Aka Galli Galli Sim Sim⁽¹⁷⁾. ويفخر البرنامج بمجموعة محلية من الشخصيات جرى ابتكارها خصيصاً للسوق الهندية، بمن فيها اثنان من البشر هما باشا Basha ودواوا Dawa، وماييتس تشامكي Muppets Chamki وهي شخصية فتاة ذات سلوك صبياني، وبومبا Boombah، وهو أسد كبير محبوب، وأنتشو Aanchoo التي تنتقل إلى مكان وزمان آخر عندما تعطس، وغوغلي Googli المولع بالقراءة⁽¹⁸⁾. ويتضمن البرنامج رسوماً متحركة ومقاطع تمثيلية قصيرة ومتقنة بمشاركة شخصيات «شارع سمس» الأمريكية المحبوبة مثل «ايلمو» Elmo. وهو يهدف إلى الوصول إلى (157) مليون طفل هندي تحت سن السادسة، وسوف يستخدم محطات الإذاعة وغيرها من المنابر لتحقيق ذلك. وقد عمل معدو برنامج «شارع سمس» عن كثب مع المربين الهنود للتأكد من تعديل مضمونه وفقاً لحاجات جمهور هندي من الصغار⁽¹⁹⁾. وسوف يتم إنتاج البرنامج باللغة الهندية مع نسخة محتملة بلغة التاميل كلغة ثانية لاحقاً. وبالإمكان ابتكار موضوعات إضافية في وسائل إعلام أخرى، بما في ذلك الوسائل المطبوعة والإنترنت وبلغات هندية أخرى أيضاً.

ويستطيع (65) بالمئة فقط من أطفال الهند الذين هم في سن مرحلة رياض الأطفال والقاطنين في المناطق الريفية و(52) بالمئة من القاطنين في الأحياء الشعبية الفقيرة في المدن الوصول إلى موارد التعليم الموجودة والخاصة بالطفولة المبكرة⁽²⁰⁾، ومن السخرية بمكان أن برنامج «شارع سمس» وهو برنامج تلفازي أمريكي قدير، يهدف إلى تحقيق إحدى الغايات الأصلية للتلفاز في الهند كما كان يراها الزعماء الأوائل للبلاد: التعليم. وسوف يكون من الممتع رؤية الأثر الفعلي لبرنامج «شارع سمس الهند» في بلد يعاني فيه (47) بالمئة من الأطفال سوء التغذية⁽²¹⁾. ومع ذلك فإن إطلاق برنامج «شارع سمس» في الهند هو مشروع طموح يستقطب اهتمام وسائل الإعلام في القطاع الخاص، والتلفاز التربوي غير الربحي، ودعم حكومتي الهند والولايات المتحدة.

ولا تشكل الهند المحاولة الأولى لعرض برنامج «شارع سمس» أمام مئات الجمهور الأجنبي. فالبرنامج يبيث في أكثر من 120 بلداً، وتشمل النسخ المعدة من البرنامج والمحددة لكل بلد: «فيلاسيسامو Vila Sesamo، البرازيل؛ سيمامشتراسيه Semamstrasse، ألمانيا؛ 1 رو دو سيزام Irue de Sesame فرنسة؛ اوليتسا سيزام Ulitsa Sezam روسية؛ ريتشوف

سمسم Rechoy Sumsum، إسرائيل والأراضي الفلسطينية؛ وتاكالاني سيسامي Takalani Sesame، جنوب إفريقيا. وكانت هناك في عام 1998. وحتى عام 2001، نسخة صينية هي Zhina Jie، تبث على مستوى البلاد في الصين. كما كانت هناك منذ عام 2000، نسخة مصرية من «شارع سمسم» وهناك خطة لإعداد نسخ من البرنامج لبثها في بنغلاديش وأفغانستان. وبينما أثنى مسؤولون حكوميون أمريكيون في البيت الأبيض والوكالة الأمريكية للتنمية الدولية على فائدة برنامج «شارع سمسم» في الترويج للقيم الأمريكية وتنمية المشاعر الودية تجاه الولايات المتحدة خارج البلاد، لا سيّما في الدول الإسلامية فإن ورشة عمل تلفاز الأطفال التي أنتجت على مدى طويل برنامج «شارع سمسم» تنفي بحزم لجوئها إلى ترويج القيم الأمريكية أو الغربية⁽²²⁾. وعلى أي حال فإن قدوم برنامج «شارع سمسم» إلى الهند يعد مثلاً مثيراً على مقدار تخلص الحكومة الهندية من الحذر الذي كانت تتوخاه إزاء النفوذ الأجنبي أو التدخل الأجنبي لا سيما ذلك الذي تمارسه الولايات المتحدة.

وفي عام 1991، وعندما بدأت الحكومة الهندية بفتح سوق التلفاز في الهند أمام وسائل البث الخاصة، لم يكن تكتل الشركات الأجنبية الوحيد الذي عمد إلى اقتناص الفرصة. فقد قامت شركات هندية مثل ZeeTv (دخلت منذ ذلك الوقت في شراكة مع شركة تيرنر برودكاستينغ) وUTV، وNDTV، و«تي.في.أيتين» T.V.Eighteen وصحاري Sahara بتعبئة طلبات الحصول على الترخيص. وقد ارتبط معظمها بقدر أو بأخر بمجموعات الشركات الكبيرة التي تمتلك مصالح في أكثر من دولة وهي تقوم بالتوسع في توزيع برامجها في ما وراء البحار من أجل الوجود في سوق دولية سريعة النمو. ويستهدف الكثير من مشروعهم الطموح خارج البلاد، هنود الشتات مع تقديم شبكة «ديش نيتورك Dish Network» في الولايات المتحدة خدمة برامج تلفازية عبر الأقمار الصناعية من جنوب آسيا باللغة الإنكليزية والهندية، فضلاً عن لغات ولاية البنجاب، ولاية غوجارات، التيلوغو، المالايالام، البنغال والتاميل. كما حصل تلفاز NDTV على ترخيص في كندا لبدء بث تلفازي لإحدى القنوات على مدى أربع وعشرين ساعة يومياً في الأسبوع في عام 2005.

وعلى الرغم من هذه المحاولات الجديدة، ما زال أمام شركات وسائل الإعلام الهندية شوطاً طويلاً تقطعه قبل أن تتمكن من الدخول في منافسة قوية إن لجهة الحجم أم المال،

مع تكتل مجموعات شركات وسائل الإعلام القائمة التي تمتلك مصالح في أكثر من دولة والمتمركزة في الولايات المتحدة، أوروبا، أستراليا أو اليابان. وليست هناك من شركة إعلامية هندية بما فيها شركتا وسائل الإعلام المطبوعة العملاقان بينيت Bennett، وكولمان Coleman الأكبر في الهند، تستطيع حتى الآن أن تكون في مستوى شركة من شركات سوني Sony، فياكوم Viacom، ديزني Disney أو تايم وورنر TimeWarner. ولكن وفي حين تواصل الهند مسيرة التطور، سوف تزداد مقدره شركات وسائل الإعلام الهندية على المنافسة على المستوى الدولي خارج نطاق الشتات الهندي.

تحدي الآلة الإعلامية الأمريكية

لم يكن هناك، حتى مؤخراً، من مكان يمكن فيه للأمريكيين الهنود رؤية أنفسهم مصورين بشكل واقعي على شاشة التلفاز، ولو بأية طريقة؛ غير أن محطة أم.تي.في ديشي MTV* Desi تعمل على تغيير ذلك الوضع. ويعمل نصرت دوراني مديراً عاماً لشبكة تلفازي أم.تي.في وورلد، وهي مجموعة مختارة من قنوات ام.تي.في الموسيقية التي ترضي أذواق الجماهير المنتمية إلى ثقافتين مختلفتين في الولايات المتحدة. وكان تلفاز أم.تي.في ديشي، الذي افتتح في شهر تموز من عام 2005، ويتوجه ببرامجه إلى الأمريكيين من رعايا دول جنوب آسية، هو القناة الأولى من بين ثلاث قنوات. أما القناة الثانية وهي أم.تي.في تشي MTVChi التي كانت موجهة إلى الأمريكيين من أصل صيني فقد باشرت بث برامجها في شهر كانون الأول «ديسمبر» 2005، وبدأت محطة تلفاز أم.تي.في كي MTV K الموجهة إلى جمهور أمريكي - كوري بالعمل في حزيران 2006⁽²³⁾. وعندما سألت نصرت ما هو المحتوى الذي يعرضونه على محطة أم.تي.في ديشي. قال لي: «إن برامجنا منهجية. والمثال على ذلك هو برنامجنا التلفازي المسمى فيديو كيتشدي Video Kichdi»، حيث يختلط كل شيء مع بعضه. فقد نعروض مقطعاً لفرقة «غرينداي» GreenDay ثم مقطعاً لفيلم قديم من إنتاج بوليوود، ثم مقطعاً لـ «ميسي اليوت» Missy Elliott ثم آخر تقدمه فرقة «كارميسي»

* «Desi» تلفظ باللغة السنسكريتية «ديشي» وتعني «من البلد» وتشير إلى المهاجرين القادمين من منطقة جنوب قارة آسية وسلالاتهم أو المغتربين في الشتات، وثقافتهم وتراثهم. (الترجمة)

Karmacy وهي فرقة موسيقى الهيب هوب التي تنتمي إلى مدينة غوجارات ومركزها مدينة سان فرانسيسكو؛ وبذلك نعكس أذواق جمهور المشاهدين.

وتابع قائلاً: «إنه يجري العمل على تطوير ظاهرة بوليوود على نحو غير متوقع». فما يثير اهتمام الجمهور الأمريكي الشاب هو البرامج التي تلقى قبولاً لدى هويته المزدوجة. وهناك الكثير من عمليات الاختبار الدائرة. فلحن «ميسي اليوت» يتألف مع الموسيقى الهندية. وعندما كانت المغنية الكندية آليس موريسيت في الهند، استخدمت الكثير من المؤثرات الموسيقية الهندية. كما قامت المغنية ومؤلفة الأغاني والمنتجة الكندية أيضاً نيلي فورتادو للتو بتسجيل عمل موسيقى مع منتج من بوليوود».

وكان نصرت وهو من مواطني بلدة لوكانو، قد ترك عمله كمدير تسويق في شركة هوندا في دبي من أجل متابعة حلمه بالعمل لدى محطة MTV، وباشرة العمل في مقر الشركة في نيويورك بصفة متمرّن في سن الخامسة والثلاثين. وبقصة شعره المشابهة قليلاً للموضة الرائجة بين هواة موسيقى الشباب، وبنطال الجينز الأسود الذي يرتديه، وحذائه الخفيف، فإنه لا يزال يبدو كفرد من جيل ام.تي.في. وهو يقول لي: «إن السؤال الأساسي للهوية ومفاده «من أنا»؟ هو الدافع بالنسبة لكل ما يتعلق بشخصيتنا جميعنا. وقد أثبت لنا البحث العلمي أن الأمريكيين من أصل آسيوي لا يرون أنفسهم في الاتجاه السائد للتلفاز. فلا شيء هناك في الخارج يخاطب حالة الثقافتين المختلفتين التي تعيشينها». ولذا، كما يقول نصرت: قام الموسيقي رابي شيرغيل بإطلاق فكرة محطة «ام.تي.في.ديشي» التي تتخطى الحدود القومية: شباب، كبار السن سواء كانوا من الولايات المتحدة، أم من الهند». وقد وصل رابي شيرغيل وبسرعة إلى أعلى المراتب في قوائم موسيقى البوب الهندية مع أدائه الموسيقي المعاصر لإشعار الشاعر الصوفي الذي عاش في القرن الثامن عشر بوليه شاه Bulla Ki Jana main kaun ومعناها «أنا لا أعرف من أنا». وبإمكان شباب القرن الحادي والعشرين من الهنود ومن الأمريكيين الذين ولدوا في منطقة دول جنوب آسية أن يفهموا السبب الذي يجعل تفكيرهم مشتتاً على نحو بالغ، فهم لم يعودوا متأكدين من هويتهم.

إن نصرت دوراني مقتنع بأن اللحظة التي ستشهد بروز فنان آسيوي كبير في الولايات المتحدة باتت وشيكة. وهو يقول: «سوف يتطلب الأمر دوراً كبيراً واحداً فقط لافتحام حقل

النشاط الفني بالطريقة التي فعلها المغني الإسباني ريكي مارتن بالنسبة للجمهور الأمريكي المتحدر من أصول لاتينية. وقد حقق المغنون الهنود بالي سانجو، وكارش كيل، وام.سي بنجابي وفرقة لندن كورنر شوب (حققوا) جميعهم مستوى من الشعبية في دول العالم يصل بالضبط إلى ما هو أدنى من حدود النجومية الخارقة. وتبحث محطة تلفاز «ام.تي.في وورلد» عن النجم الآسيوي، الذي سوف يتألق فجأة ويصبح محط أنظار الاهتمام الدولي.

وينتقل المحتوى الهندي خارج سوق الشتات الهندية، ويشق طريقه داخل التيار السائد في مدن نيويورك، وهوليوود وبيربانك. ويعمل على الدفع بهذا الاتجاه جزئياً جيل ناشئ من المهاجرين الهنود الشباب والأطفال المولودين من مهاجرين هنود، وهو جيل له شأنه ويات قادراً على إبراز كفايته وقدراته في كل مجال من المجالات الإعلامية الترفيهية. ومن الأدلة على ذلك ظهور المزيد من الوجوه الهندية في نشرات الأخبار التلفازية مثل دالجيت دهااليوال في برنامج «الزاوية الواسعة» Wide Angle على قناة «بي.بي.اس» PBS أو الدكتور سنجاي غوبتا على شاشة تلفاز سي.ان.ان. CNN. وفي المسلسلات التلفازية، مثل نايفين أندروز في برنامج تلفاز الواقع الذي يلقي شعبية واسعة واسمه «الضائعون». والدليل الآخر هو وجود الهنود في مناصب لها نفوذها في حقل العمل الإعلامي مثل صونيا نيكور، وكانت تشغل منصب نائبة رئيس قسم اختيار الممثلين لدى ستوديوهات «ان.بي.سي NBC». وكانت صونيا عاملاً في تحقيق اختيار ناجح لممثلين من أصل هندي مثل بارمايندر ناغرا - الذي شارك الممثلة كيرا نايتلي في أداء الدور الأول في فيلم (إثتها على طريقة بيكهام) Bend it like Beckham - وفي مسلسل «غرفة الطوارئ» E.R. ساعدت صونيا في إنتاج مسلسل أمريكي يعتمد على كوميديا الموقف اسمه Nevermind Nirvana «لا تكثرث لنيرفانا»، الذي يقدم أسرة من الأطباء الأمريكيين والهنود. وهي اختارت الممثل كال بين (مثل في فيلم Harold and Kumar go to White Castle & The Namesake) وفيلم السُمي ليقوم بدور الابن. وفي النهاية، وأسوة بعدد كبير جداً من برامج الشبكات الجديدة التي يجري الترويج لها، لم يقع الخيار على البرنامج للعرض. إلا أن صونيا على قناعة بأن اللحظة التي سوف تبدأ فيها شبكات التلفزة بإنتاج البرامج الملائمة لسوق البيئة العرقية الهندية تقترب بسرعة.

وتعدُّ ميرا نير وامو نايت شايامالاو المخرجان الاثنان الكبيران من أصول هندية، اللذان يعملان في إخراج أفلام في هوليوود، ويقيمان في الولايات المتحدة، وغوريندر تشادها (مخرج فيلم *Pride and Prejudice* – الكبرياء والتعصب) وشيكار كابور (مخرج فيلم «اليزابيت») في انكلترا، وديبا ميهتا (فيلم «المياه») في كندا يعدّون من أقوى المخرجين الهنود على المستوى الدولي. وبينما يقوم شايمالان بقصر المحتوى الهندي لأفلامه على لقطات سريعة يظهر فيها المخرج بنفسه أو مشاهد خاطفة لوطنه الأم (مخلوقات من كوكب آخر يصلون إلى الهند أثناء لحظة بث تلفازي قصيرة في فيلم *Signs* – إشارات) فإن الآخرين ينكبون بعمق على اكتشاف الأفكار والموضوعات التي تخص الهند ومواطنيها في الشتات.

بوليوود تأتي إلى هوليوود

جاءت ميرا نير من الهند إلى الولايات المتحدة في عام 1976، بهدف الدراسة في جامعة هارفرد. وكان أول فيلم تمثيلي قدمته -«تحية إلى بومباي!»- قد أطلقها إلى الشهرة في عام 1988. وحقق فيلمها «عرس الرياح الموسمية» عام 2001، الذي شكل نقلة نوعية كبيرة، ونجاحاً دولياً باهراً، وأعد المرحلة للانتشار في كل أنحاء العالم لأفلام بعيدة عن الصيغة التي تعتمدها بوليوود؛ وهي الأفلام التي تصور حقيقة الحياة المعاصرة في الهند. ويؤكد هذا الكلام أحدث أفلامها، «السُمِّي *The Namesake*».

في عام 2005، وقّعت نير عقداً مع شركة فوكس للقرن العشرين من أجل إعادة إخراج الفيلم الكوميدي الناجح الذي أنتجته ستديوهات بوليوود «مونابهاي» *Munnabhai* ومعناه «الأخ مونا». ولمعرفة المزيد عن هذا المشروع التجاري، التقيتها في ستديو في وسط مدينة مانهاتن، حيث كانت مشغولة بنقل التسجيل الصوتي لسيناريو فيلم «السُمِّي» إلى شريط جديد. كانت نير ترتدي أحد قمصانها الحريرية الطويلة المشبعة بالألوان الذي يميز أسلوبها في اختيار ثيابها، وبنطالاً أسود اللون، وقد تركت تعليماتها للفريق الذي تعمل معه كي ينجزها قبل أن نغادر لتناول طعام الغداء. وميرا نير هي من نوع الأشخاص الذين يؤثرون فيك حماسهم الإبداعي بشدة مثل قوة من قوى الطبيعة، فتملاً مساحة أكبر كثيراً من الشخصية نفسها. وكانت قد اقترحت الذهاب إلى مطعم أفغاني قريب. وبدا واضحاً أن

فريق العمل كان يعرفها جيداً مع أنه لم يكن يعرف من كانت في السابق. وقد سألتها «لماذا إعادة إخراج فيلم مونابهاي؟»

أجابت قائلة: «لقد كان الفيلم المفضل عند ابني زوهران. وأنت تعلمين أن هناك كمّاً كبيراً جداً من الأفلام السيئة المعروضة للأطفال، وأردت بصفتي أمّاً أن أخرج فيلماً لمجموعة الأطفال الذين هم في عمر ابني، ويكون أفضل مما يعرض. وزوهران مرتبط كثيراً بهذا المشروع».

