

الجزء الأول

العولمة والحداثات البديلة

1

العولمة المدارة

سلطة الدولة والتحول الثقافي في الصين

يونكسيانغ يان

في مقال لاذع عن تأثير الهيمنة الأمريكية على المجتمع الصيني، لاحظ معلق صيني أن كثيرين من الشباب المتظاهرين في أثناء مظاهرات 1999 م الطلابية احتجاجاً على قصف الناتو للسفارة الصينية في بلغراد يوم 7 أيار / مايو 1999 م، كانوا يكرعون الكوكاكولا وهم يرددون هتاف «فلتسقط الإمبريالية الأمريكية» أمام سفارة الولايات المتحدة في بكين. تسير المفارقة الساخرة إلى ما هو أبعد من ذلك بكثير. حين عكف بعض النشطاء الشباب على إرسال رسائل عبر الإنترنت داعين إلى استنفار حركة لمقاومة غزو الثقافة الغربية، بدوا غافلين عن حقيقة أن الرسائل كانت باللغة الإنجليزية وموقعة بأسماء شخصية إنجليزية مثل «جوان» و«فرانك». وثمة آخرون ذهبوا لتناول الطعام في أحد أكشاك فروج كنتكي المقلبي بعد ملء الشوارع بشعارات معادية لماكدونالد مباشرة⁽¹⁾. بالمثل، حين قامت محطة التلفزة الصينية بإلغاء بثها المبرمج لألعاب رابطة كرة السلة القومية تعبيراً عن الاحتجاج في حزيران / يونيو 1999 م، قام عدد كبير من المشاهدين بزيارة التلفزيون تعبيراً عن الشكوى، مصرين على ضرورة الامتناع عن الربط بين الأحداث الرياضية والسياسة.

خلال الجزء الثاني من بحثي الميداني، في صيف 1999 م، حالفني الحظ وتمكنت من مقابلة طالب جامعي كان زعيم إحدى المجموعات الطلابية التي تظاهرت أمام السفارة الأمريكية من جهة وأحد أولئك الذين جاؤوا للتعبير عن الشكوى من إلغاء بث ألعاب الرابطة القومية لكرة السلة من جهة ثانية. ولدى سؤاله عن سبب تصرفه بهذه الطريقة المتناقضة، فوجئ تماماً ورد قائلاً: «لا، لم يكن هناك أي تناقض. نعم أنا أكره الهيمنة الأمريكية، وأعشق ألعاب رابطة كرة السلة القومية. غير أن هذين أمران مختلفان. ألعاب رابطة كرة السلة القومية تخص العالم، وللجميع حق الاستمتاع بها». حين نظرت إلى عينيه مباشرة، لمست مدى صدقه وبراءته. أدركت على الفور أن من شأن ثقافة كوكبية حقيقية أن تقوم فعلاً، بالنسبة إلى الشبيبة من أمثال محاورى، بزرع المتعة والفَرَح في قلوب أناس من خلفيات ثقافية مختلفة، مع بقائهم قوميين ووطنيين سياسياً في الوقت نفسه.

يتألف هذا الفصل من قسمين. أقوم، أولاً، بمعاينة الأوجه الأربعة للعولمة الثقافية (كما أوجزها بيتر بيرغر) في السياق الصيني: نخبة الأعمال، نادي الكلية، الثقافة الشعبية، والحركات الاجتماعية⁽²⁾. فمع حلول نهاية عقد تسعينيات القرن العشرين لم يكن تحري وجود قوى العولمة الأربع صعباً، إلا أن تأثيرها على الحياة الاجتماعية الصينية يتباين كمّاً وكيفاً. عموماً، يبدو أن قوة العولمة المتمثلة بالثقافة الشعبية هي الأقوى، في حين يميل الحراك الاجتماعي إلى الاختلاف بين حالة وأخرى؛ غير أن القوتين، كليهما، تركتا تأثيراً مباشراً على الحياة اليومية للناس العاديين. أمّا تأثير نخب البحوث العابرة للحدود القومية والأعمال العابرة أيضاً للحدود القوية فقد بقي، على النقيض من ذلك، محصوراً بحدود شرائح اجتماعية ذات علاقة. لقد بذلت الدولة ومعها الحزب جهوداً كبيرة للتحكم بقوى العولمة الأربع جميعها، غير أنها لم توفق في تحقيق ما خططت له أغلب الأحيان.

في القسم الثاني أتناول بالتحليل أدوات العملية وسياقها الاجتماعي . فمع حلول آخر تسعينيات القرن العشرين كانت الأكثرية من المواطنين العاديين والنخبة في الصين قد تبنت وجهة النظر القائلة بكون العولمة مرحلة حتمية في مسيرة تحديث الصين فضلاً عن توفيرها فرصة للحاق بركب البلدان المتطورة . وفي سبيل الاستفادة من هذه الفرصة بقيت الدولة الصينية حريصة على الاضطلاع بدور مهم في تشكيل نوع من الإجماع القومي القائم على تيسير مشاركة الصين بسيرورة العولمة ، الإمساك بزمام توجيه الاندماج الاقتصادي ، وتحقيق التوازن بين إيجابيات العولمة الثقافية وسلبياتها - وهو دور معقّد ومركّب شبيه بدور مدير مؤسسة من نواح كثيرة . ومن هنا عنوان هذا الفصل «العولمة المُدارة» .

رسم خريطة أوجه العولمة الثقافية الأربعة

ثقافة دافوسية أم روح تجارية كونفوشيوسية؟

هل تشهد الصين ظهور نخبة أعمال عابرة للحدود القومية ومعها ثقافة دافوسية مصاحبة؟ تتعذر الإجابة عن هذا السؤال ، كما يتضح من المثالين التاليين ، بكلمة نعم أو لا بسيطة . في أثناء عملي الميداني سنة 1998 م التقيت بمديرة أعمال ناجحة في أواخر العقد الرابع من عمرها . تملك شركات عقارية في اثنتين من مدن البر الصيني إضافة إلى شركة استيراد - تصدير في هونغ كونغ ؛ وتملك أيضاً منزلاً في كونكتيكت وقد أصبحت مقيمة دائمة في الولايات المتحدة منذ عدد غير قليل من السنين ، رغم أن عليها أن تكثر من الذهاب إلى الصين لتدير أعمالها . قالت لي إنها توزع وقتها بصورة شبه متساوية بين الأماكن الأربعة ، غير أنها لا تشعر بالراحة المنزلية إلاّ عندما تكون في مكان إقامتها الأمريكي ، حيث تستطيع أن تتحرر تحراً كاملاً من عملها . قالت لي مرة بكثير من العفوية ، كما لو كانت تعلن ما هو تحصيل حاصل كما يقال ، «أعتقد أنني مواطنة عالمية» (شيحية غونغمين) .

أما المثال فيخص مديرة أعمال ناجحة أخرى تدعى السيدة وو، كانت إحدى كبار موظفي مايكروسوفت التنفيذيين في بكين حتى حزيران / يونيو 1999 م، حين استقالت لأسباب شخصية غير محددة كما جاء في سجلات الذاتية. غير أنني ما لبثت، من خلال صديقة حميمة كانت قد تعاونت مع السيدة وو في كتابة سيرتها الذاتية، أن علمت أن السبب الحقيقي الكامن وراء استقالتها كان متمثلاً باستيائها من الأساليب التي اعتمدتها شركة مايكروسوفت في اجتياح الأسواق الصينية. اقتنعت بأن بعضاً من الاستراتيجيات التي كانت مايكروسوفت قد استخدمتها في مجال التنافس مع الشركات الصينية كانت لا أخلاقية وغير مقبولة بالتالي. لقد بدت ممزقة بين أن تكون مديرة تنفيذية جيدة من جهة ومواطنة صينية صالحة من جهة ثانية فوق اختيارها على ترك الوظيفة بعد إسماع رؤسائها في إدارة مايكروسوفت شكواها واحتجاجاتها. بعد الاستقالة قالت لصديقتي «أنا صينية في المحصلة».

مع الوصول إلى نهاية بحثي الميداني في 1999 م أصبحت مقتنعة بأن من المبكر توقع رؤية ثقافة دافوسية مميزة في دوائر الأعمال الصينية. صحيح أن بعضاً من الأفراد المتممين إلى أوساط الأعمال يعيشون فعلاً أنماطاً حياتية مفرطة في غربتها، مطلقون على الثقافة الغربية، ويتصرفون، في أثناء العمل، تصرفات شبيهة بتصرفات نظرائهم في نيويورك ولندن، غير أن مدى قدرة هذه الثقافة الدافوسية على التوغل في الحياة الاجتماعية الصينية وما إذا كانت تُخَبِّ الأُعمال هذه قادرة فعلاً على التصرف كما لو كانت جزءاً من طبقة رأسمالية عابرة للحدود القومية (حسب تعبير سكلير) حين ينشب نزاع بين مصالح الشركة والتقاليد القومية أو الثقافية⁽³⁾، يقيان من المسائل المتعلقة. وبالنسبة إلى المسألة الثانية خصوصاً، التقيت بعدد من رجال (ونساء) الأعمال ممن أبدوا اهتماماً قوياً بترسيخ أقدام نُخبة رُوشانغ محلية أو نُخبة أعمال مؤلفة من أناس يجسدون نمط «التاجر الكونفوشيوسي» - تلك الظاهرة التي سأتناولها بعد قليل.

قد تنشأ مسألة ثقافة الأعمال الصينية بامتياز كلها بسبب تعدد أشكال ملكية الأعمال واقتصاد السوق غير المكتمل فترة الانتقال إلى الاشتراكية. فملكية هذه الشركة أو تلك قد تعود إلى الدولة، إلى جماعة معينة (مجتمع منطقة محددة)، إلى أشخاص، إلى أصحاب أسهم، أو إلى جهة أجنبية مستقلة. والناس في الأنواع المختلفة من الشركات يتمتعون بدرجات متباينة من القدرة على التواصل مع العالم الخارجي، يتحلون بأخلاقيات عمل مختلفة، ويتبنون قيماً وأنماطاً سلوكية متغايرة.

على العموم، يميل أولئك الذين يعملون في الشركات العائدة للحكومة إلى أن يكونوا أكثر محافظة وأقل حساسية إزاء التغييرات الحاصلة في العالم الخارجي؛ غير أن هذا لا ينطلق، بالضرورة، على أولئك الذين يشغلون مناصب رفيعة في هذه الشركات. فلدى المدراء التنفيذيين وكبار الإداريين في هذه الشركات، نظراً لوجود روابط وثيقة، بل وحتى علاقات قائمة على القرابة، بين الشركات الحكومية والحكومة، إحساس قوي بأنهم أعضاء في النخبة السياسية جنباً إلى جنب مع نخبة الأعمال. كثيرون منهم يسافرون بانتظام إلى أوروبا وأمريكا الشمالية، بل وقد أكمل بعضهم دراسة في الخارج. السيد لي، مثلاً، هو أحد نواب رئيس شركة تعود ملكيتها إلى أكاديمية العلوم الصينية، التي هي معهد دراسات من ناحية وأحد فروع الحكومة في إطار مجمع العلوم من ناحية ثانية. إنه ناجح تماماً ويكثر من التنقل المكوكي بين لوس آنجلوس وبكين، نظراً لأن زوجه وابنته تعيشان في سانتا مونيكا الكاليفورنية. غير أن (لي) يبقى مصراً على بقاء عمله في الصين وعلى الاحتفاظ بأساليب العمل الصينية، رغم أنه يحب نظام القيم ونمط الحياة في الولايات المتحدة.

أما النخب الإدارية في الشركات المشتركة والأجنبية فتكون أكثر تغرباً من نظيراتها في الشركات الحكومية، وسبق لكثير من أعضائها أن حصلوا على شهادات ماجستير إدارة أعمال وغيرها من الدرجات العلمية العليا من جامعات

أجنبية. من اللافت للنظر أن هؤلاء الناس يقومون فعلاً بترسيخ الثقافة الغربية في مكان العمل؛ كما على صعيد نظام الإدارة المؤسسية أو مهارات الاتصالات والتدجين أو التأهيل. (لعل الحالة المتطرفة التي واجهتها كانت متمثلة بتلك التي تم فيها فرض نمط اللباس الغربي على جميع المستخدمين، مع فرض قواعد إضافية متعلقة باستخدام مستحضرات التجميل على العاملات). إلا أن عدداً كبيراً من أفراد النخبة هؤلاء يظلون، في حياتهم الخاصة، تقليديون إلى حدود معينة، خصوصاً فيما يتعلق بالعلاقات بين الجنسين، بتربية الأطفال، وبالعلاقات الشخصية البينية. كان هؤلاء يعتبرون أنفسهم نمطاً جديداً من أنماط «التاجر الكونفوشيوسي» (وكلمة «تاجر» هنا تعني جميع أصناف الناس المنخرطين في الأعمال)، فضلاً عن أن كثيرين أبدوا معارضة قوية لما شكل، بنظرهم، تسليمًا كاملاً بـ «جوانب سطحية (قشور) من الثقافة الغربية» لدى المهنيين الأكثر شباباً.

تلعب السن دوراً مهماً في الصين. فالمهنيون الشباب (كوادر التسويق، التكنولوجيا، والعلوم في العقد الثالث من أعمارهم) الذين يشكلون أكثرية الفئة الاجتماعية التي برزت حديثاً من «ذوي الياقات البيضاء»، يميلون إلى احتضان القيم وأنماط الحياة الغربية بحماس. وهؤلاء المحذلقون الذين ترعرعوا في أجواء أواخر ثمانينيات القرن العشرين الأكثر انفتاحاً مستعدون سلفاً للاستمتاع بموسيقى البوب الغربية، بالأفلام، وبالقيم الأخلاقية الغربية، مثل الحرية الشخصية، الاستقلال، مع إحساس قوى بامتلاك حق الاستمتاع بحياة أفضل. ويضطلع هؤلاء أيضاً بأدوار طليعية على صعيد التيارات الجديدة في ميادين الأزياء، الرياضة، اللهو، وجملة الفعاليات الاستهلاكية الأخرى. وبما أنهم شباب وعازبون في الغالب، فإنهم يتمتعون بالطاقة والميزة اللازمتين لاستكشاف الأشياء الجديدة⁽⁴⁾.

لعل أحد التطورات المثيرة بين صفوف المهنيين المحذلقين هو أن النساء

ينزعن إلى أن يَكُنَّ أفضل أداءً وأكثر اقتناعاً بوظائفهن الراهنة مقارنةً بنظرائهن من الذكور. وبالتالي فإن عدداً كبيراً من النساء في السنوات المتراوحة بين الخامسة والعشرين والخامسة والثلاثين من أعمارهن يشغلن مناصب إدارية متوسطة في الشركات المشتركة والأجنبية. أضف إلى ذلك أن عدداً متزايداً من المهنيات يواجهن صعوبات في الاهتداء إلى أزواج مقبولين نظراً لمكانتهن ومرتبتهن الأعلى في أماكن العمل وأنماط حياتهن الأكثر تغرباً في ميادين الحياة الخاصة⁽⁵⁾.

أكثرية هؤلاء المهنيات الشابات يعملن في المستويات الدنيا من الإدارة، التسويق، والدعم الفني في الشركات الأجنبية وتلك العائدة للدولة على حد سواء. غير أنهن ما إن يتقدمن على الصعيدين البيولوجي والمهني حتى يبدأن بالزوع إلى أن يصبحن أكثر محافظة وتقليدية، ومع مرور الوقت فإن كثيرين من هؤلاء يفضلن أن يتحولن إلى «تجار كونفوشيوسيين»، أو خبراء أعمال ناجحين مثل فئة الموظفين الباحثين [الشهيرة] في الصين الإمبراطورية. وعبرة «تاجر كونفوشيوسي» هنا تنطوي على أن رجل الأعمال هو في الوقت نفسه خبير وباحث متمكن من جوهر الثقافة الصينية التقليدية، ملتزم بدعم البحوث والشؤون الثقافية، ومحتفظ بعلاقات وثيقة مع النخبة السياسية. برأي السيد تشن تيانشنغ البكيني، وهو نفسه عضو معروف من أعضاء هذه الطبقة، ليس صحيحاً اعتبار «التاجر الكونفوشيوسي» مجرد باحث أكاديمي تحول إلى رجل أعمال. والخلفية الثقافية لا تستطيع، وحدها، أن تجعل المرء تاجراً كونفوشيوسياً. ما ينطوي على قدر أكبر من الأهمية هو أن على سلوك الشخص أن يتطابق مع المعايير الكونفوشيوسية مثل عمل الخير، الاستقامة، اللباقة، الذكاء، والجدية⁽⁶⁾.

تبدو السمات الفريدة لبيئة الأعمال في الصين سبباً رئيسياً من أسباب عدم التزام عدد كبير من أعضاء نخبة الأعمال بمثل التجار الكونفوشيوسيين العليا.

وعلى الرغم من انقضاء عقدين كاملين على اعتماد جملة الإصلاحات ذات التوجه نحو السوق، فإن الأسواق الصينية ما زالت مطبوعة بنظام ذي مسارين، نظام تُمسك فيه الدولة بمفتاح التحكم بموارد السوق الاستراتيجية، تملك أكثرية المشروعات والمؤسسات الكبرى، وتستطيع، إلى حد كبير، تقرير وحسم مصائر الشركات الخاصة عبر تطبيق خطط وأنظمة معينة. في معظم الحالات تكون ارتباطات خاصة مع أناس مفتاحيين مسؤولين عن مؤسسات حكومية ذات علاقة هي المفاتيح التي تمكن المرء من النجاح في عالم الأعمال. وبالتالي فإن طبقة الأعمال المنبثقة حديثاً تعتمد على دعم كل من الدولة (مركزياً أو محلياً) ووكلائها (الكوادر)، في ظاهرة أطلق عليها ديفيد وانك اسم «نظام التبعية القائمة على التكافل». أضف إلى ذلك أن الشبكات الشخصية المستندة إلى روابط القرابة والصداقة (غوانكسي) تنطوي هي الأخرى على أهمية استثنائية في عالم الأعمال⁽⁷⁾.

ليست مهارات الإدارة والأعمال ذات الطراز الغربي، على الصعيد العملي، كما أكد لي عدد غير قليل ممن قابلتهم، إذن، إلا عوامل ثانوية في نجاح العديد من مبادري القطاع الخاص، على الرغم من أن كثيرين يَغزُونَ نجاحهم، علناً، لعاملي الإدارة والتكنولوجيا الحديثين، مسaire للرواية الرسمية المقبولة على نطاق واسع لقصة التحديث. لا غرابة، إذن، أن يكون عدد كبير من أفراد النخبة الصينية وكبار محترفي الإدارة متمسكين جوهرياً بوجهات نظر محلية عن العالم، بقطع النظر عن أحذيتهم المصنوعة في إيطاليا، ساعاتهم المنتجة في سويسرا، ولغتهم الإنجليزية الطليقة.

التعلم من الغرب وإلباس البحوث ثوباً صينياً

كما سبق أن قيل، يَكْمُن أحد الأسباب الرئيسية لعدم إحساس نُخبة الأعمال الصينية بوجود الحافز على التَغَرُّب في قدرة طريقة العمل الصينية على تمكينها من البقاء والنجاح في الصين. غير أن هذا لا ينطبق على فئة المثقفين

وبالبحثين في ميادين العلوم الاجتماعية والإنسانية الذين اكتشفوا أن أفضل طرق النجاح المفتوحة أمامهم هي طريق استيراد النظريات ومناهج البحث الغربية. يبدو لي أن الميدان الثاني للعولمة الثقافية - ميدان ثقافة نادي الكلية - يكون، في الحالة الصينية، مطبوعاً ببعض سمات الحقبة الهلنستية من تاريخ تطور طبقة المثقفين الغربية [الإنتلجنسيا الغربية].

من المعترف به على نطاق واسع أن هيمنة الإيديولوجيا الماركسية والاقتصاد المخطط تشكل الركيزتين اللتين تسندان أساس سلطة وشرعية الحزب الشيوعي الصيني. غير أن قادة الحزب، حين قرروا إصلاح الاقتصاد، حلموا أيضاً بالحفاظ على الإيديولوجية القديمة كما هي دون مساس. وعلى الرغم من أن دنغ هسياوبنغ أقحم النزعة البراغماتية على عملية التنمية الاقتصادية، فإنه بقي، في الوقت نفسه، مصراً على ضرورة بقاء الدولة - الحزب ملتزمة بالمبادئ الأربعة المتمثلة بالطريق الاشتراكية، دكتاتورية البروليتاريا، قيادة الحزب الشيوعي، والفكر الماركسي - اللينيني - الماوتسيتونغي. أضفى الحزب صفة القداسة على هذه المبادئ الأربعة منذ إعلانها في 1979 م، وتبقى نواة الإيديولوجيا القديمة ورمز الحكم الشيوعي في الوقت نفسه. ودولة الحزب لا تتردد في إنزال العقاب بكل من يجرؤ على تحديها.

لعل الاستراتيجية المثلى بالنسبة إلى المثقفين الذين لا يتحدثون دولة الحزب صراحة ولكنهم يطمحون إلى تحقيق هامش فكري أوسع وقدّر أكبر من الحرية هي تلك القائمة على تجنب الخطاب الماركسي عبر بناء منظومات فكرية أخرى. وهذا يعني استيراد نظريات وصيغ بحث غربية وتوظيفها لنقد المجتمع والثقافة المعاصرين. ومنه ما يعرف باسم حركة التنوير الجديدة لثمانينيات القرن العشرين، التي شهدت ازدهار مختلف أنواع الفكر الغربي مع ترجمة عدد كبير من الكتب والمقالات. جرى استحداث الحرية، الديموقراطية، واقتصاد السوق في الصين بوصفها رُقى الحداثة السحرية، وما لبثت أسماء مفكرين غربيين مثل

فير، فرويد، سارتر، وليفي شتراوس أن أصبحت جزءاً من القاموس الأكثر تردداً على ألسنة المثقفين وطلاب الكليات .

ما لبث تيار موال للغرب أن أخذ شكلاً واضحاً في غضون عقد الثمانينيات، بالغاً أوجه في المسلسل التلفزيوني الوثائقي ذي الحلقات الثماني الذي حمل اسم مراثية نهر، والذي بُثَّ في 1988 - 1989 م. قام هذا المسلسل التلفزيوني على إدانة الثقافة الصينية التقليدية إدانة كاملة وعلى الدعوة إلى نوع من التبني غير المشروط للثقافة الغربية. وخلال هذه الفترة عبّرت أكثرية عن إيمانها بكونية وشمولية النموذج الغربي لعملية التحديث. بدت الطريقة الوحيدة التي من شأنها أن تمكن الصين من تحديث نفسها، بنظر هؤلاء، متمثلة بإتقان فن التعلم من الغرب. ثم جاءت أحداث ساحة تياننمن في الرابع من حزيران / يونيو 1989 م لتضع حداً لهذا التوجه.

فيما حاول بعض الباحثين، في تسعينيات القرن العشرين، إعادة اكتشاف موارد مفيدة في مخزونات التراث (ومنه الاهتمام المتجدد بالتحاليم الكونفوشيوسية)، كان الباحثون الأنشط هم أولئك الذين دأبوا على توظيف جملة النظريات التفكيكية وما بعد الكولونيالية وغيرها من نظريات ما بعد الحداثة لنقد مشروع التحديث. ما لبث كل من ميشيل فوكو، إدوارد سعيد، بيير بورديو، وجاك دريدا أن أصبحوا أبطالاً ثقافيين جدداً بين صفوف حَمَلَة لواء ما بعد الحداثة الصينيين، وكانت ثمة موجة جديدة من ترجمة الكتب الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية بأكثريتها). وبالتوازي مع تيار ما بعد الحداثة سارت ترجمة وترويج مؤلفات يورغن هابرماس وفريدريك هايك من جانب مثقفين ليبراليين جدد. وقد ترافق هذا بجدل ملتهب بعد سنة 1997 م حول دور النظام الرأسمالي الكوكبي في الصين فيما بين ما عرف باسم اليسار الجديد والليبراليين الجدد، وكل من الطرفين يتهم الآخر بالوقوع في خطأ تطبيق نظريات غربية على الوقائع الصينية تطبيقاً أعمى.

ثمة عامل آخر من العوامل التي تساهم في «دراسات العولمة» يكون مستمداً من أصول متواضعة - من الدعم المالي - بما أن المفترض هو أن هناك مؤسسة واحدة فقط تابعة للدولة وخاضعة لها تتولى شؤون العلوم الاجتماعية والإنسانية ولا تقدم المنح، بالتالي، إلا إلى المشروعات الصائبة سياسياً، فإن عدداً كبيراً من الباحثين المستقلين وذوي العقول المنفتحة يتعين عليهم أن يهتدوا إلى مصادر خارجية لتمويل البحوث، إما بالتنسيق مع باحثين أجانب أو عبر تقديم الالتماسات إلى المؤسسات الأجنبية بصورة مباشرة. هناك عدد من وكالات التمويل التي لها فروع في الصين أبدت اهتماماً قوياً بقدر أكبر من الانخراط المباشر. فمؤسسة فورد، مثلاً، قامت بتمويل مشروع بحثي عن العمال الفلاحين المهاجرين في المدن الصينية واستطاعت تشغيل ثمانين فرق بحثية لإنجاز المشروع. ومما يثير قدراً غير قليل من الإثارة أن ستاً من فرق البحث الثماني كانت تابعة لمراكز خاضعة لرعاية الدولة؛ فرقة واحدة فقط كانت من جامعة بكين، في حين كانت الأخيرة تابعة لأكاديمية العلوم الاجتماعية الصينية.

ليس الحصول على المساعدات الأجنبية، كما يقول الباحثون الصينيون، مجانياً على الإطلاق. فللتنافس على المنح يتعين على الباحثين أن يصمموا مشروعاتهم وفقاً للمعايير الأكاديمية الغربية ويُجروا بحوثاً منسجمة مع مصالح الجهات الممولة. مما أدى إلى جعل الباحثين الصينيين يحذون حذو الباحثين الغربيين على الصعيدين النظري والمنهجي كليهما، بما في ذلك عمل أكثر حملة لواء ما بعد الحداثة تطرفاً ممن قد يبدون، بنظر المثقفين الليبراليين من ذوي الطراز الأقدم، أسوأ مقلدي المثقفين الغربيين تقليداً أعمى.

يتمثل تطور ذو علاقة بشروع شركات عابرة للحدود القومية بإيجاد منح دراسية وزمالات مختلفة في كبرى جامعات الصين، وصولاً إلى ممارسة قدر كبير من النفوذ بين الطلاب. فحسب أحد التقارير الإخبارية الصادرة في 1997 م

كانت نسبة تزيد عن السبعين بالمئة من أموال المنح البالغة أربعة ملايين ونيف في جامعة بكين مقدمة من شركات عابرة للحدود القومية، في حين أن نسبة خمسين بالمئة من المنح في جامعة كنفوا المجاورة جاءت من مصادر أجنبية. وبما أن هاتين الجامعتين النخبويتين تعتبران موازيتين لجامعتي هارفارد وميت MIT على التوالي، فإن كثيرين بدأوا يشعرون بالقلق إزاء التأثير طويل المدى للمنح الأجنبية على الدوائر العلمية والثقافية - الفكرية في الصين⁽⁸⁾.

كما لاحظ العديد ممن قابلتهم يطرح الأمر معضلة ذات شقين على الباحثين الصينيين المدافعين عن الاستقلال وحرية الكلام. فعلى المستوى الاقتصادي عليهم أن يختاروا بين المؤسسات الحكومية الخاضعة لتحكم الدولة ومصادر التمويل الأجنبية التي لا تكون، بأي من الأشكال، مُبرأة من الأغراض السياسية حين تنفق الأموال على بحوث صينية؛ أما على المستوى السياسي فهم يريدون التصدي للنظام السياسي المتسلط القائم على القمع (بما يعني الترحيب بالرأسمالية واقتصاد السوق)، غير أنهم يريدون، في الوقت نفسه، أن يدافعوا عن الثقافة الصينية في مواجهة القوة الكاسحة للنظام الرأسمالي الكوكبي، دون التسبب في إبطاء سرعة الإصلاحات التي ستمكن البلاد من الانفتاح على العالم الخارجي.

رداً على التأثير متزايد القوة للمنح الدراسية الغربية في الصين (من الواجب أن نلاحظ هنا أن على الباحثين حتى في مجال الآداب الصينية القديمة أن يجتازوا اختباراً باللغة الإنجليزية قبل ترقيتهم)، شاع تيار يطالب بإضفاء الهوية الصينية على العلوم الاجتماعية في السنوات الأخيرة، وما زال جدلٌ حول المعايير البحثية والنظم الأكاديمية دائراً منذ أكثر من سنتين في سائر الدوائر الأكاديمية الرئيسية. عدد من الباحثين يَعْزُونَ الحالة إلى وضع الصين الضعيف في الاقتصاد والسياسة العالميين. يقول هؤلاء إن الصين ما إن تبلغ هدفها المتمثل بالتحديث، حتى تبادر الأوساط البحثية الكوكبية إلى التسليم بتقاليدها الأكاديمية على نطاق واسع⁽⁹⁾.