«لقد شاهدت فيلم «مونابهاي» في مجمع تجاري في جوهور بمدينة بومباي، وبينما كنت أغادر المبنى تخيلت أنني أقوم بإخراج الفيلم مع أمريكيين أفرقة وهنود داخل ستوديوهات فينودتشوبرا المنتج السينمائي المقيم في الولايات المتحدة. ومخرج الفيلم من أصدقاء الطفولة، لذا اتصلت به هاتفياً وأبلغته بأنني أرغب في شراء حقوق الإخراج، فأعطاني إياها مقابل دولار واحد. وقالت نير وقد علت الابتسامة وجهها، أنت تعلمين فنحن الهنود نقوم بإنجاز الأمور على هذا النحو».

وقامت على الفور بتوقيع عقد مع شركة فوكس للقرن العشرين، من أجل إخراج الفيلم. وقالت: «إنني أطلق على الفيلم الجديد اسم «غانغستا، دكتور في الطب». وقد اخترت جيسون فيلاردي الرجل الذي كتب رواية «الإطاحة بالمنزل» ليكتبه، وهو يعمل حالياً على المسودة الثالثة. والشخصية الرئيسية هي أساساً رجل أمريكي من أصل إفريقي يقع في حب طبيبة أمريكية من أصل هندي. وسوف اختار نجمة من بوليوود من أجل الجزء الخاص بالعلاقة العاطفية في الفيلم. أما بالنسبة للشخصية الرئيسية فإنني أريد كريس تاكر أن يلعب هذا الدور. إنه يكلف خمسة وعشرين مليون دولار لكنني آمل أن أحظى به. وسوف يكون ذلك أول إعادة إخراج في هوليوود بميزانية ضخمة لفيلم من إنتاج بوليوود».

وكانت بوليوود قد قامت على مدى سنوات بإعادة إخراج أفلام من إنتاج هوليوود من دون أي تغيير ومن دون شراء الحقوق الخاصة أولاً، ولا حتى مقابل دولار واحد. وفي حين أنه لا يزال مشروعاً قيد الإعداد (قالت نير مؤخراً: إنها ربما تقوم بإنتاج الفيلم بدلاً من إخراجها) فإن فيلم «غانغستا دكتور في الطب» سيكون معلماً مهماً في تدفق المحتوى الهندي داخل الاتجاه الأمريكي السائد.

لقد أبلغني عدة أشخاص يعملون في المهنة أن شركات أفلام سينمائية أخرى تقوم بإغراء بوليوود فتشتري حقوق الإخراج وتوقع كذلك اتفاقيات مع مخرجين هنود. وقد التقط نجم هوليوود ويل سميث عدوى بوليوود. فقد وقعت شركته «أوفربروك انترتينمنت» اتفاقية مع شبكة تلفاز «يو.تي.في» UTV الهندية في عام 2006. قيمتها ثلاثون مليون دولار. وأعلن سميث عن خطط لإنتاج فيلمين: أحدهما فيلم إثارة حية بكلفة (10) ملايين دولار وفيلم رسوم متحركة يتم إخراجها باستخدام التخطيط المنفذ «بالحاسوب». وسوف تقوم شركة أفلام سوني السينمائية بتوزيعهما في دول العالم، وقد اعترفت هوليوود بشكل واضح بالجادب العالمي لمقومات بوليوود والمواهب التي لم تكتشف بمعظمها لمنتجي ومخرجي بوليوود المتمرسين.

بومباي: العاصمة السينمائية للعالم

ليست هناك من مدينة في الهند أكثر من بومباي ارتباطاً بالفراغ القائم ما بين النهدين، وبمقدم الجسم العاري فوق الخصر وبالعضلات القوية المفتولة في أعلى الذراعين، وبممثلين يؤدون أدواراً رئيسة يملؤهم الغضب والحقد المكبوت وبنجمات سينمائيات ناشئات يقمن بأدوار البطولة يتبرجن ويتجهن فيقلبن شفاهن استياءً. بومباي هي عاصمة بوليوود، مركز صناعة السينما والتلفاز في الهند. والمدينة هي أيضاً العاصمة المالية للبلاد، ومقر لسوق الأوراق المالية ولكل مصرف أجنبي رئيس وبيت استثمار كبير في العالم من غولدمان ساكس إلى بنك «اتش.اس.بي.سي» HSBC إلى البنك الألماني. وتمثل بومباي بالنسبة للهند ما يمكن أن تكونه نيويورك زائد لوس أنجلوس بالنسبة للولايات المتحدة. وقد كانت بومباي وقبل وقت طويل من الانطلاقة الاقتصادية الأخيرة للهند محجاً لكل هندي طموح يتطلع إلى جني ثروة أو تحقيق شهرة ونجاح.

وتشبه واجهة الشاطئ خطأً منحنيًا مرصعاً بأشجار النخيل يمتد على طول الطريق البحري لمدينة بومباي بأبنيتها الكلاسيكية المشيدة وفق طراز الفن المعماري الزخرفي القديم والمطللة على الأمواج الخفيفة لبحر العرب، تشبه نسخة مزرية أكثر من الكراوزيت في مدينة كان الفرنسية، حيث يذهب كل عام وفد يتزايد حجمه دائماً من نجوم السينما

ومنتجي الأفلام الهندية لكي يسيروا مزهويين بأعمالهم، ويبيعوا إنتاجهم المعروض. وقد أصبحت نجمة السينما الهندية ايشواريا راي، وهي عارضة معتمدة رسمياً من شركة لوريال لمستحضرات التجميل في الهند، أصبحت شخصية تثير ضجة واهتماماً متوقفاً بين الناس في مدينة كان مع قيام كل من الصحافة الهندية والفرنسية بملاحقة كل تحرك لها، وإعطاء تفاصيل عن ثيابها الفاخرة. ولكن وفي حين تغري اليخوت البيضاء المتألقة على سطح المياه اللازوردية للبحر الأبيض المتوسط والراسية في ميناء مدينة كان، بإشاعة تكهّنات حول هوية الأمراء العرب أو امراء «وادي السيليكون» الذين رسوا في الميناء، تتمايل مراكب صيد الأسماك الخشبية الصغيرة على سطح بحر كئيب قبالة شاطئ مدينة بومباي بانتظار رزقها. وتسير نساء هنديات بلباس الساري و«السالوار كاميز»* Salwar Kameez، وثياب ثيابهن المصنوعة من نسيج الحرير والقطن الخالص تتماوج مع هبات النسيم، يسرن بمحاذاة الخط المنحني للخليج، بمظهر مختلف كلياً عن مظهر النساء اللواتي يستلقين عاريات الصدر على شاطئ الريفييرا الفرنسية لأخذ حمام شمس. وعلى شاطئ تشاوباتي يقوم البائعون بتقديم ماء جوز الهند الطازج وحلوى «الكولفي» Kulfi المثلجة الدسمة المنكهة بالفستق، واللوز والزعفران. فبومباي ليست مدينة كان، ولا هي كاليفورنيا.

وعلى عكس ما يشير إليه الاسم، فقد كانت صناعة الأفلام في الهند ناشطة في الواقع قبل وقت طويل من صناعة الأفلام في هوليوود. وكان أحد الأفلام الصامته للإخوة لوميير قد عرض في مدينة بومباي في عام 1896، وأنجز أول مخرج في الهند، واسمه هاريشثانندرا بهاتقاديكار، فيلمه السينمائي الأول في المدينة في عام 1899. وتقع الاستديوهات الفعلية لبوليوود في الضواحي الشمالية لبومباي، بعيداً عن الطريق البحري والقصور الأسطورية للأفلام القديمة: قصر ايروس، قصر ريفال، وقصر المترو المهدم الآن بشكل يدعو للأسى حيث كان والدي يقضي أياماً وهو يشاهد أفلاماً سينمائية من إنتاج هوليوود قبل أن يهاجر إلى أمريكا في عام 1949. ويعيش نجوم السينما في الوسط من هذين الموقعين والأغنى

* هو الثوب التقليدي الذي يرتديه الرجال والنساء على السواء في دول جنوب آسية. وهو عبارة عن بنطال واسع من الأعلى وضيق من الأسفل، يعلوه رداء فضفاض يصل إلى الوركين أو الركبتين مع فتحتين جانبيتين لتسهيل الحركة. (الترجمة)

بينهم في بيوت من الاسمنت ذات طابق واحد مغطاة بكثافة بنباتات استوائية مزهرة، بعيداً عن شاطئ جوهو (يعد بمنزلة شاطئ ماليبو Malibu) وآخرون في شقق تتميز بإطلالة على المحيط في ضاحية باندرا (تقابلها سانتا مونيكا). وتشكل القصور الفخمة الباذخة لنجوم السينما في مدينة بومباي جزءاً من سحر ما يمكن أن تكون إحدى أجمل المدن في العالم ما لم يعيش أكثر من ستين بالمئة من سكانها في أحياء الصفيح الفقيرة أو في الشوارع⁽²⁴⁾.

عندما كنت طفلة كنت أعيش مدة من الوقت في جوهو حيث كان جدي وجدتي يمتلكان شقة خاصة بهما. وكنا نخرج كل مساء إلى الحي نبحث عما يجري تصويره من مشاهد للأفلام في بيوت نجوم السينما. وقد كانت الهند آنذاك أكثر فقراً مما هي عليه اليوم. وكانت الأفلام التي تحوي مشاهد داخلية تعكس جواً من الرفاهية تصور في منازل خاصة. وكنا سنحاول اختلاس نظرة إلى نجوم السينما وهم يدخلون ويخرجون. وهم لم يتوانوا أبداً تقريباً عن التوقف والابتسام باتجاهنا أو منحنا توقيعهم، مع أنني أذكر إحدى الممثلات وقد بدا عليها الانزعاج قليلاً قبل أن تسرع لتقلها سيارة ستيشن أمريكية مضى على إنتاجها عشر سنوات ولها كسوة من الألواح الخشبية المقلدة على جانبيها. وقد كان هذا قبل وقت طويل تماماً من الوقت الذي أصبح فيه بالإمكان شراء سيارات من ماركة «بي.ام.دبليو، مرسيدس» أو اعتباراً من العام الماضي، «رولز - رويس».

إنني أرغب اليوم بشكل مشابه بأن أرى فيلماً من أفلام بوليوود يصور في شوارع مدينة نيويورك كما يصور في مدينة بومباي. فمخرجو بوليوود يتجهون إلى العالمية. وستون بالمئة من أرباح بوليوود تأتي من أسواق خارج البلاد، وتعمل الأفلام السينمائية الهندية وبشكل متزايد على إشباع رغبات الجمهور في دول العالم، سواء في مناطق الشتات الهندي وفي أماكن التوزيع التقليدية الواسعة للأنشطة السينمائية، التي تمتد ما بين شرقي آسيا إلى الخليج وما وراءه. وقد دأب المخرج السينمائي باش تشوير أهم مخرج للأفلام الكلاسيكية في بوليوود على تحقيق نجاحات متواصلة لعشرات السنين، وتشمل بعض أفلامه الناجحة التي أخرجها مؤخراً فيلم «من يجرؤ على الحب يحظى بالعروس» «Dilwale Dulhania Le Jayenge»، «القلب المجنون» «Dil To Pagal Hai»، «نيل ونيكى» «Neal «N» Niki»، «فانا» «Fanaa» وتوزع شركته وهي شركة أفلام «ياش راج Yash Raj» أفلاماً سينمائية هندية، ليس

في الهند فقط وإنما في الخارج، عبر شركة أفلام «ياش راج Yash Raj» المساهمة، العاملة في الولايات المتحدة وغيرها من الشركات الأجنبية المسجلة.

وأبدع المخرج كاران جوهار في صناعة أفلام تقدم شخصيات أمريكية من أصول هندية أو شخصيات هندية تعيش في الولايات المتحدة. وعالج فيلم Kabhi Alvida Naa Kehna «لا تقل وداعاً أبداً»، الذي تم عرضه العام الماضي الاحتمالات المؤلمة لحدوث الطلاق بين الأزواج الهنود. ومن المؤكد أن جعل أحداث الفيلم تقع في الولايات المتحدة مكن الجمهور الهندي من التعاطي مع هذا الموضوع الحساس بشكل أسهل حتى حينما نبه إلى ضغوط الحياة العصرية في الهند وأمريكا على السواء.

ويشكل ارتباط شركة أفلام «آدلابس» الهندية المحدودة مع شركة «آشوك اميتراج هايد بارك» للأعمال الفنية الترفيهية التي تتخذ من هوليوود مقراً لها، يشكل أحد أكثر خطوات البداية طموحاً لتنفيذ أعمال سينمائية في هوليوود، وتمتلك شركة «آدلابس» حالياً مكاتب في الولايات المتحدة وإنكلترا. وكانت شركة «آدلابس» للأفلام السينمائية تعتمز توزيع ثمانية عشر إلى عشرين فيلماً سينمائياً في الخارج في عام 2006. وعلى العكس من ذلك تسعى شركة «هايد بارك انترتينمنت» إلى الانتقال إلى داخل السوق الهندية. ويشكل هذان المثالان مجرد غيض من فيض. فالجميع يريد الدخول في النشاطات المزدهرة التي تشهدها الهند على صعيد الأعمال الفنية الترفيهية الهندية.

وفي عام 2003، أطلق فين بهات ونيل سينوي وهما أمريكيان من أصل هندي في العقد الثالث من العمر شركة تسمى «212 ميديا» من أجل وضع محتوى أفلام بوليوود أمام مشاهدي التلفاز الأمريكي. وفي عام 2004 شكلا شركة تسويق باسم BODVOD - «بوليوود عند الطلب»، «فيديو عند الطلب». وأقاما شركة مع شركة «تايم وورنر» من أجل إدراج «بوليوود عند الطلب» على شبكة الكيبل الخاصة بها. ولم يكن فين ولا نيل قد شاهدا من قبل فيلماً من إنتاج بوليوود عندما كانا في طور النمو في الولايات المتحدة. والواقع فإنهما لم يصبحا مدركين لوجود فرصة مواتية ممكنة إلا بعد أن ذهبا إلى الهند للعمل في مناسبة خيرية بحضور شخصيات مشهورة من أجل جمع الأموال في إطار الجهود التي تبذلها مؤسسة

الممثل الأمريكي ريتشارد غير لوقف انتشار مرض الإيدز. وقد التقيا بالكثير من المخرجين الهنود في بومباي، الذين تدمروا من عدم تمكنهم من توزيع محتوى إنتاجهم في الولايات المتحدة، دون أن يتعرضوا للغش والاحتيال من جانب الوسطاء. وولدت شبكة BODVOD، وكان انتصارها الأكبر حتى الآن الحصول على الحقوق الخاصة بمحتوى شبكة «يو.تي.في». وأدرج الفيلم الذي أخرج عام 2005. وحقق نجاحاً باهراً «Rang De Basanti» على شبكة تايم وورنر. وأعلننا عنه عبر «الكابل المتقاطع» فاستقطبا مشاهدين من أسواق تقع ما وراء مناطق الشتات الهندي، ويمكن التعويل عليها.

وقد وقع فيل ونيل للتو اتفاقية مع «فيديو غوغل» لتوزيع أفلام محطة تلفاز «يو.تي.في». وأوضح لي فين أن «هوليوود تتأهب لإحداث تغيير في نموذج عمليات التوزيع. ولن تخاطر هوليوود أبداً بالعائد المسرحي، ولكن «يو.تي.في» هي شركة إبداعية جداً إلى حد أنهم سمحوا لنا بأن نجرب ونرى ما بإمكاننا أن نفعله بالنسبة للاتصالات الخاصة للهاتف الخليوي، وبالنسبة لـ «فيديوغوغل». وأضاف قائلاً: هناك في «يو.تي.في» رجل واحد. ونستطيع الاتصال به هاتفياً، وسوف يرد على اتصالنا، ونستطيع التحدث معه. والأمر يسير وكأننا أسرة. فهناك مستوى معين من الثقة. أما في هوليوود فهناك عدد كبير من الأشخاص المغرورين جداً. وأنتِ لستِ لستطيعين حقاً القيام بذلك».

صناعة الرسوم المتحركة في الهند

إن إحدى أسرع المهن التي تنمو في عالم الأعمال الفنية الهندية الترفيهية هي صناعة أفلام الرسوم المتحركة، وهو مجال يبدو مفصلاً خصيصي من أجل الهند في عصر المعلومات. وقد عززت الرسوم المتحركة الرقمية التي تستخدم برامج الحاسوب ذات الأبعاد الثنائية والثلاثية المصنعة على نطاق واسع مثل «مايا Maya» و«سوفت إيميغ Softimage» وثورة الاتصالات الخاصة بالإنترنت، عززت قيام اتحاد عالمي غير مترابط من الاستوديوهات المستقلة لإنتاج أفلام الرسوم المتحركة. وتقوم الاستوديوهات الكبيرة - دريم ووركس Dream Works، ديزني Disney، بيكسار Pixar- وتحت ضغط من شركات إنتاج أفلام الرسوم المتحركة الطموحة الناشئة حديثاً التي تتطلع إلى تقليص التكاليف، تقوم بزيادة إنتاجها

من الأفلام مستخدمة شبكة من صانعي أفلام الرسوم المتحركة في مواقع دولية مختلفة من البارعين في استخدام النظام الرقمي وبكلفة أقل وبإمكان الاستديوهات الكبيرة أن تقوم بتجميع أو تفكيك هذه الشبكات وإلغائها وفقاً لحاجات كل مشروع. وحسب تعبير لاري كازانوف من شركة «ثريشولد Threshold» للأعمال الفنية الترفيهية في هوليوود «ماذا يهمنا لو كان الرجل موجوداً في «شان نايز* Nuys Van» أم في الهند؟»⁽²⁵⁾

وحتى مع الرسوم التخطيطية أو رسوم «الغرافيك» التي يتم إنجازها بوساطة جهاز «الحاسوب»، فإن صناعة الرسوم المتحركة تظل عملية تستدعي بذل جهد شاق جداً. ويتطلب فيلم مفصل بالكامل للرسوم المتحركة الآلاف من ساعات العمل، حيث يستغرق شهوراً من الجهد المبذول من قبل فرق من صانعي الرسوم المتحركة. وقد دعم الجهد قليل الكلفة نفسه الذي غذى إزدهار مركز الاتصالات الهاتفية ولجوء الشركات إلى الاستعانة بشركات أخرى تتولى تنفيذ آلية العمل نيابة عنها (BPO) في الهند، تحقيق زيادة في عمل ذي حجم كبير وثمان منخفض خاص بأفلام الرسوم المتحركة. إلا أن هذا النمط من العمل أخذ في التغير حيث تقوم مؤسسات صناعة أفلام الرسوم المتحركة بدفع سلسلة الأسعار إلى الأعلى، وهي تتطلع إلى أن تصبح الجهة التي تتولى امتلاك وإنتاج المقومات الخاصة بصناعة الأعمال الفنية للرسوم المتحركة ذات المواصفات الدولية.

وتعد أفلام الرسوم المتحركة المنفذة وفق النظام الرقمي مربحة للغاية، حيث حصدت 225 مليون دولار عن كل فيلم في شباك التذاكر في الولايات المتحدة عام 2005. مقارنة بـ 33 مليوناً بالنسبة إلى فيلم سينمائي من أفلام التشويق والمغامرات⁽²⁶⁾. ويتوقع أن تصل أرباح صناعة الرسوم المتحركة الرقمية العالمية إلى (75) مليار دولار في عام 2009. ويسجل العنصر الهندي للصناعة زيادة سنوية تبلغ (35) بالمئة.

ويتوقع أن تبلغ 950 مليون دولار بحلول العام نفسه⁽²⁷⁾. إن الابتكارات القائمة على صعيد البرمجيات والمتعلقة بالرسوم المتحركة، التي يمكن أن تكلف مبلغاً ضئيلاً يصل إلى 5,000

* مقاطعة في منطقة وادي سان فيرناندو قرب مدينة لوس أنجلوس بولاية كاليفورنيا الأمريكية. كانت موقع تصوير المسلسل التلفزيوني الشهير «بيقرلي هيلز 90210». (الترجمة)

دولار ويمكن تشغيلها على حاسوب شخصي تجعل من إقامة منشأة للإنتاج مع مجموعات من مراكز العمل، التي تعتمد على أجهزة الحاسوب، أمراً غير مكلف نسبياً.

وتحصل عدة ستوديوهات رئيسة في الهند على عقود كبيرة من تكتل شركات دولية مختصة بإنتاج الأعمال الفنية الترفيهية، فضلاً عن المشاركة في الإنتاج وتقديم عروض جديدة مبتكرة. ويضم هذا التكتل شركة تونز للرسوم المتحركة في مدينة كيرالا، وستديوهات «كريست» للرسوم المتحركة و«يو.تي.في.تونز»، و«يرانا» للرسوم المتحركة، و«مايا» للأعمال الفنية الترفيهية في بومباي. وتوظف هذه الشركات المئات من صانعي أفلام الرسوم المتحركة وتعمل مع أكبر الشركات المختصة على إنتاج الأعمال الفنية الترفيهية في العالم. وتقوم بعض هذه الشركات بالتحول بزخم كبير من ورشة لتأجير الأعمال وفق النموذج المتبع في الاستعانة بشركات أخرى تتولى تنفيذ آلية العمل نيابة عنها، باتجاه تنفيذ عمليات إنتاج مشتركة أو حتى باتجاه إنشاء مكاتب الملكية الفكرية الخاصة بها.

وقد استفادت شركة «مايا» للأعمال الفنية الترفيهية التي أسسها منتج الأفلام الهندية الحائز على عدة جوائز كيتان ميهتا والمثلة ديبا ساهي، من قيام صندوق «انتل كابتال» الهند للتكنولوجيا بتوظيف أمواله فيها للعمل على تحسين أنظمة الحاسوب لدى الشركة ورفعها بأحدث مجموعات عمل أجهزة الحاسوب، التي تستند إلى معالج اكسيون Xeon. كما شكلت شركة مايا فريقاً مع شركة انتل، وهي شركة ملتزمة بتحسين الفرص التعليمية في مجال تكنولوجيا المعلومات، وذلك لتأسيس (MAAC) أو «أكاديمية مايا للعلوم السينمائية المتقدمة». وتتيح (MAAC) تعليم صناعة أفلام الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد، والمؤثرات البصرية، وإنجاز مراحل ما بعد الإنتاج التي تشمل إضافة الموسيقى والتوليف وغيره.

وقد تحولت شركة «يو.تي.في.تونز» كلياً إلى إنتاج أفلام الرسوم المتحركة باستخدام التكنولوجيا المتقدمة للأبعاد الثلاثية وبرنامج «فلاش» المخصص لتحميل الصور الرقمية. ووفقاً للمدير التنفيذي للشركة روني سكروقالا، فإن شركة الرسوم المتحركة «لن تتراح حتى نحقق موقعاً قيادياً، ولهذا الغرض فقد منحنا أنفسنا إطاراً زمنياً من أربعة وعشرين شهراً»⁽²⁸⁾. وهذا هو خط السير الذي يجب أن تتبعه صناعة الرسوم المتحركة الهندية إذا

ما كان لها أن تتقدم إلى ما بعد نموذج الاستعانة بشركات أخرى لتنفيذ قسم من أعمالها، وأن توجد شركات متميزة عالمياً تنتج أفلاماً ذات مضمون مستوحى من الهند مقارنة بأفلام ذات مضمون أمريكي أو أوروبي ينفذها صانعو أفلام رسوم متحركة هنود لا يكلفون غالباً.

إن روني سكروفا لا من شركة UTV مقتنع بأن نموذج العقود الخارجية لمتابعة آلية العمل ليس نموذجاً تنافسياً على المدى الطويل بالنسبة للهند. وسوف يأتي أحد ما، في مكان ما دائماً ليقوم بالعمل مقابل نقود أقل. أنه مؤمن بمقدرة الفنانين الهنود على التأكيد «بأن الجانب الفكري المرن جداً لمهنة الرسوم المتحركة تظل ضمن حدود البلاد. وهذا بإمكانه أن يدعم دورة أخرى من النمو في صناعة الرسوم المتحركة في الهند. إضافة إلى ذلك فإنه في مجال الخدمات التي يقدمها برنامج «فلاش» والأبعاد الثلاثية للرسوم المتحركة، لم تتمكن أية دولة في أنحاء العالم من الحصول على موقع الصدارة تماماً حتى الآن. وما تزال الهند تقف في الواجهة، وسوف تشهد تطوراً كبيراً في هذا الميدان»⁽²⁹⁾.

وسوف تتمثل نقطة التحول في قيام ستديو هندي لأفلام الرسوم المتحركة بإنتاج فيلم سينمائي طويل ومبتكر يستقطب السوق الدولية، فيلم «قصة دمية» هندي. أو ربما فيلم «Hanuman» «هانومان»* وكان هذا الفيلم وهو من إنتاج شركة «سهارى وأن ميديا أند انترتينمنت»، ونفذت رسومه المتحركة شركة «سيلفرتونز» أول فيلم سينمائي طويل للرسوم المتحركة يتم إنتاجه في الهند بشخصيات هندية وبحبكة هندية للرواية. ولدى عرضه في تشرين الأول من عام 2005. لقي الفيلم ردود فعل جيدة بصد المحتوى إلا أنه ارتؤي أنه يفتقر إلى الأسلوب التقني المنمق ومظاهر البهرجة المعروفة. وحسب تعبير سوكاينا فيرما في أحد المقالات النقدية: لن يكون من المنطقي توقع تحقيق نوعية الدقة الخاصة بفيلم «حورية البحر» أو «طرزان» داخل قسم «الغرافيك» للحاسوب. ويعد فيلم الرسوم المتحركة هذا جهداً محترماً إلى حد ما بالنسبة لمبتدئين. ويلاحظ المرء بعض العيوب هنا وهناك، إلا أن المضمون العام مقنع بما يكفي ليشد إليه الأنظار. وكلنا أمل أن تبدو الأمور في أثناء خمس أو ست سنوات أخرى أكثر نجاحاً، وأن تبشر بمستقبل واعد⁽³⁰⁾، وربما يحدث ذلك بشكل

* مخلوق يشبه القرد تنسب إليه قوة خارقة، وبعض القدسية في الديانة الهندوسية.

أسرع بلجوء رواد الصناعة في الهند على التركيز سابقاً على هدف التنافس بشكل حازم ومباشر مع شركات «بيكسار»، «ديزني»، «دريم ووركس»، في سوق تنطلق في التوسع باتجاه قارة آسية.

وكنت قد شاهدت على جهاز الكمبيوتر في منزلي في نيويورك في الصيف الماضي، فيلماً قصيراً من الرسوم المتحركة يدعى «راعي البقر المهراجا»، وأنا مستغرقة في الضحك بشكل هيسستيري، حتى سالت الدموع من عيني. وكان قد أرسله لي آتول راو نائب رئيس الشؤون الإبداعية في شركة تونز الهند للرسوم المتحركة، وذلك لإعطائي فكرة عن نوع العمل الذي يقوم به. وكان آتول وهو كاتب، ومنتج، وممثل مسرحي، وتلفازي، وسينمائي لعدة سنوات -وكندي من أصل هندي- قد انتقل إلى مدينة تريفاندرام في الهند قبل أربع سنوات للانضمام إلى شركة «تونز» عقب قيامه بمهام محددة في شركات فوكس، و«نيكيلوديون» و«ورنر بروذرز». وهو يقضي وقتاً ممتعاً للغاية.

وقال لي وهو يلهث قليلاً: لقد مضى علينا ثمان سنوات ونحن نقوم بهذا العمل في الهند، في حين كان قد مضى على كوريا واليابان خمسة وعشرون عاماً. والكثير من الأمر يعتمد على التوقيت: فالبرمجيات الآن مذهلة تماماً مقارنة حتى ببضع سنوات سابقة. ولكن أكثر من ذلك أنه هنا الدافع والطاقة الإبداعية؛ وعندما جئت من كندا للزيارة، اعتقدت أن هذا المكان مدهش. كانت هناك مشكلات بالتأكيد، ولكن كان هناك عزم كبير جداً للتعلم وللقيام بكل ما يحتاجون إلى القيام به من أجل أن يصبحوا الأفضل. وقد فكرت فعلاً بأن هذه ستكون فرصة مميزة».

وسألت آتول عما سمعته من أناس كثيرين جداً: بأنه جرى سحب الإبداع من نفوس الهنود عن طريق تطبيق نظام تعليمي صارم ركز على الرياضيات، والهندسة، والتعلم عن ظهر قلب، وأن الأمر سيستغرق وقتاً لجعل فئة من كتاب السيناريو يصلون إلى المستويات التي حققتها هوليوود في رواية القصص. فضحك وقال: «نعم، لقد سمعت ذلك النقاش عن غياب الإبداع مرات كثيرة جداً. إنه مصطنع. فالأشخاص الهنود الذين التقيت بهم أناس مبدعون بشكل لا يصدق، وخياليون بشكل لا يصدق. إنه مكبوت في الداخل كله، لذا فإنهم عندما يوجدون في وضع بإمكانهم أن يعبروا فيه عن أنفسهم، فإنهم يتفجرون إبداعاً تاماً.

وهذا ليس خطأ النظام التعليمي، إنه خطأ المؤسسة الصناعية. فبوليوود لم تعطِ أية قيمة لكتابة النصوص. وقد كان الأمر معهم «دعك من القصة، دعنا نتفق على الأغاني وعلى الممثلين». إن الإبداع ليس هو ما نفتقده: إنه التخصص في كتابة النصوص والاستعداد داخل المؤسسة الصناعية لدعم بنية تحتية تجتذب الإبداع وتحفره مستخدمة نماذج تقليدية من التطوير. وقد بدأ ذلك يتغير الآن، فانتبهي!

كان أحد الأسباب الذي دفع جي. اي مينون G.A Menon المؤسس الراحل لشركة تونز لإنشاء الشركة هو إيجاد وظائف. فصناعة الرسوم المتحركة تتطلب جهداً شاقاً جداً؛ وقد شعر مينون أنها كانت صناعة مفيدة للهند. فأسس مدرسة للتدريب هي أكاديمية تونز Toonz Academy. وأوضح أتول أن الأشخاص الوحيديين الذين يستطيعون بحق أن يصنعوا أفلاماً للرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد هم الأشخاص الذين يتعلمون الصناعة التقليدية للرسوم المتحركة أولاً». وبإمكان خريجي أكاديمية تونز العمل حيثما يشاؤون، وهم لا يجدون أية مشكلة في العثور على وظائف في مجال الصناعة الرائجة للرسوم المتحركة.

وسألت أتول عن إمكانية أن يصل فيلم سينمائي هندي للرسوم المتحركة إلى العالمية فقال لي: «بالنسبة إلى فيلم سينمائي طويل لعرضه حول العالم، أنت تحتاجين إلى النص الصحيح. وحتى هوليوود لا تعده بشكل صحيح دائماً، كما تعلمين. ففيلم «طارد النمل» لم يكن فيلماً سيئاً ولكنه فشل. والأمر بالنسبة للهند هو مجرد مسألة وقت. ويتعلق جزء من المشكلة بالخجل القائم في الولايات المتحدة من تقبل أفلام أجنبية. وقد تكون البنية التحتية في هوليوود غير آمنة إلى حد بعيد. ويتعلق جزء منها بتجاوز طريقة وواقع التوزيع، ولكن ذلك سوف يحدث عاجلاً أم آجلاً لأن وسائل الإعلام الجديدة كافة سوف تجبرهم على الانفتاح».

ثورة وسائل اتصالات

تبرز الهند بوصفها عاملاً رئيساً في رواج وسائل إعلام جديدة لاسيما وسائل الإعلام المحمولة. فأنا أعدّ هاتفي الخليوي لا شيء أكثر من هاتف محمول. وأريد له أن يعمل بشكل يمكن الاعتماد عليه باعتباره هاتفاً في أي وقت أرغب في استخدامه، وفي أي مكان في العالم.

لقد كانت لي نقاشات مضحكة مع أكثر من عشرين بائعاً أرادوا أن يبيعوني هاتفاً خليوياً محملاً بأصوات أجراس وصفارات أراها أموراً مشتتة للانتباه ومدرجة بغرض التسلية، وأحاول أن أقول لهم: «اسمعوا أنا لا أريد لعبة. أريد هاتفاً». وهم لا يفهمون ما أقوله ولا يستوعبونه. ومن الواضح أنني باعتباري شخصاً في الأربعينيات من العمر، لست جزءاً من هدف السوق بالنسبة للمجموعة واسعة الانتشار من وسائل الاتصالات. ومن جهة أخرى فإن ابني الذي يبلغ الخامسة عشرة يعامل هاتفه الخليوي كجهاز بحجم قبضة اليد من أجهزة وسائط الإعلام المتعددة، وهو يلتقط صوراً ثابتة ومتحركة، ويرسل رسائل نصية إلى أصدقائه بشكل دائم، ويلعب الألعاب، ويستمتع إلى الموسيقى، ويسجل رنات صوتية على هاتفه الخليوي. هو جزء من السوق المستهدفة بوسائل الإعلام الجديدة والخاصة بالذين تتراوح أعمارهم ما بين العشرين والرابعة والعشرين، الذين يشكلون جزءاً من السكان ممن يمتلكون إمكانات هائلة في الهند.⁽³¹⁾

عندما تحدثت إلى طوم فريستون الذي كان آنذاك المدير التنفيذي المسؤول لشركة فياكوم Viacom، قال لي: «إننا نبحث مع شركة ريلانيس إمكانية تحميل المحتوى على الهواتف الخليوية. فعملهم يتقدم بسرعة ونحن نتكلم مع شركة «ايرتيل» Airtel أيضاً». وتعد شركتا ريلانيس وايرتيل اثنتين من أكبر الشركات المزودة لخدمات الهواتف الخليوية. ولا يستطيع أحدٌ يعمل في مجال التلفاز أن يتجاهل الاتصالات الخليوية، وبشكل خاص ليس في الهند، حيث إن أحدث توجه للتلفاز هو التلفاز المتفاعل باستخدام الهواتف الخليوية. وقد حازت برامج تلفازية تطلب من المشاهدين التصويت أو إعطاء آرائهم عبر إرسال رسائل قصيرة أو نصوص رسائل مكتوبة أثناء بث البرنامج على الهواء، حازت شعبية عالية في الهند. فقد يشعر المواطنون الهنود أن آراءهم قد يتم تجاهلها عندما يصوتون للسياسيين، إلا أنهم عندما يصوتون من أجل فريقهم الغنائي المفضل على تلفاز MTV أو نجمهم المفضل في برنامج FameGurukul «فيم غوروكول»، فإنهم يتلقون نتائج فورية. وهذا يترجم إلى أرباح هائلة بالنسبة لكل من شبكة التلفزة، التي تفرض رسماً مالياً كبيراً من أجل الدخول إلى البرنامج، ولشركة الهواتف الخليوية، التي تفرض مبلغاً مالياً على الزبون بالنسبة لكل رسالة قصيرة يرسلها.