انتصار البيغ ماك وخوارق هوليوود

من الواضح أن الثقافة ساحة خاضعة لهيمنة النفوذ الكوكبي. فالهزليات التلفزيونية الآتية من الغرب والبلدان المجاورة، صرعات هوليوود الخارقة، موسيقى البوب المنبعث من هونغ كونغ وتايوان، أفلام الكارتون اليابانية، ونهائيات مباريات اتحاد كرة السلة ومباريات كأس العالم لكرة القدم هي بين البنود الملتهبة على قائمة الاستهلاك الثقافي المطلوبة من قبل أكثرية المستهلكين العاديين. وحين تقاعد مايكل جوردان في 1999 م، شعر عدد كبير من المعجبين الصينيين بالأسف الشديد، وظلت القصص التي تتحدث عنه رائجة لأسابيع في وسائل الإعلام الصينية المطبوعة⁽¹⁰⁾.

لنأخذ تنامي سلسلة مطاعم ماكدونالد في بكين مثلاً آخر. بوصفها النماذج الأخيرة لأيقونات الثقافة الأمريكية ومملكة صناعة الوجبات السريعة، ظلت سلسلة مطاعم ماكدونالد ناجحة منذ دخولها إلى الأسواق الصينية أوائل تسعينيات القرن العشرين. ففي بكين قامت مؤسسة ماكدونالد بافتتاح مطعمها الأول في نيسان / أبريل 1993 م؛ ومع حلول صيف 1998 م، كانت تتباهى بوجود سبعة وثلاثين مطعمًا موزعاً على سائر أحياء المدينة. وكما أقول في مكان آخر فإن ما كان يجتذب الزبائن إلى مطاعم الماكدونالد لم يقتصر على سندويشات الهمبرغر، بل تجاوزه إلى العناصر الثقافية المقترنة بالحياة الأمريكية فضلاً عن الجو الاجتماعي الخاص التي توفرها، حيث يستطيع الزبائن العاديون أن يستمتعوا بالطعام الأمريكي من جهة وبطبعة صينية خاصة من الثقافة الشعبية الأمريكية من جهة ثانية⁽¹¹⁾.

هناك في ميدان الثقافة الشعبية سلسلة من التطورات الجديدة تستحق قدراً استثنائياً من الاهتمام. لقد باتت النزعة الاستهلاكية، أولاً، الأساس الإيديولوجي للثقافة الشعبية، وتتولى الأخيرة، بدورها، مهمة تشجيع الاستهلاك الجماهيري. فمنذ أوائل تسعينيات القرن العشرين أصبحت النزعة

الاستهلاكية إيديولوجية ثقافية جديدة في المجتمع الصيني، شاغلة، بصمت، مكان الإيديولوجية الماركسية والقيم الصينية التقليدية. وخلافاً للاستهلاك الجماهيري في الثمانينيات الذي تركز على الأدوات المنزلية مثل البرادات وأجهزة التلفزيون، جاءت نزعة التسعينيات الاستهلاكية معبرة عن اهتمام ناشئ حديثاً بمجموعة متباينة من نشاطات أوقات الفراغ، تندرج بأكثريتها في صلب خانة الثقافة الشعبية، مثل أنواع الرياضة، كمال الأجسام، الإم. تي. في MTV، بارات الكارأوكه، وإلخ. يتم التعبير الفاضح، في الوقت نفسه، عن قيم تمجيد اللذة والرغبة في اقتناء النعم المادية عبر المسلسلات الهزلية، الموسيقى الشعبية (موسيقى البوب)، الأفلام، وغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية، بما يشجع الناس على استهلاك المزيد والمزيد. وما لبث هذا التغير أن أدى، بدوره، إلى إعادة صياغة شكل تطور الثقافة الشعبية⁽¹²⁾.

ساهم تطور الثقافة الشعبية السريع، بحدود معينة، ثانياً، في خلق نوع جديد من الفضاء الاجتماعي - فضاء بات مسلماً حتى العظم ولكنه واقع خارج دائرة رقابة الدولة وتحكمها. وهو يتضمن، مع أشياء أخرى كثيرة، النمو السريع لدور النشر الخاصة، الدوريات والصحف غير الرسمية، والأفلام والمسلسلات التلفزيونية الممولة من القطاع الخاص. فمع حلول سنة 1997 م كان ثمة أكثر من خمسة آلاف صحيفة وتسعة آلاف ومئة وخمس وسبعين دورية في الصين. وأكثرية هذه المنشورات معتمدة على عوائد السوق، وحتى تبقى واقفة على أقدامها، يتعين عليها عموماً أن تبدو في السوق مؤيدة للثقافة الشعبية.

ليس النفوذ الغربي، ثالثاً، هو القوة العولمية الوحيدة في ميدان الثقافة الشعبية. فالمسلسلات الخفيفة وموسيقى البوب، مثلاً، مستوحاة، في المقام الأول، من هونغ كونغ، تايوان، سنغافورة، واليابان، وكما يلاحظ توماس غولد، فإن للثقافة الشعبية المصنّعة في هونغ كونغ وتايوان، بما فيها أغاني

البوب، الصرعات الموسيقية، الأفلام العسكرية، المسلسلات الخفيفة، والأفلام الروائية، شعبية استثنائية لدى المستهلكين في إقليم الصين الأوسع (كما في كوريا الجنوبية أيضاً). يجعلها مضمونها الخفيف، نظرتها الهروبية (الانهزامية)، ولغتها الصينية في متناول الأكثرية الساحقة من الجمهور الصيني، بصورة أسهل، على النقيض من الثقافة الشعبية الغربية التي لا بد لها من أن يتم إخضاعها لعملية أفلمة معينة⁽¹³⁾. غير أن مقولة الجيرة الثقافية هذه تبقى عاجزة عن تفسير الشعبية المتساوية التي تتمتع بها أفلام الكارتون اليابانية وأفلام هوليوود في المجتمع الصيني.

الحقوق الفردية والحركات الاجتماعية

الحركات الدينية

تبقى الحركة الاجتماعية، والحركة الدينية خصوصاً، ساحة خاضعة لمراقبة الدولة الحزبية المتشددة، لانطوائها على طاقة التمحض عن قوى معارضة. فالمسيحية، مثلاً، تطورت بسرعة في المجتمع الصيني خلال العقدين الماضيين، غير أن الكنسيين البروتستانتية والكاثوليكية المتمتعين بموافقة الدولة هما الوحيدتان القادرتان على الوجود والتطور - أما الكنائس التي ترفض التعاون مع الدولة فتعتبر تخريبية ومحظورة بالتالي. ثمة دراسة تمت في 1993 م تبين أنه كان هناك أكثر من ستة ملايين بروتستانت وما يقرب من أربعة ملايين كاثوليك في الصين، غير أن هذه الأرقام ناقصة لأنها لا تشمل إلا على المؤمنين المسجلين رسمياً. ربما كانت النشاطات الكنسية السرية و/أو غير المسجلة شاملة لأعداد إضافية أكبر من المؤمنين؛ يقدر بعض الباحثين أن العدد الإجمالي للبروتستانتين والكاثوليكين في الصين برقم يتراوح بين ثلاثين وأربعين مليوناً⁽¹⁴⁾.

يبين الانقضاخ الأخير على الفالون غونغ، مرة أخرى، أن الدولة الحزبية لن تتسامح مع أية قوى منظمة مستقلة في المجتمع. بدءاً بأوائل

تسعينيات القرن العشرين كانت الفالون غونغ، كحركة شعبية تجمع بين تمارين التنفس، الاستشفاء بالإيمان، مع نوع من الرسالة الألفية، قد نجحت في اجتذاب سبعين مليون مؤمن في الصين مع حلول سنة 1999 م، إضافة إلى ثلاثين مليوناً آخرين في أماكن أخرى من العالم. وهذا العدد يفوق العدد الإجمالي لأعضاء الحزب الشيوعي الصيني (حوالي 62 مليوناً) ويشكل سبباً للخوف لدى قادة الحزب الشيوعي الصيني. لقد قيل إن مؤسس الفالون غونغ، ماستر لي هونغجي، أجبر على الرحيل إلى نيويورك تحت تأثير ضغوط الحكومة. وحين جرى توقيف عدد من زعماء الطائفة في 1999 م، تجمع ما يزيد عن عشرة آلاف من ممارسي العقيدة أمام الجونغنانهاي الذي هو مجمع مكاتب وأماكن إقامة كبار قادة الصين، للاعتصام. انتهى الاحتجاج بسرعة بعد أن تفاوضت الحكومة مع زعماء الجماعة، غير أن الحشد، الذي تم في وقت قريب جداً من الذكرى السنوية العاشرة لحادثة ساحة تياننمن، وجّه رسالة قوية إلى قادة الحزب الشيوعي الصيني كما إلى العالم الخارجي. جرى إطلاق حملة قومية شاملة برعاية الدولة ضد الفالون غونغ أواخر تموز / يوليو 1999 م، قامت فيها الدولة الحزبية، فعلياً، باستنفار جميع الطاقات والإمكانات الإعلامية والتنظيمية لمهاجمة ممارسة الفالون غونغ، مع استخدام النظام القضائي لمعاقبة عدد من قادة الطائفة⁽¹⁵⁾.

الحركات العلمانية

تعالوا الآن نعاين الحركات الاجتماعية العلمانية - حركات حماية المستهلك، حماية البيئة، الحركة النسوية - ذات العلاقة بضرورة العولمة من نواح مختلفة.

على الرغم من أن حركة حماية المستهلك نشأت عفوياً، دون أي ارتباط واضح بأية مصادر غربية، فإن الدولة الحزبية اضطلعت بدور قوي في قيادتها من مراحل مبكرة. فمنظمة حماية المستهلك الأولى في البلاد تأسست في

مقاطعة واقعة في قلب الصين سنة 1983 م. وبعد سنة واحدة تأسست رابطة المستهلك الصينية بدعم قوي من جانب الدولة الحزبية. ومع حلول سنة 1998م كانت الرابطة قد أقامت شبكة قومية تضم أكثر من ثلاثة آلاف رابطة فرعية على سائر المستويات المحلية، البلدية، والمنطقية، إضافة إلى ما قُدر بخمسة وأربعين ألف منظمة قاعدية دون مستوى المنطقة أو المقاطعة. تقوم الحكومة بدفع مرتبات جميع مستخدمي رابطة المستهلكين الصينية التي هي فوق مستوى المنطقة ويتم استرجار الأموال اللازمة من الأجهزة الحكومية ذات العلاقة. وعلى الرغم من أن الرابطة مسجلة كـ «منظمة جماهيرية» في وزارة الشؤون المدنية - الأهلية، فإن الرئيس ونائب الرئيس على جميع المستويات يجب أن يكونا من الكوادر الحزبية المنقولة ندباً من مكتب إدارة الصناعة والتجارة⁽¹⁶⁾. وإضافة إلى الدعم الرسمي للرابطة، سعت الدولة الحزبية أيضاً إلى توفير قدر أكبر من الضوابط الحقوقية في سوق الاستهلاك، كما فعلت لدى إصدار قانون حماية مصالح وقوة المستهلك الذي طُبّق في 1995م.

يقوم الدعم الرسمي الذي تتمتع به الرابطة بتوفير السلطة الضرورية التي تمكنها من التعامل مع الصناعيين ومقدمي الخدمات فيما يخص شكاوى الزبائن. كان معدل نجاحها إلى الآن تسعين بالمئة على صعيد تحصيل التعويض لصالح المستهلكين. وبتشجيع من مثل هذا النجاح ما لبث عدد شكاوي المستهلكين أن قفز إلى سبع مئة ألف شكوى في 1997م بعد أن كان أقل من ثمانية آلاف شكوى في 1985م، الأمر الذي أفضى، بدوره، إلى تنامي وعي الجمهور بكل من حقوق المستهلك والهوية الفردية (أي المستهلك كفرد). وبإلهام وتشجيع من نجاح رابطة حماية المستهلك بادرت أعداد أكبر من الأفراد إلى الدفاع عن حقوقها وتزايدت دعاوى المستهلكين الحقوقية بسرعة⁽¹⁷⁾. غير أن الدعم الرسمي لحركة حماية المستهلك يؤدي أيضاً إلى تقوية اعتماد المواطنين على الحكومة. ونظراً لأن الرابطة هيئة شبه رسمية، فإن تنظيم

الشكاوي ما لبث أن تحول إلى أسلوب يعتمد المستهلكون لتقديم الطلبات إلى الحكومة، وهي ممارسة يمكن إرجاعها إلى الصين القديمة.

إذا لم تكن حركة حماية المستهلك مرتبطة بالتأثيرات الخارجية (مستوردة بعض الأفكار ووجهات النظر) إلا بصورة جزئية وجانبية، فإن حركة البيئة في الصين كانت ممولة، بل وحتى موجهة، إلى حد معين، من قبل مجموعة متنوعة من القوى الكوكبية المتدرجة من المؤسسات الخاصة إلى الأمم المتحدة. أضف إلى ذلك أن منظمات البيئة الصينية تبدو، جراء اعتمادها القوي على الدعم الخارجي على الصعيدين النظري والتمويلي، أكثر استقلالاً عن تحكم الدولة، وحاملة، بالتالي، بعض سمات الجمعيات أو الروابط الطوعية. لعل المجموعة البيئية الأكبر هي منظمة أصدقاء الطبيعة التي تتخذ من بكين مقراً لها؛ مع حلول سنة 1998 م كانت المنظمة تضم أكثر من أربعئة عضو فرد مع عدد غير قليل من الهيئات الجماعية الأعضاء. تشتمل فعاليتها على برامج تعليمية، غرس أشجار، حماية حيوانات، ورصد إعلامي. ثمة منظمة بيئية أخرى هي القرية الكوكبية التي تحصر اهتمامها بالنشاطات التعليمية. تتلقى الجماعتان، كلتاهما، مساعدات مالية منتظمة من مؤسسات أجنبية، ويكثر قادتها من السفر إلى الخارج (لا بد من ملاحظة حقيقة أن هؤلاء القادة يتكلمون اللغة الإنجليزية بطلاقة، وقد يكون هذا ضرورياً بالنسبة إلى عملهم).

مؤخراً تعرضت هذه الجماعات للنقد على مبالغتها في الاهتمام بالاستعراض الإعلامي كما على اعتمادها على الدعم الخارجي. وكما لفت أحد الباحثين نظري، فإن أصدقاء البيئة ينفذون باستمرار مشروعات معينة في أماكن نائية ومثيرة للدهشة والاستغراب مثل يونان والتبت اللتين تأسران اهتمام الصحافة الأجنبية ومنظمات البيئة العالمية، مثل جمعية حماية أجناس المخلوقات المهددة بالانقراض، على الرغم من وجود عدد كبير من المشكلات المهمة التي تجب مقاربتها في أحياء بكين وضواحيها.

وكذلك فإن الحركة العلمانية الثالثة، الحركة النسوية، لم تتمكن بعد من تجاوز الدائرة الصغيرة التي تضم حفنة من الباحثات، الصحفيات، الفنانات، وغيرهن من منتسبات النُخب الثقافية. ومما يجدر بالملاحظة أن الباحثات الصينيات المنخرطات في الحركة النسوية كن حريصات على النأي بأنفسهن عن ميدان الدراسات النسوية، إشارة إلى كونهن ينظرن إلى الحركة النسوية نظرة مختلفة عن نظرتهم إلى تحرير المرأة - عبارة مثقلة بشحنة سياسية كبيرة تظل الدولة الحزبية دائبة على استخدامها. وفي غضون بضعة العقود الأخيرة، ظلت الدراسات النسوية خصوصاً وقضايا المرأة بصورة عامة تُعالج، افتراضياً، من قبل جمعية المرأة لعموم الصين ذات الفروع على جميع مستويات النظام الإداري مثلها مثل المنظمات شبه الرسمية الأخرى.

برأي بعض الباحثين المختصين بالحركة النسوية كان مؤتمر 1995م العالمي للمرأة الذي عقدته الأمم المتحدة في بكين هو الذي كَسَرَ الجليد وأدى إلى استحداث نُظرة نسوية أصيلة وحقيقية في الصين. في ذلك المنعطف كانت الدولة الحزبية متلهفة لاستضافة مؤتمر 1995 م لأنها أرادت أن تستعيد صورة دولة منفتحة ذات توجهات إصلاحية في أعقاب حادثة ساحة تيانمن، مما جعلها تسلّم بسلسلة طويلة من المفاهيم المستخدمة في الخطاب النسوي في الغرب، مثل نظرية الجنس ودراسة الجنس، التي كانت غريبة كلياً بالنسبة إلى أولئك المنخرطات بالنشاطات والدراسات النسوية في ظل قيادة جمعية المرأة لعموم الصين. ومن خلال ممثليها في الجمعية وافقت الدولة الحزبية أيضاً على ضرورة اعتماد نُظرة جنسية وإدخالها في آلية صنع القرار السياسي الرئيسية، دون الانتباه إلى أن هذه النظرية التي كان قد سبق لها أن ظهرت في الغرب، كانت، من نواحٍ عديدة، متناقضة مع نظرية تحرير المرأة الماركسية.

وبنظر بعض دارسي الحركة النسوية ما لبث اعتراف الدولة الحزبية بنظرية

الجنس أن أفضى إلى إحداث نوع من الاختراق في كل من ميداني دراسات شؤون المرأة والحركة النسوية في الصين، لأنه جاء منظوياً على إضفاء الصفة الشرعية على النظريات النسوية كما على فتح أفق جديد أمام نمو الحركة. فمن سنة 1993 م (سنة الإعداد لمؤتمر الأمم المتحدة النسوي) إلى سنة 1998 م، تم تأسيس أكثر من ثلاثين معهد بحثي، عَقِدَ أكثر من مئة حلقة دراسية وندوة، ونُشِرَ أكثر من 150 كتاباً مع حوالى ألفي مقالة. يجادل عدد غير قليل من الباحثين النسويين قائلين إن هذه الفعاليات ربما لم تصبح ممكنة إلا بفضل مؤتمر المرأة العالمي الذي عقدته الأمم المتحدة سنة 1995 م. وفي الوقت نفسه فإن باحثي جمعية المرأة لعموم الصين (الاتحاد النسائي العام) وموظفيها، واصلوا، بدعم إيديولوجي وعملي من الدولة الحزبية، بذل الجهود الرامية إلى التأسيس لنظرة ماركسية في الدراسات الخاصة بالمرأة.

ربما كان الباحثون النسويون يحصلون على بعض المساعدات والمنح الدراسية من الخارج، في حين أن الباحثين في ميدان الدراسات التقليدية المختصة بشؤون المرأة مدعومون بالجمعية الرسمية للمرأة الصينية. يؤدي هذا إلى زيادة الهوة الفاصلة بين المجموعتين، مما يضاعف تعقيد العلاقة بين التأثير الكوكبي والمقاومة المحلية. برأي أحد كبار الباحثين ممن يعملون مع الجمعية، واجه باحثون نسويون في أكثر من مناسبة صعوبات معينة في الحصول على الإذن بالسفر إلى الخارج، لأن منافسيهم في الروابط النسوية المحلية لم يكونوا راضين عن أبحاثهم ذات التوجهات الخارجية واتصالاتهم مع الأجانب. أضف إلى ذلك أن بعض الباحثين ممن تابعوا تحصيلهم في الغرب تعرضوا أيضاً لتهمة السعي إلى احتكار الدراسات الجنسية وحصرها في الأطر التي حددها باحثو الغرب النسويون. وبرأي كثيرين ممن قابلتهم، فإن التنافس والصراع بين قوى داخلية وأخرى خارجية في ميدان الدراسات الجنسية مازالا يتفاعلان.

«الصين الملتحقة بركب العالم»: أدوات العولمة الثقافية وقوتها

كما قيل من قبل، بات الحضور القوي للثقافة الغربية (بأكثريتها الأمريكية)، مع حلول تسعينيات القرن العشرين واضحاً بجميع الأوجه الأربعة السيرورة العولمة الثقافية في الصين، على الرغم من أن تأثيرها على الثقافة الصينية جاءت متباعدة بتباين الجماعات، الجنس، والمشارب الاجتماعية. وقد تجلت موجة العزبة هي الأخرى بوضوح في تعاملات الحياة اليومية، كما في حالة تصاعد المطالبة بالحب الرومانسي والحرية الجنسية، تزايد معدلات الطلاق وظهور الأسر القائمة على أحد الأبوين، انتصار النزعة الاستهلاكية ونزعة تأليه السلع، حُمى السعي للحصول على الماجستير في إدارة الأعمال وتعلم اللغة الإنجليزية، شيوع سلاسل مطاعم الوجبات السريعة الأمريكية، والتنافس بين شبينة الحضر على التحلي بـ«البرودة».

هل نحن بصدد عملية اندماج ثقافية هنا؟ قد يكون الجواب (نعم) إذا اكتفى المرء بإحصاء عدد الأدوات الثقافية الغربية المستوردة إلى الصين والمستهلكة من قبل الأهالي المحليين. غير أن نظرة أكثر دقة تشي، في الغالب، بأن الثقافة المستوردة تتم أقلمتها وإلباسها ثوباً محلياً، كما في حال مطاعم الماكدونالد ببيكين. ومما ينطوي على قدر أكبر من الأهمية أننا بحاجة لأن نزيد من إمعان النظر في دور وفعل الناس المحليين لأنهم، في الكثير من الأحيان، لا يشاطرون المراقبين الخارجيين النظرة ذاتها.

الملكية والأدوات

القضية المفتاحية هنا هي ملكية الثقافة الكوكبية الناشئة. بعبارة أخرى، هل تعود ملكية جملة القيم الثقافية والمنتجات الثقافية الآتية من الغرب إلى هذا الغرب على الدوام، حتى بعد استيرادها إلى هذا المجتمع غير الغربي أو ذاك؟ لقد أظهرت الدراسات الإنترنتولوجية للنزعة العابرة للحدود القومية أن الثقافة

الكوكبية مطبوعة بالتنوع بدلاً من التماثل والتوحد، لأن الثقافات المحلية، كما يلاحظ ريتشارد آدمز، «مستمرة في التمحض عن كيانات اجتماعية جديدة ناشئة، وعن أشكال تكيفية جديدة يتم استحضارها سعيًا وراء البقاء وإعادة إنتاج النوع [التكاثر] عبْر، ورغمًا عن، آلية العمل المحددة للنظام الرأسمالي»⁽¹⁸⁾. فتحليل دانييل ميلر لمسرحية استعراضية خفيفة أمريكية في ترينيداد، مثلاً، يكشف النقاب عن أن الجمهور المحلي نجح في اقتناء هذا المنتج الثقافي الأجنبي وإذابته في بوتقة حياته الاجتماعية. لقد تناقصت أهمية المنبع الجغرافي للثقافة المستوردة بصورة مضطربة. يشير ميلر إلى أن ما يهم حقاً هو ما يترتب على الأمر من عواقب محلية⁽¹⁹⁾.

حقاً، تبقى أقلّمة الثقافة الأجنبية والمقاربة المحلية للثقافة المستوردة مفتاحين لفهم سيرورة العولمة الثقافية الراهنة في الصين، مع مبادرة أكثرية الصينيين إلى اتخاذ مواقف فعالة وإيجابية من الثقافة الأجنبية المستوردة. ينعكس هذا رسمياً في شعار تسعينيات القرن العشرين، «فلتلتحق الصين بركب العالم، وليلتحق العالم بركب الصين!» [جونغوو زوكسيانغ شيجيه، شيجيه زوكسيانغ جونغوو]، المتضمن رسالة ذات شقين. على أحد المستويين يتم التأكيد على ثنائية سيرورة متكافئة تمكّن الصين من مواكبة العالم بصورة فعالة، كما تمكّن العالم من مسايرة الصين. وعلى مستوى أعمق يشي الشعار بنوع من التحرك باتجاه ثقافة أجنبية كما يتجلى في فعل جوكسيانغ الذي يعني «المشي / المسير باتجاه» حرفياً.

على الصعيد المجتمعي نجح عدد كبير من المثقفين، نُخب الأعمال، والمهنيين، إيجابياً، في تبني قيم ومنتجات ثقافية مقتبسة من الغرب، كما أسلفنا. بالنسبة إلى جميع هؤلاء ليست ملكية الثقافة الغربية ثابتة أو جامدة ولا هي متعذرة النقل أو التحويل؛ يحسون، على النقيض من ذلك، بنوع من الشعور بأنهم أصحاب حق في المطالبة بالثقافة الأجنبية المؤقلمة باعتبارها ثقافة

تخصصهم، أو كجزء من الثقافة الكوكبية الناشئة التي يضطلعون فيها هم أيضاً بدور معين.

يمكن اعتبار طالب الكلية الذي أوردتُ كلامه في بداية هذا الفصل مثلاً جيداً، تعود ملكية ألعاب رابطة كرة السلة، الكوكاكولا، أفلام هوليوود، وإعلان الاستقلال، جميعاً، كما قال، إلى العالم الجديد الذي يحس بأن لديه شعوراً بأنه من حقه. وباللغة البحثية يمكن أن يقال إن «الثقافة الكوكبية الناشئة تتسامى فوق الحدود القومية»؛ أو كما يقول كاتب مرموق صراحة إن على أية ثقافة، إذا كانت قادرة على المساهمة في تحسين التنمية الاقتصادية والمستويات المعيشية للأمم وأقوام أخرى، أن تصبح ثقافة مشتركة تتقاسمها سائر المجتمعات الإنسانية وأن يُطلق عليها اسم «ثقافة مشتركة لجنس البشر». لا حاجة للتساؤل عما إذا كانت عناصر هذه الثقافة المشتركة لجنس البشر عائدة إلى الاشتراكية أم إلى الرأسمالية، إلى الغرب أم إلى الشرق⁽²⁰⁾. ومثل هذا التبنّي الإيجابي للثقافة المستوردة يبين بوضوح مدى مركزية القوة أو الفعل في اختيار الصين للعولمة الثقافية.

ثمة أربع فئات اجتماعية، أو أدوات، جذيرة جدارة خاصة بالملاحظة لدورها الفعال في دفع عجلة العولمة الثقافية: (1) الشركات العابرة للحدود القومية وغيرها من الهيئات الأجنبية التي تنتج و/أو تصدر منتجات ثقافية إلى الصين؛ (2) الدولة الصينية التي تتولى إدارة تدفق الثقافة الأجنبية عن طريق التحكم بالسوق الثقافية؛ (3) المثقفون الصينيون ومعهم أفراد النُخب الثقافية ممن يضطلعون بأدوار المعلقين والممارسين على حد سواء في ميدان العولمة الثقافية؛ و(4) الشبّية الصينية التي تؤلف فئة المستهلكين الأكثر ولاءً والأشد حماساً للثقافة المستوردة وفيما تمارس الفئات الأربع جميعها أشكال نفوذها في عملية العولمة الثقافية، فإن الفئة المعولمة / المصدرة وفئة المستهلكين الرئيسيين للثقافة الكوكبية الناشئة (الفئتين الأولى والرابعة) تضطلعان، على ما

يبدو، بدور أقل أهمية من الفئتين الآخرين، المثقفين الصينيين والدولة الصينية.

باختصار يبقى الهم العام للطرف المعولم / المصدر متركزاً على كيفية التوغل في الأسواق الصينية والمشاركة إلى جني الأرباح. ولتحقيق هذا الغرض تبدو الأقلّمة هي الاستراتيجية الرئيسية المعتمدة من قبل الشركات العابرة للحدود القومية. فسلسلة مطاعم ماكدونالد ليست، كما قال لي أحد كبار إداريي المؤسسة في بكين، شركة متعددة الجنسيات بل هي شركة متعددة الأقاليم، ومطاعم ماكدونالد البكينية ملتزمة بجعل سندويشات الهامبرغر جزءاً من الثقافة المطبخية المحلية. وبعد قيام كوداك بشراء سبع شركات أفلام صينية وتحولها إلى إحدى شركتي الأفلام الكبيرين في الصين، قال مديرها التنفيذي الأول للجمهور الصيني إن هدف شركة كوداك الصينية هو أن تصبح «الشركة الصينية الأولى»⁽²¹⁾.

مما يدعو للدهشة أن الجيل الحالي من الشبيبة يبدو أكثر تحلياً بالروح الوطنية والقومية من أولئك الذين وُلدوا في خمسينيات وستينيات القرن العشرين، على الرغم من أنه يضم المستهلكين الأشد حماساً للثقافة المستوردة. كما قيل من قبل تستمتع أكثرية الشبيبة المدنية بالقيم الغربية، مثل الحرية والاستقلال الشخصي، تفضل استهلاك البضائع المستوردة كلما استطاعت، فضلاً عن بقائها شديدة الرغبة في تعلم اللغة الإنجليزية والدراسة في الخارج، مع تفضيل الولايات المتحدة على غيرها (بقيت اختبارات توف ذات شعبية بين صفوف طلاب الجامعات على امتداد تسعينيات القرن العشرين).