تضيف سوق الهاتف الخليوي في الهند أكثر من ثلاثة ملايين مشترك كل شهر، إلى مجموع كان يتوقع أن يصل إلى 78.5 مليوناً في شهر حزيران من عام 2006 (زيادة عن 386 مليوناً في شهر كانون الثاني من عام 2005)⁽³²⁾ وتكبر قاعدة اشتراك الشباب في الهند في الهاتف الخليوي بمعدل يبلغ أكثر من 300 بالمئة سنوياً⁽³³⁾. والهند هي أيضاً السوق الأولى لألعاب الهاتف الخليوي المسماة «بريكس» BRICs، والأسواق الناشئة النامية بسرعة لكل من البرازيل وروسيا والهند والصين، التي يرجح أن تنمو بمعدل يبلغ أكثر من 700 بالمئة بحلول عام 2010. ويتوقع الخبراء أنه بحلول عام 2009، سيكون هناك 220 مليون شخص يمارسون الألعاب على الإنترنت، حيث ستكون الهند في وضع للاستحواذ على حصة تبلغ 336 مليون دولار⁽³⁴⁾.

ويزداد استخدام الإنترنت في الهند بشكل هائل. واستناداً إلى تقديرات عام 2006، فقد تم إحصاء أكثر من 50 مليون شخص من مستخدمي الإنترنت زيادة عن 35 مليوناً في عام 2005، و5 ملايين فقط في عام 2000. وتحدد الأمم المتحدة معدل الزيادة في استخدامه عند نسبة كبيرة تبلغ 89 بالمئة سنوياً⁽³⁵⁾. ويبدو خمسون مليوناً أشبه برقم كبير، إلا أنه يعادل 4.5 بالمئة فقط من التعداد العام للسكان في الهند. وكان هناك في الولايات المتحدة في المقابل (205) مليون شخص من مستخدمي الإنترنت في عام 2005⁽³⁶⁾. بينما تم إحصاء 110 مليون مستخدم للإنترنت في الصين. إن عملية ربط الاتصالات في أنحاء الهند عبر خطوط أرضية هو ببساطة ليس بالأمر العملي أو المعقول. وتقوم البلاد بدلاً من ذلك بدعم النجاح الذي حققته مع وسائل الاتصالات الخاصة بالهاتف الخليوي من أجل توسيع عملية ربط الخطوط بالإنترنت عبر الاتصالات اللاسلكية العالية السرعة. وكانت شركة «ريلاينس انفوكوم» Reliance Infocom أكبر مزود خدمة اتصالات لاسلكية قد أعلنت في عام 2006 عن خطة للانضمام إلى شركة ال.جي اليكترونكس LG Electronics، لمساندة التوسع السريع لعملية ربط واسعة النطاق للاتصالات اللاسلكية عبر البلاد⁽³⁷⁾.

وبدأ المعهد الهندي للتكنولوجيا في مدينة مدراس التي يطلق عليها الآن اسم تشيناي Chennai مشروعاً للتواصل عبر الإنترنت عبر أكشاك إلى أكثر من 700 مليون هندي يعيشون في القرى. وهذه الأكشاك هي عبارة عن مقصورات تضم جهاز حاسوب يستخدم

عادة تقنية لس الشاشة مع رموز برامج بسيطة مناسبة لمستخدمي الإنترنت الأميين . وتدار ثمانون بالمئة من هذه الأكشاك بوساطة نساء⁽³⁸⁾ .

وقد أكد تقرير صدر عام 2006، عن شركة «جاكست كونسلت» Juxt Consult وهي شركة استشارية مختصة بتكنولوجيا المعلومات ومقرها دلهي: أن نسبة مذهلة تبلغ (51) بالمئة من مستخدمي الإنترنت الهنود تأتي من الطبقة المتوسطة الأفقر في الهند، الذين يبلغ دخلهم أقل من عشرة آلاف روبية (زهاء 250 دولاراً) شهرياً، بينما يكسب (24) بالمئة منهم ما بين عشرة آلاف وعشرين ألف روبية شهرياً. والعديد من هؤلاء يدخلون إلى مواقع الإنترنت عن طريق التردد على مقاهي الإنترنت الشعبية الموجودة في الهند⁽³⁹⁾ .

وفي حين تبدي الحكومة حرصاً على تسريع عملية ربط البلاد بالإنترنت والمجيء بالمزيد من الملايين من الهنود للتواصل عبره، فإنها تبدي حذرهما كذلك إزاء المظاهر السلبية للإنترنت ذاته. فقد شهد الصيف الماضي احتجاجات صاحبة لمستخدمي الإنترنت الهنود عندما تبين لهم أنه لم يعد باستطاعتهم الوصول إلى المدونات المفضلة لديهم، بما فيها المدونة الشعبية blogspot.com. ولم تعقب الحكومة على الأمر في البداية ثم أقرت بأنها كانت قد أمرت المواقع التي تمول المدونات بإغلاقها، وأعلنت لاحقاً أنها لم تكن تنوي أبداً إغلاق جميع المدونات، وإنما أرادت ببساطة أن تمنع الوصول إلى إحدى المدونات التي كانت قد ظهرت فيها رسائل مهيجة للمشاعر، وتزيد من حالة الاحتقان التي كانت قائمة عقب حوادث التفجيرات الإرهابية التي شهدتها مدينة بومباي. وقالت الحكومة: إنه كان عليها أن تتحرك لصالح منع قيام أحداث عنف بين المسلمين والهنود. ثم أردفت قائلة: إنها لم تكن تملك التقنية لإغلاق مدونة واحدة، ولذا كان على المخدمين أن يغلقوا كل وسائل الوصول إلى الإنترنت. ولم يتم حل الوضع بعد منذ كتابة هذه السطور.

كذلك حاولت الحكومة الوطنية وحكومات الولايات والحكومات المحلية أن تفرض إجراءات صارمة على استخدام الإنترنت من جانب الإرهابيين الذين يخططون لضرب أهداف هندية، وأيضاً على الكتابات والصور الإباحية المتداولة على الإنترنت، وهي تعد نشاطاً مخالفاً للقانون يشهد زخماً كبيراً في البلاد⁽⁴⁰⁾. إن أحد الأمور المزعجة فعلاً في

استخدام الحاسوب في مقاهي الإنترنت في الهند هو الفيض المنتظم من المشاهد الإباحية الذي يتعرض له المرء. فالمجتمع الهندي هو مجتمع محافظ جنسياً - دفع زوجان إسرائيليان غرامة في العام الماضي بدلاً من تنفيذ عقوبة السجن عشرة أيام في مدينة راجستان، لأنهما تبادلوا القبل أثناء مراسم زفافهما؛ وتعمل حكومة الولاية على تحذير السياح الأجانب بأن الاتصال ما بين الرجال والنساء في العلن غير مقبول⁽⁴¹⁾. وفي عام 2005، اضطرت نجمة السينما خوشبو التي تنتمي إلى ولاية التاميل للاعتذار إلى جمهورها، وهي تبكي لأنها أدلت بتصريح مفاده أن ممارسة الجنس قبل الزواج موجودة في ولايتها. وكان الناس قد اندفعوا إلى الشوارع للتظاهر احتجاجاً⁽⁴²⁾.

ويُعرف الترتيب التقليدي لمعيشة الأسرة الهندية بأنه الأسرة المشتركة، حيث يعيش الإخوة وزوجاتهم وأولادهم معاً في المنزل نفسه. ومن غير المألوف للغاية بالنسبة للناس في الهند أن يعيشوا بمفردهم، ومن الصعب أيضاً أن تجد الخصوصية. فالهند بلد مزدحم. ومقاهي الإنترنت هي إحدى الأماكن القليلة حيث يمكن للناس، الرجال في الغالب الكثير، النفاذ إلى مواد إباحية من دون ذكر الاسم. والكثير من مقاهي الإنترنت تتمتع بسمعات غير مقبولة باعتبارها «بيوت دعارة»، وكنت قد دخلت أكثر من مرة إلى مقهى للإنترنت في الهند لمراجعة بريدي الإلكتروني وأدركت بعد فوات الأوان، من نوعية التعبير على وجوه الزبائن وكلهم من الرجال، إنني اخترت المؤسسة الخطأ. والرائج أكثر جداً من الكتابات والصور الإباحية، هو مواقع الزواج. وتعد مواقع Shaadi.com، وBharat Matrimony.com، وJivansathi.com ثلاثة من أكبرها.

والإنترنت هي إحدى الوسائل الرئيسية التي يبقى هنود الشتات عبرها على اتصال مع الوطن الأم. وتعد «ريدف.كوم» Rediff.com البوابة التي تحتل المرتبة الأولى على الشبكة العنكبوتية في الهند ولديها عائد أكبر بثلاثة أضعاف من أقرب منافسة لها وهي «سيفي.كوم» Sify.com⁽⁴³⁾. إنني أتابع قراءة الصحف والمجلات الهندية على الإنترنت لأبقى على اطلاع على أخبار البلاد كما يفعل معظم الهنود الذين أعرفهم في الخارج. وقد أشارت دراسة أجراها بول سي. آدامز وأميلي سكوب من جامعة تكساس في عام 5 - 2004 أن الأمريكيين الهنود الذين عرّفوا أنفسهم باعتبارهم من مستخدمي مواقع الإنترنت الموجهة للهند كانوا

أكثر احتمالاً؛ لأن يفهموا معنى الحفاظ على الثقافة كهدف، وأن يؤمنوا بأن الهنود قد أسهموا في بناء حضارة العالم أكثر من الأوروبيين⁽⁴⁴⁾ وبإمكان الهنود أن ينحازوا إلى تفوق ثقافتهم والدليل على ذكائهم في ميدان التكنولوجيا لاسيما المهاجرين إلى الولايات المتحدة الذين يمتلكون مهارات فنية عالية، الذين يشعرون بالحنين إلى الوطن، ويساورهم القلق من فقدان أولادهم هويتهم الهندية ويحرصون على عدم الخلط بينهم وبين أقليات أقل نجاحاً على الصعيد الاقتصادي والتعليمي⁽⁴⁵⁾. وقد وفرت الإنترنت للأفراد من المغتربين الهنود المتفرقين في الشتات إمكانية البقاء على تواصل مع بعضهم، ومع الوطن الأم مثلما تقوم بعملية ربط الهنود من كل منطقة ومن كل المراتب الاجتماعية في الهند ببعضهم.

أفلام سينمائية للتحميل:

هزيمة القرصنة في أكبر سوق للعالم.

وقد قرر بين ريكيه وسمريتي مندهرا وهما شاب وشابة أمريكيان من أصل هندي من منتجي الأفلام السينمائية، قررا العام الماضي استخدام الإنترنت في محاولة لتجنب الخسائر التي تلحقها عملية القرصنة بالإنتاج السينمائي، بينما يقومان بزيادة توزيع فيلمهما الخاص إلى الحد الأقصى، واسمه «محمول ماء». وقد رفضا قبول صفقة توزيع تقليدية من ستة أرقام كانت سوف تتولى عرض فيلم «محمول ماء» في دور السينما في أنحاء الولايات المتحدة. وكانت تلك خطوة شجاعة بالنسبة لاثنين من منتجي الأفلام الناشئين. واختار بن وسمريتي بدلاً من ذلك السماح للاري بيج المشارك في تأسيس موقع غوغل باستخدام فيلم «محمول ماء» من أجل إطلاق موقع «غوغل فيديو». وجعل الفيلم متاحاً للتحميل على موقع غوغل فيديو في كل أنحاء العالم، مدة أربع وعشرين ساعة أسبوعياً مقابل (4) دولارات. وأبلغني بن وهو ابن كانوال ريكيه kanwal Rekhi أحد أنجح المستثمرين الرواد في مجال تكنولوجيا المعلومات في وادي السيليكون، أبلغني أن الاتفاق تم «لأنني كنت قد نشأت في وادي السيليكون، وكان ابن عمي مانو ريكيه يعمل لدى غوغل، وكنا نقوم بعرض أفلام في فناء الموقع». واستطردت سمريتي بتفصيل أوسع قائلة: «كنا نعرض أفلاماً في فناء موقع غوغل في مدينة ماونتن فيو بولاية كاليفورنيا، وقلنا للمشرفين على غوغل: «اسمعوا، نريد أن

نكتشف طريقة جديدة بالكامل لتوزيع الأفلام السينمائية. وقد أحبها تماماً. وأنت تعلمين أن إدراج فيلمي على موقع غوغل فيديو لا يكلفني شيئاً، ولذا فإن بإمكانني تحديد رسم بمبلغ أربعة دولارات مقابل نسخة نظيفة من الفيلم، يمكن لشخص ما أن يقوم بتحميلها بصورة قانونية ولا يُعرضُ حاسوبه للفيروسات. وسوف يدفع الناس أربعة دولارات بالمقابل. وبالإضافة إلى ذلك فإن بإمكان أي شخص في العالم أن يشاهد فيلمنا في أي وقت يشاء».

وسميريتي هي ابنة المنتج السينمائي المخضرم المعروف في هوليوود وبوليوود جاجموهان ماندرا Jagemohan Mundhra، وكان فيلمه Provoked (المستفز) عام 2006. قد حقق نقلة نوعية. وهو من تمثيل كل من ايشواريا راي، ميراندا ريتشاردسون، روبي كولترين ونافين اندروز. نشأت سميريتي في أجواء مهنة تجارة الأفلام. وكان والدها وأثناء قيامه بتدريس مادة التسويق في جامعة ولاية كاليفورنيا بمدينة نورثريدج، يحلم بكيفية دخول المهنة. وكانت الخطوة الأولى لماندرا شراء مسرح قديم متداع بشاشة عرض واحدة في مدينة كلفر في السبعينيات، حيث بدأ بعرض أفلام من إنتاج بوليوود أمام جالية صغيرة، لكن عدد أفرادها كان يزداد مع المهاجرين الهنود المحرومين - في الأيام التي سبقت ظهور الفيديو، و«دي.في.دي» والإنترنت أو التلفاز اللاقط للأقمار الصناعية - من مشاهدة الأعمال الفنية الترفيهية القادمة من موطنهم. وأدارت شقيقته مادهورشي مطعم الوجبات الخفيفة الملحق بالمبنى، حيث قدمت «الساموزا» من صنع منزلي - وهي معجنات مقلية محشوة باللحم أو الخضراوات. وبوصفه هندياً فقد صادفته أوقات صعبة في اقتحام مهنة صناعة الأفلام في لوس أنجلوس، ووجد أخيراً مدخلاً إليها عبر سوق الأفلام المنقولة مباشرة على أشرطة الفيديو التي يملكها أشوك اميتراج، وروجر كورمان وغيرهما من المنتجين المستقلين.

وقال لي حينما التقيته في لندن العام الماضي حيث كان ينهي فيلمه: «المستفز»: «كنت أعلم أن بإمكانني أن أكتب نصاً أفضل، ولم أكن أملك خيارات كثيرة هناك. وكان عليّ أن أضع حداً للوضع المتناقض الذي حيرَّ الناس فجعلهم يقولون لي: أنت لم تصنع فيلماً أمريكياً أبداً، إذن كيف بإمكانك أن تصنع واحداً؟»

ومع بلوغ سميريتي سن المراهقة، كان والدها قد أنجز عدة أفلام مهمة في هوليوود وبوليوود ولم تكن جميعها مخصصة لسوق الفيديو. وكان فيلمه Bawander أو «عاصفة الرمال» تمثيل

نانديتا داس قد قوبل بالاستحسان، وحاز على إعجاب النقاد لإدانته اضطهاد الطبقات الاجتماعية الأدنى والظلم اللاحق بالنوع الاجتماعي (المقصود هنا الإناث) في ريف الهند. وكان كانوال ريكهي، والد بن، رفيق دراسة سابق لموندهرا من معهد «آي.آي.تي» IIT في بمباي أحد صروح المعهد الهندي للتكنولوجيا القادرة على المزاحمة. وكان ابنه بن مهووساً بإنتاج الأفلام السينمائية فهل كان هناك أي شيء باستطاعة جاغ أن يفعله له؟ لقد صادف الأمر أن سمريتي البالغة من العمر ثمانية عشر عاماً كانت قد ذهبت إلى الاباما للتمرن على معدات الأستوديو الذي كان تصور فيه مشاهد فيلم الأخوين كوين «أوه يا أخي، أين أنت؟» فهل سيكون بن مهتماً بالانضمام إلى سمريتي في موقع التصوير؟ تلك كانت الطريقة التي التقى فيها الصديقان وشركاء المهنة اللذان لا يفترقان في الوقت الحاضر، وهما يترددان دائماً على منطقة المستنقعات في الجنوب الأمريكي بصحبة الممثل جورج كلوني.

كان لدى بن وهو طفل الفرصة لاستعمال معدات تصوير رقمية من أحدث طراز قبل وصولها إلى السوق. وقد قال لي: «كانت عندي مؤثرات رقمية من إنتاج شركة آبل Apple ومعدات تشغيل ثمنها ما يوازي الآلاف من الدولارات. وقد حصلت عليها من صديقي بيتروو الذي كان عمه يعمل لصالح شركة Apple. كنت مفتوناً تماماً بالأفلام السينمائية، وكنت أتجول مع آلة تصوير حملتها في يدي طوال الوقت منذ أن كنت في سن التاسعة. ومع بلوغي سن الثامنة والعشرين كنت قد أعددت أول فيلم لي مع بعض أصدقائي في الحي. وأعتقد أنه عندما كان والدي يتناول التذاكر عند الباب المؤدي إلى دار السينما المحلية الخاصة بنا في مدينة لوس غاتوس حيث عرضنا أنا ورفاقي الفيلم، عندها فكر للمرة الأولى أنه «ربما يكون بن قادراً على أن يفعل هذا كوسيلة لكسب العيش».

لم يتقبل بن تراثه الهندي حتى كبر. «لم أعرف أنني كنت هندياً، أعني، أنني ببساطة لم أتواصل مع الجانب الهندي مني على الإطلاق. ثم ذهبت إلى الهند وانتابني شعور مذهل لا يصدق من الألفة. وأنا الآن منخرط في كوني من البنجاب ومن السيخ». والواقع فإن فيلمه «محمول ماءً»: يقدم عائلة من السيخ تتعرض للخطر عندما تتوتر الأجواء بشدة عقب هجوم إرهابي بعامل بيولوجي على المخزون المائي لمدينة لوس أنجلوس. وتلعب الممثلة الهندية المخضرمة شابانا عزمي دور ربة الأسرة الكبيرة المحترمة والمتصلبة. وهناك مشاهد مؤثرة

للطقوس وللاحتفالات الدينية الخاصة بطائفة السيخ مع شرح من ابن الأسرة لتوضيح بعض النقاط للصديقة اليهودية البيضاء التي أحضرها إلى البيت.

وفيلم «محمول ماء» هو من نوعية الأفلام التي سي شاهد الأمريكيون المزيد منها. إنه لا يجاهر علناً بارتباطه بالهند. إنه يدور حول شخصيات أمريكية في خلفية أمريكية، ويصادف أن بعض تلك الشخصيات فقط، مثلهم مثل المزيد والمزيد من الأشخاص الموجودين في الحياة الأمريكية الحقيقية، بمن فيهم منتجو الأفلام، يصادف أن يكونوا من الهنود الآسيويين.

وتمتلك سميريتي تصوراً واضحاً عن مكان مستقبل العمل السينمائي. وعندما التقينا في نيويورك، أدلت بهذا التصريح المفاجئ. «من يحتاج إلى الجمهور الأمريكي؟ هناك فقط ثلاث مئة مليون شخص هنا».

كما شرحت لي وجهة نظرها بالنسبة لأمر المهنة بين الهند والولايات المتحدة، وكشفت عن أن «هوليوود ستحاول الاستيلاء على بوليوود؛ لأنهم يعرفون أنها هي موقع السوق الفعلية. لكنهم سيفشلون. فقد كانت بوليوود تتمتع باكتفاء ذاتي لمدة طويلة. وهؤلاء الرجال مثل ياش تشوبرا، يعرفون جمهورهم فعلاً، وهم بارعون جداً في عملهم. وكانت الهند تحظى بتشجيع كبير لاعتزازها بنفسها في السنوات العشر الأخيرة ويجب علينا أن نكيف منتجاتنا لتلائم مع حاجات جماهير الهنود. وهم لم يعودوا يشعرون بالرهبة من الأمور هنا بعد الآن. والواقع فإنني أشعر بالرهبة مما يجري هناك».

وتعتمد سميريتي على الإنترنت لمساعدتها على إيصال أفلامها إلى الجمهور في أنحاء الأرض بما في ذلك الهند، في حين تعمل على ضمان عدم تعرضها للسرقة والاحتيال في سياق ذلك. وتقوم هوليوود بالحدو حدوها. وتشكل شركة مترو غولدن ماير (MGM) وباراماونت، وفوكس للقرن العشرين، ويونيفرسال، وورنر برونرز، وسوني بعض الشركات المشتركة المالكة لشركة توزيع رقمي تسمى «موريلينك» «Morilink» جرى إطلاقها في عام 2006. وهناك خدمة أخرى هي «سينما نيو» «Cinema New» بدأت بتقديم أفلام من إنتاج شركة «سوني بيكتشرز هوم انترتينمنت» MGM Sony Pictures Home Entertainment و«ليونزغيت» Lionsgate من أجل تحميلها في الوقت نفسه التي تصدر فيه على أقراص «دي».

في.دي» DVD. وقد وقعت شركة Sony Pictures Home Entertainment أيضاً اتفاقية مع شركة «غوبا» GUBA المختصة بتوزيع أشرطة الفيديو على الإنترنت، ولمنحها حق الحصول على استعمال القائمة المبنية للأفلام السينمائية الشاملة، التي أعدها شركة سوني.⁽⁴⁸⁾ ولا تأخذ أي من هذه الاتفاقيات الخطوة الأكثر شمولاً التي اتخذتها سمريتي وبن بفيلم «محمول ماء» بعرضه على الإنترنت بدلاً من عرضه في دور السينما أو بالتزامن مع ذلك. ووفقاً لتقرير إخباري نشر في مجلة Tech News World «تيك نيوز وورلد»، في عام 2006، فإن الثنائي الشاب العامل في مجال إنتاج الأفلام السينمائي متقدم بنحو خمس سنوات عن بقية المؤسسة الصناعية السينمائية؛ وعندما تتمكن من اللحاق بهما، سوف يكون هناك تغيير كبير في الطريقة التي يتم بها توزيع الأفلام»⁽⁴⁹⁾.

المديتشي الجدد

تمتلك عائلة تشوبرا - الأب والمعلم الروحي الشهير ديباك Deepak، والابن الصحفي المختص بكتابة التحقيقات غوثام Gotham والابنة المؤلفة مولिका Mallika المسؤولة سابقاً في محطة تلفاز MTV في الهند - إلى جانب شاراد ديفاراجان Sharad Devarajan صاحب شركة Gotham Entertainment «غوثام انترتينمنت» الذي يمتلك الحقوق الهندية في شركة «مارفل أند دي.سي كوميكس» Marvel and DC Comics، والمخرج السينمائي شيكار كابور، يمتلكون مشروعاً تجارياً مشتركاً جديداً. فقد وقعت هذه المجموعة اتفاقاً مع ريتشارد برانسون في العام الماضي لإنشاء شركتي «فيرجن لمجلات الأطفال المصورة» و«فيرجن لأفلام الرسوم المتحركة». وباستخدام سلسلة متاجر فيرجن كمنافذ لبيع إنتاجهم، عدا عن ذكر العلامة التجارية القوية لشركة Virgin ذاتها، فإن الشركة سوف تأتي بأعلى نوعية من المحتوى الهندي إلى سوق عالمية متكاملة لوسائل الإعلام. إن الهدف الطموح للمجموعة هو ابتكار ميثولوجيا جديدة أو إيجاد علم جديد للخرافات خاص بعصرنا، علم مترسخ في أساطير الهند والقوى الروحية لقارة آسية، ويستند إلى طاقم جديد من الممثلين من الأبطال الخارقين من أجل حقبة مضطربة ومن أجل جمهور يتموضع بشكل متزايد خارج الغرب⁽⁵⁰⁾.

وقد غير غوثام تشوبرا واسمه الأصلي غاوتاما Gautama، وهو مثل اسم الفيلسوف الهندي الملقب بيودا، غير اسمه منذ سنوات قليلة لأنه، حسناً، نظراً للطريقة التي يكتب بها الاسم باللغة السنسكريتية، فإن غوثام Gotham هو في الواقع طريقة أخرى يمكن بها تهجئة الاسم. وقد جعلت التهجئة الجديدة أيضاً الاسم أكثر ثباتاً وتبين أنها كانت علامة بالغيب بشكل غريب: فاسم غوثام هو الذي جعله ينهمك في مهنة إصدار المجلات المصورة للأطفال.

وأسر لي غوثام: «لقد التقيت مع شاراد ديفاراجان [هو الآن شريكه الرئيس في العمل]؛ لأنه كان يمتلك شركة تدعى «غوثام انترتينمنت غروب» Gotham Entertainment Group مجموعة غوثام للأعمال الفنية الترفيهية. وفكرت أن هذا كان إما مصادفة كلية، وإما القدر».

سألته: لماذا اخترت مجلات الأطفال المصورة؟ فقد بدت وسيلة ضئيلة الأهمية بالنسبة لشروع طموح كهذا.

ويجب غوثام موضعاً: كان أبي يقول دائماً أنا مجرد مترجم أعمل على إيصال الفلسفة الهندية إلى العالم، «وأنا أشعر وكأنني أقوم بالشيء ذاته. وقد كان للمخرج السينمائي شيكار كابور تأثير هائل أيضاً. وهو يمثل بالنسبة لي تجسيداً فعلياً لعملية نقل الهند إلى العالم. لقد كبرت مع شيكار، إلى جانب أبي بالطبع، وكانت عندي هاتان القدوتان المفعمتان بالقوة والنشاط اللتان أمنتا بنقل قصص من الهند إلى بقية العالم. وعندما التقيت شاراد قمت على الفور بالجمع بين ما كان يفعله، وما كان والدي وشيكار يحاولان أن يفعلاه. كما أدخلت الكثير من خبرتي الخاصة في عملية إعداد التقارير الإخبارية بصفتي صحافياً». وكان غوثام قد عمل في تغطية برامج التحقيقات التلفزيونية مدة سبعة أعوام لصالح «محطة القناة الأولى» المنهجية الخاصة.

ويختلف الأسلوب الشخصي لشاراد ديفاراجان اختلافاً كبيراً عن أسلوب غوثام. فهو فتى ولد ونشأ في جيرسي، وهو رجل طويل القامة أسمر وأنيق يرتدي ثياباً مفصلة جيداً، ومكوية جيداً: قمصان جديدة وسراويلات مثنية بشكل جميل. وهو أكثر تمسكاً كثيراً بالشكل من غوثام، الذي يحمل حقيبة معلقة على ظهره، ويرتدي سراويلات الجينز. ويعيش شاراد في الطرف الشرقي العلوي من مدينة مانهاتن في حين يعيش غوثام في مدينة سانتا مونيكا بولاية كاليفورنية.

ويتكلم شاراد ديقاراجان بسرعة، وهو يعبر بفصاحة عما يفعله، ويبدو مستعجلاً لإنجاز الملايين من الأمور، إلا أن هذه الأمور تؤثر فيه بشكل يجعله راغباً في التمهّل قليلاً لمشاركتك إياها. وقد أمضيت وقتاً عصبياً في تتبع شاراد والعثور عليه: فالرجل يعيش داخل طائرة حسب علمي، وهو يتنقل بشكل دائم على متنها ما بين نيويورك وبنغالور ويقوم برحلات خاطفة إلى لوس أنجلوس ولندن، وبرحلات إضافية إلى بقية أنحاء آسيا وأوروبا.

ويقول لي على الفور: «لقد نشأت في أسرة إعلامية. فقد أصبح والدي رئيساً لشركة وورنر ميوزيك ميديا Warner Music Media وبي.ام.جي دايريكس BMG Direct في الولايات المتحدة. ولم تكن لديه خبرة سلفاً في العمل في حقل الإعلام، وكان من خريجي المعهد الهندي للإدارة». وباعتباره يحمل ميولاً فنية توجه شاراد للانضمام إلى كلية الفنون بعد تخرجه في المدرسة الثانوية. وقادته سلسلة من الوظائف غير المنتظمة أخيراً إلى العمل في دي.سي كوميكس DC Comics المختصة بالمجلات المصورة للأطفال.

«في عام 1997، سمحت لي شركة دي.سي DC بامتلاك حقوق النشر في الهند، وتقدمت بطلب في هذا الشأن إلى شركة مارفيل Marvel فحصلت على حقوق النشر في الهند منهم أيضاً. وهذا أشبه بالحصول على كل من شركتي كوك وبيبيسي Coke و Pepsi. إنه أمر مدهش تماماً. فقد كانت الهند بشكل عام خارج الرادار حقيقة آنذاك، وهم لم يدركوا الإمكانيات الموجودة فيها، وقد أدركها شاراد فعلاً.

قال شاراد: «انظري، هناك مثلًا فيلم سينمائي قيد الإعداد في الوقت الراهن يستند إلى كتب مصورة للأطفال، مثل فيلم «في كما في كلمة فنديتا» «V for Vendetta»، وليست لدى عامة الشعب أية فكرة بأن هذه الأفلام مبنية على قصص مصورة للأطفال. فهناك «هالك الخارق» بالطبع و«سوبرمان»، حسن، ولكن القصص الأخرى؟ مستحيل».

وقد أدرك شاراد أنه لم يكن بإمكانه أن يستخدم فقط ما يسميه «الوسيلة المجانية فعلاً» لمجلات الأطفال المصورة لكي يجعل من شخصيات معروفة جيداً لشركتي دي.سي ومارفل شخصيات هندية مثل «الرجل العنكبوت» سبايدرمان، لعرضها في سوق هندية لم تستثمر بعد، إلا أنه كان بمقدوره أيضاً أن يأخذ مجلات هندية مصورة للأطفال وأفلاماً من الرسوم

المتحركة تتميز بأفكار جديدة ومبتكرة إلى بقية العالم. وشكل فيلما «أنيم ومانغا» Anime and Manga سابقة حققت نجاحاً كبيراً في كل بقعة من كوكب الأرض. «إن ما حصل مع اليابان هو نموذج لما يمكن أن يحصل مع الهند. وقد قامت كوريا بإنجاز عمل أفضل حتى بفيلم «manhwa» «مانهوا» الذي أخذ معه كل الثقافة الكورية، بما في ذلك نجم البوب رين، Rain، الذي يعد الآن موهبة معروفة في دول العالم. لذا، فإن ما نعتقده هو أن المجالات المصورة للأطفال يجب أن تكون جزءاً من حزمة ثقافية كاملة تضم السينما، الموسيقى، الموضة، كل شيء».

وينظر شاراد إلى شركته على أنها تعمل على جبهة الهند العالمية الجديدة. وهو مدرك بدقة للعوامل المتوفرة في هذه اللحظة التاريخية من بروز الهند على الساحة العالمية. وتأتي قضايا الهوية في صلب اهتمامات الشباب حيث يسعى كل جيل إلى تعريف عصره.

ويطرح شاراد سؤالاً بأسلوب لا ينتظر إجابة قائلًا: «إذن ما هي الموضوعات والأفكار المتداولة بين شباب الهند؟ هنالك الكثير من القلق بشأن العولمة. ويحتل اكتشاف الهوية جزءاً من تفكيرنا. وعندما أخذنا سبايدرمان إلى الهند أردنا أن نظهر التضارب القائم ما بين التقليدي وبين الحديث، الطفل القادم من القرية الذي يجب عليه أن يتأقلم مع محيطه في بومباي، و«مناطق الزمن المزدوج» في الهند اليوم حينما تحدث التغييرات بشكل سريع للغاية ولا تكون دائماً على المسار ذاته».

والشخصية التي تم ابتكارها بالنسبة للنسخة الهندية من سبايدرمان المسماة بأقتريرابهاكار، هي طفل قروي متخلف جداً يلبس الدوتي، وهي ثياب الرجال التقليدية في الهند التي تلتف حول الخصر والساقين التي اعتاد غاندي أن يرتديها. وهو يصل إلى مدينة بومباي الكبيرة للالتحاق بالمدرسة. ومثل جموع أبطال الأرياف السذج الذين سبقوه، فإنه يجد نفسه أضحوكة لسكان المدن الأكثر حنكة بأمور الحياة، ولكن هذه هي هند القرن الحادي والعشرين. أما الأهل في المدرسة التي يذهب إليها فهم متطبعون بأفكار الغرب وأسلوب الحياة فيه ومنقطعون عن التواصل مع أصولهم الهندية. وأما الفتيات اللواتي يرتدين سراويلات الجينز

الملتصقة ويظهرون أعلى الخصر من أجسادهن عارياً مع سرية مثقوبة، فهن قساة القلب بصورة خاصة، ما عدا واحدة، بالطبع التي تدرك القيمة الحقيقية للبلبل.

يقول لي شاراد: «لقد كانت المجلات المصورة للأطفال دائماً وسيلة عظيمة لتناول القضايا الاجتماعية. أنت لا تستطيعين التحدث عنها في الوقت الحاضر، لذا أنت تفعلين ذلك مستقبلاً عبر قصص الخيال العلمي». خذي رواية X-Men «الرجال المجهولون» فقد كانوا يتحدثون عن العنصرية وعن نبذ المتحولين. كانوا بمنزلة السود الذين عاشوا في الستينيات، والشاذين الذين يعيشون في العصر الحالي. كما أن العلوم وأمور الماورائيات في الهند مرتبطة ببعضها بشكل غير مرئي، وقصص الخيال العلمي لا تحتاج إلى جهد كبير. وذلك كله يأتي مجتمعاً في المجلات المصورة للأطفال.

واستطرد شاراد قائلاً: «أما بالنسبة للسوق الهندية فقد دخلتها محطة تلفزيون MTV وشبكة الرسوم المتحركة كارتون نيتوورك Cartoon Network عبر التلفاز، ولكن ما من أحد كان يدخل مجال الطباعة. ولم يكن هناك من أحد في مجال النشر يُعد برنامجاً لتوزيع المجلات من أجل جمهورنا. وقد عملت على جعل شبكة التوزيع تنتشر في الهند ثم توسعت فيها باتجاه سنغافورة، ماليزيا وهذا العام إندونيسية».

وتمتد طموحات شاراد إلى ما هو أبعد من جنوب آسيا. «سوف نقوم الآن بعكس الاتجاه والسير بعملية تصدير الأعمال الكلاسيكية والحكايات الخرافية والقصص الهندية الخالدة، مثل «رامايانا» «مهابهاراتا» «روايات Jataka جاتاكا»* و«بانكاتانترا»** Panchatantra إلى العالم. إلا أنه سوف يجب علينا إعادة تخيل هذه الخرافات من أجل عالم يضم من يعجبه مشاهدة أفلام مثل «بوكيمون» و«هاري بوتر». إن الأسس التي بُني عليها أبطالنا راسخة في تراث ومعتقدات متميزة وطريقة تفكير مختلفة جداً عن طريقة الغرب الذي يتم تعريف أبطاله عبرها بواسطة نظرة فلسفية مسيحية - يهودية. إذن ماذا يحصل في بلد من مليار

* قصص صغيرة ذات مغزى تضم مقاطع شعرية تحكي عن المبادئ الأخلاقية، بأسنة الحيوان. (الترجمة)

** ومعناها خمسة أبواب. هي الأصل الهندي من أصول كتاب «كليلة ودمنة» يقال: إن مؤلفها حكيم يدعى

برهمن وشنو عاش حوالي العام 300 ميلادية. (الترجمة)

إنسان لا يتخلون عن ذلك التراث؟ ماذا يعني ذلك؟ سوف تكون قصصنا متأصلة في التراث الهندي، ولكن عليها أن تكون قصصاً فريدة في مواجهة القصص الغربية التي ما زالت تسيطر على الساحة».