في الوقت نفسه يحمل عدد كبير من الشباب آراءً سلبية عن الولايات المتحدة لأنها قوة عظمى هيمنية، كما تبيّن من استطلاعين للرأي بين صفوف شباب الحضر جرياً في 1994 و1995 م⁽²²⁾. وفي أيار / مايو وحزيران / يونيو

1999 م نشرت يومية بكين الشبابية (بيجينغ كينغنيانباو)، وهي إحدى الصحيفتين الأكثر شعبية في الصين، سلسلة مقالات ومناقشات دارت حول إعادة معاينة جملة قضايا حقوق الإنسان، حرية التعبير، الأفلام الأمريكية الكارثية، والثقافة الغربية عموماً. كان نقد الهيمنة الأمريكية عنواناً مركزياً حظي بتأييد قويّ وواسع بين صفوف القراء الشباب في غمرة هذه المناقشات⁽²³⁾. ما لا بد من ملاحظته هنا هو أن العولمة الثقافية لا تنطوي بالضرورة على اختفاء النزعة القومية السياسية - من الممكن بقوة أن تتعايش النزعتان في ظل ظروف معينة.

غير أن أداتي العولمة الثقافية الأهم في الصين تبقيان متمثلتين بفئة المثقفين والدولة اللتين تشكل حواراتهما نقاشاً دام عقدين من الزمن حول الاستراتيجيات التي ينبغي اعتمادها والجهود التي يتعين بذلها في سبيل الالتحاق بركب العالم.

تصوّر المثقفين الصينيين للعولمة الثقافية

مع حلول تسعينيات القرن العشرين كان موضوع العولمة قد أصبح موضوعاً مألوفاً بالنسبة إلى الباحثين وصانعي القرار السياسي الصينيين الذين كانوا منخرطين في مثل هذه المناقشات منذ أوائل ثمانينيات القرن العشرين. غير أن ما ينطوي على قدر أكبر من الأهمية هو أن الخطاب الصيني الخاص بالعولمة يطرح نفسه بوصفه استمراراً لقصة مشروع التحديث الكبرى، في تعارض مع أكثرية المناقشات الغربية التي تنظر إلى العولمة كما لو كانت ظاهرة من ظواهر ما بعد العصر الصناعي، ما بعد الحداثة.

معظم المثقفين وصانعو القرار السياسي يرون العولمة توجهاً تاريخياً حتمياً ومتعذر التجنب في الوقت نفسه - مع نكهة غائبة تاريخية قوية، بعبارة أخرى. فبرأي بعض أنصار العولمة، مثلاً، يمكن النظر إلى مجمل تاريخ الصين الحديث كله كما لو كان سلسلة محاولات للرد على تحديات العالم

الخارجي ولاستعادة المكانة اللائقة في أسرة الدولة القومية الكوكبية. خلال المرحلة الأولى (1840 - 1949 م)، صارت الدولة الصينية كياناً تابعاً للقوى الغربية في أثناء عملية العولمة. أما المرحلة الثانية (1949 - 1978 م) فجاءت مطبوعة بالجهود التي بذلها الحزب الشيوعي الصيني في سبيل مقاومة العولمة الخاضعة لهيمنة الغرب بالاستناد إلى منهجها الاشتراكي الذي كان قد فُصل حسب النموذج السوفييتي. وعلى الرغم من أن مقاومة العولمة ضمنت للصين استقلالها السياسي، فإنها تسببت أيضاً في تخلف الصين أكثر على الصعيدين الاقتصادي والثقافي. فقط خلال المرحلة الثالثة الراهنة باتت الصين مشاركة بصورة إيجابية في سائر جوانب سيرورة العولمة، وهو أمر، بين أمور أخرى، يجب أن يُعزى فضلُه إلى الجهود الإصلاحية المبذولة من قبل الدولة الحزبية⁽²⁴⁾.

تم طرَح العولمة الثقافية أولاً كقضية مهمة في ثمانينيات القرن العشرين، في أثناء مناقشة مكانة الصين في العالم المعاصر. بدأت المسألة بمقالة نُشرت في 1987م محدّرة من خَطَر احتمال تخلف البلاد مرة أخرى في الحقبة ما بعد الصناعية الجديدة ما لم تبادر الصين إلى زيادة سرعة عملية الإصلاح فيها. وإذا لم تفعل فإن الصين سوف تخسر في النهاية عضويتها في القرية الكوكبية الناشئة (كيوجي بالصينية أو العضوية الكوكبية). مباشرة شدّت المقالة أنظار وسائل الإعلام الجماهيرية وأفضت إلى مناقشة مسألة العضوية الكوكبية في الدوائر الأكاديمية والأوساط النخبوية الأخرى. كانت تكمن وراء المناقشة دعوة ملحة إلى اعتماد إصلاح أكثر جذرية مع قدر أكبر من الانفتاح في المجتمع الصيني، جنباً إلى جنب مع توجه قوي موال للغرب، يطالب بتمكين الثقافة الغربية من اقتحام المجتمع الصيني بزخم أكبر (أو بالتعلّم من الغرب، كما كان بعض مؤيدي التيار يقولون صراحة)⁽²⁵⁾.

منذ أوائل تسعينيات القرن العشرين كانت مسألة العولمة قد عادت لتصبح

ثانية بؤرة الجدل بين جماعتين متعارضتين. برأي المثقفين الليبراليين والإصلاحيين في الأوساط الرسمية، لم تكن العولمة إلا مرحلة جديدة من مراحل سيرورة التحديث، وفرصة تطويرية أو تنموية لا تستطيع الصين أن تفوتها. يزعم البعض أن من شأن العولمة أن تجلب السلام الدائم إلى العالم، تستأصل ألوان اللامساواة بين البلدان المتطورة ونظيرتها النامية، وتقود إلى المزيد من التطور والازدهار. ويقول آخرون إن العولمة الثقافية سوف تشر قيماً كونية شاملة، مثل الحرية، الديمقراطية، حقوق الإنسان في المجتمع الصيني وقد تكون بالتالي مفيدة سياسياً بالنسبة إلى الشعب الصيني⁽²⁶⁾.

حتى اللحظة يبقى الموقف السائد بين المثقفين الصينيين قائماً على الترحيب الحار بعملية العولمة والمسارة الناشطة إلى الالتحاق بركبها. وحجة هؤلاء الرئيسية هي أن العولمة تمثل المرحلة العليا من التحديث والتطور الإنساني. وبالتالي فإن أي نقد للعولمة في الصين يتعين عليه أيضاً أن يتصدى لقضية التحديث، مما أبقى مثل هذا النقد محصوراً، في المقام الأول، بمجموعة صغيرة من المثقفين الذين وُصموا بوصمة اليسار الجديد أو الماركسيين الجدد. برأي هؤلاء سيكون الشر الذي ستجلبه الرأسمالية الكوكبية للصينيين آخر المطاف أكثر من الخير الذي سوف تأتي به، فضلاً عن أن النموذج الغربي للتحديث ليس هو الطريق الصحيحة والمناسبة للصين. إنهم شديداً قلقوا إزاء أشكال اللامساواة المتزايدة الناجمة عن التراكم السريع لرأس المال ومن التدهور الاجتماعي - الثقافي - البيئي المتسارع المترتب على التنمية الاقتصادية العمياء التي تدعمها الدولة الحزبية وتدفع رأس المال الأجنبي⁽²⁷⁾.

بالارتباط مع الجدل الدائر حول دور الصين في عملية العولمة، كانت قضية النزعة القومية هي الأخرى واحداً من الهواجس المركزية لدى المثقفين الصينيين في تسعينيات القرن العشرين. إن سلسلة من الأحداث مثل إخفاق الصين في نيل الموافقة على استضافة ألعاب الـ 2000 الأولمبية، المفاوضات

التي طالت حول قبول الصين عضواً في منظمة التجارة العالمية، التوترات الحاصلة في مضائق تايوان سنة 1996 م، وما هو أهم قيام الناتو مؤخراً بقصف السفارة الصينية في بلغراد، صدفه، سنة 1999 م، كانت أحداثاً اجتماعية - سياسية كبرى أطلقت موجة ملتهبة من الجدل الصاخب حول النزعة القومية خلال العقد الماضي. لعل أحد الكتب القومية الانعطافية التي صدرت خلال الفترة هو كتاب **(الصين التي تستطيع أن تقول لا) جونفوو كيي شويو**، المنشور في 1996 م، وهو كتاب استفزازي ألفه عدد من الكتاب الثوريين الشباب الذين يدعون أنهم استفاقوا من أوهامهم الموالية للغرب ومن حالة انبهارهم العبودي بالثقافة الأمريكية. حقق الكتاب نجاحاً فورياً وبيعت منه مليوناً نسخة. وفي السنة التالية تم نشر كتاب **ياومو هوا جونغوو دي بايهو (خلف مشهد إضفاء صفة الشيطان على الصين)**، وأدت حقيقة أن جميع المؤلفين الثمانية كانوا قد درسوا في الولايات المتحدة إلى جعل الكتاب أكثر إقناعاً للقراء العاديين في الصين. وفيما بعد، في 1999 م، رداً على حادثة قصف الناتو، تصاعدت موجة أخرى متحدية لهيمنة الغرب وداعية إلى التمسك بالنزعة القومية⁽²⁸⁾.

يبدو لي أن أكثرية المثقفين الصينيين تحلّت بقدر كبير من ضبط النفس في مواجهة معضلة التعامل مع الهيمنة الغربية من ناحية والنضال في سبيل الديمقراطية في الصين من ناحية أخرى. من الهواجس الأخرى أن هؤلاء شديداً قلقوا إزاء قُدرة الدولة الحزبية على استغلال العواطف القومية والوطنية لدى أبناء الجيل الأكثر شباباً وصولاً إلى توظيف النزعة القومية السياسية للحفاظ على نظامها التسلسلي. وبالتالي فقد بذلوا جهوداً للحيلولة دون طغيان موجة النزعة القومية ضيقة الأفق⁽²⁹⁾.

يُجمع أكثر المثقفين على ضرورة بقاء الصين مفتوحة على العالم مع دفعها إلى المشاركة النشيطة في عملية العولمة الجارية على قدم وساق. لم يتردد أكثرية المثقفين الصينيين في رفض النزعة القومية المتطرفة لأنها تنطوي على

خطر عرقلة مشاركة الصين النشطة في سيرورة العولمة . وأطروحة التنمية - التحديث - العولمة هذه يتبناها قادة الحزب الشيوعي الصيني أيضاً، غير أن الدولة الحزبية لا تكف عن تقديم نفسها على أنها التجسيد الحي لإرادة الأمة وتطالب بالتالي بولاء الشعب الصيني ودعمه من أجل بلوغ الهدف النهائي للأمة، هدف تحديث الصين .

الدولة الحزبية وإدارة التحول الثقافي

في دراسته للعلاقة الاقتصادية بين الصين والولايات المتحدة يحاول فيليب ساوندرز حل أحد الألغاز التجريبية: على الرغم من خوف الصين من الهشاشة الاقتصادية ومن مخاطر الهيمنة الغربية، فقد تزايدت تبعية الصين الاقتصادية للولايات المتحدة بصورة ملحوظة خلال العقد الماضي . بعد دراسة جملة الاستراتيجيات التي اعتمدتها الدولة الصينية في التسعينيات يتوصل ساوندرز إلى استنتاج أن «قادة الصين سلّموا بضرورة الاندماج المتزايد بالاقتصاد الدولي، غير أنهم ظلوا يحاولون إدارة هذه العملية وفقاً لشروطهم الخاصة بهدف تعظيم الإيجابيات وتقليل السلبيات إلى الحدود الدنيا»⁽³⁰⁾ .

يمكن تطبيق هذه الملاحظة أيضاً على دور الدولة الحزبية في الميدان الثقافي . فمما قاله «الزعيم الأكبر» الراحل دنغ هسياوينغ «إن أسراب الذباب والبعوض تتدفق عليك حين تفتح نافذتك» . وأسراب الذباب والبعوض التي كان دنغ يلّمح إليها هي الموجة الحتمية من الأفكار والقيم الثقافية الغربية المصاحبة للاستثمارات، التكنولوجيات، ومهارات الإدارة الأجنبية، والتي من شأنها أن تشكل تحديات جدية للنظام الشيوعي عبر «التطور السلمي» . غير أن قادة الحزب الشيوعي الصيني ظلوا، رغم خوفهم من الأفكار والقيم الثقافية الغربية ومحاولاتهم المتكررة للتحصن ضدها، حريصين على مواصلة سياسة الأبواب المفتوحة، وما لبثت الدولة الحزبية أن انسحبت تدريجياً من العديد من مجالات الحياة الاجتماعية⁽³¹⁾، مما أدى إلى اكتساب نفوذ الثقافات الأجنبية

قдрأ أكبر من القوة والاتساع بصورة مضطردة على امتداد العقدين الماضيين .

يكمن مفتاح استراتيجيات الدولة الصينية في فهم حقيقة أن البقاء السياسي للنظام الشيوعي متوقف على قُدرة الدولة على المحافظة على النمو الاقتصادي السريع وعلى إيجاد المزيد من فرص العمل للكتلة السكانية الكبيرة من العمال الشباب العاطلين عن العمل . وهذا صحيح بشكل خاص منذ سنة 1989 م وحادثة ساحة تيانمن ، وليس صدفة على الإطلاق أن تكون الصين قد شاركت وبقدْر حتى أكبر من النشاط في عمليتي التكامل الاقتصادي والعولمة الثقافية ، كلتيهما ، في تسعينيات القرن العشرين . لعل أفضل أمثلة تصميم الدولة على اللحاق بركب العولمة هي ، بالتأكيد ، تلك المساعي المبذولة دون توقف بهدف دخول منظمة التجارة العالمية ، تلك المساعي التي يمكن إرجاعها إلى عقد الثمانينيات⁽³²⁾ .

فيما يخص الأوجه الأربعة للعولمة الثقافية ، بادرت الدولة الحزبية ، حتى اللحظة ، إلى اعتماد مجموعة من المقاربات والاستراتيجيات المختلفة الرامية إلى الحفاظ على التحكم ، مع تيسير عملية النمو في الوقت نفسه . تبقى ثقافة الأعمال النخبوية هي الأقل إثارة للقلق لدى قادة الحزب الشيوعي الصيني ، وقد اضطلعت وسائل الإعلام الجماهيرية بدور حاسم في ترسيخ نظام إدارة وثقافة مشتركة على النمط الغربي . تشكل الثقافة الشعبية ساحة أخرى قررت الدولة ، على ما يبدو ، تركها جانباً ، لأنها قابلة للاستخدام من أجل التخفيف من حدة التوترات الاجتماعية المتصاعدة في حقبة ما بعد 1989 م وفي سبيل خلق انطباع بوجود فيض من البحبوحة والفرح . غير أن الدولة ظلت ، على النقيض من ذلك ، شديدة الحرص باستمرار على فَرْص الرقابة المشددة والتحكم المحكم في ميداني التطور الفكري والحراك الاجتماعي لأن من شأن الأول أن ينطوي على تحد مباشر للإيديولوجيا الشيوعية ، في حين قد يفضي الثاني إلى الفعل الجماعي على نطاق واسع ، وهو مصدر خوف كبير بالنسبة إلى الدولة الحزبية .

تبقى كيفية تحكم الدولة الصينية بالسوق الثقافية وإدارتها في حقبة العولمة الثقافية موضوعاً معقداً يتطلب دراسة متكاملة؛ أما هنا فيكفي الإتيان على ذكر عدد من الاستراتيجيات التي استخدمتها الدولة الحزبية. تظل الحملات الإيديولوجية المضادة لنفوذ الثقافة الأجنبية، الغربية في الغالب، المتزايد، أولاً، أسلحتها الرئيسية. فالهجمات السياسية - الإيديولوجية، مثل حملات الدولة ضد «التلوث الروحي» في الثمانينيات و«البرلة البرجوازية» أوائل التسعينيات، ظلت تُشن بصورة متكررة ضد المثقفين الليبراليين والنُخب الأخرى.

لم تبادر الدولة الحزبية قط، ثانياً، إلى التخفيف من قبضتها على جملة المنظمات المفتاحية في الشؤون الثقافية كما على قطاعات مهمة من السوق الثقافية كما على قطاعات مهمة من السوق الثقافية مثل النشر، الصناعات السينمائية والتلفزيونية، والوسائل الإخبارية. خلال فترة قصيرة من إشاعة الروح التجارية (من التسليع) أول التسعينيات، مثلاً، حاولت مجموعة من الصحف المتنفذة في تايوان وهونغ كونغ أن تتوغل في أسواق البر الصيني، غير أنها قوبلت بالرفض من جانب الدولة الحزبية. وحسب إفادة أحد كبار المحررين، تمكَّنت مجموعة صحفية هونغ كونغية واحدة على الأقل من شراء عدد من المجلات في الصين، عاقدة الآمال على الوصول إلى السوق الصينية. غير أن هذه المجلات تعرضت للإغلاق الفوري لحظة وصول النُبا إلى مسامع السلطات الحكومية المركزية.

في مثال آخر شكلت مجلة (الشرق) دونغفانغ منبراً رئيسياً للمثقفين الليبراليين، ناشرة مناقشات وحوارات حول جميع القضايا الاجتماعية المهمة تقريباً، بما فيها العولمة بدءاً بسنة 1993 م. أتاحت الدولة الحزبية للمجلة فرصة الازدهار حتى سنة 1996، حين حاولت مجموعة من الباحثين نشر إعادة تقييم ومعاينة للثورة الثقافية في ذكرائها السنوية الثلاثين. رأت الدولة أن المجلة كانت

تجاوزت الحدود والخطوط الحمراء فأمرت بإغلاقها. وكما أشار أولئك الذين أُجريت معهم مقابلاتي، ثمة كانت قصص مماثلة كل سنة وفي سائر ميادين الصناعة الثقافية - هناك على الدوام دور لنشر الكتب، مجلات، أو ستوديوهات تصوير أو عرض أفلام سينمائية تتعرض للإغلاق بيد الدولة لأسباب إيديولوجية و/أو سياسية.

أما الاستراتيجية الثالثة، ربما الأكثر «تقدماً»، التي تلوذ بها الدولة للتحكم بالقطاع الثقافي فهي تلك التي أطلق عليها من قائلتهم اسم لي داوكسيانغ الذي يمكن أن يترجم إلى «السير على خط المصالح». [حك لي فأحك لك!]. وهو يعني أن الدولة تكافئ أولئك الذين يدافعون عن خط الحزب بنعم اقتصادية أو سياسية وتعاقب أولئك الذين يتحدثون الحزب بحرمانهم من الفرص الزاخرة بالمكاسب.

خذوا وسائل الإعلام الجماهيرية مثلاً. نتيجة التعلم من نظيراتها الغربيات، اعتمدت وسائل الإعلام الصينية جملة من الإصلاحات الإدارية المنهجية. فمع حلول أواخر تسعينيات القرن العشرين باتت أكثرية الصحف والمحطات التلفزيونية معتمدة اعتماداً رئيسياً على الموارد المتحققة من الإعلانات التجارية وصار عدد كبير من الإعلاميين يعملون بموجب عقود مؤقتة أو مستندة إلى مشاريع معينة، خلافاً لنمط الاستخدام كموظفين حكوميين دائمين. فبحلول سنة 1998 م كان ثلثا مستخدمي محطة التلفزيون المركزية في الصين، ويقال إنها المنظمة الإعلامية الأهم في البلاد، يعملون بموجب عقود، فضلاً عن أن أكثرية برامج المحطة كانت تنتج من قبل مدراء مشاريع لم يكونوا ملزمين بتقديم تقارير عن نشاطات الإنتاج اليومية إلى قادة الحزب.

حين سمعتُ بهذه التغييرات للمرة الأولى، اعتبرتها مؤشرات دالة على التخفيف من قبضة تحكم الدولة بالقلعة الإيديولوجية. غير أنني ما لبثتُ، بعد أن شاركتُ في إخراج أحد البرامج التلفزيونية، أن أدركت أن التسليع [إضفاء

الصفة التجارية] [اعتماد الأساليب التجارية] لم يفعل، في الحقيقة، شيئاً ذا بال، على صعيد تقويض نفوذ الدولة، لأن جُلَّ، إن لم يكن كل، المنتجين والمخرجين كانوا موظفين حكوميين - كوادر عليا، في كثير من الأحيان. صحيحاً أنهم كانوا قادرين على تحقيق مكاسب كبيرة من البرامج التي كانوا ينتجونها، إلا أن ذلك كان مشروطاً بعدم ارتكاب أية أخطاء سياسية مأساة بالدولة الحزبية. وبالتالي فإن هؤلاء المنتجين و/أو المخرجين كانوا محافظين متطرفين سياسياً وشديدي الحرص عملياً، باذلين أقصى الجهود لتسويق منتجاتهم دون تحدّي الدولة الحزبية. وهكذا فإن الرقابة هي رقابة مفروضة ذاتياً، ولا تكون الدولة بحاجة إلى التدخل.

لأن الدولة ما زالت متحكمة بالعديد من الموارد المهمة، وبمفاتيح الوصول إلى الأسواق الثقافية الصينية، وهذا أهم، تبقى الشركات والوكالات الثقافية الأجنبية مضطرة، هي الأخرى، للتحلي بالحذر والحرص على تجنب تحدّي سلطة الدولة ونفوذها؛ وإلا فإنها ستُحرم من فرص مباشرة العمل في الصين. في أثناء عملي الميداني سنتي 1998 و1999 م، سمعتُ باضطراب قصصاً عن كيفية قيام شركات أجنبية بتقديم التنازلات للحكومة الصينية لمجرد الدخول إلى تلك الأسواق الثقافية الواسعة. سبق لي أن ذكرت أن تطور ماكودونالد السريع في سوق بكين كان له تأثير كبير على كل من صناعة الوجبات السريعة المحلية وثقافة الوجبات السريعة على حد سواء. ومما لا بد من ملاحظته أيضاً أن ماكودونالد البكينية هي مؤسسة مشتركة حصة الشريك الصيني فيها تبلغ 51 بالمئة وأن هناك في الشركة منظمة فرعية تابعة للحزب الشيوعي الصيني (قل إن نزاعاً عمالياً نشب في 1993 م فسارعت منظمة ماكودونالد الحزبية إلى التدخل لمساعدة إدارة المطعم في تعاملها مع العاملين الساخطين).

على الرغم من أن الاستراتيجيات قد تتباين بين وقت وآخر تبعاً للتغيرات الحاصلة في الأجواء الداخلية والدولية، فإن قادة الحزب الشيوعي الصيني

ظلوا، على الدوام، متمسكين بهدف ثابت لا يحول ولا يزول: أن يبقوا هيئة القيادة - الإدارة الوحيدة لمشروع التحديث، مع الحفاظ، من خلال المشروع، على نفوذهم وحكمهم الشاملين في الصين. وهذا أعلن صراحة في وثيقة «المبادئ الأساسية الأربعة» آنفة الذكر التي طرحها دِنغ هسياوبينغ بداية حقبة الإصلاح. فآية محاولة لتحدي قيادة الدولة الحزبية وسلطتها ظلت على الدوام تعاقب بقسوة؛ ليس الانقضا على حركة الفالون غونغ إلا مثلاً أحدث. ومن منظور الدولة الحزبية، ليست العولمة الثقافية استثناءً: يتعين عليها أن تبقى خاضعة لقيادة الحزب الشيوعي. لعل هذا هو أيضاً السبب الذي جعل الصين تبدي قدراً أقل من المرونة فيما يخص السوق الثقافية في المفاوضات مع منظمة التجارة العالمية، حين أصرت، مثلاً، على فرض القيود على استيراد الأفلام الأجنبية كما على مجال النشر الخاص⁽³³⁾.

تريد الدولة الحزبية أيضاً أن توفر الحماية للصناعات الثقافية القومية والمحلية من التأثيرات الجارية للشركات الأجنبية والدولية. فاستعداداً لمواجهة تحدي وسائل الإعلام الأجنبية بعد التحاق الصين بركب منظمة التجارة العالمية، مثلاً، بادرت الحكومة المركزية إلى تشجيع تشكيل مجموعات مشتركة كبيرة في قطاع الإعلام المطبوع عبر دمج العديد من الصحف في 1998 م. وجرى تبني استراتيجيات مشابهة في صناعات النشر، السينما، التلفزيون، والوجبات السريعة خلال سنتي 1998 و1999.

من الأمثلة الأحدث على دور الدولة الحزبية في حماية الصناعة الثقافية الصينية من السطوة الطاغية للقوى العابرة للحدود القومية مُنع أحد أكبر نجوم كرة السلة من السفر إلى الخارج. في السنوات الأخيرة أبدت الدولة، بالفعل، قدراً غير قليل من المرونة على صعيد المبادلات الرياضية، حيث يعمل عدد كبير من الأبطال والفرق في الصين كما يلعب عدد كبير من الرياضيين الصينيين في الخارج. غير أن السلطات الصينية قالت لا وأمرت يو

مينغ نجم كرة السلة ذو الأقدام السبعة والإنشات الأربع الذي حاولت رابطة كرة السلة القومية [الأمريكية] شراءه للمرة الأولى، بالبقاء مع فريقه الوطني استعداداً لخوض التصفيات الأولمبية الوشيكة. صحيح أن إدارة رابطة كرة السلة شعرت بالإحباط، غير أن أكثر الناس في الصين، حسب ما اتضح من مقابلاتي الهاتفية مع العديد من المراسلين في بكين، رحبوا بقرار الحكومة⁽³⁴⁾. إلا أن الدولة الحزبية ما لبثت، على ما يبدو، أن أعادت النظر في قرارها مما أتاح لفريق مُخول دالاس، في نيسان / أبريل 2001 م، فرصة تجنيد ياو مينغ في صفوفه.

كذلك اعتُبرت الدولة الحزبية صاحبةً فَضْل على صعيد اتخاذ خطوات أخرى مشابهة في القطاع الثقافي. فبين محترفي الإعلام وغيرهم من الخبراء الذين عقدت معهم لقاءات في 1998 م، ترى نسبة تزيد عن سبعين بالمئة، أن هناك، في المرحلة الراهنة من التطور الاقتصادي في الصين، حاجة ماسة إلى قدر معين من تحكم الدولة وحمايتها لضمان أسباب نمو صناعة ثقافية قومية ومحلية.

غير أن من الضروري أيضاً أن نلاحظ أن الدولة الحزبية الصينية لم تعد كياناً أحادياً متماسكاً. ثمة جماعات مصالح مختلفة داخل اللجنة المركزية والحكومة منخرطة في عمليات المنافسة، التفاوض، والصراعات السياسية فيما بين القادة ومختلف أجهزة الدولة. فتطوير صناعة السيارات، مثلاً، شكل مؤخراً موضوع جدل، لأنه لا يتناسب، على ما يبدو، مع المصلحة الإجمالية طويلة الأمد للشعب الصيني، نظراً للتدهور البيئي السريع الحاصل على قدم وساق. غير أن الصناعة نجحت في حشد أنصار ومؤيدين داخل الحكومة وخارج الصين على حد سواء لصالح اعتماد خطة تنمية ثورية. وبالمثل فإن هناك، لدى تناول موضوع الواردات الثقافية الأجنبية، صراعات مصالح عميقة بين أجهزة حكومية معينة مثل قسم الدعاية في الحزب الشيوعي الصيني ووزارة

الثقافة من جهة، ومحطة التلفزيون المركزية ومؤسسة إدارة السينما الصينيتين من جهة ثانية.

أضف إلى ذلك أن الاقتصاد الصيني قد تطور بصورة غير متكافئة على الصعيد الجغرافي خلال العقدين الماضيين مما تمخض عن حدوث هوة سحيقة وواسعة بين الأقاليم الأكثر تطوراً على السواحل الجنوبية الشرقية والأقاليم الداخلية الواقعة في عمق البر الصيني. في السنوات الأخيرة شاعت روحُ التنافس بين الإدارات والحكومات المحلية على اجتذاب الاستثمارات الأجنبية عن طريق تقديم صفقات وإغراءات خاصة إلى المستثمرين الأجانب، مثل أجور العقارات المتدنية، الإعفاءات الضريبية، وأشكال الرقابة العمالية. من الأمثلة الحديثة أن مجلس إدارة بلدية بكين بادرت رسمياً، في التاسع عشر من أيار / مايو 1999 م، بعد أقل من أسبوعين من قصف الناتو لمبنى السفارة الصينية في بلغراد، إلى دعوة كبار المدراء التنفيذيين لسبع عشرة شركة من الشركات العابرة للحدود القومية، للعمل كخبراء ومستشارين دوليين. أقاليم أخرى سارعت إلى اقتفاء الأثر⁽³⁵⁾. وبالمثل فإن أعداداً من الجهات المسؤولة عن الشؤون الثقافية المحلية وصناعة اللهو قدّمتُ جملة من التنازلات في سبيل اجتذاب الاستثمارات الأجنبية إلى الأسواق المحلية. وبالتالي فإن مساعي الحكومة المركزية الهادفة إلى التحكم بعملية التحول الثقافي ظلت تتعرض لسلسلة من التحديات المتكررة على المستوى المحلي.