ويتفق غوثام مع رؤية شاراد بشأن الكيفية التي يمكن بها للمحتوى الهندي أن ينطلق في الغرب عبر الوسائل الإعلامية المختصة بالرسوم المتحركة ومجلات الأطفال. وقد أبلغني أن «شاراد وأنا كنا نتفجر على فيلم أنيم الياباني، بوكيمون، وعلى نجاح فيلم «النمر الجاثم»، وفيلم «التنين الخفي»، ونفكر ما إذا كان هذا المحتوى شرق الآسيوي يمكن أن يكون ناجحاً جداً في أمريكا، ثم لم لا يكون محتوى هندياً؟ وقد كان والدي وسيخار مقتنعين أيضاً أن الوقت لا بد أن يأتي لابتكار محتوى هندي ليس من أجل الهند فقط، وإنما من أجل الغرب أيضاً».

التقى غوثام وشاراد معاً وشكلا «ستوديوهات غوثام» ووضعوا خطة لتقديم شخصيات روائية للكتب ولأفلام الرسوم المتحركة. وكانا يرغبان بالقيام بالعمل الإبداعي في الهند، وكان لدى شريكهما الثالث، سوريش سيتارامان خلفية ومعلومات واسعة في مجال وسائل الإعلام، وكان يعرف في الواقع كيفية إنشاء ستوديو في الهند وجعله يعمل.

سألت غوثام عن عدد المرات التي يذهب فيها إلى الهند فأجاب: «إنني أذهب كثيراً جداً كل شهرين أو نحوهم، لمدة أسبوع إلى عشرة أيام. وأذهب مرة في السنة لقضاء شهرين متواليين، وأشعر وكأنني بحاجة إلى الذهاب بانتظام من أجل استعادة نشاطي. فليس هناك من شيء يشبه وجودك داخل الاستديو. إنه مثير للغاية. فأنت تشعرين بأنك واحدة من أفراد عائلة مديتشي».

واستخدم شاراد هذا التشبيه ذاته عندما تحدثت إليه بعد أسابيع قليلة: «كان شروعا في العمل في بنغالور أشبه بمختبر لعائلة مديتشي. فأنت تشعرين وكأنك موجودة هناك مع أناس يبتكرون ويرسمون».

إن التشبه بعائلة مديتشي أمر مثير للاهتمام؛ لأن غوثام وشاراد مثلتهما مثل الكثيرين من الهنود الآخرين، والأشخاص من أصل هندي، يؤمنون فعلاً أن إحدى المظاهر التي

تحدد عصرنا هي نهضة الهند كحضور ثقافي وسياسي كبير. وإن مهمتهما في انطلاقة هذه النهضة ليست مقتصرة فقط على إيجاد الوسائل للتعبير عن الخرافات القديمة والرموز الدينية والفكرية والفنية الهندية، وإنما أيضاً لتشجيع ورعاية المواهب الهندية التي تنتظر أن تتفتح وتؤتي ثمارها. وإلى جانب الإدراك والرؤية الثاقبة، يعد المال بمنزلة زيت التشحيم اللازم لزيادة سرعة دوران المحرك الإبداعي، الذي سوف يدفع بنهضة الهند إلى الأمام.

ووجه إليّ شاراد سؤالاً اتبعه بالإجابة قائلاً: سألني «لماذا تعاني الهند كساداً في الإبداع؟ إن ذلك مرتبط بالجانب الاقتصادي فأنت عليك أن تدفعي أجوراً عالية مقابل الحصول على الموهبة الجيدة والاحتفاظ بها، ومن أجل أن تدفعي أجوراً عالية عليك أن تبيعي بكميات كبيرة خارج نطاق الهند. ولدينا أشخاص من خيرة الرسامين ونحن ندفع لهم لاقات [اللاك هو مئة ألف روبية زهاء 2,500 ألفين وخمسمئة دولاراً]. نحن نحدد الموهبة وندفع لأجل الموهبة. نحن نريد أيضاً أن نثقف الجيل القادم. إننا نحاول العمل مع «المعهد الوطني للتصميم». إن سوريش يتكلم مع عدد كبير من هذه المعاهد من أجل معالجة مسألة ندرة الإبداع. فالكليات والمعاهد الهندية تُخرِّج فنيين وليس فنانين. إنها تقتل الإبداع وما نريده هو أن يعرف الشباب أن بإمكانهم توجيه رسالة من شأنها أن تغير العالم». ويعترف شاراد بأنهم يلجؤون إلى العمل عن طريق الاستعانة بكوادر من الخارج لإنجاز العمل. إلا أنه يقول لي: إنهم يفعلون ذلك؛ لأنه يتيح الفرصة لتدريب شبابنا أيضاً. وهو يعرف أنه عاجلاً أم آجلاً سوف يتمكن شخص ما في مكان ما من إنجاز العمل بتكاليف أرخص، وأن العقود الخارجية هي في النهاية طريق مسدود.

إن طموح شاراد وغوثام طموح رائع: فقد صرح غوثام: «نحن لا نريد أن نكون أفضل عمل يُصدَّر خارج قارة آسية، نحن نريد أن نكون الأفضل في العالم. وسوف نستقطب إلى جانبنا أفضل المواهب الموجودة في الخارج، سواء كانت من مذيبي نشرات الأخبار القدامى أو الجدد»، وقد احتاجوا إلى جمع مبلغ مهم من المال من أجل تحقيق ذلك الهدف.

وأوضح غوثام قائلاً: «بدأنا بتقصي خط سير رأس المال المخاطر». وركزنا على خط سير الأصدقاء والعائلة. ثم جلسنا أنا وشاراد في أحد الأيام وقلنا، أنظر ما هو فريق الأحلام

بالنسبة لنا؟ إذا ما أمكننا إشراك أي شخص في العالم في هذا الأمر، فمن سوف يكون. وكان الاسم الذي استمر في الظهور في أعلى القائمة هو اسم ريتشارد برانسون. لذا قمت فقط بالتقاط سماعة الهاتف، واستخدمت مزيجاً من مهاراتي كصحافي وطرحت كذلك بعض الأسماء للإفادة منها في هذا السياق مثل اسم والدي وأيضاً اسم شيكار، مما جعل مساعد برانسون يقر بأنه كان لدينا شيء ما ربما يثير اهتمام الرجل. واتصل برانسون بعد يومين قائلاً: «لقد أحببت فيلم اليزابيث»، وهو الفيلم الذي أخرجه شيكار كابور ومثلته كيت بلانشيت. «وأحب الكتب التي ألفها والدك» وذلك كان كل شيء. إن ريتشارد مخترع حقيقي. وهو يرى مستقبل العلامة التجارية لشركة «فيرجن» في قارة آسية باعتبار أنها المكان الذي يتوجد فيه التطور».

بعد توقيع الاتفاقية بثمانية شهور فقط، بدأت الشركة بعرض إصداراتها الأولى، ثلاثة كتب مصورة للأطفال مع رتل من الشخصيات الجديدة، السادو، ديفي*، «المرأة الثعبان» تبعثها سلسلة أخرى من هذه المجلات باسم «عودة رامايان». وسوف يتفرع المشروع المشترك الجديد إلى إنتاج رسوم متحركة، وألعاب، وأفلام سينمائية.

ويعي غوثام تماماً حقيقة الوسط المتكامل لوسائل الإعلام. وهو يتنبأ «أن المزيد من الناس سوف يرون إنتاجنا على جهازهم الخليوي أكثر مما يرونه في كتب من ورق أو في دور العرض. وأن الاهتمام يتركز على إيجاد شخصيات لا تنسى، تستطيع أن تعمل في وسائل إعلام مختلفة، شخصيات متأثرة بالتراث الفني للثقافة الهندية. وهو يقر» بأن الأبطال العظماء للمجلات المصورة للأطفال الذين نعرفهم ونحبهم جميعنا، لديهم بالتأكيد تاريخ طويل يمتد خمسين عاماً. إلا أننا لدينا في الهند أبطال خارقون يعود تاريخهم إلى خمسة آلاف عام.

وهو يشير إلى أن أكثر محتوى ثقافي جماعي نجاحاً هو أساساً الخرافات القديمة. «فكلها تدور حول القدر، حول الشخص المختار»، وهو يستشهد بأفلام مثل The Matrix (المصفوفة) Lord of The Rings (سيد الخواتم) و Harry Potter (هاري بوتر). «انظر إلى المشهد الأول من فيلم «الرجل الوطواط» أو «باتمان» الجديد، حيث تبدأ القصة بأكملها

*الآلهة الكبرى عند الهندوس (الترجمة)

بالرجل الوطواط وهو يقوم باكتساب قدراته في أجواء جبال التيب، وهذا كله معد لتلبية الطلب على القصص الهندية».

واسأله عن فيلم «حرب النجوم» الذي لطالما كان يسترعي انتباهي باعتباره أعظم تجربة لجوزيف كامبل في إنتاج الأفلام الخرافية. ويتفق غوثام مع هذا الرأي بشكل تام. «أنت تعلمين أنني كنت محظوظاً كثيراً لأكون قريباً من المخرج جورج لوكاس. فقد كان دائماً واضحاً جداً بشأن شخصية لوك سكاى ووكر* في كونه من الأتباع الجدد لفلسفة اليوغي. إن يودا (Yoda) بطل الفيلم والشخصية الرئيسية فيه هو مثل الماهاريشي** بالضبط». ويخلص غوثام إلى القول، وقد بدا وهو يتكلم أشبه كثيراً بأبيه «هذه نماذج أصلية أساسية. هذه أشياء متجذرة بعمق داخل نفوسنا. ولهذا السبب فإن ما نقوم باستثماره من أفكار وتجارب ومعارف سوف يحالفه النجاح».

وبعد الاستماع إلى حديث غوثام وشاراد عن الشركة، أردت أن أتوصل إلى معرفة وجهة نظر تشوبرا الأكبر سناً. وقد تساءلت لماذا كان رجل يحمل شهادة دكتور في الطب بنى مهنته على الرابطة ما بين العقل والقلب والمجىء بالقيم الروحية إلى الغرب، مشاركاً في مشروع يتمحور حول المجالات المصورة للأطفال والرسوم المتحركة.

وافق ديباك تشوبرا على لقائي في مركز ومنتجع تشوبرا قرب ساحة تايمز سكوير. كان المدخل مليئاً بكتب الدكتور تشوبرا التي تعد من الكتب الأكثر رواجاً. وقادني سلم لولبي نزولاً إلى باحة المنتجع حيث جعلتني الموسيقى الهادئة والإضاءة الخافتة، ورائحة البخور، أتمنى لو كان عندي الوقت لإجراء تدليك لجسمي أو الخضوع لعلاج صحي هندي.

تقليدي يعتمد على الأعشاب وممارسة اليوغا والالتزام بطعام محدد. وقد تعرفت إلى تشوبرا على الفور. وبعدما رحب بي بحرارة، دعاني إلى غرفة مكتب صغير ولكنه مريح ومجهز بمكتب وكراسي أثرية هندية مقلدة.

* هي شخصية خرافية لمحارب أسطوري يظهر في سلسلة أفلام حرب النجوم وينجح في المساعدة على القضاء على إمبراطورية المجرات وإحلال نظام «اليوغي الجديد». (الترجمة)

** من حكماء الهندوس. (الترجمة)

لقد فاجأني ديباك تشوبرا. فقد كانت لديه رؤية واضحة تماماً عن الدعاية المضللة المحيطة بحكاية «نهضة الهند». وهذا هو بالضبط السبب وراء مشاركته في المجلات المصورة للأطفال وأفلام الرسوم المتحركة التي تصدرها وتنتجها شركة فيرجن.

وقال بلهجة استيائية: «نعم، لقد أصبحت بوليوود تلقى شعبية. وماذا في ذلك؟ إن الهند على وشك أن تحظى بأعداد ضخمة من أصحاب المليارات. فماذا في ذلك؟ وكيف يكون في ذلك فائدة؟ ليس هناك من وضوح في كل هذه النهضة التي تخص الهند. إن شيئاً ما يحدث بالتأكيد لكن الهند بلد تحوي تناقضات حادة. وقد كانت لدى نهرو الرؤية الثاقبة لإنشاء عدد من المؤسسات التعليمية. ونحن نحصد النتائج الآن. وقد جاء بعض الخريجين إلى الغرب لأنهم كانوا أغنياء وأصبحوا أكثر غنى.

ولكن التفاوت في الأوضاع الاقتصادية ازداد في الهند. فالغذاء يتعفن في مستودعات تخزين البضائع، بينما يتم وفي الوقت نفسه تصدير ثلاثين بالمئة من الأغذية إلى الشرق الأوسط. حقاً، ما الذي يدعونا للشعور بالارتياح؟»

لقد صعقت صراحة لهذا التقويم الخطير. فمن النادر، وسط الجلبة المعلقة لولادة الهند أن تجد صوتاً معارضاً لاسيما من جانب اجتماع ناجح جداً، يضم هنوداً في نيويورك. ثم حدد تشوبرا ما يحدث في الهند في إطار الصورة العالمية الأكبر.

«انظري إن العالم في حالة فوضى. وإذا ما كتب لنا البقاء -وأظن أن ذلك ربما يكون حدساً بعيداً- إذا ما شاهدت فيلم آل غور «الحقيقة المزعجة» عن الاحتباس الحراري في العالم، الذي جرى عرضه للتو في دور السينما، فإن بنغلاديش وفلوريدا الساحليتين مهددتان بالفناء - لذا، إذا ما كتب لنا البقاء، فإن علينا أن ننظر إلى الأمور الأكثر أهمية. فالقومية مرض، وقد أطلق عليها كريشنامورتي* Krishnamurti. اسم «القبلية»، كما شبه أينشتاين القومية بمرض الجدري.

* 1895-1986. كاتب هندي معروف اشتهر بطروحاته الفلسفية والروحانية وتركيزه على العلاقات الإنسانية وأهمية إحداث تغيير إيجابي في المجتمع والحاجة إلى قيام ثورة في نفس كل إنسان بعيداً عن أي تأثير خارجي. (الترجمة)

ويمثل المجتمع في جزء كبير منه الخرافات القديمة التي يعيشها. أما السبب الذي يجعلني متحمساً بشأن موضوع شركة «فيرجن» والأطفال، والسبب الذي يقف وراء دعمنا لهم أنا وشيكار فهو أننا نحتاج إلى ابتكار خرافات وأساطير جديدة للشعوب، نحتاج إلى مخيلة جديدة، إلى إبداع جديد، وأنا أؤيده في ذلك من كل قلبي، ليس انطلاقاً من المبدأ القومي، ولكن لأننا بحاجة إلى مواد أولية جديدة من أجل عملية التخيل، مواد تجتاز الحدود القومية، ويجري تداولها عبر مختلف بقاع الأرض. ويقول شيكار: «إذا ما تم نزع قناع «الرجل العنكبوت» سبايدرمان يوماً ما، وجرى الكشف عن كونه صينياً، فسيكون ذلك أمراً جيداً».

وتترسخ لدى شاراد ديفاراجان وبشكل أكبر، الفكرة التي تتركز حول نوعية الثقافة الهندية، التي ستسهم بشكل خاص في ابتكار هذه الميثولوجيا. فمن جهة، سيقوم فريق شركة فيرجن باستلهام أساطيرهم من ميراث ثقافي عمره خمسة آلاف عام؛ ومن جهة أخرى، يقول شاراد: سيحدث الانفجار الثقافي الهندي بشكل أسرع من أي انفجار آخر رأيناه. وسوف يحركه الشباب الهندي والوسائل والآليات التي يمتلكونها وكلها مرتبطة بالإنترنت. ويقوم شيكار، وديباك وغوثام ببناء شخصيات جديدة متعددة المستويات والوجوه في فيلم «عودة رامايان». وقد كانت الهند تاريخياً ثقافة تطرح أسئلة تقليدية: ما هي الهندوسية وماهي ديانات الشرق وعلومه الفلسفية؟ إنها تشكل مطلب الباحث عنها، إنها تشكل منطلقاً للتفكير بالنسبة لك».

إن التفكير هو في النهاية ما يرغب فريق شركة فيرجن أن يشجع عليه جمهوره ويلهمه لكي يفعله. ويرى ديباك تشوبرا في هذا الأمر مهمة مستعجلة وحساسة. «فقد كانت ردود الفعل على هجمات الحادي عشر من أيلول بمنزلة قصور ضخم في المخيلة. ونحن بحاجة إلى تفهم الأوضاع والظروف المحيطة. والتكنولوجيا التي لا تقترن بالسياق العام تكون خطيرة جداً. وقد سنحت لي الفرصة مؤخراً للتحدث في مبنى وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاغون) فقلت لهم: إن آلة صغيرة كهذه - ورفعت جهاز التريو الذي يخصني سوف تكون لها القوة في أثناء عشر سنوات لتدمير الولايات المتحدة». وهذا يخيفني. وأنهى حديثه قائلاً: «لا يمكننا أن نتحمل أن نخذلنا المخيلة وتخيب آمالنا مرة ثانية».

إمبراطورية ترفيهية هندية

هناك مجال واحد تولت فيه أمريكا قيادة العالم من دون منازع هو مجال الثقافة الشعبية. وكانت الولايات المتحدة، سواء في قطاع السينما والموسيقا والتلفاز، أم الإنترنت هي الرائدة في تحديد الاتجاه العالمي في هذا السياق. وينظر الأمريكيون - وغيرهم من أنحاء العالم - إلى سيطرة أمريكا على الإعلام العالمي وعلى الإنتاج الفني الترفيهي على مدى عقود، على أنه أمر مسلّم به. إنه أحد الأسباب التي جعلت الولايات المتحدة تمارس تأثيراً ملحوظاً على أجيال من الأعداء والحلفاء على حد سواء.