خلاصة

يتميز مثال الصين للعولمة الثقافية بعدد من السمات المثيرة. (1) تمت إعادة تفسير العولمة بوصفها جزءاً من مسعى التحديث، وهو أحد المكونات المهمة لأهداف الدولة الحزبية؛ (2) تعبر أكثرية النُخب الثقافية عن تأييدها للسير باتجاه الالتحاق بركب العولمة وقد اضطلعتُ بدور مفتاحي على صعيد الترجمة والأقلمة الثقافيتين؛ (3) ظلت الدولة الحزبية الصينية تلعب دوراً قيادياً فعالاً في

جُلّ مناحي العملية، وهي ترمي، من وراء ذلك، إلى ضمان مشروعيتها وسلطتها؛ و(4) أبدى الجمهور، هو الآخر، نزوعاً قوياً إلى قبول، أقلّمة، ووصولاً، آخر المطاف، إلى امتلاك عناصر من الثقافة الأجنبية المستوردة.

تشي هذه النقاط كلها بأن صيغة التفاعلات الكوكبية - المحلية القائمة على ثنائية التحدي / الرد ذات المركزية الأوروبية قد لا تكون قابلة للتطبيق بصورة كونية شاملة. فالحالة الصينية تكشف عن نمط جديد من العولمة الثقافية: عملية مدارة تضطلع فيها الدولة بدور قيادي، وتتعاون النُخب والقاعدة الشعبية لتعلن بصوت مسموع ملكية الثقافة الكوكبية الناشئة.

ملاحظات

يقوم هذا الفصل على أساس بحث ميداني تم في سنتي 1998 و1999 في بكين وعلى معلومات وثائقية جمعت على امتداد السنتين الماضيتين. أجدني مديناً بشكل خاص لكل من بيتر بيرغر، سامويل هنتغتون، ليانغ كسيوايان، روبر ولّر، والمساهمين في مشروع العولمة الثقافية، لتعليقاتهم على مسودات أبكر لهذه المقالة.

- (1) لي غوكينغ، (الهيمنة الخفية)، كسينجوكان (الأسبوع الجديد)، حزيران / يونيو 1999، ص 13 - 16. (باللغة الصينية).
- (2) انظر بيتر بيرغر، «أربعة وجوه للثقافة الكوكبية»، ناشيونال أترست 49 (1997 م) ص 23 - 29.
- (3) انظر لسلي سكليز، سوسيولوجيا النظام الكوكبي (بليتيمور: مطابع جامعة جون هوبكنز 1991 م) ص: 62 - 72.
- (4) انظر بان وُلان، (نهاية أسبوع الياقة البيضاء في الصين المدينة)، هابشانغ ونتان، (1998 م): 22 - 27.
- (5) جو يكيان، (شانغهاي: جنة تطور المرأة)، شنغهاي، ونهوا (ثقافة شنغهاي) (1998 م) 55 - 57.
- (6) انظر هي لي ودونغ نايجا، «روشانغ شوجي» (تاجر كونفوشيوسي عن الذكاء)، في هي لي،

محرراً يولا وبان دويهوا (حوار مع مئة مدير تنفيذي) (بجينغ: جينغ غوانلي تشوبانشه، 1998)، ص 79.

(7) للاطلاع على دراسة ممتازة للعلاقة بين أصحاب الأعمال والموظفين الحكوميين، أنظر ديشيد وانك، «الوصاية البيروقراطية للأعمال الخاصة: شبك السلطة المتغيرة في المدن الصينية» في كتاب أفول نجم الدولة الشيوعية: الجذور الاقتصادية للانهييار السياسي في الصين والمجر، تحرير أندرو والدر (بيركلي؛ مطابع جامعة كاليفورنيا 1995 م)، ص: 153 - 183. عن دور الشبكات الشخصية في عالم الأعمال الصيني أنظر، بين مراجع أخرى، آلان سمارت وجوزفين سمارت «الشبكات الاجتماعية الانتقالية والهويات المتفاوض بشأنها في التعاملات بين هونغ كونغ والصين» في كتاب النزعة العابرة للحدود القومية من تحت، تحرير مايكل سميث ولويس غوارنيزو (لندن: ترانساكشن 1998 م)، ص: 103 - 129.

(8) انظر جانغ بينغ (منح دراسية من مشروعات أجنبية هبطت على المدينة الجامعية) شبيبة بكين اليومية 6/11/1997، ص 7.

(9) جيانغ كياويوان (البحوث القوية تتوقف على الدعم الاجتماعي والاقتصادي) مجلة الشرق 4 (1994 م).

(10) قامت شبيبة بكين اليومية إحدى أكثر الصحف شعبية، مثلاً، بتقديم تقارير وأنباء عن تقاعد جوردان بصورة شبه يومية من 13 إلى 27 كانون الثاني / يناير 1999 م. كذلك قامت مطبوعات أخرى بتغطية الحدث تغطية واسعة.

(11) انظر يونكسيانغ يان «مطاعم ماكدونالد في بكين: أقلمة أمريكانا» في كتاب الأقواس الذهبية في الشرق: ماكدونالد في شرق آسيا، تحرير جيمس واطسون (ستانفورد، مطابع جامعة ستانفورد، 1997 م) ص: 39 - 76؛ ويونكسيانغ يان «عن سندويشات الهامبرغر والفضاء الاجتماعي: استهلاك ماكدونالد في بكين»، من كتاب الثورة الاستهلاكية في الصين المدنية، تحرير ديورا ديفيس (بيركلي: مطابع جامعة كاليفورنيا، 2000 م) ص: 201 - 225.

(12) انظر ليندا تشاو ورامون مِيرْز، «ثورة الصين الاستهلاكية: التسعينات وما بعدها»، مجلة الصين المعاصرة 7، رقم 18 (1998): 351 - 368؛ وعن دراسات ميدانية تخص تأثير الاستهلاك على الحياة الاجتماعية في المدن الصينية أنظر الثورة الاستهلاكية... مصدر سابق، تحرير ديورا ديفيس؛ وللإطلاع على تحليل أكثر نقدية لتوجه الاستهلاك الجماهيري وتأثيره على الأطفال انظر بين جاو، «الاستهلاكية، الكونفوشيوسية، الشيوعية: فهم صين اليوم» اليسار الجديد، آذار / مارس 1997 م، ص: 43 - 59؛ حول المضاعفات السياسية للنزعة الاستهلاكية أنظر يونكسيانغ يان، «سياسة النزعة الاستهلاكية في المجتمع الصيني» في موجز عن الصين 2000م، تحرير تيرين وايت (آرمونك، نيويورك: شارب، 2000 م)، ص: 159 - 163.

(13) انظر توماس غولد، «اتباع مشاعرك: الثقافة الشعبية الهونغ كونغية والتايوانية في الصين الكبرى»، فصلية الصين 136 (1993 م): 907 - 925.

- (14) انظر لي ليانغ (مسح الوضع الراهن لمسيحيي الصين) مجلة الشرق 2 (1995 م): 53 - 58؛ ووو فاي (النخبة الدينية في الريف الصيني: مسح النشاطات الكاثوليكية في أحد أقاليم الصين الشمالية) (استراتيجيات وإدارة) 4 (1997 م): 54 - 62.
- (15) أنظر تقارير في الإيكونوميست، 1/3/1999م؛ لوس أنجلوس تايمز 2/11/1999م.
- (16) للمزيد من التفاصيل أنظر رابطة المستهلكين في الصين: (عشر سنوات من الحركة الاستهلاكية في الصين).
- (17) للاطلاع على تقارير أكثر تفصيلاً عن تطور حماية المستهلك، أنظر بيفرلي لي هوبر، «من ماو إلى السوق: تمكين المستهلك الصيني من امتلاك القوة» مجلة هارفارد لآسيا والمحيط الهادي 2/2 (1999 م)؛ 29 - 43؛ لسلي باتاس «يا أصحاب الدكاكين في الصين اتحدوا!» نيوزويك، 4/5/1999 م؛ ويونكسيانغ يان «سياسة النزعة الاستهلاكية في المجتمع الصيني»، مصدر مر ذكره، ص: 159 - 193.
- (18) ريتشارد آدمز «آليات التنوع الاجتماعي: ملاحظات تامن نيكاراغوا السوسولوجيا بقاء»، مجلة الأنثولوجي الأمريكي 2/8 (1981 م).
- (19) دانييل ملر، «الشباب والمضطربون في ترينيداد: قصة استهلاك جماهيري محلي وكوكبي»، في كتاب استهلاك التكنولوجيا: الإعلام والمعلومات في فضاءات داخلية، تحرير روجر سلفرستون وأرك هيرسن (لندن: روتلج، 1992 م) ص: 163 - 182.
- (20) ليو كسينوو وجيو هودونغ (نحو مفهوم الثقافة المشتركة للبشرية) مجلة الشرق، 6 (1996 م): 21 - 25.
- (21) مديران في ماكدونالد بكين، مقابلة شخصية أجراها المؤلف، 1994 م و1998 م. أما عن قرار كوداك القاضي بأن تصبح شركة صينية فانظر جانغ كي وداي لان (كوداك: حالمة بأن تصبح شركة صينية من الدرجة الأولى)، يومية الشعب، 24/11/1999 م.
- (22) يانغ دونغبينغ (الجدل الأهلي الغريب حول السياسة) في كتاب (كيف تواجه الصين الغرب) تحري كساو بانغ (هونغ كونغ: ميرور 1997 م) ص: 206 - 217.
- (23) انظر تقارير ومقالات خاصة نشرتها شبيبة بكين اليومية، 15 - 20/5/1999 م، 24/5/1999، و12/6/1999 م.
- (24) انظر يانغ كسودونغ ووانغ لي، (حوار حول العولمة والدراسات الصينية) في كتاب (العولمة والصين) تحرير كسيو كساويوان (بكين 1998 م) ص: 1 - 21. ثمة آراء مشابهة في عدد من المقالات المجمعة في هذا المجلد المحرر ونظيره الذي يحمل عنوان (مضادات العولمة) تحرير يوكيينغ وهوانغ واينغ (بكين 1998 م).
- (25) للاطلاع على مجموعة شاملة من المقالات في هذا الحوار انظر كتاب (العضوية الكوكبية: إحدى خيارات القرن) تحرير لو يي (شنغهاي، 1989 م).

- (26) انظر، مثلاً، (رسالة الشعب الصيني في عصر العولمة) مجلة الشرق 4 (1994 م): 13 - 28؛ يانغ تشاوارن وخان جيوي (العولمة، الانفتاح المؤسساتي، وبعث الأمة)؛ وكاي وتشنغ، (السوق، العلم، الديمقراطية في عصر العولمة)، في كتاب (مضادات العولمة) مصدر سابق، ص: 137 - 147، 181 - 193؛ وانغ ينجو (سيرورة العولمة وفرصة الصين)؛ ليو جونينغ (العولمة الاقتصادية: الممر الحتمي الذي تستطيع البلدان النامية أن تعبر منه)؛ وجميع المقالات الثلاث موجودة في كتاب (العولمة والصين) تحرير كسيو كسيو ووان (بكين 1998م)، ص: 37 - 46، 67 - 71، 136 - 146.
- (27) انظر وانغ هوي، (أسئلة وأجوبة حول قضية الحداث)، (الحدود) (مجلة) 1 (1999 م): 18 - 24.
- (28) قام بعض مؤلفي الصين التي تستطيع أن تقول لا بتأليف حلقة ثالثة من سلسلة «قل لا» أوائل سنة 2000 م، بعنوان طريق الصين في ظل العولمة. حتى الآن لم يلفت الكتاب أنظار الجمهور بقوة. للاطلاع على استعراض تفصيلي لتطور النزعة القومية في الدوائر الثقافية والفكرية الصينية في حقبة ما بعد 1989، انظر سويشنغ جاو، «نضال المثقفين الصينيين في سبيل العظمة القومية والكتابات القومية في تسعينيات القرن العشرين» مجلة الصين الفصلية 152 (1997م): 725 - 745؛ انظر أيضاً جيرمي بارمه، «خَوْزَقَة الأجانب عمل وطني: قوميو الصين الطليعيون» مجلة الصين 34 (1995 م): 209 - 238.
- (29) لانتقاد كتاب الصين التي تستطيع أن تقول لا، مثلاً، نشرت مجموعة من المثقفين الليبراليين مجموعة مقالات بعنوان (كيف تقوم الصين بمواجهة الغرب)، تحرير كسيو بانغ (هونغ كونغ: ميرور، 1997 م). بسبب الأجواء السياسية السائدة في الصين في ذلك الوقت بالذات تعين نشر الكتاب في هونغ كونغ مما أبقي تداوله محدوداً.
- (30) فيليب ساوندرز «تناول العشاء بملعقة طويلة: التبعية والتبعية المتبادلة في العلاقات الصينية - الأمريكية»، مجلة الصين 43 (2000 م): 55 - 81.
- (31) للاطلاع على دراسة تفصيلية لانهايار سلطة الدولة، أنظر آندرو والدر محرراً، أفول نجم الدولة الشيوعية: الجذور الاقتصادية لانهايار السياسي في الصين والمجر (بيركلي: مطابع جامعة كاليفورنيا، 1995 م).
- (32) حول وجهات النظر الرسمية الأخيرة المؤيدة لدخول الصين في منظمة التجارة العالمية، انظر، مثلاً، هي ميجونغ (أهمية التوافق بين الصين والولايات المتحدة حول دخول الأولى في منظمة التجارة العالمية)، الشعب اليومية، 17/12/2000 م؛ وغويان (الفهم الصحيح لإيجابيات وسلبيات التحاق الصين بركب منظمة التجارة العالمية)، الشعب اليومية، 29/2/2000 م.

- (33) انظر، مثلاً، جوناثان بيترسون «قضايا ثقافية تلون تصدير الأفلام السينمائية»، لوس آنجلوس تايمز، 1999/10/31 م.
- (34) انظر بروك لارمر «بكين هي المسؤولة»، نيوزويك، 2000/4/10، ص 40 - 41.
- (35) انظر، مثلاً، الأخبار عن قصة بكين في الشعب اليومية، 1999/5/20 م، مع تقرير إخباري آخر عن إدارة إقليم غوانغدونغ المحلية في الشعب اليومية، 1999/11/15 م.

2

التعايش والتركيب

العولمة والأقلمة الثقافية في تايوان المعاصرة

هسين - هوانغ مايكل هسياو

يقوم هذا الفصل بتحليل التفاعل بين قوى العولمة والأقلمة الثقافيتين في المجتمع التايواني المعاصر. ما لبثت العولمة، شيئاً فشيئاً، أن أصبحت النقطة المركزية للاهتمام في العلوم الاجتماعية منذ أواخر ثمانينيات القرن العشرين وبرزت على الساحة بوصفها مفهوماً نموذجياً قوياً في تفسير العديد من التحولات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، بعيدة المدى، الجارية في أجزاء كثيرة من العالم الحديث. والجدل حول العولمة بوصفها سيرورة عالمية مع عواقبها ظل أيضاً متواصلاً في ميادين مختلفة من النشاط الفكري. غير أن من المسلّم به عموماً أن النزوع نحو قدر أكبر من تدويل الاقتصاد، متجذراً في رأس المال العابر للحدود القومية، الإنتاج الجماهيري الواسع، وتكنولوجيا الاتصالات القوية، بات ملحوظاً بوضوح في الاستهلاك الجماهيري الكوكبي.

كمفهوم لتحليل السيرورة الشاملة للعالم في جوانب الحياة الحديثة المختلفة، تبقى العولمة تعميقاً نظرياً مهماً لكل من نظرية التحديث الليبرالية ونظرية النظام العالمي الثورية على حد سواء. وعلى الرغم من أن تنظير

العولمة، هو الآخر، يعترف بجذور الكوكبية المعاصرة وعواقبها، فإنه يظل أقل توجيهاً وحسماً مسبقاً في تعليقه السببي من النظريتين آنفتي الذكر. يشير توملسون (1991 م، 175) إلى أن العولمة تعني ترابط جميع مناطق الكوكب وتتابعها، ولو دون أن يشكل ذلك جزءاً من خطة مرسومة. غيدنز (1990 م، 64) أيضاً يصوغ العولمة صياغة محايدة معتبراً إياها «تكثيف العلاقات الاجتماعية الشاملة للعالم التي تربط أماكن نائية بطريقة تجعل أحداثاً محلية تتشكل بفعل، وقائع حاصلة على مسافة أميال عديدة وبالعكس». بعبارة أخرى، تشير العولمة إلى جميع السيوررات التي يتم بواسطتها توحيد الناس والعالم وإذابتها في بوتقة مجتمع عالمي واحد (ألبرو 1990 م، 9)، ويجب اعتبارها عملية متعددة الأبعاد تتكشف في ميادين وجودية متعددة بصورة مترامنة، متجاوزة الاقتصاد، المال، الأسواق، التكنولوجيا، والسياسة إلى ميدان الثقافة والهوية.

وعلى هذا الصعيد فإن وجهة نظر روبرتسون التي تقول إن العولمة هي عملية موضوعية تؤدي إلى انضغاط العالم كله من ناحية وعملية ذاتية تعني تكثف الوعي بالعالم بوصفه كلاً متماسكاً من ناحية ثانية، تحمل قدراً غير قليل من المغزى (روبرتسون 1992، 8). فالعولمة تعني زيادة في التابع الكوكبي جنباً إلى جنب مع الوعي بذلك التابع؛ لعل طابعها الجوهري هو، في الحقيقة، تنامي واتساع الوعي الفردي بالوضع الكوكبي وبالعالم بوصفه ميداناً نتقاسمه جميعاً.

غير أن هذا لا يعني أن العولمة تنطوي على قوى تجانس أو تماثل كوكبي هائلة، قوى تشكل حتماً تهديداً عميقاً بل وعامل طمس لجملة الهويات، الثقافات، والتقاليد المحلية والقومية - ما أبعد ذلك عن الواقع! فالعولمة تعني أيضاً تعزيز أو تيسير الاختلاف أو التنوع - تنامي التمايز واللاتجانس بين الأقاليم. كذلك لا ينطوي الكلام عن توجه كوكبي ناشئ تتعرض فيه

الحضارات، الأقاليم، الدول القومية، الأمم ذوات الدول، الأمم الموزعة بين عدد من الدول، والأقوام الأصلية للانضغاط أو للإلهام من أجل إعادة هيكلة أو استعادة تواريخها، هوياتها وتقاليدها الخاصة على أية مفارقة كاملة (روبرتسون 1998، 28، 30). فمن شأن الرد المحلي على ما هو كوكبي أن يتخذ أشكالاً مختلفة: من المؤكد أن المقاومة والرفض ليسا الاحتمالين الوحيدين.

قد يبدو التسليم بكوكبية ما هو محلي كحصوله محتملة للعولمة نوعاً من المفارقة الساخرة، غير أن الواقع يؤكد أن المفاهيم والأفكار ذات العلاقة بما هو محلي، بما هو أصيل ونابع، تتعزز وترسخ بفعل حركات كوكبية وعابرة للحدود القومية. ومن الممكن، إذن، اكتشاف حقيقة كون نتيجة المفاوضات بين الكوكبي والمحلي هي خلق أو اختراع أصالة ثقافية. بهذا المعنى، تكون الردود الثقافية المحلية ذات شأن حقيقي فيما يخص ما ستؤول إليه العولمة في النهاية، تماماً كما تكون العولمة ذات وزن فيما يخص الطريقة التي تعتمدها الثقافات المحلية في تحولها، آخر المطاف.

ما لبث مفهوم العولمة الثقافية كما ابتكر صياغتها كل من ووترز (1995م)، بيرغر (1997م)، هلد (1999م) وتوملسون (1999م) أن أصبح ميداناً مشروعاً من ميادين البحوث التي تتناول موضوع العولمة. لا يقف الأمر عند حدود وجود بعد ثقافي معين للعولمة فقط. فالثقافة وجه متجذر عميق من وجوه مجمل عملية الترابط المعقدة الكامنة في قلب العولمة. فالعولمة توفر طرائق متناوبة أو متعاقبة لإدارة الحياة اليومية كما تقوم بتغيير سياق المعنى - البنية، والتفسير بالنسبة إلى أكثرية الأفراد في المواقع والأماكن المتأثرة بها. تنطوي العولمة الثقافية، بإيجاز، على تغييرات في أسلوب التعامل مع الحياة الرتيبة الروتينية من جهة، وفي الطريقة المعتمدة لتفسير معنى الحياة من جهة ثانية. أضف إلى ذلك أن قوى العولمة الثقافية وآثارها، جنباً إلى جنب مع الردود المحلية عليها، تكون قابلة للرصد على المستويين الفردي - الجزئي الضيق المايكروم والمؤسستي - الكلي الواسع (الماكرو) كليهما.

قام بيرغر بصياغة أربع سيرورات وظواهر متميزة لعملية العولمة الثقافية . وهذه السيرورات والظواهر تكون متزامنة الحدوث ، مترابطة فيما بينها ، ودائبة على التفاعل مع جملة الثقافات المحلية الأصلية التي صارت على تماس معها (بيرغر 1997 م ، 24) :

- ثقافة دافوس ، أو ثقافة الأعمال الدولية
 - ثقافة الماكدونالد . أو الثقافة الشعبية الكوكبية
 - أممية نادي الكلية ، أو ثقافة الفكر العالمي
 - الحركات الدينية الجديدة ، أو الثقافة الدينية الشعبية
- كذلك وضع بيرغر إطاراً منطوياً على أربع عواقب محتملة لتقاطع قوى العولمة مع الثقافة الأصلية :
- حلول ثقافة العولمة محل الثقافة المحلية
 - تعايش الثقافتين الكوكبية والمحلية دون أي اندماج ذي شأن بين الطرفين
 - تزاوج الثقافة الكوكبية الكونية مع الثقافة المحلية الأصلية الخاصة
 - رَفْض الثقافة الكوكبية برد فعل محلي قوي

عموماً ، ما زالت قوى العولمة الأربع المذكورة سائدة في تايوان منذ ثمانينيات القرن العشرين وقد تمخضت عن تقريب الأنماط الثقافية التايوانية أكثر من الثقافة الكوكبية «المتصورة» . غير أن هذا لم يفض إلى الإجهاز على تنوع تايوان الثقافي ؛ بل أدى إلى تعزيز قدر أكبر بكثير من التباين الثقافي . يمكن اعتبار العولمة الثقافية في تايوان سيرورة عميقة قامت بصياغة الإطار البنيوي الذي يتم فيه تطوير انعكاسات ثقافية متنوعة . سوف يتضح في الفقرات التالية أن الأنماط الثقافية التايوانية ، كما هي متجلية في المجريات المكشوفة للحياة اليومية كما في الهيكلة المضمرة للمعاني الرمزية بالنسبة إلى الأفراد ، باتت

الآن، عملياً، إنتاجاً مشتركاً من صنع كل من تأثيرات العولمة من ناحية والردود المحلية الأصلية من الناحية المقابلة.

ثقافة دافوس

لا شك أن تطور تايوان الصناعي الرأسمالي ذو التوجه الخارجي، مع قدر لا يستهان به من التجارة الدولية والاستثمارات الأجنبية منذ ستينيات القرن العشرين، أدى بالفعل إلى دمج اقتصاد تايوان بالسوق العالمية. فبين القطاعات المختلفة لمشاريع الأعمال التايوانية، ثمة نسبة مئوية عالية جداً مرتبطة، بطريقة أو بأخرى، بأسرة الأعمال الكوكبية. وعلى امتداد العقود الثلاثة الماضية بقي احتكاك هذه القطاعات مع شركات الأعمال الدولية وكبار مسؤوليها التنفيذيين، مدرائها، وفنييها كثيفاً. لقد ظل تبادل الخبرات والمعلومات وأنماط ثقافة الأعمال بين أرباب الأعمال التايوانيين والزبائن والمستثمرين الأجانب متواصلًا دون انقطاع، على الرغم من أن رجال الأعمال التايوانيين هم الذين تعين عليهم، أكثر الأحيان، أن يتعلموا من نظرائهم الأمريكيين واليابانيين، خصوصاً خلال عقود ما قبل تسعينيات القرن العشرين. غير أن أعداداً كبيرة من مؤسسات الأعمال الدولية التي أقامت شبكات مشتركة في تايوان ما لبثت، في الوقت نفسه، أن أتقنت فن تكييف ممارساتها العملية بما ينسجم مع الظروف المحلية.

على مستوى السلوك الفردي، لا غرابة أن نلاحظ وجود نزوع شبه شامل وعام بين رجال الأعمال التايوانيين ومعهم أفراد الطبقة الإدارية في القطاعات الصناعية والخدمية نحو تقليد النظراء في سائر أرجاء العالم من حيث الملبس، أسلوب الكلام، ونمط السلوك. لغة الأعمال الإنجليزية هي اللغة المشتركة، وتبني أسماء أولى إنجليزية بات من الممارسات المطلوبة. وقد قام هؤلاء أيضاً بتطوير نمط معيشي معوّلَم قائم على أذواق متشابهة. ففي كل من تايبي، كاوشيونغ، وغيرهما من المدن الرئيسية يسهل العثور على طبقة الأعمال

المعولمة هذه عاملة في العديد من شركات التكنولوجيا العالية والمال، فضلاً عن القطاعات ذات العلاقة بالتجارة الدولية.

لافت للنظر أيضاً أن يكون العديد من المدراء التايوانيين المستخدمين من قبل شركات دولية قد نجحوا في تطوير أنماط سلوكية ثنائية. ففي مكان العمل يتصرفون عادة مثل أي من منتسبي الطبقة الإدارية المعولمة تماماً؛ أما في الأحياء التي اختارتها الشركات الأجنبية مقرات لها فهم لا يكتفون بمجرد التحول من اللغة الإنجليزية إلى لهجة الميتان أو الهاكا المحلية، بل ويسارعون إلى تغيير نمط تفكيرهم. فإنجاز الأعمال أو إدارة المشروعات ليس، بنظر كثيرين منهم، إلا جانباً واحداً، في حين تبقى الحياة منطوية على جوانب أخرى، وليست الأعمال كل شيء. يظل التصرف كرجل أعمال أو مدير دولي سلوكاً مكتسباً يتم تعلمه لمكان العمل - إنه نظام سلوك اعتمد حديثاً يشكل «إضافة» لا «بديلاً» بالنسبة إلى ما تم تعلّمه عن الحياة والعيش من الثقافة المحلية.

من الجهة المقابلة نرى أصحاب المشروعات الصغيرة المحلية والمبادرين العصاميين (الذين صنعوا أنفسهم بأنفسهم) في أكثرية الأعمال التقليدية، جنباً إلى جنب مع بعض المنخرطين في قطاع الصناعات المُعدّة للتصدير، وقد حققوا نجاحاً في إدارة أعمالهم منذ البداية دونما حاجة لأن يتعلموا كيف يلبسون، يتكلمون، ويتصرفون مثل أعضاء طبقة الأعمال العالمية. وعلى الرغم من أن هؤلاء قد لا يعرفون كيف يتعين على أي رجل أعمال دافوسي أن يسلك، فإنهم يجيدون تماماً أسلوب التعامل مع الوكيل التجاري ويتقنون فن اختيار اللحظة المناسبة لتقديم الطلب. دأب رجال الأعمال الصغار هؤلاء، وهم الذين أكسبوا «المعجزة التايوانية» شهرة عالمية، على الفصل بين خبرتهم العملية المستمدة من تجربة التعامل مع الأسواق العالمية عن أنماط الحياة اليومية المأخوذة من الثقافة المحلية الأصلية. وبالنسبة إليهم، فإن الثقافتين

اللتين توجهان عالميهما الحياتيين المختلفين تتعايشان دون صراع كثير.

على المستوى التنظيمي للأعمال، تكون سائر الشركات متعددة الجنسيات شديدة الحرص على التكيف مع الظروف الاجتماعية وثقافة الأعمال المحلية. قد يتجلى هذا في استراتيجيات التسويق و/أو أساليب الإدارة، والعديد من مدراء الشركات متعددة الجنسيات بذلوا جهوداً حقيقية في سبيل التكيف مع الطرائق التايوانية في إنجاز الأعمال، إما عبر إشاعة اللامركزية في آلية صنع القرار أو من خلال إضفاء الصفة المحلية على الكوادر العليا من كبار الموظفين. وعلى الرغم من تعولم اقتصاد تايوان وأعمالها على امتداد العقود القليلة الماضية، فإن من الواضح أن أنماط الإدارة الأمريكية ومعها اليابانية بقيت عاجزة عن استئصال ممارسات الأعمال التايوانية الأصلية والحلول محلها. ثمة، بدلاً من ذلك قدر ملحوظ من المزاجية بين أساليب الإدارة في العديد من الشركات متعددة الجنسيات العاملة في تايوان، جنباً إلى جنب مع شركات محلية عاكفة على المنافسة في الأسواق العالمية. وبالتالي فليس هناك أي نموذج إداري أمريكي، أوروبي، ياباني، أو تايواني - صيني خالص ونقي يمكن أن ينطبق على ثقافة الأعمال الفعلية السائدة في تايوان اليوم.