وهناك عاملان اثنان يدفعان بقطب التأثير هذا بعيداً عن الولايات المتحدة، باتجاه قارة آسية. فقد تردت بشدة سمعة أمريكا كمجتمع مفتوح، برموزه الاجتماعية والثقافية بفعل الانهيار الحاصل في العراق والادعاءات القائمة حول ممارسة أعمال تعذيب وما نُشر من صور عن فظائع التعذيب، والعقاييل المدمرة لإعصار كاترينا - التي بثت صورها في أنحاء العالم. وفي الوقت نفسه، فإن الحيوية المذهلة الذي تميز الأنظمة الاقتصادية في آسية، ونهوض أكبر دولتين عملاقتين في العالم، الهند والصين، يشكلان عوامل إيجابية تسهم في تحفيز الملكات الإبداعية وجذب الاستثمار نحو ما يُنشئ بصفته أكبر أسواق الأعمال الفنية الترفيهية ووسائل الإعلام التي عرفها العالم على الإطلاق. إضافة إلى ذلك فإن مكانة الهند بوصفها ديمقراطية متعددة الثقافات وزعيمة للعالم النامي تمنحها سلطة أدبية لإيجاد ما يوافق انتشارها الثقافي. ويتوق المواطنون الهنود إلى تأكيد هذه العناصر الأساسية لما يسميها جوزيف ناي القوة اللينة، قوة الإقناع، قوة جعل الآخرين يرغبون في القيام بما ترغب أنت أن يقوموا به.

ويتوقع أن تنمو صناعة الأعمال الفنية الترفيهية العالمية إلى (1.8) تريليون دولار بحلول عام (2009). بزيادة تبلغ أكثر من (6) بالمئة سنوياً. وفي غضون ذلك تتسبب النهضة التي تشهدها الهند والصين بوجود الأعداد الهائلة من السكان الشباب فيهما والطبقات المتوسطة التي تحقق توسعاً سريعاً، في إحداث تحول في بنيان الاقتصاد العالمي باتجاه قارة آسية. وتتهافت وسائل الإعلام الأمريكية وشركات إنتاج الأعمال الفنية الترفيهية من أجل

الدخول إلى هذه الأسواق. وبحلول عام (2015) سوف يأتي (70) بالمئة من عائدات العالم من الوسائل الإعلامية والأعمال الفنية الترفيهية، من قارة آسية. وسوف تشكل الهند، باقتصاد ألهبته طفرة في الاستهلاك وأكثر شعوب العالم شباباً، سوف تشكل نصف هذه النسبة، أي أكثر من ثلث الإجمالي العالمي⁽⁵¹⁾.

«يمتلك الهنود ميزة هائلة على وسائل الإعلام الغربية؛ لأن كل شيء يأتي إلى هناك وجمهور الشباب يحب كل شيء». هذا ما يجادل به اميتاف كول، وهو منتج أفلام سينمائية يقيم في مدينة مانهاتن بالولايات المتحدة، وكان قد عمل في الهند وجمع أكثر من مليون دولار لإنتاج فيلم عن رواية مترجمة للكاتب جومبا لاهيري الفائز بجائزة «البوليتزر» عن مجموعته القصصية القصيرة وعنوانها «مفسر العلل». وقد يكون هندياً أو من الشرق الأوسط أو أياً كان، فهم لا يكثرثون، إنهم يحبونه. إنه انفتاح مذهل. أما في الغرب، فيتلاشى القديم لإفساح المجال أمام الجديد. وفي الهند يعمل الجديد بجد للاكتساب من القديم. وقد دأب بيل رويدي نائب رئيس مجلس إدارة محطة MTV ورئيس محطة MTV الدولية على القول: «إن ثقافة شباب الهند هي مستقبل ثقافة موسيقى البوب». وهو أعلم بذلك. وأنا أعتقد أن ذلك هو السبب وراء ذلك الانفتاح الذي يبديه الشباب الهندي، وكيفية تمكنهم من فصل مختلف الأشياء والموضوعات من مختلف الأماكن».

وتشكل الهند أكثر من سوق مربحة بالنسبة للمحتوى الأمريكي. فهي أمة نشطة تركز اهتمامها بشكل فريد على وسائل الإعلام وعلى الأعمال الفنية الترفيهية في العصر الرقمي، وقد حباها الله تعالى أحد أغنى الموروثات الثقافية في العالم، وهي على تواصل مع شعب يحقق نجاحاً مزدهراً في أراضي الشتات. وقد سألت توم فريستون هل كان يعتقد أن بإمكان الأعمال الفنية الترفيهية الهندية أن تكون لها النوعية ذاتها من التأثير الدولي الذي تنعم به الأعمال الترفيهية الفنية الأمريكية؟

فأجاب: «لم يكن لديك محتوى إبداعي يأخذ اتجاهاً ينطلق إلى العالمية فعلاً من أي مكان آخر غير الولايات المتحدة، إلا أنه سوف يحدث في الهند. ولغة علاقة كبيرة بذلك. والإنكليزية هي لغة تسافر وتقطع مسافات نوعاً ما، وكل شيء آخر سوف يظل

«داراً للسينما تعرض أفلاماً أجنبية». فالمخرجون الهنود صاروا أكثر حنكة وذكاء، وهم يكسبون أموالاً أكثر. وقريباً سيمتلكون المال لاستيراد ممثلين، الأمر الذي أعتقد أنهم سوف يفعلونه. إذن، سوف ترين ممثلين أمريكيين في أفلام هندية. وذلك سوف يكون لافتاً للانتباه».

إنني أتخيل الممثلة سكارليت جوهانسون أو الممثل براد بيت، وهما يمثلان أمام شاهروخ خان أو پرايتي زينتا في فيلم هندي. وهي ليست بفكرة بعيدة الاحتمال. فقد شاركت الممثلة الشقراء ذاتها والبريطانية ذاتها أليس باتن، ابنة الحاكم السابق لمدينة هونغ كونغ، كريس باتن، في فيلم Rang De Bassanti الذي حقق نجاحاً باهراً في عام (2005). وتعلمت أليس اللغة الهندية لأداء دورها حيث تحدثها بطلاقة في الفيلم فأدهشت وسحرت جماهير الحضور. وبعد سنوات من جعل من كنت أتجاوز معهم من الهنود يتفاعلون باستغراب حينما أتوجه إليهم بالحديث باللغة الهندية ويسألونني: السيدة تعمل في السلك الدبلوماسي، أليس كذلك؟ ولقد مررت بتجربة ممتعة لم أعهد لها سابقاً في العام الماضي، تمثلت في قيام سائقي سيارات الأجرة والبائعين في شوارع الهند بسؤالني بالهندية وهم يبتسمون «أوه، أشعر وكأنني موجود في فيلم Rang De Bassanti باستماعي إليك».

وتعد وسائل الإعلام الإلكترونية قوة فاعلة لابتكار المجتمعات المحلية الموجود في المخيلة. وإذا ما كان هناك من شيء يعد مجتمعاً عالمياً، فمن المؤكد أنه مجتمع عالمي للشباب. ويتلهف الشباب الهندي على إدراك إمكاناتهم وإمكانات بلدهم. وهم يتواصلون مع الإنترنت بطموح هائل وثقة عظيمة. وكما قال لي ميتاف كول: «يريد الهنود الآن أن يتولوا قيادة الأمر برمته. وبإمكاني أن أتذكر سيدة كانت تعمل في مجال الإخراج مع محطة MTV الهند عندما كنت أعمل على إعداد شريط فيديو لها، وهي تقول لي: إن ما كان يبحث عنه سايروس اوشيدار، المخرج المبدع آنذاك في فرع المحطة في الهند، هو «الأحدث» الأكثر إثارة للاهتمام؛ اميتاف نحن نحتاج إلى مزيد من «الأحدث» وفي كل مرة كانت تقولها، كانت يدها ستخفض لتهوي بضربة قاطعة. «اجعله «الأحدث» إنني أقول لك: إن ذلك هو المكان الذي سوف يأتي منه «الأحدث». إنه سيأتي من الهند ومن باقي أنحاء قارة آسيا».

العلامات التجارية في الهند

تتطور آلية الإعلان في الهند بالسرعة نفسها التي تتطور فيها وسائل الإعلام التي تروج لعرض الإعلانات. فقد تعلمت الشركات التي تملك مصالح في أكثر من دولة وبسرعة، أنها ولكي تبيع منتجاتها إلى المستهلكين الهنود، فإنه سوف يجب عليها أن تجعلها هندية. وعلى العكس من ذلك فإن الشركات الهندية تعمل على ربط منتجاتها بمقاييس الجودة الغربية: إما مع ما يطلق عليه عموماً الهندي العالمي - إنسان ذو ثقافة عالية، عالمي الانتماء والتفكير يشعر بالراحة في بومباي، مثلما يشعر بالراحة في نيويورك أو لندن - أو مع قيم هندية تقليدية. وفي أي من الحالتين فإنه يتم طرح المنتج للبيع عن طريق المبالغة في الترويج لمواصفاته، باعتباره يتيح للمستهلك المرور بتجربة تؤكد على الفور استقامته الثقافية بوصفه هندياً، وتحثي بوصوله إلى عالم الرخاء والتطور الغربي. وتحقق الإعلانات الخاصة بمنتجات متنوعة بتنوع قهوة «النسكافيه» Nescafé الجاهزة، وثياب الرجال التي تحمل العلامة التجارية «ريموند» Raymond، تحقق هذا المزيج، وغالباً ما تترافق مع صوت مهذب لرجل يتحدث بلهجة أبناء الطبقة العليا الهندية، ومن دون أخطاء ودائماً بلهجة بريطانية جداً، وإنما مع الأسلوب الصحيح تماماً للإيقاع الخفيف.

احتفى مفهوم «السواديشي» Swadeshi* التقليدي بالاكتماء الذاتي الهندي الذي تم تحقيقه عبر التضحية بالاستهلاك الغربي. وكان الآلاف من الهنود بقيادة المهاتما غاندي، قد عمدوا إلى التخلص من ثيابهم المستوردة. وأحرقوها في نيران كبيرة حاكت حماسة المشاعر الوطنية المتقدة وهي تكتسح البلاد. وأصبح القماش القطني المنسوج يدوياً على النول المسمى «كادي» Khadi النسيج المفضل للباس الهندي. وكان لا بد من رفض التكنولوجيا الأجنبية بشكل بارز وتام والمتمثلة في آلات النسيج الكهربائية، والمنتجات الأجنبية المتمثلة في الثياب الجاهزة. وكان دولاب الغزل الذي كان يعمل عليه غاندي يومياً لإنتاج خيوط الغزل

* ومعناها الاكتفاء الذاتي. وقد باتت حركة تدعو إلى تعزيز مفهوم غاندي عن الاستقلال الوطني وتشجيع الصناعة المحلية ومقاطعة البضائع الأجنبية واستيعاب العاطلين عن العمل في الصناعات القروية.

اليديوية، مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً جداً باستقلال الهند إلى درجة أنه كان موضوعاً في منتصف علم الدولة الجديدة، حيث تم استبداله في الدقيقة الأخيرة بدولاب «أشوكا» Ashoka* .

أما اليوم فقد تغير كل شيء. فالهند ترى نفسها الآن وقد باتت مهمة ومفيدة تماماً، ولها قيمتها عبر تقبلها وإتقانها لصناعة التكنولوجيا والمنتجات الأجنبية، بطريقة مماثلة كثيراً لما حدث مع حشود الغزاة القدماء الذين جاؤوا لغزو البلاد، فوقعوا أسرى لسحرها بدلاً من ذلك. وإن ما تتميز به الهند من فطنة وذكاء حاد في مجال تكنولوجيا المعلومات والابتكار العلمي، قادها إلى واجهة الأبحاث والتنمية، هو مثال جيد على هذا. ويشعر الهنود بفخر عظيم كونهم يستطيعون أن يرتقوا ليس فقط إلى مستوى المقاييس العالمية وإنما حتى أن يتفوقوا عليها في بعض الحالات. ولأنه جرى إنجاز الكثير جداً في وقت قليل جداً، فإن الشعب الهندي لديه إيمان جديد بالإمكانات والطاقات غير المحدودة لبلاده، وهو يلاحظ «برضا بالغ» أن العالم يمنح الهند أخيراً نوع الاهتمام الذي تستحقه. وتنعكس هذه المشاعر وتتعزيز بفعل ما يراه المشاهدون الهنود على شاشة التلفاز. وقد اهتمت المؤسسات الصناعية الإعلامية والترفيهية بما في ذلك المؤسسات المصاحبة لها المختصة بالإعلان والتسويق، اهتمت بشدة فجأة بشعور الهند الجديد بثقتها بالمستقبل: وهي تحتفي به وتشجعه.

كذلك انضمت الصحافة المكتوبة في الهند إلى البحث عن المشروعات الناجحة المريحة، وقامت في بعض الحالات برمي تاريخ ساطع من التقارير والتحقيقات والتحليلات المستقلة الممتازة من أجل ملاحقة عائد الإعلانات. ولم تكن هناك من مجموعة لوسائل الإعلام المطبوعة أكثر إجراماً بهذا الشأن من مجموعة «بينيت» و«كولن» الناشرة لصحيفة «تايمز أوف انديا» «Times of India». وتحتل اندو جاين، وهي ربة العائلة التي تمتلك هذه المجموعة المربحة للغاية، التي تدار بشكل رئيس من قبل ولديها الاثنین، تحتل حالياً مرتبة دائمة في قائمة أصحاب المليارات التي تصدرها مجلة «فوربس». وهي تمتلك صافي حقوق ملكية معلن

* 273-232 ق.م أعظم إمبراطور حكم شبه القارة الهندية. ويرمز الدولاب الذي يضم أربعة عشر قضيباً معدياً إلى ما يُعرف بالدارما، الشريعة الأزلية الهندوسية وتعاليم بوذا ومفهوم الفضيلة والصدق.

قيمته (1.7) مليار دولار. وقد جمعت جزءاً ليس بالقليل من ثروتها الهائلة عن طريق تحويل مطبوعاتها إلى وسائل فاعلة للدعاية والإعلان.

وقد أبلغني ناريش فيرنانديز Naresh Fernandes، رئيس تحرير طبعة مجلة «تايم اوت» Time Out التي تصدر في بومباي الذي اعتاد العمل لدى صحيفة «Times of India» أن صحيفة «تايمز أوف انديا» مسؤولة بالفعل عن إعطاء صورة مصطنعة عن هذه المدينة وأنت تعلمين، أنه شيء من نوعية ما ينشر في «الصفحة رقم 3». فقد كانت هناك زيادة مستشرية على نطاق واسع في الصحف الهندية لقسم أخبار المجتمع في «الصفحة 3» إلى حد أنه من الصعب الحصول على أي معلومات عن الهند، وأقل جداً عن العالم، عبر قراءة هذه الصفحات التي تركز على الحفلات والسينما ونجوم الإعلام وشخصيات المجتمع.

ولم تكن الصحافة التي تعطيك انطباعاً مريحاً عن الهند مقتصرة على المطبوعات الهندية ففي عام 2006، أعلنت أغلفة المجلات في أنحاء العالم بكل فخر عن «نهضة الهند» و«شركة الهند المتحدة»، و«الهند الجديدة» وأصبحت الهند الجديدة، حسناً، أنباءً.

إن هذه الهند الجديدة الخاصة بطبقة استهلاكية متمكنة تمسك بلحظتها المشرقة في التاريخ عبر ثورة تكنولوجيا المعلومات هي إلى درجة ما، هندٌ اخترعتها وسائل الإعلام. إن مقدرة الهند الجديدة على إبراز صورة إيجابية عن نفسها خارج حدودها، وعلى الشاشات وداخل وعي الناس في أرجاء الأرض قد تحققت، على نحو ليس بضئيل، عن طريق التخطيط. ويتم إنجاز ذلك بأخذ جزء من القصة -قصة هندٍ أغنى وأذكى وأكثر قوة ونفوذاً تغدو أكثر شبهاً بالغرب- وتحويله إلى القصة الكاملة. والنتيجة هي صورة محسنة ظاهرياً للهند حيث يجري التستر على الحقائق الأقل جاذبية للفقير المستوطن فيها، ووباء الإيدز المتفشي، والكارثة البيئية، والبُنى التحتية الريفية المنهارة، يجري التستر عليها بشكل سهل، إن لم يكن تجاهلها تماماً.

والنقطة المهمة في الموضوع هي ليست أن الهند الجديدة غير موجودة. هي موجودة، وهي صدقاً مثيرة للاهتمام وطافحة بالإمكانيات. إلا أنه من غير المعقول أن تكون الهند القديمة ميتة وغير موجودة. فالهنود يتحدثون بحرية عما يسمونه ببلدين اسمهما الهند،

وغالبا ما يشيرون إلى الهند الجديدة باسمها الإنكليزي «India»، والهند القديمة باسمها الهندي بهارات «Bharat». والهند هي ما يتم تمجيده في وسائل الإعلام بينما يتم الدفع بالحقائق الثابتة بصورة لا تدعو للارتياح لبهارات، بعيداً عن الشاشة وخارج العناوين الرئيسية للأنباء، جاعلة من كم هائل من المشكلات الخطيرة ومن عذابات الملايين من أبناء الشعب الهندي غير مرئية فعلياً. إن صور الأميين من الهنود الذين يعيشون مستوى معيشة ليس بأفضل من ذلك الموجود في شبه الصحراء الإفريقية لا تجتذب الاستثمار الأجنبي المباشر، ولكن صور الفنيين من الشباب بهيئتهم النظيفة وذقونهم الحليقة الموجودين في فناءات جامعات تكنولوجيا المعلومات المشادة على طراز جامعات كاليفورنيا، تفعل ذلك.