من مقابلات أجريناها مع إداريين في شركات خدمات مالية ألمانية، أمريكية، ويابانية، في تايوان، تبين أن على التنفيذيين وكبار الإداريين الأجانب أو يؤقلموا ثقافتهم العملية الدولية المزعومة بما ينسجم مع الواقع المحلي. ويكون الأمر حاسماً بصورة استثنائية حين يكونون راغبين في التوصل إلى إقرار مدى «أهلية» هذا الزبون أو ذاك للحصول على قرض، نظراً لأن المفهوم والمعايير المحلية للـ «أهلية» مختلفة عن نظيرتها في الغرب، حيث يستطيع كومبيوتر المصرف أن يفرز آلياً سجلاً يتضمن تاريخ أهلية الزبون. أما في تايوان فإن مثل هذه المعلومات ليست متوفرة في النظام المصرفي المحلي. وبالتالي فإن شيك الأهلية يجب تنظيمه بطريقة مختلفة، وسيكون هذا كثيف الاعتماد

على حكم المدير المحلي في إقرار مدى تحلي الزبون بصفات الأهلية، الثقة، قابلية الاعتماد، والجدارة بالتصديق. حتى في صناعات التكنولوجيات العالية تبقى أنماط الإدارة المعولمة المزعومة السائدة في الغرب بحاجة إلى التعديل بما ينسجم مع البيئة الاجتماعية في تايوان.

إضافة إلى الأمثلة آنفة الذكر من التكيف التنظيمي مع العولمة والأقلمة في ممارسات الإدارة، من المهم أن نلاحظ أن الممارسات التقليدية ما زالت سائدة في عالم الأعمال بتايوان، وأن رجال الأعمال التايوانيين ما زالوا يديرون قسماً كبيراً من عملهم عبر مؤسستي الغوانكسي (شبكة علاقات وروابط شخصية) والكسينيونغ (الجدارة الشخصية بالثقة والاعتماد). وثقافة الأعمال المشخصنة هذه ليست محصورة بتطوير روابط وشراكات معينة على صعيد الأعمال؛ فهي تشكل أيضاً ركناً من أركان أسلوب المبادرة والإدارة التايوانيتين.

بصرف النظر عن الحجم والمدى، من المتعذر فصل المشروعات التايوانية عن الأسرة: فالثانية تبقى على الدوام أساس الأولى، وما زالت الأسرة الصينية متمتعة بقدر كبير من التأثير على جملة أساليب إطلاق، تنظيم، وتوسيع الأعمال التايوانية المعاصرة. وبهذا المعنى، يبقى الشكل التنظيمي الثابت للمشروعات التايوانية هو الشكل الأسري الذي يبقى شيئاً آخر لم تستطع العولمة الاقتصادية أن تغيره جذرياً. النقيض تماماً هو الذي حصل في الحقيقة: ثمة، في ظل العولمة، نوع من التسليم والاعتراف المتزايدين بالمشروع الأسري شكلاً تنظيمياً وإطاراً إدارياً فريدين وناجحين (دونكلز وفروهليك 1991 م).

بما أن العائلة ما زالت هي السمة السائدة في الأعمال التايوانية حيث يوجد تداخل كثيف بين الملكية والتحكم، فإن التراتب الهرمي في الأسرة، أنماط المرجعية، والعلاقات الإلزامية، يتم اعتبارها نماذج لأدوار تنظيمية في مجال الأعمال. هناك مناخ تنظيمي شديد الأبوة في مشروعات الأعمال هذه، خصوصاً على صعيد اتخاذ القرارات وإدارة العاملين، وهناك، على الدوام،

تنفيذي مهمين واحد، شخصية الأب، هو صاحب القول الفصل. وفي حين أن الثقة هي مفتاح عمليات الأعمال الأسرية التايوانية، فإنها تكمن، بالدرجة الأولى، في قلب دائرة الأسرة. مرة أخرى تبقى العائلة النووية مركز الأمن والهوية الأهم بالنسبة إلى العديد من مؤسسات الأعمال التايوانية اليوم.

في معظم الحالات تنتقل قيادة الشركات إلى الأبناء - فقط في ظل ظروف خاصة استثنائية يستطيع الأوصهار أو البنات شغل مناصب مفتاحية. وكما في الأسر الصينية التقليدية كثيراً ما تستطيع مسألة الخلافة أن تصبح مصدر توتر هيكلي بالنسبة إلى أعمال تايوانية حديثة. وعلى الرغم من أن الانتقال من جيل إلى آخر يكون بالضرورة جالباً لبعض التغييرات في استراتيجيات تطور الأعمال، فإن هذه التغييرات تدار عادة بشيء من الحذر من جانب الورثة، حفاظاً على تقاليد الأعمال الأسرية.

كما قيل من قبل ما زالت نزعة الشُّخصنة مفتاح فهم آليات الأعمال التايوانية، وهي تتسع لتطال علاقات رب العمل - العامل: فالأشكال العائلية الحميمة للتناغم، الوحدة، الولاء، والالتزام العاطفي تعتبر وسائل ضرورية لإحكام ربط المستخدمين بالأعمال. وهذه الشخصنة تتجاوز أيضاً العالم الداخلي للمشروعات لتشمل النشاطات والفعاليات الجارية بين فروع الأعمال. غير أن من المتعذر الخلط بينها وبين الالتزام العاطفي البسيط، لانطوائها الدائم على نوع من الحساب العقلاني المعقد لجملة مصالح الأعمال على المدى القصير والطويل (هسياو 1994 م).

ومهما يكن فإن العولمة قد ساهمت بالتأكيد في زيادة سرعة تحول بعض جوانب هذه الأعمال العائلية. أضف إلى ذلك أن التوصيف السابق لثقافة الأعمال المحلية هذه ليست جامدة ولا ينبغي اعتبارها دليلاً على وجود مقاومة محلية لعولمة الإدارة. على الرغم من أن ثقافة الأعمال المحلية الفائضة والمتبقية ما زالت بعيدة عن الإدراك والتقييم الكاملين من جانب العديد من

تنفيذي الأعمال الأجانب، فإن أكثرية هذه الأعمال تعتبر العمل في تايوان تحدياً وقد عكفت بالفعل على اجتراف استراتيجيات معينة للتعامل مع ثقافة الأعمال العائلية التايوانية.

تلخيصاً يقال إن من شأن هذا التحليل، حتى اللحظة، أن يبين بوضوح أن تعايش نموذج الأعمال الأسرية التايواني مع الفورية المعولمة الآتية من الولايات المتحدة والمتبوتية المستوردة من اليابان لا يتمخض بالضرورة عن كثير من التوتر أو الصراع بين الشركات متعددة الجنسيات ومشروعات الأعمال المحلية. كما أن أوجه التباين على صعيد ثقافة الأعمال لا تبدو مشكلة حواجز ثقافية تحول دون قيام الشركات الدولية بإنجاز الأعمال في تايوان أو تمنع المشروعات التايوانية المحلية من توسيع دوائر ارتباطاتها التجارية والعملية ومدها إلى أرجاء العالم.

ثقافة عالم الماكدونالد

جنباً إلى جنب مع الوجود الواضح لبيئة أعمال مدوّلة، تشكل تايوان اليوم مجتمعاً مُزركشاً بالعديد من الثقافات وأنماط الحياة الشعبية المعولمة المتباينة. تدل عبارة «ثقافة شعبية» على ثقافة محددة مع حاجات رمزية من ناحية وعلى «طريقة حياة كاملة» من ناحية ثانية (مايكل 1996). وهنا في تايوان تتحدد الثقافة الشعبية عموماً على أنها نمط الحياة الثقافي المنتج للناس (للمستهلكين، بعبارة أخرى) وهي مختلفة عن ثقافة الشعب من حيث كونها منتجة بكميات كبيرة ومستهلكة على نطاق جماهيري واسع. وبالفعل فإن الأعمال الدولية نجحت في خلق فيض من الحاجات الاستهلاكية عن طريق وسائل الإعلام الجبارة، ثم ما لبثت أن سارعت إلى تلبية تلك الحاجات بمنتجاتها الثقافية.

تبقى الثقافة الشعبية الكوكبية، من حيث الجوهر، كثيفة التعويل على وسائل الإعلام، ومنتجي الإعلانات، البرامج التلفزيونية، الأفلام السينمائية، موسيقى البوب، وغيرها من فروع صناعة الاتصالات الجماهيرية يتولون

إدارتها. لقد لعبت صناعات الإعلام والاتصالات العابرة للحدود القومية هذه دوراً حاسماً في تشكيل ثقافة تايوان الشعبية وأذواقها العامة. ففي العديد من المدن الكبرى، يستطيع السكان متابعة أكثر من أربعين قناة كوابل تلفزيونية من غرف الجلوس. ما يزيد عن 68 بالمئة من العائلات التايوانية اشتركت بتلفزيون الكوابل في 1998 م، بزيادة لافتة من 43,4 بالمئة في 1994 م، فيما كان أكثر من ثلاثة ملايين تايواني كانوا يستخدمون شبكة الشبكات (الإنترنت)، مشكلين ما بات يعرف باسم «قبيلة إنترنت».

اكتشف مسح جرى في 1999 م أن لدى التايوانيين أذواق شديدة التباين في الثقافة الشعبية التي يحتلها الإعلام، وأن كلاً من موسيقى البوب، العروض الغنائية الخفيفة، المسرحيات التلفزيونية الجادة، والأفلام السينمائية، كانت متوفرة باللغات المينائية والماندرينية وإلخ... المحلية، جنباً إلى جنب مع اللغتين الإنجليزية واليابانية. ما يتراوح بين 50 و63 بالمئة من المشاركين في الاستطلاع عبروا عن نوع من الولع بسلسلة مختلفة من المسرحيات والأفلام المحلية والأجنبية. من اللافت للنظر أن شعبية الثقافة الشعبية اليابانية بين التايوانيين ظلت متنامية في السنوات الأخيرة، خصوصاً المسلسلات التلفزيونية الجادة والأفلام السينمائية اليابانية: حوالى 36 بالمئة من التايوانيين عبروا عن إعجابهم بها في 1994 م، وقد ارتفعت النسبة إلى 51,3 بالمئة في 1999 م (تشانغ 2000).

إن البنية التحتية لصناعة التلفزيون العابرة للحدود القومية، هذه البنية التحتية المؤلفة من شركات الإعلام والاتصالات، رأس المال متعدد القوميات واللغات المدوّلة، هي التي جعلت ثقافة تايوان المعولمة ممكنة، تماماً مثلما كانت كوكاكولا، ماكدونالد، ديزني، ليفي، كالفن، كلاين، نايك، سي.إن.إن، بوليفرام، إي.إم.آي، تويوتا، مايكروسوفت، ستاربكس، ومارلبورو، هي المساهمة في إيجاد أشكال معولمة من الأذواق، الأزياء،

اللغات، الأفكار، الأحلام، وأحكام القيمة في المجتمع التايواني المعاصر. صحيح أن الأذواق وأنماط الحياة التي تبدو متجانسة ما زالت ظاهرة تميز الطبقة الوسطى المدنية، إلى هذا الحد أو ذاك، إلا أنها تشكل بالنسبة إلى شبيبة الحَضَر ما هو أكثر من مجرد خيارات جديدة في الحياة: إنها تمثل رموزاً جديدة ومعنى مبتكراً في الحياة. أما أعضاء الطبقة العاملة الأكبر سناً والقاطنون في الأرياف فقد ظلوا، على النقيض من ذلك، عازفين عن استبطان الحاجات الأمريكية واليابانية الجديدة رافضين قبولها في عوالمهم الرمزية والقيمية، رغم استمتاعهم بها. بعبارة أخرى ما زالت لثقافة الماكدونالد حدود طبقية في تايوان، وتبقى تأثيراتها الرمزية والتفسيرية متجلية بوضوح بالغ بين صفوف الطبقة الوسطى المدنية أو الحضرية.

كما قيل من قبل، ظلت ثقافة البوب اليابانية متنامية الهيمنة على الساحة الثقافية التايوانية في العقد الأخير. يكمن أحد الأسباب في إقدام الحكومة سنة 1993 م أخيراً على رفع الحظر المفروض منذ سنة 1972 م على عرض البرامج التلفزيونية اليابانية، ذلك الحظر الذي كان قد وضع موضع التنفيذ عندما اعترفت الحكومة اليابانية رسمياً بجمهورية الصين الشعبية. غير أن عبارة **ها - ري - زو** («معشر المنبهرين باليابان») ما لبثت، مع حلول أواسط تسعينيات القرن العشرين، أن أصبحت مرتبطة بفكرة الافتتان المجنون بكل ما هو ياباني.

قد لا يكون **ها - ري - زو** عارفين شيئاً ذا بال عن تاريخ اليابان، اقتصادها، أو سياستها، كما لا يشعرون بالحنين الماضي (النوستالجيا) العميق إزاء ذلك البلد الذي ما زال بعض أفراد الجيل الأقدم الذي ترتع خلال الحكم الياباني يشعرون به. ليسوا، بدلاً من ذلك، إلا نتاج ماكينه ثقافة البوب ووسائل الإعلام اليابانيتين. لا غرابة، إذن، أنهم أيضاً شديداً الولع بالأشياء والرموز ذات العلاقة بثقافة البوب اليابانية كالأطعمة، اللُعب، مستحضرات التجميل، أفلام الكارتون، العروض التلفزيونية، العرائس، أشربة الفيدو، السيديات،

الملابس ومحلات الأزياء، وهم يقومون بتجميع هذه الأشياء كلها. فصورة مرحباً كيتي، مثلاً، أحدثت حُمى تجميع لدى الها - ري - زو مع عدد كبير من المستهلكين الآخرين: بلغت قيمة مبيعات حمالات المفاتيح، الشُّكلات، بطاقات الاعتماد، قطع الهواتف الخليوية وغيرها من الأشياء المزينة بهذه الصورة 35 مليوناً من الدولارات في 1999 م.

كانت «حمى اليابان» استثنائية التجلي في شعبية الميلودرامات (المشاجي) اليابانية بين أبناء الجيل الصاعد. كذلك ما لبثت العروض التلفزيونية اليابانية أن وضعت يدها على العديد من محطات التلفزة الكابلية المحلية، فبات معظم المشاهدين قادرين على متابعة خمس قنوات تلفزيونية يابانية بالكوابل. وبطريقة ما، فإن نجاح الميلودرامات اليابانية أفضى أيضاً إلى تجديد شعبية الثقافة اليابانية الحديثة. وحسب ما يقوله إيوابوتش (1998 م)، لم يصبح هذا ممكناً إلا بفضل القرابة الثقافية بين النظريتين التايوانية واليابانية إلى تجربة الحياة الحديثة. فالميلودرامات اليابانية حققت نجاحاً كبيراً في أفلمة وتأصيل أنماط الحياة والثقافة الأمريكية والأوروبية الحديثة، وما لبث التايوانيون، بدورهم، أن وجدوا هذا النمط الياباني سهل الهضم. بعبارة أخرى قام اليابانيون بأفلمة الأحلام الأمريكية وبثها في تايوان عبر برامج إعلام البوب، وما لبثت صور تجربة الحياة اليابانية الحديثة هذه أن زودت الشبية التايوانية بمنبع نموذجي من منابع التحديث والعولمة.

من الممكن أيضاً ملاحظة مثل هذا التماهي مع الثقافة الكوكبية الحديثة من خلال ثقافة البوب اليابانية في العديد من مجتمعات شمال - شرق وجنوب - شرق آسيا. غير أن إشاعة الثقافة الشعبية الأمريكية واليابانية وإضفاء الصفة الشعبية عليها في اليابان لم يؤدي إلى ترسيخ أي فهم جماهيري أعمق للمجتمعين والثقافتين «النموذجيين». لم تتمخض المسألة عن أية أشكال عميقة من التبادل والتعلم؛ كما لم تلهم بأي تأمل حول المجتمع والثقافة التايوانيين بالذات.

جنباً إلى جنب مع أمركة أنماط الحياة والثقافة الشعبية، أُوْرَبَتْهَا، وَبَيَّنَتْهَا، هنا، ثمة كان أيضاً نوع من الصعود في عملية أَلْقَمَة وتَأْصِيل ثقافية «تحت إعادة تجميعها»، عملية تم فيها إنعاش وإعادة اختراع العديد من الثقافات المحلية وعناصر أنماط الحياة التقليدية، بما فيها المطبخ التايواني التقليدي، الأوبرا، عروض العرائس (الدمى)، جمع الآثار القديمة، محلات احتساء الشاي، وطقوس شرب الشاي، جنباً إلى جنب مع موسيقى الروك والفن الحديث التايوانيين. أضف إلى ذلك أن عدداً غير قليل من فرق أداء الفنون الثقافية تأسست بحماس كبير من الجمهور مع دعم من الدولة، ومن الممكن اعتبار إيجاد، تطوير، وبعث هذه الفرق والأشكال الفنية، بما فيها بوابة الضباب (للرقص)، الحديقة الغربية الصغيرة (مسرح عرائس)، حديقة مين - وا (أوبرا تايوانية)، فورموز الجديدة (موسيقى روك تايوانية)، وهان - تانغ يوه - فو (للموسيقى والرقص الملكيين الصينيين)، نوعاً من الرد المحلي على العولمة.

منذ ثمانينيات القرن العشرين كانت تايوان قد التحقت بموجة العالم الثالثة لعملية إشاعة الديمقراطية السياسية، وكانت هوية قومية جديدة قد صيغت أيضاً وُطُوِرَت مع الحدث. وهذا المشهد السياسي المتغير حمل قدراً كبيراً من التيسير والإلهام فيما يخص بناء ثقافة تايوان وإنعاشها - تحركاً باتجاه إرساء القاعدة الثقافية لعملية بناء الأمة الجديدة. لعل أحد الأمثلة المهمة والنموذجية ذات الدلالة على امتداد العقد الأخير هو مثال إعادة كتابة وإعادة تفسير التاريخ التايواني في الأوساط السياسية والأكاديمية، حيث نشأت حركة باتجاه «خلع الثوب الصيني» و«إعادة أو تثبيت ارتداء الثوب التايواني» في مسعى لإعادة قراءة القرون الأربعة الأخيرة من تاريخ تايوان، منذ قيام الخانات الصينيين بهجرتهم الأولى إلى الجزيرة. ففي سنة 1994 م تم تدشين معهد جديد متخصص بتاريخ تايوان تحت قدر كبير من ضغط حَمَلَة شعار «ما هو صحيح سياسياً»، في

أكاديمية سينيكّا، أشهر مؤسسات تايوان التعليمية، رغم امتلاكها المسبق للمعهدين يتركز اهتمامهما على التاريخ.

ما لبثت أجواء التَّيُونَة الثقافية والسياسية هذه أن أفضّت أيضاً إلى إقامة العديد من المؤسسات الثقافية الخاضعة لرعاية الحكومة، بما فيها المركز القومي للفنون التقليدية، المركز القومي لدراسة وصيانة الممتلكات الثقافية، المتحف القومي لما قبل التاريخ وعلم الآثار، والمتحف القومي للمسرح التقليدي. وقد انعكس هذا أيضاً في إعادة تنظيم الحكومة المركزية مع إيجاد جهازين بيروقراطيين مختصين بالشؤون الثقافية / العرقية: مجلس شؤون السكان الأصليين ومجلس شؤون الهاكّا. أضف إلى ذلك أن عدداً غير قليل من المنظمات والهيئات غير الحكومية المحلية والقاعدية تم خلقها للمساهمة في تعميق الهوية الثقافية الأصلية، وما لبث الحفاظ على التراث الثقافي المحلي أن اكتسب مزيداً من الأهمية بوصفه عاملاً من عوامل «استعادة الهوية» بفضل نشاط حركات المحافظة المدعومة بجماعات ثقافية محلية.

في مَسَاح شمل الجزيرة كلها أجْرَتْه أكاديمية سينيكّا سنة 1999 م، عَبَّر 57 بالمئة من المشاركين عن شعور يقول إن ثقافات جميع الأمم في العالم محكومة بأن تزداد تشابهاً - مؤشر واضح على وجود وعي بالتجانس والتماثل الكوكبيين. غير أن 65 بالمئة في عملية المسح ذاتها رأوا أن على تايوان أن تحافظ على سماتها الثقافية الخاصة، رغم الاندماج الثقافي العالمي - دعوة إلى أصالة ثقافية.

تحت تأثير عالم الماكدونالد، جاء رد المجتمع التايواني متمثلاً، باختصار، بصعود الثقافة الاستهلاكية التجارية المؤصلة من جهة وبجهود واعية رامية إلى إعادة بناء هوية تايوانية خاصة على الصعيدين القومي والمحلي من جهة ثانية. وعلى الرغم من أن قوى الثقافة الشعبية العولمية طاغية في الحياة الثقافية التايوانية المعاصرة، فإن هذه القوى لا تكتفي بالتعايش مع قوى الأقْلَمَة

وحسب، بل وقد يَسَّرَتْ تنامي التنوع الثقافي وعملية البحث عن أصالة ثقافية في تايوان.

أممية نادي الكلية

من المؤكد أن العولمة لا تتم في ميادين التجارة، الأعمال، التكنولوجيا، الثقافة الشعبية، والاتصالات الإعلامية فقط، بل وتجري أيضاً على أصعدة الأفكار، المفاهيم، والآراء. واضح أن وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية لعبت دوراً مهماً في إيصال تلك الطرق الجديدة في التفكير إلى تايوان، غير أن المثقفين هم الذين قاموا فعلاً بالاضطلاع بدور «حَمَلَة» هذه الأفكار الناشئة و«ناقليها» من الخارج. وعملية «نزيف الأدمغة» المعكوسة هذه بدأت تتم في تايوان أواخر سبعينيات وأوائل ثمانينيات القرن العشرين، حين عادت أعداد متزايدة باضطراب من التايوانيين الشباب الموهوبين بشهادات أكاديمية عليا من الجامعات الأمريكية وبدأت تحتل مناصب مختلفة. ومنذ ذلك التاريخ أصبح هؤلاء المثقفون العائدون «حَمَلَة» و«مؤقلمى» العديد من القيم الغربية / الكوكبية.

لقد بادر هؤلاء حتى إلى تشكيل «طبقة معرفة جديدة» في سائر المعاهد الثقافية التايوانية البحثية، الاجتماعية، الإعلامية، وغيرها، وإلى «نشر» ما تعلموه فيما وراء البحار في أماكن العمل وعلى مستوى الجمهور. ظلوا عاكفين على تدريس هذه الأفكار الجديدة والكتابة عنها في غرف التدريس الجامعية، الصحف والمجلات، كما قام كثيرون بترجمة مؤلفات مهمة إلى اللغة الصينية. لا غرابة، إذن، أن تكون صناعة النشر التايوانية قد شهدت، منذ ثمانينيات القرن العشرين، نمواً سريعاً جداً، مع ظهور أعداد كبيرة من الكتب المترجمة حديثاً حول جُل القضايا والموضوعات التي يمكن أن تخطر بالبال متزاحمة على رفوف المكتبات. وهذه التوجهات تواصلت في التسعينيات وما بعدها، وبقدر أكبر من الزخم وبأسلوب أكثر منهجية.

في تسعينيات القرن العشرين راحت شركات النشر التايوانية الجديدة والعريقة على حد سواء تنشر بصورة منهجية سلاسل من الكتب المؤثرة والشعبية الأكثر مبيعاً المستوردة من الخارج باللغة الصينية. ثمة دور نشر عريقة مثل تشانغ تايمنز، شركة النشر الرابطة (مجموعة الأخبار اليومية المتحدة)، والكومونولث، وأخرى حديثة العهد مثل راي فيلد والقرن الجديد، تضافرت جميعاً على إنتاج عدد هائل من الكتب والسلاسل المترجمة حديثاً تحت حُشد من العناوين المثيرة مثل: ثانياً، العصر الجديد، المواطن الكوكبي، النظرة الكوكبية، التاريخ والثقافة، كتب التراث (الكلاسيكيات)، المعرفة، والوحي. يستطيع المرء أن يرى عبر هذه العناوين أن موضوعات جديدة في العلوم الاجتماعية - البسيكولوجيا، السوسيولوجيا، التاريخ، الاقتصاد، العلوم السياسية، جنباً إلى جنب مع الأعمال والفلسفة - كانت هي الموضوعات المفضلة.

تتضمن المؤلفات التي تتم ترجمتها إلى اللغة الصينية كتابات أكاديمية جادة من جهة وكتب مطالعة شعبية من جهة ثانية. تبقى الإنجليزية اللغة الأمية الأكثر شعبية، تليها اليابانية، ثم تأتي الألمانية والفرنسية على نطاق أضيق. من الموضوعات الجديدة بالملاحظة قضية إشاعة الديمقراطية على الصعيد الكوكبي (الموجة الثالثة، صدام الحضارات وإعادة هيكلة النظام العالمي، الطريق الثالث)، مسألة البيئة والتنمية المستدامة (تقارير نادي روما، تقارير رصد العالم، ظاهرة الإلثمينو)، موضوع المساواة بين المرأة والرجل (ترجمة جديدة لكتاب الجنس الثاني)، النظام الرأسمالي الحديث (أزمة الرأسمالية الكوكبية، الفجر الزائف، ما معنى العولمة؟ [بالألمانية])، خطاب ما بعد الحداثة (نظرية ما بعد الحداثة، نزعة ما بعد الحداثة)، وبسيكولوجيا البوب (إي. كيو، كتب حساء الفروج، معابر جديدة).

كان استقبال الجمهور لهذه الأعمال المترجمة إيجابياً جداً. ثمة أيضاً عدد

كبير من الكتب الأمريكية الأكثر مبيعاً تحتل صدر القائمة في تايوان فضلاً عن أن الأقسام الأدبية للعديد من الصحف كثيراً ما تنشر عروضاً لعناوين مترجمة مما يساهم في الترويج لها بصورة مؤكدة. وعلى الرغم من أن جودة الترجمات ظلت إشكالية على الدوام، فقد طرأ تحسن كبير في السنوات الأخيرة، مع تحول المترجمين إلى مترجمين أكثر احترافاً بكثير. ثمة اليوم عدد كبير من المترجمين الحاصلين على شهادات عليا في الخارج، والمتمتعين، إضافة إلى المهارات اللغوية، بالخبرة الضرورية لإنجاز ترجمات عالية الجودة.

إضافة إلى التوافر المتنامي للأدبيات المترجمة للجمهور العام، ثمة كانت عملية أخرى لإضفاء الصفة المؤسسية على بعض الآراء والخطابات الغربية المهمة، ذات العلاقة بعولمة الأفكار، القيم، والإيديولوجيات الأجنبية وأُفْلِمَتْها على حد سواء. فعبّر استنفار وتنظيم العديد من الحركات الاجتماعية القاعدية، تم إطلاق العديد من الخطابات الغربية حول المجتمع والثقافة وطرحها على الجمهور، مما أدى إلى انبثاق ما يزيد عن عشرين حركة اجتماعية جديدة في مجتمع تايوان المدني منذ ثمانينيات القرن العشرين⁽¹⁾. أقدمت منظمات الحركة الاجتماعية المعنية على تبني هذه القيم والخطابات الغربية / الكوكبية مبادئ توجيهية وأطراً مرجعية تلوذ بها لإضفاء الشرعية على قضاياها. فضلاً عن أن النشاط سارعوا إلى إتقان فن الإفادة من الخطابات الغربية لإقناع الجمهور بدعم الحركات الاجتماعية الجديدة، ظل مثقفو تايوان على الدوام الطبقة الاجتماعية الأطول باعاً في مجال قيادة التفكير والإصلاح الاجتماعيين الجديدين، وقد نجحوا في تنبيه الجمهور إلى قضايا البيئة، حقوق الإنسان، والمساواة بين الجنسين من خلال الخطابات التي اقتُبست مباشرة من الغرب وتمت أفلِمَتْها بعد ذلك. عدد كبير من الناشطين الاجتماعيين هم مثقفون عائدون تابعوا دراستهم في الخارج، كما أن صحفيين متعاطفين لعبوا أيضاً دوراً في رفع وتشكيل وعي الجمهور بهذه القضايا. تمكنت الحركات الاجتماعية المحلية، عبر استنفار

القواعد، باختصار، من عولمة تايوان بخطابات نابغة من الغرب، وإن جرت أقلمتها بما يجعلها مقبولة لدى التايوانيين - في تفاعل ديناميكي لآلتي العولمة والأقلمة الثقافيتين.

إذا أخذنا حركة البيئة نموذجاً، فإننا سنجدتها حركة تايوانية دون أي لبس من حيث الثقافة والتنظيم الاجتماعي، على الرغم من أنها استمدت جذورها الفلسفية من الغرب مباشرة (ولر وهسياو 1998 م). نجحت الحركة في رفع مستوى اهتمام الجمهور بالمشكلات البيئية عبر ابتكار «إطار عمل ثقافي» يزاوج بين نزعة البيئة الغربية من جهة، الدين الشعبي التايواني من جهة ثانية، والنزعة العائلية التقليدية الصينية من جهة ثالثة (هسياو 1999 م).

كانت مظاهر الأقلمة أو الردود النابعة على الأفكار والخطابات الثقافية الغربية موجودة في آداب تايوان وعلومها الاجتماعية منذ سبعينيات وثمانينيات القرن العشرين. ف «حركة الأدب المحلي» أواسط السبعينيات لم تكن سوى المحاولة المدروسة الأولى التي بذلها عدد كبير من الكتاب الشباب بحثاً عن فكرة وهوية أدبية أصيلة، رفضاً محلياً واعياً للحدثة الغربية التي كانت قد هيمنت على الآداب التايوانية منذ ستينيات القرن العشرين. وما لبثت هذه الحركة، منذ ذلك التاريخ، أن نجحت في ترسيخ الواقعية الاجتماعية بوصفها التيار الرئيسي في الأدب التايواني.

خلال عقدي السبعينيات والثمانينيات اتسعت حركة التأصيل وطالت حقولاً ثقافية أخرى مثل الموسيقى، فنون التمثيل، والأفلام السينمائية. وخلال الفترة نفسها بدأ أساتذة العلوم الاجتماعية أيضاً رحلة استكشاف ونقد للذات ودعوا إلى مزيد من تأصيل العلوم الاجتماعية، مع تنبه كثيرين إلى ضرورة تطوير علوم اجتماعية تايوانية مؤهلة لتمجيد هويتهم الثقافية والفكرية الخاصة. في الوقت نفسه، بات واضحاً أن حركة التأصيل هذه لم تكن قائمة على استهداف وقف التعلم من العلوم الاجتماعية الغربية كما لم تدع إلى اجتراح

علوم سياسية قوموية - بل العكس . فعبّر حركة التأصيل ، أراد أساتذة العلوم الاجتماعية التايوانيون تأكيد كونية العلوم الاجتماعية من جهة ، مع إبداء قدر من الاهتمام الثقافي والقومي من الجهة الأخرى . كانوا في الوقت نفسه يأملون بحصول انتعاش في العلوم الاجتماعية الغربية بفعل عناصر جديدة مستمدة من ثقافات متنوعة . وهكذا فإن حركة العلم الاجتماعي هي الأخرى كانت منظوية على تضافر عنصري التأصيل والعولمة كليهما .

تقوم تجربة العولمة التايوانية مثلها مثل أقلمة الفكر والخطاب الغربيين في الأدب ، العلوم الاجتماعية ، والحركات الاجتماعية منذ سبعينيات وثمانينيات القرن العشرين بتسليط الأضواء على جملة ردود الأفعال المتنوعة على العولمة الثقافية . لقد أخذت في الأدب شكل المقاومة ؛ أما في العلوم الاجتماعية فقد جاءت منظوية على التعايش بين العولمة والأقلمة . وفي حركات اجتماعية جديدة ما لبثت أن زادت من «تجميع وتركيب» جملة الخطابات والأطروحات الغربية وصولاً إلى جعلها شيئاً مقبولاً أكثر على الصعيد الثقافي لدى الجمهور التايواني العريض .

يمكن القول ، تلخيصاً ، إن من شأن استيراد وقبول فكر جديد من الغرب منذ ثمانينيات القرن العشرين أن يبدو عملية عولمة ثقافية تم من خلالها تقريب الثقافة التايوانية من الثقافة الفكرية العالمية المتخيلة . وقد تمخضت هذه العملية أيضاً عن أقلمة ثقافية ، كما أدى التفاعل بين العولمة والتأصيل إلى المزيد من تيسير تباين وتلوّن تايوان الثقافي في تسعينيات القرن العشرين ومن شأنه أن يستمر في فعل ذلك خلال عقود قادمة .

الحركات الدينية الجديدة

على الرغم من أن تايوان لا يمكن اعتبارها «سوبر ماركت أديان» ، فإن صورتها الدينية مع حلول نهاية سنة 1999 م يمكن ، على الأقل ، وصفها بأنها «واجهة عرض لأديان العالم» . ومع أن وزارة الداخلية لا تعترف إلاً بإحدى

عشرة ديانة أو طائفة مذهبية «تقليدية» و«شرعية»، فإن هناك في الحقيقة حوالى 250 طائفة دينية من مختلف الأنماط والمشارب الموجودة اليوم. وعبارات «الأديان الجديدة»، «الظواهر الدينية الجديدة» و«الحركات الدينية الجديدة» تشير جميعاً إمّا إلى ظهور العديد من الطوائف الدينية الناشئة حديثاً والمستوردة من الخارج أو إلى بعث الحياة ونفخ الروح في الديانة البوذية التقليدية المحلية.

ليست كثرة من الجماعات الدينية الجديدة في الفئة الأولى إلاّ سُتلات مستوردة من بلدان معينة مثل الهند، اليابان، فيتنام، وفرنسا. ومن الطوائف الدينية الجديدة الأكثر لُفتاً للأنظار يمكن الإتيان على ذكر العصر الجديد، أوشو، كريشنامورتي، والتأمل المتعالي (الهند)؛ نيتشيرن شوشو، سوكاغاكاى، وأوم شينريكيو (اليابان)؛ تشينغ هاي الأعظم (فيتنام)؛ دين رايلي (فرنسا). ولدى تايوان أيضاً طوائف دينية جديدة مستوردة من أمريكا مثل عبادة العلوم والأيسككون ISKCON، غير أن هذه الأخيرة تبقى أقلّ ضجيجاً بكثير.

ظهرت هذه الجماعات الدينية الجديدة إلى الوجود في ظل سياسة إشاعة الأجواء الديمقراطية التي أعقبت إلغاء الأحكام العرفية، التي كانت قد دامت حوالى أربعين سنة (1949 - 1987 م). ففي ظل الحكم الدكتاتوري المتسلط المتشدد جداً في ستينيات وسبعينيات القرن العشرين بقيت سائر الفعاليات الدينية خاضعة لرقابة الدولة. أمّا في فترة ما بعد الحكم العسكري فلم تعد الحكومة متحكمة بصورة مطلقة بالروابط الاجتماعية والتجمعات الدينية، وتم جلب أديان جديدة إلى تايوان عبر سلسلة متنوعة من الأشكال التنظيمية، بما فيها الروابط البحثية - الأكاديمية، الحلقات الدراسية، وروابط الأعضاء.

أمّا الفئة الثانية من الحركات الدينية الجديدة فجاءت نتيجة إعادة الشباب للبوذية التقليدية. خلافاً لحال التطور المتجمد لكل من الكاثوليكية والبروتستانتية، دخلت البوذية المحلية حقبة جديدة عرفت باسم «البعث الديني الجديد»، حقبة شهدت زيادة مثيرة في عدد الأتباع والمريدين على امتداد العقد

الماضي: من ثمانمئة ألف أواسط الثمانينيات إلى أكثر من خمسة ملايين مع حلول سنة 2000 م. وعدد المعابد البوذية المسجلة تضاعف هو الآخر وزاد عن الـ 4500 بعد أن كان 1157، مع تزايد أعداد الرهبان والراهبات من 3470 إلى أكثر من عشرة آلاف خلال الفترة الزمنية نفسها. لعل الأبرز والأشهر بين قادة الجماعات البوذية التي تم إحيائها مجدداً ومعابدها هم السيد تشنغ - ين من تزو - تشي على الشاطئ الشرقي، السيد شنغ - ين من جبل دهارما دروم في الشمال، السيد هسين - يون من فوغوانغشان في الجنوب، والسيد واي - تشين من معبد تشونغ - تاي في قلب تايوان.

يكمن الفرق الأكثر إثارة بين هذه البوذية التي تمت إعادة إحيائها وصيغتها التقليدية في الاختلاف بين موقفيهما الفيلسوفين، حيث بادرت الجماعات الجديدة إلى تبني موقف اليد المبسوطة في الوصول إلى المجتمع عن طريق الأعمال الخيرية وخدمة القضايا الاجتماعية. فهذه الجماعات البوذية الجديدة نجدها منخرطة في أعمال الرفاه الاجتماعي، الخدمات الطبية، التعليم، أعمال النشر، وحركات البيئة، وما لبثت مقاربتها الدنيوية أن أحدثت انقلاباً في الطريقة التي كانت متبعة في ممارسة الدين في تايوان منذ قرون.

قال فيلسوف الأديان هوي - نان يانغ في إحدى المقابلات ما يلي: «بدلاً من الانسحاب السلبي إلى ما وراء أسوار المعبد والاستغراق في الترتيل والابتهاال والتأمل، أصبح الرهبان والراهبات الآن يجوبون الشوارع لنشر دينهم. تراهم وهم يلقون الخطب، يعلّمون أسلوب التأمل، وينشرون الكتب». كذلك يشير يان إلى أن البوذية الصينية كانت لها مساهمات مباشرة في المجتمع حين أقدم أباطرة السلالات على اعتناقها. وبالتالي فإن التيار «الجديد» الراهن في البوذية التايوانية في ظل العولمة، إن هو إلا «تجديد» للتراث الضائع. وقد أطلق يانغ على العملية اسم «بعث بوذي».

يمكن اعتبار شيوع الأديان المستوردة حديثاً والبوذية التي تم نفخ الروح

فيها من جديد على حد سواء نوعاً من الاستجابة الدينية لتلبية الحاجات الروحية لدى الشعب التايواني الواقع تحت الضغط الهائل للمبالغة في التحديث. وبمعنى من المعاني، نجد هذين التيارين من الحركات الدينية الجديدة متشابهين من حيث كونهما، كليهما، معاديين، إلى هذا الحد أو ذاك، لما هو حديث بالطبيعة، على الرغم من أن مقاربتهم لأسلوب التعامل مع الحداثة مختلفان تماماً. فمعظم الطوائف الدينية الأجنبية المستوردة ظلت تركز «ممارساتها الدينية» على الاهتمام بحاجات الأتباع الفردية على الصعيدين الذهني والعاطفي. إنها تبالغ في تأكيد النزعات الغيبية - الصوفية، التأمل، والتفسير العلمي وتباشر المشورة النفسية، التحليل النفسي، الطبابة، والترويج للأطعمة الصحية.

ثمة مقارنة مماثلة وُجدت أيضاً لدى العديد من جماعات التشي - غو شبه الدينية، التي كانت جماعة بوابة تاي - تشي الأبرز والأكثر شهرة. وإحدى السمات المشتركة لهذه الطوائف الدينية الجديدة تتمثل بكونها تتخذ موقفاً استبطانياً، فردياً، واستشفائياً من الحداثة. يُنتظر من الأتباع أن يطوروا تأكيد الذات والهوية الذاتية وأن يستعيدوا النظام والقيمة لحيواتهم الشخصية عبر التأمل الخاص: أحد بدائل طريق الوصول إلى استعادة القداسة.

من الجهة المقابلة، اتخذت البوذية الجديدة موقفاً يكاد أن يكون جمعياً من عواقب الحداثة عن طريق دفع الأتباع إلى الانخراط في مختلف أشكال الأعمال الإنسانية والخيرية الاجتماعية. من المهم أيضاً أن نؤكد أن انخراط هذه الجماعات البوذية في أعمال الإحسان والخير إن هو إلا اعتماد لمفاهيم الأعمال الخيرية لدى الكنيسة المسيحية الغربية. ثم ما لبثت هذه الجماعات أن اقتحمت عالم التعليم العالي عبر بناء الكليات والمعاهد والجامعات - حاذية مرة أخرى حذو المسيحية الغربية.

بمعنى من المعاني، زادت البوذية الجديدة من عُلْمَةِ حياة تايوان الدينية.

ومن الجدير ذكره أن جماعات تزو - تشي، فوغوانشان، وجبل دهارمادروم، بادرت حتى إلى مد نشاطاتها الدينية إلى بلدان أخرى عن طريق تأسيس فروع دولية. بل وسارعت إلى إقامة الشكل التنظيمي الغربي للمؤسسة في سبيل دعم وترويج قضايا ثقافية، خيرية، وإصلاحية. وبالفعل فإن مؤسسة تزو - تشي قد أطلقت سلسلة من برامج الإغاثة الاجتماعية النشيطة جداً في أكثر من أربعين بلداً حول العالم: لعله مثال فريد لعولمة بوذية تايوان الجديدة.

لقد كشفت هذه المقارنة بين معسكري الحركات الدينية الجديدة في تايوان عن أنهما تبنيا موقفين مختلفين من عواقب الحداثة: موقف البحث المقدس عن الهوية الذاتية، عن الذات من جهة وموقف اعتماد الأسلوب العلماني القائم على تطوير وجدان جماعي. وقد ساهمت الثقافتان الدينيتان، كلتاهما، في توسيع حدود تايوان الدينية وجعلتا لوحاتها الدينية أكثر ألواناً وظلالاً. أدى تعايشهما منذ تسعينيات القرن العشرين، كل على حدة، إلى تلبية الحاجات المختلفة للطبقات المتباينة السائرة على هديهما. ما من تزواج مهم أو واضح سبق له أن لوحظ حتى الآن.

خلاصة

يبين التحليل الوارد في هذا الفصل أن التجربة التايوانية على صعيد التفاعل بين العولمة والأقلمة قد كشف بوضوح عن وجود شكل من أشكال «التعايش التعددي» في سائر الميادين الثقافية الأربعة. ففي عولمة ثقافة الأعمال الدولية وثقافة الفكر العالمي، قامت الحالة التايوانية بالكشف عن درجات متباينة من «التركيب» أو «المزوجة» بين قوى العولمة الثقافية والردود المحلية المنظمة. عموماً، ليس ثمة أي دليل يشير إلى أن المجابهة بين العولمة والأقلمة قد تمخضت في أي وقت من الأوقات عن أي صراع أو صدام ثقافي جدي. فالثقافة الكوكبية لم تستول على الثقافة التايوانية المحلية، كما لم تتعرض

لرفض القاطع . وفي هذا السياق فإن تجربة تايوان تلقي مزيداً من الضوء على الطابع اللاصدامي المحتمل للعلاقة بين أسباب العولمة الثقافية ونتائجها .

واضح أيضاً أن الثقافتين الخاصة بالأعمال الدولية والشعبية قد تطورتا بسرعة بالتوازي مع تطور تايوان الرأسمالي المتزايد عمقاً بصورة مضطربة . وقد أدى وجود هاتين الثقافتين الكوكبيتين إلى زيادة اندماج تايوان بالنظام الرأسمالي الكوكبي وبالثقافة الرأسمالية . جاءت الردود المحلية على الثقافتين الكوكبيتين هي الأخرى ذات طبيعة رأسمالية . غير أن كلاً من الثقافة الفكرية العالمية والثقافة الدينية الشعبية تتصدیان للقوى الرأسمالية ومنطقها التطوري . فهاتان الثقافتان الكوكبيتان، جنباً إلى جنب مع ما يستثيرانه محلياً من ردود أفعال، يمكن اعتبارهما قوتين مضادتين للنظام الكوكبي لتحديان أو تغيير الثقافات الرأسمالية المعاد إنتاجها التي ظهرت إلى الوجود في تايوان خلال العقود الماضية . وبالتالي فإن من المهم أن نلاحظ أن للعولمة دياكتيكها الداخلي الخاص ، وأن القوى الرأسمالية الدافعة والقوى الكابحة المضادة للرأسمالية تتعايش جنباً إلى جنب في الوقت نفسه . هذا وقد تكشف أصداء الأقلية وعواقبها عن آلية مشابهة ما لبثت أن تمخضت عن سلسلة من المضاعفات ذات الشأن بالنسبة إلى مشهد تايوان الثقافي .

بقي دور الدولة في هذا كله دائم التغير . فمن ناحية ظلت تلعب دوراً مفتاحياً كعامل «تيسير» و«تشجيع» في سيرورة عولمة أعمال تايوان المحلية وثقافتها الشعبية المحلية هي الأخرى . ومن الجهة الأخرى دأبت الدولة على اتخاذ مواقف شبه ضبابية مترددة من استجلاب الثقافة الفكرية العالمية واستيراد طوائف دينية جديدة إلى تايوان . أما بعض القطاعات في المجتمع المدني - قطاعات المثقفين ، الصناعة الثقافية ، أصحاب المبادرات الدينية - فقد اضطلعوا ، على النقيض من ذلك ، بدور أكثر نشاطاً بكثير في دفع عجلة العولمة

الثقافية الأربع المعنية؛ فضلت بالأحرى أن تجاري مطالب مختلف قوى الأقلمة في المجتمع المدني إلى حد كبير.

تقوم القصة التايوانية للعلومة والأقلمة الثقافيتين بتسليط الضوء على طبيعة تايوان الحقيقية بوصفها مجتمعاً حديثاً ذاتي التكيف، منفتحاً، متعدد، ودائم التغير.

ملاحظات

(1) إنها حركات المستهلكين، أعداد التلوث، دعة المحافظة على الطبيعة، النساء، الطلاب، أنصار العهد الجديد، دعة الاحتجاج الكنسي، العمال، الفلاحين، حقوق المعلمين، المعاقين، المخضرمين، السجناء السياسيين، أهالي البر الصيني العائدين، المنفيين التايوانيين العائدين، أعداء الأسلحة النووية، هوية الهاكا الثقافية، إسكان المحرومين من المأوى، الإصلاح القضائي، وأنصار حرية الصحافة.

مراجع المقالة (الفصل)

آلبرو، إم، 1990 م، مقدمة العلومة، المعرفة، والمجتمع. تحرير إم. آلبرو وإي. كنغ، لندن: سيج.

- 1997 م. العصر الكوكبي. ستانفورد: مطابع جامعة ستانفورد.

بيرغر، بيتر. 1997 م. «أربعة وجوه للثقافة الكوكبية» مجلة ناشيونال انترست 49: 23 - 29.

تشانغ، ين - هوا، 2000 م التغيير الاجتماعي في تايوان، مسح أساسي 2000 م. تايبي: معهد السوسولوجيا، أكاديمية سينكا.

دونكلز، ريك وإيروين فروهليش. 1991 م. «هل الأعمال العائلية مختلفة حقاً؟ تجارب أوروبية من ستراتوس STRATOE. مجلة الأعمال الأسرية 2/4: 142 - 160.

فدزستون، مايك، سكوت لاسن، ورونالد برتسون، محررين. 1995 م. حداثات كوكبية، لندن: سيج.

غيدنز، أنتوني. 1990 م. عواقب الحداثة. ستانفورد: مطابع جامعة ستانفورد.

هلد، ديفيد، وآخرون. تحولات كوكبية: السياسة، الاقتصاد، والثقافة، كامبردج، المملكة المتحدة: بوليتي.

- هسياو، إتش. إتش. مايكل. 1994 م. «الأعمال الإنسانية المشتركة الصينية في شرق وجنوب - شرق آسيا: حالة نموذجية». «في أنماط متحولة من الأعمال الإنسانية في آسيا - المحيط الهادي»، تحرير كي. إتش. يونغ. ص: 79 - 95. سيؤول: معهد دراسات الشرق والغرب، جامعة يونسى.
- هسياو، إتش. إتش. مايكل وآخرون. 1999 م «الثقافة وأنماط آسيوية لحركات بيئية» في حركات آسيا البيئية، تحرير واي. أس. لي وآلفن سو، ص 210 - 229. لندن: شارب.
- هسياو، إتش. إتش. مايكل، وهوا - بي تسنغ. 1999 م. «تشكيل الوعي البيئي في تايوان: المثقفون، وسائل الإعلام، وعقل الجمهور». مجلة الجغرافي الآسيوي 21/18: 99 - 109.
- ايوا بوتشي، كويتشي. 1998 م. «الثقافة اليابانية في تايوان» مجلة المعاصر 125: 14 - 22. باللغة الصينية.
- مايكل، بين، محرراً. 1996 م. قاموس النظرية الثقافية والنقدية، كامبردج، المملكة المتحدة: بلاكول.
- روبرتسون، رونالد. 1992 م. العولمة. لندن: سيج.
- روبرتسون، رونالد، وحبيب حق خوندكر، 1998 م. «خطابات العولمة: اعتبارات أولية». مجلة أنترناشيونال سوسولوجي 13، 1: 25 - 40.
- توميلسون، جون. 1991 م. الامبريالية الثقافية. بلتيمور. مطابع جامعة جون هوبكنز.
- 1999 م. العولمة والثقافة. كامبرج. المملكة المتحدة: بوليتي ووترز، مالكولم. 1995 م. العولمة. لندن: روتلج.
- ولر، روبرت، وإتش. إتش. مايكل هسياو. 1998 م. «الثقافة، الجنس، والجماعة في حركات تايوان البيئية» في كتاب حركات البيئة في آسيا، تحرير آ. كالاند وجي بيرسون، ص: 83 - 109. ريتشموند، المملكة المتحدة: كورزون.

3

بعض وجوه العولمة في اليابان المعاصرة

تاموتسو أوكي

ما زال المجتمع الياباني دائماً على التغير المتواصل منذ نهاية الحرب العالمية الثانية. لقد كان هذا المجتمع شديد الحساسية إزاء التطورات الحاصلة في أوروبا الغربية، الولايات المتحدة، وأجزاء أخرى من آسيا، وقد أبدت اليابان ميلاً نحو البحث عما ينبغي عليها أن تكونه بالقياس على هذه التطورات الخارجية. غير أن هذا التكيف مع التغير الخارجي ليس إلأً وجهاً واحداً للمسألة. فعادات الأكل، الأزياء، النشاطات التجارية وهموم المثقفين اليابانية تكشف عن تنوع كبير في أنماط التغير. ففي حين أن العديد من هذه التغيرات هي بالفعل ردود أفعال مباشرة على تغييرات حاصلة في الوضع الدولي، ثمة تغييرات أيضاً يتم فهمها بشكل أفضل على أساس أنها سيرورات متعددة المراكز متولدة عن تفاعلات ثقافية ذات اتجاهين أو أكثر.

تتركز هذه المعايينة لآثار العولمة في اليابان على عدد من الميادين المعينة، مثل نشاطات المثقفين، توسع الأعمال التجارية اليابانية فيما وراء البحار، وتحول الأنماط الحياتية (الغذاء والملبس خصوصاً). وفي كل من

الحالات، تتم معاينة التطورات الحاصلة في هذه الميادين بالارتباط مع العولمة، جنباً إلى جنب مع ما تكشف عنه حول الشكل الخاص الذي أخذته العولمة في اليابان.

إغراق الحياة اليومية بطوفان «الوجبات السريعة»

دخلت اليابان حقبة النمو الاقتصادي لما بعد الحرب في 1955 م، غير أن هذا النحو لم ينعكس على الحياة اليومية للناس العاديين ولم يجلب نوعاً معيناً من الازدهار العام إلا في سبعينيات القرن العشرين. وعبرة «الغرق في بحر الوجبات السريعة» مناسبة كلياً لمناقشة موضوع التغييرات الحاصلة في عادات الطعام اليابانية والطريقة التي بدأت بها في السبعينيات. سوف نقوم بمعاينة هذه الظاهرة بوصفها أحد وجوه الترابط بين تحول المجتمع الياباني والعولمة.

استراتيجية ماكدونالد اليابانية الموحدة وإغراق عادات الطعام في بحر الوجبات السريعة

«رخيصة، سريعة، ولذيذة»

لقد قيل إن ثقافة الطعام الشعبية في يابان اليوم محكومة بالمواصفات الثلاث المتمثلة بـ «الرخص، السرعة، والمذاق الطيب»⁽¹⁾، التي تبلغ ذروة تحققها في ظاهرة الوجبات السريعة. وجميع سلاسل الوجبات السريعة الرئيسية بدأت تعمل في اليابان في عقد سبعينيات القرن العشرين، في أعقاب اللبرة الكاملة لسوق المطاعم في 1969م.

صحيح أن تناول الطعام خارج البيت بدلاً من تناوله داخله كان موجوداً في اليابان منذ زمن بعيد، غير أنه لم يصبح واسع الانتشار إلا في سبعينيات القرن العشرين. فحتى أوائل السبعينيات، بقيت كبرى الشركات العشر ذوات المبيعات الأعلى في قطاع المطاعم مطاعم تقليدية، كان الناس يجتمعون فيها

حول الموائد ثم يقوم الخدم (الفراشين) بإحضار أطباق الطعام لهم (كانت الأشهر فوجيا، نيهونشوكودو، يورونوتاكي، طوكيو الجديدة، مطعم سايبو، وإلخ). غير أن هذا ما لبث أن تغير بعد سنة 1976 م بعد أن أصبح فرع مكدونالد الياباني يحتل المرتبة السابعة. وفي 1977 م قفز إلى المرتبة الثالثة حيث صمد حتى سنة 1979 م. أما في سنتي 1980 و1981 م فقد بقي مكدونالد شاغلاً الموقع الثاني قبل احتلال مركز الهيمنة بوصفه الأول في 1982 م. ثمة سلاسل مطاعم وجبات سريعة أجنبية أخرى بدأت تظهر بين العشرة الأوائل في ثمانينيات القرن العشرين. صارت مطاعم كنتكي KFC بين العشرة الأوائل في 1980 م؛ أما في 1990 فأصبحت تأتي في المرتبة الثانية بعد مكدونالد مباشرة.

تُبين أرقام سنة 1996 م مدى قوى اجتياح مطاعم الوجبات السريعة للأسواق: كانت سلسلة مكدونالد هي الأولى (بلغت قيمة مبيعاتها 298,3 ملياراً من الينات)⁽²⁾، احتلت مطاعم كنتكي الموقع الرابع وموس بيرغر الخامس والمستردونوت السادس. إن نمو مطاعم مكدونالد يثير قدراً استثنائياً من الدهشة: فمن خمسة محلات (ومبيعات بلغت 333,7 ملياراً من الينات) في 1998 م. وبحلول سنة 1996 م كانت مؤسسة مكدونالد قد تفوقت بمئة مليار ين في المبيعات على أقرب منافساتها (هوكا هوكا تاي سو - هومبو، ذات الـ 164 ملياراً من المبيعات في تلك السنة).

يوم الثامن من حزيران / يونيو 1998 م سجلت مكدونالد اليابانية مبيعات إجمالية بلغت ملياراً وستمئة وستة وتسعين مليوناً من الينات في يوم واحد وحسب. أما عدد سندويشات الهامبرغر المباعة خلال السنة فقد بلغت 674 مليوناً. وهذا يعني أن كل ياباني يتناول ما متوسطه 5,4 هامبرغرات في السنة. وفي سنة 1994 م الذي شهد انهيار اقتصاد الفقاعات وبدء تحليق التضخم المسعور، اعتمدت مكدونالد اليابانية استراتيجية تخفيض مدهشة في الأسعار

مقلصة سعر سندويشة الهامبرغر من 210 ينات إلى 130 ينأ فقط . وهذا الإجراء يكمن وراء النجاح الجديد للشركة ، وهو جزء من الخطة المضطردة لشركة فوجيتا شوتن ورئيسها المؤسس فوجيتادن ، الذي يدير شركة ماكدونالد اليابانية . (ماكدونالد اليابانية كونسورتيوم (اتحاد تجاري) تتقاسم الرأسمال فيه شركتا فوجيتا شوتن اليابان والشركة الأم الأمريكية بالتساوي).

الاهتمام بـ «التهديب»

في استراتيجية السوق الهادفة إلى ترسيخ أقدام ماكدونالد اليابانية في اليابان ، كانت شركة فوجيتا شوتن أكثر حرصاً على استحداث أنماط طعام جديدة منها على ولوج عالم تجارة المطاعم . ما السبيل إلى إقناع اليابانيين بتبني أسلوب تناول الهامبرغر الأمريكية ، ممسكين بالسندويشات بأيديهم وقاضمينها وهم واقفون (كما يفعل البعض)؟ تمثلت الاستراتيجية الأساسية بإشاعة هذه «الثقافة الغربية الجديدة» نمطاً دارجاً . في تلك الأيام ، في 1976 م ، لم تبد البنوك وغيرها من الجهات الراعية إلا القليل من التقدير لهذه المقاربة ، واصمينها بدمغة صناعة استضافة مثيرة للسخرية . غير أن سبب نجاح فوجيتا شوتن كان كامناً في تذوقها وتثمينها لـ «تهديب» الهامبرغر . أدركت هذه الجهات أن من شأن اعتماد الهامبرغر أن يعني تغيير عادات الطعام لدى الجمهور الياباني ، وقد تعين عليها أن تنشر ثقافة طعام جديدة قائمة على اللحم والخبز في إطار الثقافة السائدة المستندة إلى الأرز والسمك⁽³⁾ . بالطبع لم يكن اليابانيون غرباء عن اللحم والخبز ، غير أن الجمع بينهما في سندويشة الهامبرغر ، وكل طريقة حملها بالأيدي ، فضلاً عن التهامها وقوفاً في الشارع ، كان يعني استيراد ثقافة أكل جديدة .