وتلعب إن الطرقات السريعة الجديدة مع القليل من سيارات الصالون الأمريكية اللامعة، التي تنطلق عليها بسرعة فائقة دوراً في جعل الهند معروفة للمستثمرين والقراء في الغرب. وتُكذب هذه الصورة العصرية طرقات وشوارع المدينة المختنقة، حيث تتزاحم أعداد غفيرة من السيارات والشاحنات مع المشاة وراكبي الدراجات الهوائية والعربات الخشبية التي تجرها الثيران المخصية، والجمال، والأحصنة أو الناس.

ويتم تمييز الهند الجديدة وتسويقها بشكل بارع جداً إلى جمهور دولي عن طريق مؤسسة أنصاف العلامات التجارية الهندية. ووفقاً للنشرة الخاصة بالمؤسسة، فإن «IBEF» India Brand Equity Foundation هي عبارة عن شراكة عامة - خاصة ما بين وزارة التجارة والصناعة، وحكومة الهند، واتحاد الصناعات الهندية. والهدف الرئيس للمؤسسة هو تكوين آراء اقتصادية إيجابية عن الهند عالمياً. وتدرك الحكومة الهندية ورؤساء المؤسسات والشركات التجارية تماماً بأن الآراء لها أهميتها لاسيما في اقتصاد المعرفة، الذي يشهد اهتماماً إعلامياً مكثفاً. وتهدف «IBEF» إلى التركيز على الأمور الإيجابية عندما يتعلق الأمر بالآراء العالمية حول الهند. وقد كان أكثر النجاحات روعة التي حققتها «IBEF» حتى تاريخه بالتأكيد، وإسهامها في العرض الباهر الذي أقامته أمام الاجتماع السنوي للأعضاء فائقي الثراء والنفوذ للمنتدى الاقتصادي العالمي، الذي عقد في مدينة داقوس بسويسرا العام

الماضي. وقد صعق الحاضرون بلوحات الإعلانات وهي تعلن عن الهند: «أسرع ديمقراطية للأسواق الحرة نمواً في العالم». وعندما دخلوا إلى غرفهم في الفندق قدمت لهم أجهزة «آي بود» من باب الضيافة، محملة بأغانٍ هندية معروفة مع شال من نسيج الباشمينا الصوفي، مجاناً. وكان الاستعراض المسرحي الرائع الذي تم إخراجه على نمط أسلوب بوليوود الجانب الأبرز في الفقرة الترفيهية للاجتماع، وتم باعتزاز الإعلان عن نهضة الهند إلى نخبة العالم التي كانت وفق كل الروايات مفتونة بما شاهدته.

وجاء رد فعل بهارات حاداً ومباشراً. فقد جرى بعد عدة أيام الإعلان عن إضراب نظمه عمال المطارات الرئيسة في الهند، مما أدى إلى توقف الرحلات الجوية داخل البلاد وخارجها على نحو شكلٍ ضغطاً كبيراً، واستضافة المسافرين في مراحيض طافحة تنوح منها الروائح الكريهة مع ساعات طويلة من الانتظار. وحسب تعبير أناند ماهيندرا في حديثه فإن الناس يهبطون في مطار بومباي للمرة الأولى في حياتهم ممسكين بنسخة من كتاب «العالم مسطح» الذي قرؤوه للإعداد لرحلتهم إلى الهند، وقبل أن يكونوا قد نزلوا من الطائرة يشاهدون الأحياء الفقيرة القذرة المكتظة بالسكان تمتد تحتهم ويفكرون «ياه، أية صفحة كانت تتضمن ذلك؟ لقد فاتتني قراءة ذلك الجزء». وأنا أقول لرجال الأعمال الزائرين: إن الأكثر أهمية من كل شيء هو أن التركيبة الذهنية وطريقة التفكير هي التي تغيرت في الهند. والباقي سوف يتلو». ويعلم أناند أنه يبالغ عندما يروي هذه الطرفة. فمن الواضح أن هناك ما هو أكثر من طريقة التفكير الذي يتغير. هناك واقع قائم خلف الدعاية المضللة. إلا أنه وغيره من كبار رؤساء الشركات التجارية الهنود يعرفون أيضاً مدى ما يجب بذله من جهد أكبر من أجل ردم الهوة ما بين واقع الهند وصورتها الجديدة.

وبعد مرور عشرات السنين من تحمل عبء الخجل من كونهم ينتمون إلى بلد فقير، أصبح العديد من أفراد النخبة الهندية ونظرائهم الهنود في دول الشتات يشعرون بالارتياح لتوفر قصة جيدة لديهم يروونها عن الهند. إنهم يشعرون بسعادة عارمة إزاء احتمال أن تصبح الهند لاعباً عالمياً غنياً وقوياً لمنافسة الولايات المتحدة والصين. وهم يضيقون ذرعاً بالفقراء.

ويشعر الكثيرون أن الوقت قد حان لكي تتعافى الهند، وهي إحدى أعظم الحضارات في العالم، من الضرر الفظيع الذي لحقها من جراء عملية استعمارها وأن تطالب باستعادة مكانتها الصحيحة بين الأمم العظيمة في العالم. والهنود هم من بين أكثر الشعوب إيماناً بقوميتهم ممن صادفتهم في حياة الأسفار التي قضيتها جاعلين حتى من الأمريكيين الذين يلوحون بالأعلام، يبدون أشخاصاً وطنيين لهم وزن ضئيل. وكلمة وطنية باللغة الهندية تقابلها كلمة deshprem، حب الوطن، ويتفاعل الهنود عاطفياً مع كل من النجاحات التي تحققتهم بلادهم وتجاه أية إهانة أو تحقير ملحوظ يرونه. ويشعر الهنود بفقر الهند على أنه أقصى إذلال يصيبهم، ويسلب الأمة مكانتها الصحيحة كقوة عالمية، وهو تذكير باقٍ للظلم الاستعماري الذي نهب البلاد أثناء مدة الحكم البريطاني للهند. ولدى الهنود إيمان عميق بأنهم، وبوجود مجال متساوٍ للمنافسة، يستطيعون أن يهزموا الغرب باستخدام الوسائل نفسها التي يستخدمها.

وقد كانت هذه وبشكل أساسي، رسالة فيلم «لاغان» Lagaan المرشح لنيل جائزة الأكاديمية لعام 2002، الذي روى حكاية مجموعة من القرويين الهنود الفقراء الذين يهزمون أسيادهم البريطانيين بكل معنى الكلمة وبوسائلهم هم: لعبة الكريكيت. ويكسب رئيس الفريق الهندي، الذي يؤدي دوره الممثل أميرخان ليس للعبة فقط، وإنما يكسب أيضاً قلب امرأة إنكليزية شابة جميلة تعلمه قواعد اللعبة بشكل سري، إلا أنه يصدها من أجل فتاة هندية جميلة من القرية.

محاولة السيطرة على الصحافة

هذا لا يعني أن الصحافة التي تجري تحقيقات ناجحة جداً غير موجودة في الهند. ففي شهر آذار من عام (2001). هزت صحيفة «تيلكا» Tehelka الأسبوعية البلاد عندما نشرت نص أشرطة تسجيل أعدها سراً اثنان من مراسليها هما انيرودها بهلال وماثيو صاموئيل، وهي تظهر عمليات قبض رشاولي في وزارة الدفاع على أعلى المستويات في الحكومة الهندية. واستقال بعدها وزير الدفاع جورج فيرنانديز نتيجة «عملية وست أند/ الطرف الغربي» أو ما أصبح يعرف ببساطة على أنه أشرطة «تيلكا». ولم يكن بالإمكان

تحمل مثل هذه الوقاحة من جانب جريدة إخبارية متعالية فتعرضت للملاحقة من قبل الحكومة حتى اضطرت إلى وقف العمل فيها وخفض عدد موظفيها من 120 شخصاً إلى أربعة أشخاص فقط. وجرى استهداف اثنين من المستثمرين في الصحيفة هما شانكار شارما وديثينا ميهارا، مع أنهما كانت لهما أسهم مالية صغيرة في الصحيفة، ولم يكونا مشاركين على الإطلاق في إدارة التحرير.

غير أن تارون تيجبال رئيس التحرير المؤسس لصحيفة «تيلكا» لم يرغب بالاستسلام مطلقاً، وهو وطاقم المحررين المخلص الذي كان كافياً للعمل في الحدود الدنيا اللازمة لم يفقدوا إيمانهم أبداً بأن صحيفة «تيلكا» سوف تحيا مجدداً على الرغم من أنه، كما قال لي في حفل غداء أُقيم في مدينة دلهي منذ سنتين: «تم تجريدينا أنا وجيتان (زوجته) من كل شيء. وقد مرت بنا سنوات صعبة نوعاً ما». وجرى تجنيد مجموعة من المؤسسين المشاركين في الصحيفة لتوفير دعم مادي يجعل الصحيفة تقف على قدميها ثانية. وقام هندي تقريباً بالاكتتاب فيها سابقاً وتسجيل اشتراكاتهم. وهناك من بين هؤلاء بعض أكثر الأسماء شهرة من العاملين في وسائل الإعلام الهندية وفي حقل الأعمال الفنية الترفيهية، بمن فيهم ميرانير، شابانا عزمي، وماهيش بهات، عدا عن ذكر نجم بوليوود الكبير شاهرود خان، وكذلك عدد من كبار الصناعيين الهنود، ووجوه المجتمع والمفكرين. وفي عام 2004. عادت صحيفة Tehelka للصدور مرة ثانية، وبلغ توزيع النسخة المطبوعة من الصحيفة مئة ألف عدد. وتصل النسخة الموزعة على الإنترنت إلى القراء في كل أنحاء العالم. وتستمر الصحيفة في توجيه انتقادات لاذعة، وإدارة عمليات خفية للكشف عن المجرمين بمشاركة بعض العاملين فيها حيث يندسون بينهم بدعوى أنهم من محترفي الإجرام، فتكشف عن فضائح الفساد عند كل منعطف، من رخص الطيارين التي يمكن الحصول عليها من دون قيادة طائرة من قبل إطلاقاً، إلى الأحزاب السياسية التي تدفع أموالاً لشهود في قضايا جنائية لمنعهم من الإدلاء بشهاداتهم. وقد شكل المثال الذي قدمته الصحيفة حافزاً للصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام المسموعة، التي تركز على إجراء التحقيقات والتحريرات. وكتب لي تارون قائلاً: «اليوم كل قناة أخبارية تنفذ عمليات للكشف عن المجرمين يتظاهر فيها أفراد

طاقمها بأنهم من محترفي الإجرام، وهناك حالة مستمرة من التصميم والرغبة بالمناقشة تملأ الأجواء». إن عودة صحيفة Tehelka إلى ممارسة دورها الإعلامي هي شهادة على روح التصميم لدى الصحفيين الهنود الذين لن يقبلوا بالتزام الصمت.

أما الشخصية المثابرة الأخرى التي تعمل في المجال الإعلامي والثقافي في الهند فهي موليكسا سارابهاي. وكانت موليكسا قد أرسلت طواقم التلفاز إلى الشوارع في عام 2002. من أجل تصوير وقائع المجزرة التي ارتكبت في مسقط رأسها في بلدة أحمد آباد بولاية غوجارات ضد مسلمي الولاية، وبموافقة من الحكومة المحلية. وقد شاركت لاحقاً في تقديم شكوى قضائية باسم المصلحة العامة ضد ناريندرا مودي، رئيس وزراء ولاية غوجارات أو ما يعرف بالوزير الأول. وواجهت بعد هذا مضايقات متواصلة شملت توجيه اتهامات إليها بأنها كانت تستخدم أكاديمية الرقص التابعة لها واسمها «داربانا»، من أجل التستر على عصابة تهريب أشخاص إلى داخل الولايات المتحدة بطريقة غير مشروعة. وكان على موليكسا وهي ممثلة لها شهرة دولية، وراقصة، ومصممة رقصات، وشخصية إعلامية كافحت على مدى طويل من أجل حقوق الإنسان بما فيها حقوق المرأة، كان عليها أن تحمل قضيتها إلى محكمة العدل العليا في الهند قبل أن تقوم شرطة ولاية غوجارات بإسقاط التهم السخيفة الموجهة ضدها.

وقد تلقت في العام الماضي ضوءاً أخضر من هيئة التخطيط الهندية من أجل تنفيذ مسلسل تلفازي طموح يستلزم الكثير من الجهد والعمل، ومخصص لطرح موضوعات اجتماعية وتنموية حساسة على جمهور واسع عبر الأسلوب الجذاب للمسلسلات الاجتماعية. وبعد تلقيها مذكرة تفاهم تجعل الدعم رسمياً، بدأت سارابهاي عملية الإنتاج ولكن التمويل المالي المخصص للمسلسل لم يتحقق أبداً. ونشرت صحيفة «بايونير» The Pioneer مقالة مثيرة للغضب تتهم الحكومة بإعطاء سارابهاي أموالاً من أجل توجيه «ضربة عنيفة إلى ولاية غوجارات». وقالت لي ببساطة عندما اتصلت بها هاتفياً لأستفسر عما يحدث أنه تم إبلاغها ببساطة أخيراً، «إن رئيس وزرائك لم يكن مسروراً».

في عام (2006). جاء ترتيب الهند في المرتبة «105» في القائمة التي تصدرها منظمة «مراسلون بلا حدود» (حلت الولايات المتحدة في المرتبة الثالثة والخمسين). وكان ينظر إلى

صحافتها على أنها «حرة جزئياً» من وجهة نظر منظمة Freedom House «فريدم هاوس» «البيت الحر»، وبينما تتمتع الهند بصحافة ديناميكية نشطة وحتى فوضوية لا سيّما بالمقارنة مع الصحافة في أية دولة أخرى تقع في محيطها تقريباً، وبالتأكيد بالمقارنة مع الصين - فإن نقاد الحكومة الوطنية وحكومات الولايات والحكومات المحلية قد يتعرضون لمضايقات شديدة إذا ما تسببت تقاريرهم في التأثير في الوضع القائم، وكشفت الفساد المستشري أو أبرزت ما يعد الصورة المغلوطة.

ويشهد توزيع المطبوعات في الهند ازدهاراً كبيراً. وتزداد المقدرة على معرفة القراءة والكتابة، ويتم إدخال صحف ومجلات جديدة بسرعة مذهلة، سواء النسخ الهندية من مطبوعات أمريكية وأوروبية معروفة وأخرى هندية جديدة أيضاً. فهناك نسخ هندية من مجلات «ال» Elle، و«كوزموبوليتان» Cosmopolitan وحتى مجلة ذات لهجة أخف حدة من مجلة Maxim. وقد انضمت هذه المجلات إلى مجلات هندية لها شأنها مثل «أوت لوك» Outlook، «فيمينا» Femina ومجلة «سيمينار» Seminar، التي تركز على ما يصدر من مطبوعات، والمجلة النصف شهرية فير «Verre» الخاصة بالهند المهتمة بمتابعة المقتنيات باهظة الثمن الملفتة للانتباه، والمطبوعة على ورق صقيل، التي تصدرها سيدة المجتمع المعروفة في مدينة بومباي أنورادها ماهيندرا.

ويجذب رواج وسائل الإعلام المطبوعة في الهند الصحافيين اللامعين للعودة إلى الوطن من الخارج. فقد ترك راجوناريستي رئيس التحرير السابق لصحيفة وول ستريت جورنال - أوروبا Wall Street Journal Europe ترك عمله العام الماضي ليعود إلى الهند من أجل إطلاق طبعة هندية من الصحيفة مع مجموعة «هندوستان تايمز» Hindustan Times. وستكون هذه أول طبعة أجنبية تصدر في الدول المشاركة في إصدار الصحيفة. وانتقل فيرنانديز الذي يصدر مجلة «تايم أوت» مجلة عائدة إلى الهند في عام (2001) بعد خمس سنوات من العمل مع صحيفة وول ستريت جورنال في نيويورك. وبدأ غوتام أدھيكاري بإصدار صحيفة جديدة في عام (2005). تسمى «ديلي نيوز أند اناليسيس» Daily News & Analysis، والمعروفة باختزال الأحرف الأولى من كلماتها، وهي DNA «دي. ان. آي».

منذ أقل من عقدين كانت الهند بلاداً أدارت فيها الدولة التغيير من الأعلى في محيط محمي من رأس المال العالمي. وعدا عن صحافة مطبوعة حرة نوعاً ما، كان الوسط الإعلامي تحت السيطرة. وكانت لدى الناس فرص محدودة ليكونوا شهوداً على العالم خارج محيطهم المباشر. وكانت لديهم حتى فرصة أقل للمشاركة في ذلك العالم. وكانت الروح الجماعية السائدة هي روح البساطة والزهد، أما في الوقت الحاضر فإن الهند تتحول بسرعة إلى دولة يسيطر عليها مواطنون مستهلكون يرون في العولة وعملياتهم الاستهلاكية، المحركات المزدوجة التي ستدفع البلاد إلى تحقيق قدرها بصفتها قوة عالمية. والهنود سواء في الهند وفي بلاد الشتات متحمسون للخوض في مجال الشركات الإعلامية والأعمال الفنية الترفيحية. أما طموحهم فلا حدود له، وأما رؤيتهم فهي رؤية شاملة.

وبينما تقوم الهند، العملاق الحضاري الناهض، باكتساب قوة اقتصادية وسياسية، فإن نفوذها الثقافي سوف يزداد أيضاً. يوماً ما عما قريب، وعندما توجد كتلة مهمة من الموهبة، والمال، والسوق في قارة آسية، سيتم الوصول إلى مرحلة انقلابية وستنتقل الهند من الانضمام إلى اللعبة، أو حتى الفوز في اللعبة إلى اختراع قواعد جديدة لألعاب جديدة. وعندها سوف تصبح الأمور مثيرة للاهتمام.