استهداف الزبائن

لم يتركز هدف ماكدونالد اليابانية على اجتذاب شريحة ذوي المداخل المتدنية كسوق أولية لها ، حاذية حذو الشركة الأم في الولايات المتحدة . بل

حققت شعبيتها، بدلاً من ذلك، بين صفوف أبناء الطبقات الوسطى - العالية في البداية، ثم ما لبثت أن توسعت هبوطاً إلى قاعدة كتلة السكان العامة. كانت فوجيتا شوتن حريصة على الحيلولة دون اكتساب الهامبرغر شهرة الطعام البسيط الرخيص، وبذلت أقصى ما تستطيع من جهد في سبيل إلباس الهامبرغر ثوب الإنتاج الأجنبي الراقى.

تنعكس استراتيجية التوسع من القمة إلى الجمهور العام في اختيار الموقع المناسب للمحل الأول. بدلاً من إقامته في إحدى الضواحي والتوسع باتجاه مركز المدينة كما كانت مكدونالد قد فعلت في أمريكا، انطلقت من محلها في حي غينزا يونتشوم الطوكيوية. وحسب تفكير تلك الأيام كان حي الغينزا هذا بؤرة الثقافة الاستهلاكية اليابانية. كانت مجمعات المخازن المتركة في هذا الحي تباع سلعاً عالية الجودة، باعثة على الثقة، وساد نوع من الاعتقاد بأنها - مجمعات المخازن - كانت ترسي أسس توجهات التطور المستقبلي للثقافة الاستهلاكية. كان محل الماكدونالد الثاني الذي افتتح في اليابان قريباً من محطة شينجوكو. وموقعا هذين المخزين كليهما يعكسان الاستراتيجية القائمة على الانطلاق من المركز التجاري والتوسع باتجاه الخارج لاحقاً، وهي استراتيجية ناجحة جداً في تعميم الهامبرغر على المستهلكين اليابانيين في سبعينيات القرن العشرين. ما لبثت جاذبية الطبقة العليا لحي الغينزا والثقافة الشبابية لحي شينجوكو أن أصبحتا ركيزتي قاعدة مكدونالد الاستراتيجية.

اختيار المواقع

قامت استراتيجية مكدونالد اليابانية، على صعيد الأعمال، على استهداف كل من شريحة المداخل العالية وفئات الجمهور الأكثر شباباً على حد سواء. والحيان المركزيان الصاحبان للذات اختيرا لافتتاح المحلين الأولين كانا بؤرتين تتزاحم فيهما الكتلتان الاجتماعيتان كلتاهما. حتى في المدن الإقليمية وقع اختيار شركة مكدونالد على مواقع شبيهة بمخازن الأحياء القريبة من محطات

السلك الحديدية حيث تتوفر إمكانية إغواء الأغنياء والشباب وحفزهم على نشر عادة وثقافة تناول سندويشات الهامبرغر. يأتي هذا متناقضاً مع نظرة شركة كنتي اليابانية التي اعتمدت النمط الأمريكي بالانطلاق من مخزن في ضواحي ناغويا. وبالتالي فإن توغل كنتكي اليابانية في السوق اليابانية كان أبطأ بكثير. لقد حققت الاستراتيجية القائمة على الفكرة التي تقول بأن الأشياء الجديدة تنطلق من المركز نجاحاً ذا شأن بالنسبة إلى ماكدونالد اليابانية. ففي أوساط فوجيتا شوتن، تُعرف النقاط المركزية الجاذبة للزبائن، مخازن الأحياء السكنية القريبة من المحطات باسم (مولدات حركة المرور) م.م. أما استراتيجية الجمع بين الشرائح الفنية والشببية فتعتبر «آلية اصطيد الزبائن» في حين تعرف طريقة اختيار الموقع باسم «منطق الم.م.م.» [منطق توليد المرور].

تنوع أشكال الوجبات السريعة

في الاستراتيجية التجارية الناجحة نجاحاً طاعياً لمؤسسة ماكدونالد اليابانية، يتضح أن نظرة اليابانيين الحديثين إلى الثقافة الغربية شديدة التناغم مع فكرة استحداث ثقافة طعام جديدة. نجحت الاستراتيجية في سباق تحول سنة في أنماط الحياة في سبعينيات القرن العشرين، وعلى خلفية النزوع باتجاه اجترار مجتمع طبقة وسطى متجانس. غير أن من شأن الاكتفاء بالنظر إلى نجاح شركات الوجبات السريعة اليابانية والتوصل إلى الاستنتاج المفرط في بساطته الذي يقول بأن هذه إن هي إلا أمركة (أو عولمة)، أن يكون خطراً.

في الوقت الذي بدأت فيه شركات الوجبات السريعة الأمريكية ترسخ أقدامها في اليابان بالذات تقريباً، كانت ثمة عملية إشاعة وجبات سريعة لمأكولات يابانية تقليدية موازية تتم بصورة متزامنة. إلى ثمانينيات القرن العشرين كانت مؤسسة كوزو - زوشي هونبو، التي درجت في المقام الأول على بيع وجبات السوشي المحمولة البسيطة، تحتل مكانة قريبة من القمة في سلم تصنيف مبيعات شركات المطاعم. وجاء شيوع «السوش الدوار» (المطعم الذي

يقوم فيه الزبون باختيار أطباق السوش من حزام ناقل دوار) بوصفه طعاماً سريعاً رائجاً، هو الآخر، في السبعينيات. أما يوشينويا غيوون فقد وسعت أعمالها في الفترة نفسها، كما نجحت المعكرونة المسطحة ذات الطراز الصيني في اقتحام المطبخ الياباني تحت اسم رامن.

ثمة أربعة أنماط طعام رئيسية في سوق الوجبات السريعة اليابانية: سندويشات الهامبرغر، طبق السوشي، الغيودون (قصة الأرز المكللة بلحم البقر)، والرامن [طبق المعكرونة المسطحة]. وهذه جميعاً لم تدخل سوق المطاعم كوجبات سريعة مستهلكة من قبل الشعب الياباني على نطاق واسع إلا في سبعينيات القرن العشرين.

جاءت شركتا مكدونالد وكنتكى كشركتين أجنبيتين. لم تكونا، بداية، تستهدفان سوقاً جماهيرية، وتزامن دخولهما السوق مع نوع من النزوع إلى إشاعة أسلوب الوجبات السريعة في طرائق الأكل اليابانية. وبالتالي فإن من غير الممكن وضع إشارة المساواة بين العولمة والأمركة أو التبعية الثقافية [نزعة استيراد الثقافات الأجنبية]. ففي سبعينيات القرن العشرين حصلت تغيرات في ميادين الطعام، الشراب، والمطاعم، مما أفضى إلى حدوث انقلاب في أذواق المستهلكين. غير أن هذه التغيرات انطوت أيضاً على جوانب خارجية وأخرى داخلية، بما يوجب عدم النظر إليها على أنها موجة عولمة أحادية الاتجاه.

ثمة عوامل مختلفة كانت كامنة وراء الاندفاع السريع نحو احتضان أسلوب الوجبات السريعة: تَحَضُّر المجتمع الياباني بدءاً بستينيات القرن العشرين [بمعنى تزايد نسبة سكان المدن والمراكز الحضرية]؛ التحول إلى العائلة النووية؛ تيسير الأنماط الحياتية نتيجة النمو الاقتصادي؛ النزوع إلى تناول الطعام خارج البيت بدلاً من داخله (بالارتباط مع ملكية المسكن والنظرة الجديدة إلى العائلة)؛ تخلي النساء عن الأعمال المنزلية؛ وتغيرات أخرى في مفهوم الزمن مرتبطة بحدوث أنماط حياة جديدة بات كل شيء فيها سريعاً (لا

تتجاوز فترة زيارة الزبون لليوشينويا، مثلاً، الدقائق السبع). وجميع أنماط الطعام الأربعة المذكورة تتميز بالبساطة، سهولة الأعداد، والتماثل (ضمان الجودة ذاتها في سائر المحلات). وقبل أي شيء آخر وفوقه، لا يتعين على الزبون أن ينتظر. فضالة هامش الربح تجعل الوتيرة السريعة لدورة الزبائن مسألة جوهرية.

من الضروري أن يتم النظر إلى عولمة ثقافة الطعام في سياق النمو الاقتصادي، التغيير الاجتماعي، تطوير المنتجات الموفرة للراحة، تنامي الطبقة الوسطى المدنية [الحضرية]، تغير الدور الاجتماعي للنساء (بما في ذلك اختزال أعباء الأعمال المنزلية بفضل المكننة وزيادة المشاركة في سوق العمل)، تطور وعي ثقافي مشترك بفعل وسائل الإعلام (التلفزيون خصوصاً)، امتلاك السكن، وإشاعة تقليد تناول الطعام خارج البيوت، وبالتالي فإن الأسباب داخلية وخارجية على حد سواء.

إضفاء صفة الوجبات السريعة على الملابس

كانت سبعينيات القرن العشرين أيضاً العقد الذي شهد طغيان بلوزات التي شيرت T Shirt وسراويل الجينز كزي دارج لدى اليابانيين؛ يمكن إطلاق اسم إضفاء صفة الوجبات السريعة على الملابس على هذه الظاهرة. في اللباس أيضاً ثمة نزوع إلى البساطة وسهولة الاستعمال. لم تعد بلوزات التي شيرت وسراويل الجينز، كزي دارج «موضة»، محصورة بالشباب، بل ما لبثت، تدريجياً، أن تحولت إلى اللباس اليومي لمتوسطي الأعمار من الرجال بل وحتى النساء.

في اليابان الحديثة بقي الكساء شديد التأثير بالثقافة الغربية. فالنمط الياباني للملبس هو الاستثناء الآن إلى حد بعيد، في حين صارت الملابس ذات النمط الغربي هي القاعدة العامة. إن الزي الياباني، الذي يرتديه الرجال والنساء، يسير نحو الاختفاء من البيت بصورة تدريجية. أحياناً يرتدي اليابانيون اليوكاتا وجلابيب النوم في البيت، وبعض الرجال اليابانيين يرتدون الملابس القومية في

المناسبات الانعطافية كاحتفالات بلوغ سن الرشد، الأعراس، والجنائز. صحيح أن اللباس الياباني ما زال شائعاً نسبياً بين النساء، غير أن العديد من العرائس يحرصن، مع ذلك، على ارتداء أثواب الزفاف ذات الطراز الغربي.

تبقى قمصان التي شيرت وسراويل الجينز شبيهة بالوجبات السريعة. إنها سهلة، لامبالية، ومتينة، مثلما الوجبات السريعة رخيصة، آنية، ولذيذة. يتم استكمال هذا النمط، بالطبع، عن طريق إضافة «الأبواب» أو الأحذية الرياضية.

النزوع إلى ثقافة عالية (راقية - رفيعة)

في الوقت الذي تمخض فيه النمو الاقتصادي في اليابان عن نزعات إضفاء الصفة الجماهيرية الموجزة قبل قليل، أفضى هذا النمو أيضاً إلى حصول نزوع قوي نحو ثقافة رفيعة. في ميدان ثقافة الطعام سادت طفرة شرّة ما لبثت أن قادت إلى ظهور جميع أصناف المطاعم الراقية (اليابانية، الفرنسية، الصينية، مثلاً). وفي مجال اللباس أصبحت أحدث المنتجات الغربية، أرقى تفصيلات بيوتات الأزياء، والأطقم متداولة على نطاق واسع.

وهذا الاستقطاب بين جنون الوجبات السريعة والنزوع إلى اعتماد الثقافة الراقية لم يتم التعبير عنه بلغة الانقسام الاجتماعي إلى طبقتين اجتماعيتين كما كان حاصلًا في أوروبا، الولايات المتحدة، وأجزاء آسيا الأخرى. فمع نمو «كتلة جماهيرية متوسطة» اجتماعية عريضة في اليابان، أصبحت الثقافة الراقية أمراً يستطيع أي شخص أن يمارسه. إنها إحدى السمات الخاصة المميزة للمجتمع الياباني.

تشكل العولمة ظاهرة حصلت بالتوافق مع جملة التغيرات الجارية داخل المجتمع الياباني بالذات. وعلى الرغم من أن مدى التطور يختلف ويتباين، فإن الظاهرة نفسها، وهي ناجمة عن التصنيع، النمو الاقتصادي، بروز الطبقة الوسطى المدنية المزدهرة، وانتشار المعلومات والمعارف مخترقة المجتمع كله، يمكن أن نجدها في كل من الصين، الجزء الأكبر من جنوب شرق آسيا،

كوريا الجنوبية، وتايوان. فالعولمة تتقدم وفقاً لدرجة التطور في كل مجتمع، وجملة تقاليد وثقافة كل بلد وكل مجتمع تكون منعكسة على مرآة هذه العملية. أضف إلى ذلك أن العولمة بعيدة عن أن تكون سيرورة أحادية الشكل. صحيح أن عادات الأكل اليابانية تعرضت للاختراق بل وحتى الاجتياح من جانب جحافل مؤسسات الوجبات السريعة، غير أن هذه العادات لم تستسلم للهيمنة الكاملة. منذ سبعينيات القرن العشرين دأبت مسيرة طغيان الوجبات السريعة على التقدم في حقول ثقافة الطعام اليابانية، تماماً كما فعلت في ميدان الألبسة والأزياء. غير أن نزوعاً قوياً نحو نوع من الثقافة الراقية ما لبث، في الوقت نفسه، أن برز على السطح، متمثلاً بالعمل الشاق المبذول من قبل الحرفيين. وبالتالي فقد حصل نوع من الاستقطاب؛ غير أنه ظل استقطاباً متجلباً في حياة الأشخاص المنفردين دون أن يفضي إلى أي استقطاب بين طبقات اجتماعية.

في الفقرات السابقة أوجزت ظاهرة إضفاء صفة الوجبات السريعة على الحياة اليومية باعتبارها أحد وجوه العولمة. أما المعايير التالية لانتشار الشركات اليابانية فيما وراء البحار فسوف تسلط مزيداً من الضوء على الوجوه الأخرى لعملية «التغيير الحاصل بالتوافق مع درجة تطور مجتمعات مختلفة» مع أشكال «ترافف وتنوع التغيير الثقافي».

العولمة من منظور توسع دائرة الأعمال اليابانية فيما وراء البحار

توغل الثقافة الجماهيرية اليابانية وصورة اليابان في آسيا - سنتوري

توسع دائرة أعمال شركة سنتوري

ليست شركة سنتوري إلا شركة يابانية عملاقة تنتج وتبيع المشروبات الكحولية، المرطبات، والمنتجات الغذائية على اختلاف أنواعها⁽⁴⁾. بدأت

تصدر الكحول ومنتجات أخرى إلى كوريا وجنوب - شرق آسيا في 1931 م، غير أن أعمالها فيما وراء البحار لم تكن قد تكللت إلا بالقليل من النجاح حتى منتصف سبعينيات القرن العشرين. ثمة كانت أسباب داخلية وأخرى خارجية لهذا. فحتى منتصف السبعينيات، ظل الويسكي وغيره من أنواع «الكحول الغربي» رائجاً في السوق المحلية بما لم يترك مجالاً ذا شأن للتوسع فيما وراء البحار جراء وجود نواقص في الإنتاج والقدرة الإدارية. أضف إلى ذلك أن المستوى العام للمعيشة في البلدان الآسيوية لم يكن قد وصل بعد إلى الدرجة الضرورية اللازمة لاستهلاك مشروبات مثل الويسكي، مما أدى إلى عدم وجود ما يكفي من إمكانية توسيع السوق في آسيا.

ومع ذلك فإن مبيعات صنتوري في السوق الآسيوية ما لبثت، في تسعينيات القرن العشرين، أن زادت كثيراً. ففي إقليم جيانغسو الصينية احتل فرع صنتوري المحلي موقع الندوة بلا منافس في سوق البيرة. أما في شنغهاي فقد فاز نوعا البيرة اللذان شرعت صنتوري ببيعهما في 1996 م، بحصة وصلت إلى نسبة 30 بالمئة من السوق. وفي 1997 م بدأت صنتوري أيضاً بإنتاج وبيع شاي أولونغ في الصين. زادت مبيعات هذا المنتج بسرعة، وهناك خطط لتوسيع الإنتاج.

يشير مستخدمو فترات طويلة يعملون لصالح صنتوري في الصين وجنوب - شرق آسيا إلى وجود سلسلة من أوجه الشبه بين التغيرات الحاصلة في أنماط الاستهلاك في اليابان خلال سبعينيات القرن العشرين وتلك التي تجري الآن في أجزاء أخرى من آسيا. لا يقف الأمر عند مجرد تنامي أعداد المستهلكين المحتملين جراء القدر الأكبر من الازدهار، كما ليس مسألة تنوع في الأذواق ببساطة. فالتغيير الأهم، برأي هؤلاء الموظفين، هو أن المستهلكين باتوا يستعملون منتجات معينة «أدوات» تعبير عن «أسلوبهم الشخصي الخاص»، بمعزل عن أية صورة يستطيع بائع المنتج أن يضيفها عليه.

من الممكن رؤية مثال ذلك في نجاح مبيعات شاي الأولونغ المعبأ بالعلب أو الزجاجات في الصين. يبقى الشاي، بطبيعة الحال، مشروب الصين الأعرق، والأكثر تقليدية، وما رواج الشاي البراد المعبأ بالعلب أو القوارير الزجاجية في بلد لم يسبق له عملياً أن سمع بالشاي البارد، إلاً أمراً يثير الدهشة والاستغراب. جاءت الإعلانات المروجة للسلعة مزينة بشعار «عصرنا»، وما لبثت عادة التجول في شوارع المدينة مع عبوة شاي أولونغ باليد أن أصبحت دارجة. أصبحت هذه العادة، في الحقيقة، رمزاً لجيل جديد، يعبر عن أسلوب بديل لاحتساء الشاي، أسلوب يشكل نقيضاً لنظيره القديم.

لهذه الظاهرة علاقة واضحة بالتنمية الاقتصادية ونشوء المدن في البلدان الآسيوية كما يتشكل طبقة وسطى مدينية، ولكن سؤال: ما الذي جعل المنتجات اليابانية الرائجة رواجاً استثنائياً من حيث المبيعات كما على صعيد تشكيل نماذج حياتية والاستهلاكية تتعرض للتغيير؟ يبقى سؤال تتطلب الإجابة عليه إمعان النظر في عوامل أخرى تلعب دوراً.

صورة اليابان

ثمة سببان على الأقل للنمو الذي شهدته مبيعات صنتوري وغيرها من الشركات اليابانية المصنعة للمشروبات. يتعلق الأمر بصورة اليابان. فبرأي أناس كانوا مسؤولين عن مبيعات وإدارة فروع ما وراء البحار، شكلت السمعة الحسنة التي رسختها جودة ومتانة منتجات صانعي السيارات والأدوات المنزلية اليابانيتين عاملاً حاسماً ساعد الشركات على دخول الأسواق لاحقاً بأنماط أخرى من المنتجات مثل المشروبات. وعلى الرغم من أن مواصفات معينة مثل سهولة الاستعمال والكفاءة غير ذات شأن في موضوع المشروبات، فإن الوعد بالجودة العالية بقي ذا تأثير كبير على المبيعات.

أضف إلى ذلك أن المانغا (كتب الكارتون)، الرسوم المتحركة، المسلسلات (الميلودراما والعروض الاستعراضية الخفيفة، وإلخ) اليابانية تغدو

ذات شعبية واسعة في آسيا، بدءاً بثمانينيات القرن العشرين. يقال إن الدراما اليابانية، خصوصاً، تبدو «أقرب» وأكثر «حميمية» و«واقعية» من الدراما الأوروبية أو الأمريكية وما لبثت أن أصبحت بالغة الشعبية. وقد أضفى هذا على المنتجات اليابانية هالة غامضة تشي بعبارة «نقطة جيدة!» وبات الكثيرون من مدمنيها «متلهفين» عليها. لا يستطيع المرء أن يقول إن هذا كان هو السبب المباشر الذي أتاح لصانعي المشروبات اليابانيين فرصة زيادة مبيعاتهم، غير أن أذواق المستهلكين لم تقف عند حدود تحقيق المزيد من التنوع، ثمة كان نزوع واضح نحو تفضيل المنتجات اليابانية، تعزز، دون شك، بصورة اليابان العامة في مخيلة الناس.

التسويق وتجربة التغير الاجتماعي العامة

صحيح أن لصورة المنتجات تأثيراً كبيراً على مدى رواجها في السوق، غير أن جهوداً كبيرة مطلوبة أيضاً لبناء شبكات التوزيع والاهتداء إلى منافذ البيع بالمفرق. فأحد الأسباب التي يوردها موظفو صنتوري لنجاحهم في آسيا هو أن «الطريقة اليابانية في بيع المنتجات جاءت متناسبة مع المكان». فتأمين سوق لهذه البضاعة أو تلك لا يتم، مثلاً، بتوقيع عقد، بل ينطوي على بناء علاقات شخصية عبر القيام بزيارات متكررة ومن خلال التآلف الاجتماعي مع شركاء العمل. وحين حاولت صنتوري دخول أسواق معينة في أوروبا وأمريكا قوبلت هذه المقاربة بقدر مفرط من عدم التفهم مما أدى إلى إغراق موظفي صنتوري في بحر من الحيرة والدهشة. أما في آسيا فإن المقاربة المُشَخَّصَةَ للأعمال لم تكن شبيهة فقط بالطريقة اليابانية، بل وأثبتت أنها الوسيلة الوحيدة لبلوغ أي شيء.

أضف إلى ذلك كله أن طريقة دخول المنتجات إلى سوق جديدة لا علاقة لها بالتداعيات المشتقة من أماكن إيجادها وأنماط استخدامها. ففي يابان ما بعد الحرب كانت المنتجات الآتية من أوروبا وأمريكا تكتسب تداعيات وأخيلة

جديدة تبعاً للظروف المحلية وهي تتحول إلى عناصر نمط حياة جديدة. شكلت هذه التجربة ميزة عظيمة بالنسبة إلى الشركات اليابانية على صعيد توسعها في السوق الآسيوية، نظراً لأن اكتساب اليابان لخبرة التعامل مع التغيير الاجتماعي وتمكين منتجات جديدة من التناغم مع أنماط حياتية جديدة، شكّل أساساً مشتركاً مناسباً لبناء نشاطات المبيعات في آسيا عليه.

تبين هذه المعايينة لتوسع شركة صنتوري فيما وراء البحار، خصوصاً فعاليتها في آسيا، أن نشاط الشركة الاقتصادي بالغ التأثير بانتشار الثقافة الشعبية والجماهيرية اليابانية، وبصورة البلاد الناتجة عنها. تشكل تجربة أنماط معينة من التغيير الاجتماعي والنمط التجاري لبناء العلاقات الإنسانية اثنين من العوامل المهمة. فعلى الرغم من أن أنماط الاستهلاك الكوكبية أصبحت واضحة عبر آسيا أيضاً، من غير الجائز تجاهل التواريخ الإقليمية المتميزة والخلفيات الثقافية المتباينة التي تفعل فعلها في عملية اختيار وتبني المنتجات.

العولمة عبر الاندماج الثقافي - شيسايدو

توسع شيسايدو

على النقيض من صنتوري التي استخدمت اختراق الثقافة الجماهيرية في حركتها التوسعية فيما وراء البحار، نجحت شركة مستحضرات التجميل المعروفة باسم شيسايدو في اكتساب الشهرة الكوكبية بأسلوب مختلف كلياً⁽⁵⁾. في 1997 م كانت مبيعات شيسايدو في الأسواق الأوروبية تحتل المرتبة الأولى في إيطاليا، الثانية في ألمانيا وهولندا، والثامنة في بلجيكا والنمسا، الثامنة في سويسرا، والحادية عشرة في كل من فرنسا والمملكة المتحدة. وإذا تذكرنا أن مستحضرات التجميل الحديثة ابتكرت للمرة الأولى في أوروبا وأن سوق هذه المستحضرات كانت مزدحمة سلفاً بأسماء ذائعة الصيت مثل لانكوم، شانيل، وكلايرنس، فإن نجاح شيسايدو في أوروبا يصبح أكثر إثارة للدهشة.

لم تكن أعمال شيسايدو فيما وراء البحار متمتعة بالقدر نفسه من الازدهار والنجاح بصورة دائمة. جاءت نقطة الانعطاف مع النقاشات وعمليات إعادة النظر الداخلية التي أجرتها الشركة حول استراتيجيتها فيما وراء البحار، فضلاً عن الإصلاح التنظيمي اللاحق الذي بدأ في 1975 م. لم يكن هذا الجدل متركزاً على الجوانب المادية للعمل، مثل تطوير منتجات ومنافذ بيع جديدة، بمقدار ما انصب على مبادئ الشركة الأساسية وهويتها. وبعد سنتين من المناقشات، جرى اعتماد البنود الثلاثة التالية، المشكلة لأساس مساعيها اللاحقة في فرنسا على صعيد ترك الانطباع والانتشار، بوصفها عناصر محددة لهوية الشركة:

- ليست شيسايدو إلا شركة مستحضرات تجميل بدأت كصيدلية.
- تبقى شيسايدو شركة مستحضرات تجميل هادفة إلى المزاجية بين مقارنة طبية شرقية من ناحية وأكثر التكنولوجيات تقدماً من الناحية الثانية.
- تظل شيسايدو شركة مستحضرات تجميل ابتكرت إحساساً هجيناً بالجمال عبر دمج الثقافة اليابانية بحس الجمال الغربي.

جذور ثقافة شيسايدو

لسنا هنا بصدد تفصيل تاريخ شيسايدو الذي دام أكثر من مئة سنة. غير أن من المهم فهم علاقة «الجذور الثقافية» للشركة بنجاحها في فرنسا.

تأسست شيسايدو سنة 1872 م. كان هدف مؤسسها، فوكوهارا آرينوبو، متمثلاً بتشجيع قيم العلوم الصيدلانية الغربية وثقافتها في بلد كان لا يزال خاضعاً لهيمنة الطب الصيني. خلفه فوكوهارا شينزو، الذي كان قد درس الصيدلة في جامعة كولومبيا ثم أمضى وقتاً طويلاً في أوروبا. وخلال فترة وجوده في باريس كانت لشينزو صلات مع فنانيين يابانيين عاكفين على التدريب لاكتساب تقنيات

فن الرسم الغربية مثل كاواشيما ريتشيرو وفوجيتا تشوغوهارو. والصلات التي تطورت في هذه الفترة كانت بالغة الأهمية على صعيد التأسيس اللاحق لما تطلق عليه الشركة اسم «تصاميم شيسايدو».

بدأت مؤسسة تصاميم شيسايدو في 1916 م، وكان «زي شيسايدو» الذي طورته حديثاً، جامعاً عناصر من الآلات نوفو والآرت ديكو (الفن الحديث وفنون الديكور) مع الفن الياباني التقليدي. تأثر أحد مبدعي المؤسسة الرئيسية، وهو الفنان يامانا آياو، بأسلوب الفن الحديث لدى الفنان الإنجليزي أوبري بيردسلي ودُهل بانعكاس هويته اليابانية الخاصة في فن بيردسلي، الذي كان بدوره متأثراً بالفن الياباني، خصوصاً فن الأوكيويه (الكليشيات الخشبية المنقوشة). وبالتالي فإن تاريخاً كاملاً من التفاعلات والتأثيرات المتبادلة مقحم على تطور أسلوب شيسايدو: فالفن الحديث (آرت نوفو) شهد الجزء الأكبر من تطوره في فرنسا تحت تأثير النزعة اليابانية أواخر القرن التاسع عشر، ثم ما لبث هذا بدوره أن شن هجوماً معاكساً وترك بصماته الواضحة على مصممي الأزياء اليابانيين. من الواضح أن صورة الشيسايدو والهوية المشتركة اللتين قامت الشركة بتطويرهما في فرنسا مرتبطتان ارتباطاً مباشراً بتاريخ تصاميم شيسايدو.

خلق هوية مشتركة جديدة

في ابتكار صورة شيسايدو جديدة غنية بالرموز ممثلة لهوية الشركة في ثمانينيات القرن العشرين، كان دور شخص واحد، هو مبدع الصور سيرج لوتنس، عظيماً جداً. أبدع لوتنس هذا أسلوباً جديداً في مدرسة الآرت نوفو، بالاستناد إلى أسلوب الشيسايدو العائد إلى عشرينيات القرن العشرين. غير أن لوتنس أوقف إبداعه على أساس صورة مرتبطة باليابان في كتاب رولان بارت إمبراطورية الرموز. ورغم عدم وجود أي رابط مباشر، يواصل لوتنس متابعة جذور حس الجمال الشيسايدوي مُزاوجاً بصورة مثيرة للإعجاب بين العناصر الشرقية ونظيرتها الغربية في شكل جديد. وقد نجحت آثاره في جعل الزبائن

الفرنسيين يرون صورة شيسايدو صورة «يابانية وغير يابانية، غربية وغير غربية». ورئيس شركة شيسايدو الحالي، فوكوهارا يوشيهارا، يعتبر علاقة لوتنس بالشركة علاقة «قربة عاطفية».

يعود نجاح شيسايدو في السوق الفرنسية ليس فقط إلى استراتيجية صورتها بل وإلى جهودها المبذولة على صعيد تطوير الإنتاج وتنظيمه. غير أن هوية مشتركة وصورة معبرة عن تلك الهوية كانتا جوهريتين بصورة مطلقة حتى تتمكن منتجات الشركة من تحقيق الرواج في السوق - فلولاهما لما أمكن حصول أي توغل في السوق. وبالتالي فإن تطور شيسايدو فيما وراء البحار لم يكن في الحقيقة إلا عملية تواصل واكتساب قبول ثقافيين.

العولمة اندماج لثقافات مختلفة

سوف ننظر الآن إلى ظاهرة العولمة من وجهة نظر تطور شيسايدو الدولي. كما تمت الإشارة من قبل كان منعطف تطور شيسايدو الدولي متمثلاً بنيل صورة شيسايدو للقبول في فرنسا. وقد جاء هذا القبول مستنداً إلى ما يزيد عن قرن من التأثير المتبادل بين اليابان وفرنسا في الفنون. ثمة تطابق عميق بين حسيهما الجمالين جعل مثل هذا التفاعل ممكناً.

لذا فإن توسع شيسايدو الدولي ليس توغلاً ذا اتجاه واحد أو تأثير ثقافة على أخرى. فنجاح شيسايدو في فرنسا، قلب عالم مستحضرات التجميل والزينة، مرتبط بنجاحه اللاحق في باقي أوروبا. وفي الولايات المتحدة. تعمل شيسايدو الآن في تسعة وخمسين بلداً، مغطية الجزء الأكبر من العالم باستثناء أفريقيا. وبالتالي فإن نشاطاتها كوكبية؛ غير أن هذا ليس، على النقيض من النظرة التي ترى العولمة سيرورة جالبة للتمائل وآلية (ميكانيكية)، إلاً تزاوج ثقافات مترتب على تطور خلاق قائم على التفاعل بين هويات متباينة.

في حالة صنتوري الموصوفة من قبل، جاءت العولمة مدعومة بتوغل

صورة جديدة لليابان قائمة على ثقافة جماهيرية. أما حالة شيسايدو فتلقي الضوء على نمط عولمة مختلف أصبح ممكناً بفضل التهجين الثقافي عبر سلسلة من المبادلات والتفاعلات الفنية على امتداد ما يزيد عن قرن من الزمن.

النظام الياباني في إدارة الشركات

مع تقدم توسع الشركات اليابانية فيما وراء البحار، ما لبثت هذه الشركات أن تعرضت، بصورة طبيعية، لقدر من التغير الداخلي. ونحن، في هذا القسم، نعين، بين أشياء أخرى، مدى التغير الطارئ على نظام الاستخدام لدى الشركات اليابانية وعلى وعي إداريي الأعمال، مع إيلاء اهتمام خاص لما بات يعرف باسم نظام اليابان الفريد.

حتى ثمانينيات القرن العشرين ظل نظام الإدارة ذو النمط الياباني ينعم، أكثر الأحيان، بفيض من الإطراء. غير أن هذا النظام ما لبث، منذ ذلك التاريخ، أن أصبح بحاجة إلى تغيير كبير. ومن منطلق السكاد الذي لا يزال مستمراً على قدم وساق منذ أوائل التسعينيات وعجز الشركات اليابانية عن إتقان التعامل مع موجة التدويل وتكنولوجيا المعلومات، ثمة الآن أصوات ترتفع داعية إلى استحداث نظام شركات أكثر تناغماً مع المعايير الكوكبية. لقد تعرض النظام الياباني القائم على الاستخدام مدى الحياة، الترفيع حسب القدم، والنقابات العمالية المنظمة على أساس الشركات، للاتهام بوصفه نظاماً مفتقراً إلى الكفاءة وبعيداً عن العقلانية في سياق المنافسة الكوكبية.

غير أن ما ظل يعتبر نظاماً جامداً لا يعرف معنى التغيير مميّزاً لليابان ليس، في حقيقة الأمر، إلاّ النتاج الذي أفرزه نوع من التزاوج بين سليله من ممارسات الأعمال العائدة بامتياز إلى ما قبل العصر الحديث من جهة، وجملة عناصر تكنولوجية وإدارية - تنظيمية مقتبسة من أوروبا وأمريكا. إنه أيضاً نظام نشأ بصورة تدريجية على امتداد عدد غير قليل من السنين، مبدلاً شكله وفقاً للتغيرات الحاصلة في النظام العالمي وموقع اليابان فيه، جنباً إلى جنب مع

التغييرات الاجتماعية والحياتية الداخلية. وبالتالي فإن وجهة النظر التي تعتبر النظام الياباني كياناً جامداً تتطلب إعادة النظر، مع النظر إلى طبيعة التغيير الذي سيطراً، أو يجب أن يطرأ، في الفترة الراهنة من العولمة.

نظام الاستخدام مدى الحياة والترفيه حسب القدم

ربما كان جي. سي. آبلن، الذي تمت ترجمة كتابه **المصنع الياباني** (1958 م) إلى اللغة اليابانية⁽⁶⁾، أول من استخدم عبارة «الاستخدام مدى الحياة» التي ما لبثت أن باتت تُستعمل على نطاق واسع للدلالة على إحدى السمات المركزية للإدارية ذات الطراز الياباني واستقرت في وعي الناس داخل البلاد وخارجها على حد سواء.

إذا أردنا الدقة، لسنا بصدد أي استخدام حقيقي مدى الحياة، بل نحن بالأحرى أمام استخدام طويل الأمد ظل مميزاً للشركات اليابانية. فور تأثر الإنهاء الفعلي للعمل تشير إلى وجود قدر كبير من التنوع بين أنماط الصناعة المختلفة. لقد تراوحت هذه الوتائر، مثلاً، بين معدل 4,9 بالمئة خلال الفترة الممتدة من 1987 إلى 1997، في شركات الكهرباء والغاز، ومعدل 16,6 بالمئة في قطاع الخدمات خلال الفترة نفسها⁽⁷⁾. ثمة كانت على الدوام حركة ذات شأن للكوادر داخل الشركات كما بين الشركات المتقاربة. غير أن من شأن مقارنة المعدل الإجمالي لوتيرة الاستقالة من العمل في سائر أنماط الصناعات في اليابان الذي يتراوح بين 10 و15 بالمئة، بنسبة الـ 20 إلى 30 بالمئة في الولايات المتحدة⁽⁸⁾ أن تسلط الضوء على حقيقة أن الاستخدام طويل الأمد، المستقر كان واحدة من السمات المركزية للنظام الياباني.

تعود جذور الاستخدام طويل الأمد في اليابان إلى تقاليد استخدام ما قبل الحداثة لدى العائلات التجارية. إلا أن مسيرة التطور حتى اللحظة كانت مسيرة متقطعة. ففي فترة الميجي المبكرة، حتى حوالى سنة 1890 م، ظلت «عَرَبَنَة» علاقات الاستخدام تسير متناغمة مع أهداف المنظمات التجارية المنخرطة في

عملية التحديث. ومع تطوير سلسلة من الصناعات الخفيفة بعد الحرب الصينية اليابانية (1894 - 1895 م) والصناعات الثقيلة والكيميائية بعد الحرب الروسية - اليابانية (1904 - 1905 م)، ذهبت هذه العملية إلى مدى أبعد. غير أن قادة حركات عمالية مثل أونو ريمون بادروا، في أعقاب كساد ما بعد الحرب العالمية الأولى والمعاناة العمالية القاسية في القرن العشرين، إلى تأييد اعتماد أسلوب إداري أكثر أبوية يميل لصالح استقرار الاستخدام. تلك هي الطريقة التي ترسخ بها نظام الاستخدام طويل الأمد في اليابان بعد فترة طويلة من عدم الاستقرار⁽⁹⁾.

برأي إداريين كبار في شركة سيارات تويوتا، ينطوي الاستخدام طويل الأمد على فضائل كثيرة من وجهة نظر الإدارة أيضاً. إنه يرفع من مستوى جودة قوة العمل عبر جعل التدريب طويل الأمد ممكناً، ويزيد من ولاء المستخدمين للشركة. صحيح أن مكتب مودي للاستثمارات كان قد صنف تويوتا في مراتب دنيا بسبب نظام الاستخدام طويل الأمد، غير أن الشركة عازمة على التحدي⁽¹⁰⁾. باستثناء ميادين معينة تُعتبر متخلفة مؤسساتياً، مثل قطاع المصارف والتأمين، وأعمال إنتاج التكنولوجيا، حيث يشكل الابتكار التكنولوجي عنصراً حاسماً، من غير المحتمل، على ما يبدو، أن يتعرض نظام الاستخدام طويل الأمد للانحياز بسرعة، نظراً لما ينطوي عليه من فوائد على صعيد الإنتاجية والكفاءة فضلاً عن تمسك الإداريين به.

يبقى نظام الترقية وفقاً للقدم، هو الآخر، تقليداً راسخ الجذور في اليابان، عادة تعود بأصولها إلى أشكال الاستخدام السائدة في عصور الإيدو Edo (إيدو هي طوكيو التي أصبحت عاصمة في 1868 م رغم أنها كانت موجودة كمدينة منذ القرن الثاني عشر (1603 - 1867 م). ومع حلول عشرينيات القرن العشرين كان النظام قد اكتسب قدراً يكاد يوازي ما يتمتع به الآن من الصفة المؤسسية. غير أن هذا لا يعني أن النظام لم يشهد أي تغيير. ثمة تعديلات

جرى إدخالها حوالى سنة 1944 م لتصويب خطأ المبالغة في تقييم القدم، وفي حوالى 1960 م مرة أخرى. وبدءاً من النصف الثاني من التسعينيات حصلت مرحلة ثالثة من إعادة التقييم⁽¹¹⁾.

نتيجة لهذه التغييرات تم في بعض الحالات، إلغاء علاوة السن المدفوعة للعاملين من ذوي الياقات البيضاء، ولا سيما في قطاع المطاعم وأقسام تطوير الإنتاج في شركات الصناعات الكهربائية. ففي العديد من الشركات يتم تسمين نظام الترقية وفقاً للقدم بوصفه إحدى وسائل مكافأة أشكال التباين في القابلية التي تنشأ جراء طول الخدمة، تفضيلاً، من المتعذر، في القطاع الخاص، منح العلاوات والترقيات بالتساوي إلى الموظفين الذين هم في العقد الخامس من أعمارهم أو أكبر، وثمة بالطبع قدر معين من تقييم العاملين وفقاً للإنجاز والمهارة. حتى في الخدمة المدنية التي تعتبر القطاع الأشد مقاومة للتغيير، باتت ترقية الناس بعد تجاوزهم لسن الخامسة والثلاثين مستندة إلى الإنجاز والكفاءة الفرديين، بما يفضي إلى حصول تنوع بين مسارات الخدمة [سجلات ذاتيات الموظفين].

يستند نظام الترقية وفق القدم إلى الفكرة التي تقول بأن الخبرة والمعرفة المكتسبتين جراء الخدمة الطويلة تساهمان في تحسين الإنتاجية. إنه نظام يناسب التجديد التكنولوجي المستمر. ونظراً لانطوائه المسبق على أحد عناصر التقييم وفق المهارة الفردية، فإن من غير المحتمل استئصاله كلياً، حتى حين تتعرض بيئة الأعمال للتغيير. غير أن هناك، في قطاعات شديدة الحساسية إزاء تكنولوجيا المعلومات، حاجة مؤكدة لامتلاك كوادرات استراتيجية، وقد أصبحت إعادة النظر بالنظام فعالة تماماً.

ومهما يكن فإن العولمة ما لبثت أن وفرت الفرصة المناسبة لمواصلة احتضان نظامي الاستخدام طويل الأمد والترقية القائمة على أساس القدم، ولو

بصورة معدلة، بدلاً من الإقلاع الإجمالي والتخلي الكلي عن هذين التقليدين المؤلفين.

تأثير العولمة على النخبة الفكرية

نصل، أخيراً، إلى دراسة العلاقة بين المثقفين اليابانيين والعولمة. وستشمل الدراسة تقييماً ومعاينة لما أطلق عليهما بيتر بيرغر «ثقافة نادي الكلية» و«ثقافة دافوس».

هاتان الثقافتان ليستا متناقضتين، بالضرورة، مع الثقافة الموجودة لدى المثقفين والمفكرين اليابانيين؛ بل هناك ثمة نوع من التقاطع والتداخل. فالاهتمام بموضوعات معينة مثل حقوق الإنسان، البيئة، والحركة النسوية، مثلاً، كان كبيراً نسبياً في اليابان حتى قبل مجيء العولمة، وقد ساهمت هذه الموضوعات في تطوير سياق وإطار مميزين من الوعي. وبما أن «حادثة» معينة قائمة على النموذجين الأوروبي الغربي والأمريكي طالما كانت تشكل التيار الرئيسي في الأوساط الأكاديمية - البحثية اليابانية، فإن ثقافة فكرية شبيهة بثقافة نادي الكلية كانت قد تشكلت قبل ظهور العولمة. في الوقت نفسه، ثمة فروق مؤكدة بين البلدان من حيث مدى تمتع هذه الموضوعات بالنفوذ، خصوصاً في اليابان.

حقوق الإنسان، البيئة، والحركة النسوية

تطورت قضية حقوق الإنسان في اليابان ما بعد الحرب في ارتباط وثيق مع «مشكلة» أناس يحملون الجنسية الكورية (الشمالية والجنوبية على حد سواء) يعيشون في اليابان. بدءاً من منتصف عقد السبعينيات حصل تحول نحو نوع من الاهتمام المتركز على السياسات المعتمدة في التعامل مع الأجانب المقيمين من قوميات أخرى. برزت مشكلة استقبال اللاجئين الفيتناميين بشكل خاص في 1975 م. في السنة نفسها اجتمعت قمة السبعة G7 للمرة الأولى، ملزمة اليابان

بممارسة دورها الدولي الخاص . ومن أواسط الثمانينيات فصاعداً، بدأ عدد «المتدربين» والعمال الأجانب يزداد بسرعة . ونتيجة لاتفاقية بلازا في 1985 م، ارتفعت قيمة الين بحدة، ودخلت البلاد أعداد كبيرة من العمال المهاجرين القادمين من آسيا والشرق الأوسط، جنباً إلى جنب مع أناس ذوي جذور يابانية من البرازيل، البيرو، وغيرهما من بلدان أمريكا اللاتينية.

غير أن عدد المهاجرين غير الشرعيين زاد حتى أكثر من عدد نظرائهم الشرعيين، مما تمخض عن اثنين من ردود الأفعال المتناقضة بادرت فئة المثقفين والمفكرين إلى التعبير عنهما . من جهة دعا فريق شعار «البلد المغلق» (ساكوكو)، القلق إزاء تزايد الجرائم المقترفة من جانب العمال الأجانب وبرز مشكلات التمييز على السطح، إلى اعتماد مقاربة متحفظة وحذرة في قبول العمالة الأجنبية . ومن الجهة الثانية كان هناك أناس، اقتصاديون خصوصاً، آمنوا بأن لبرلة العمالة وتدويلها كانا حتمييين وطلبوا بالمسارعة إلى الاستفادة الناشطة من العمالة الأجنبية . كان فريق شعار «البلد المفتوح» (كايكوكو) هذا يؤكد صحة الفكرة القائلة بضرورة العولمة بوصفها الأساس المناسب لاستجلاب العمالة الأجنبية . ومن نافل القول أن هذه النظرة كانت أيضاً تعكس مصالح عالم شركات يعاني من نقص حاد في العمالة .

جنباً إلى جنب مع هذين الفريقين كان هناك فريق ثالث ركز على المطالبة باحترام حقوق العمال الأجانب، الشرعيين وغير الشرعيين، الإنسانية . دعت هذه الجماعة إلى إلغاء التمييز في التعامل مع الأجانب ومنح الغرباء المقيمين حق المشاركة في الحياة السياسية المحلية . وقد استمد هذا التيار الفكري الدعم من ثقافة نادي الكلية، وكان جزءاً من حركة أممية لحقوق الإنسان .

نشأ الاهتمام بقضايا البيئة وتطور في اليابان من مشكلة التلوث، الوجه السفلي [القيح] للتحديث . وعلى الرغم من أن تأثيرات معينة جاءت من الحركة البيئية في أوروبا والولايات المتحدة، فإن قضايا البيئة في اليابان بدت متصلة

ومتراطة مع مسائل الحكم والصناعة المنتصبة في وجه السكان. لقد اضطلع المثقفون المتأثرون بالماركسية بدور استثنائي الأهمية في حركة البيئة. لم يتجاوب مثقفو اليابان كثيراً مع مشكلات الحيوانات البرية والبيئة الطبيعية، رغم الوعي البيئي المتغير الناجم عن الحركة البيئية الكوكبية التي برزت في ثمانينيات القرن العشرين. وفيما يخص حركة البيئة، بقي تأثير العولمة ضعيفاً نسبياً، وظل سياق اليابان المميز العامل الأكثر أهمية.

أما التأثير المباشر لثقافة نادي الكلية فنجد حاضراً بوضوح، بالمقابل، في الحركة النسوية حيث اضطلع مثقفون (ومثقفات) من ذوي الخبرة على صعيد الدراسة أو إجراء البحوث في كل من أوروبا والولايات المتحدة بالدور الريادي في نشر النزعة النسوية، الدراسات الخاصة بالمرأة، والأبحاث المتعلقة بالجنس.

اختصاراً نستطيع أن نرى أن التنامي الشامل للعالم للاهتمام بموضوعات معينة مثل حقوق الإنسان، البيئة، الحركة النسوية، امتدت، بالتأكيد، إلى اليابان. غير أن هناك فروقاً بين الموضوعات المختلفة من حيث مدى التأثير الذي يبدأ بقضايا البيئة، التي لا تعكس إلا القليل من تأثير ثقافة نادي الكلية، وينتهي بالحركة النسوية التي تعكس تأثيراً قوياً ومباشراً لهذه الثقافة.

الجدل الدائر حول العولمة الاقتصادية

لعل تأثير العولمة الأكبر، في الخطاب الفكري والثقافي، هو الجدل الدائر حول العولمة الاقتصادية. من ستينيات القرن العشرين حتى أوائل السبعينيات ساد في اليابان اعتقاد يقول بأن أسلوب إدارة البلاد كان عبئاً موروثاً عن عصر سابق؛ وبالفعل فإن الرأي الاقتصادي المهيمن كان يقول بأن النظام والعادات الموجودة لم تكن إلا أموراً بالية لا بد من الإجهاز عليها والتخلص منها. وجهة النظر هذه كانت إحدى إفرازات الحداثة التي كانت آنذاك الصيغة

المهيمنة على العلوم الاجتماعية اليابانية في حقبة ما بعد الحرب . غير أن الإدارة ذات الطراز الياباني ما لبثت ، أواخر السبعينيات وأوائل الثمانينيات ، أن بدأت تعكس صورة إيجابية على الصعيدين الداخلي والخارجي ، مع تدهور الاقتصاد الأمريكي وفوز أداء الشركات اليابانية بقدر كبير من الإطراء .

بدأت الأمور تتغير مرة أخرى مع حلول أواخر ثمانينيات القرن العشرين . فبعد اتفاقية بلازا لسنة 1985 م ، تم تقديم التعاون الدولي بوصفه العلاج الشافي لعدة أشكال الاختلال في الموازين التجارية ، وراحت الرياح تعصف بما لا تشتهي سفن اليابان ، مع صيرورة العولمة ظاهرة مهيمنة . تدفقت سيول الانتقادات الموجهة إلى النزعة الياماتوية (النزعة القومية اليابانية المعادية لما هو أجنبي) من أفواه المفكرين في أوروبا وأمريكا وأقلامهم . وفي الوقت نفسه تعرضت النسبية الثقافية للهجوم ، خصوصاً لدى بعض مفكري الولايات المتحدة ، في حين أصبح انتقاد اليابان الذي طوره جيمس فالوز ، تشالمرز جونسون ، كارل فان وولفرن ، وآخرون موجهاً ليس فقط ضد التنظيم الاقتصادي الياباني ، بل ومهتماً أيضاً بالنيهونجيزون (القومية الثقافية اليابانية) ، والنيهونبونكارون (الخطاب الثقافي الياباني) .

ما لبثت لهجة الخطاب الاقتصادي الياباني أن تغيرت مع الزمن في معرض الرد على عدد من الأمور بما فيها الانتقادات الأجنبية ، مباحثات التكيف الهيكلي مع البنك وصندوق النقد الدوليين الجارية في تلك الفترة ، وعملية إعادة تقييم العلاقة بين اليابان والولايات المتحدة بعد مرور ثلاثين سنة على إعادة صياغة سنة 1960 م للاتفاقية الأمنية المشتركة بين الطرفين . في تلك الأثناء أصبحت النزعة الحمائية أساساً مشروعاً للدعوة إلى اعتماد إصلاح اقتصادي هيكلي في اليابان . وهكذا فإن العولمة الاقتصادية نوقشت أولاً بين الاقتصاديين اليابانيين على خلفية الاحتكاك الاقتصادي بين اليابان والولايات المتحدة . من

الجانب الأمريكي اعتُبر الأمر دعوة إلى فتح الأسواق - وبالفعل فإن عدداً كبيراً من السمات التي باتت تعرف باسم «معايير كوكبية» ليست في الحقيقة إلا صفات مميزة للنظام الاقتصادي الأمريكي.

فيما بعد تطور الجدل حول العولمة الاقتصادية إلى جدل حول دور السوق والدولة، ما لبث أن تعمق وأصبح مناقشة جادة لقضايا اجتماعية فلسفية. على العموم يرى أنصار العولمة في اليابان السوق آلية كونية شاملة وعقلانية ويؤمنون بضرورة إصلاح النظام لتمكين السوق من الاضطلاع بدور أكبر. أما أولئك المسكونون بالشك حول صحة هذا الرأي فيميلون إلى الدفاع عن فكرة إعادة بناء جملة الهيئات والجماعات والكيانات التقليدية بما فيها الدولة المتعرضة للاهتراء تحت تأثير العولمة. ومن السمات المميزة لهذا الجدل أن عدداً غير قليل من دعاة العولمة على النمط الاقتصادي الأمريكي كانوا ذات يوم طلاب معاهد إدارة الأعمال في الولايات المتحدة. ومثل هذا النمط من التفكير يشي، بطبيعة الحال، بوجود علاقة قرابة قوية بينه وبين ثقافة دافوس.

يمكن تصنيف مواقف المفكرين - المثقفين اليابانيين من قضية العولمة الاقتصادية تصنيفاً تقريبياً على النحو التالي:

- موقف النزعة العولمية المطالبة بتخفيف القيود وإلغائها وصولاً إلى أكبر قدر ممكن من فتح الآفاق أمام عمل آلية السوق.
- موقف النزعة الإقليمية الداعية إلى اجترح إطار إقليمي يتجاوز الدولة القومية في سبيل تحقيق التوازن مع جبروت السوق.
- موقف النزعة القومية (الوطنية) المؤكدة لأهمية الدول القومية الموجودة بوصفها الأساس الراسخ لإحساس الفرد بالهوية (الانتماء) والداعية إلى الحفاظ على، وتقوية الدولة القومية في مواجهة السوق.
- موقف النزعة المحلية الساعية إلى نقل العديد من الوظائف الحالية

للدولة إلى المنظمات والهيئات المحلية، وإحياء المجتمع المنطقي (الإقليمي) عبر تعزيز اللامركزية.

يشير هذا إلى أن مجموعة معينة واحدة فقط من مثقفي اليابان ومفكرها تتبنى موقفاً قريباً من ثقافة دافوس (الفئة الأولى)، لم تصبح أفكارها وعاداتها في الوقت الحالي طاغية على النخبة الفكرية - الثقافية في اليابان.

خلاصة

لقد اكتسبت عبارة «معايير كوكبية» حديثاً قدرأ كبيراً من الراهنية في اليابان وكثيراً ما يتم إيرادها بوصفها أساساً لضرورة الإصلاح من قبل دعاة العولمة الاقتصادية. غير أن المعنى الحقيقي للعبارة يبقى غامضاً وضبابياً حتى في ميدان الاقتصاد. دأب مجتمع ما بعد الحرب الياباني على الاهتمام الشديد بما كان جارياً في «الخارج» وقد بذل محاولة ناجحة لإصلاح نفسه تحت شعارات «التحديث»، «الغربة» و«التدويل». وعلى الرغم من أن الشعار ما لبث الآن أن تحول إلى شعار يخص العولمة فإن البنية العميقة القائمة على تأكيد ضرورة ومشروعية «الإصلاح»، لدى مقارنة اليابان تجريبياً بـ «الخارج»، بقيت هي هي دون أي تغيير. إنه وجه آخر من وجوه خطاب العولمة في اليابان.

غير أن العولمة، فيما يخص نمط الحياة والثقافة الجماهيرية، جنباً إلى جنب مع ممارسات الأعمال الفعلية وأفكار النخبة الفكرية المثقفة، ليست سيرورة يتم فيها انتشار «معيار» ما موجود ويغطي الكل. إنها، بالأحرى، حركة ديناميكية تتخذ عبرها هذه الشراكة المهلهلة أو تلك شكلاً محدداً على الصعيدين المكاني والزمني، كما على مستويات مختلفة.

يمكن النظر إلى إضفاء صفة الوجبات السريعة على أنماط الحياة باعتباره أحد وجوه العولمة بمعنى كونه جزءاً من الحركة العالمية الشاملة باتجاه اكتساب الصفة العقلانية. غير أنه يبقى في الوقت نفسه أحد نتائج التحول الاجتماعي

والثقافي الحاصل للمجتمع الياباني بالذات. فتمط الحياة الكوكبي لا يظهر إلى الوجود إلا كنتيجة للتأثير المركب لجملة التغييرات الداخلية والخارجية. والعولمة نفسها إن هي إلا عملية متعددة الطبقات، متعددة المراكز كما يمكن أن يتضح من انتشار الثقافة الجماهيرية والشعبية اليابانية في آسيا وتشكل ثقافات هجينة من تلاقح ثقافات عالية مختلفة. وبالتالي فإن العولمة في اليابان لم تتمخض عن أية مجانسة تسوية بل تطورت بطريقة ديناميكية فعالة محدثة قدراً لافتاً من التنوع والتعددية القطبية.

الملاحظات والهوامش

إلى ذكرى الأستاذ الجامعي الراحل سيزابورو ساتو، مدير فريق اليابان. يشكل هذا الفصل تقريراً عن العمل الذي أنجزه فريق البحث في اليابان، العمل الذي جرى تنظيمه بقيادة المرحوم سيزابورو ساتو. ومنذ رحيله المفاجئ في كانون الأول / ديسمبر 1999 م، انتقلت قيادة الفريق إلى تاموستو أوكي، مما يجعل هذا التقرير جمعاً لنتائج الأبحاث التي أنجزها كل عضو في الفريق (كيوتادا تسو تسوي: القسم الرابع؛ ماساكو أوكاموتو: القسم الثاني؛ إيجي تاكيمورا: القسم الثالث؛ وتاموتسو أوكي: القسم الأول)، مع تحمل تاموتسو أوكي المسؤولية الإجمالية.

- (1) ياسو هيكو ناكامورا، مخازن مناسبة، مطاعم عائلية، أطباق سوشي داورة (طوكيو: بونشونونوكوي، 1998 م).
- (2) الأرقام بالمليارات الأمريكية: المليار الواحد يساوي: 1,000,000,000.
- (3) يطيب لي أن أعبر عن العرفان على النصح والمساعدة اللطيفين اللذين حصلت عليهما من معهد فوجيتا لبحوث إدارة المستقبل، خصوصاً الدعم الذي لا يقدر بثمن من نوبوهيرو ناكاباياشي، فيما يخص بحثنا الدائر حول انتشار الوجبات السريعة في اليابان من السبعينيات حتى الآن. يسرني أيضاً أن أشكرهم لتمكينني من الاستفادة من تقاريرهم البحثية، بما فيها عشرون سنة من عمر ماكدونالد في اليابان.
- (4) يسعدني أن أعبر عن أصدق آيات شكري لقسم صنتوري الدولي المحدود، الذي وفر دعماً غير

محدود عبر تقديم المواد والمساعدات البحثية الضرورية مع المقابلات. نشرة القسم الدولي الصنتوري، 1990 م بعنوان «تسعون سنة من عمر صنتوري».

(5) يسرني أن أعبر عن خالص شكري لقسم المعلومات في شركة شيسايدو المحدودة على دعمها لبحثي عبر تزويدي بالوثائق والمعونات الضرورية مع المقابلات. إن المواد التالية ذات علاقة بتوسع شيسايدو فيما وراء البحار:

- كازويوكي كومييا، تحدي الأصفان الدولية في باريس بالنسبة إلى شيسايدو (طوكيو: جيتسوغيو نو نيهونشا، 1993 م)؛

- أساطير شيسايدو، الجزء الثالث، (كاتالوج)؛

- 120 سنة من حياة شيسايدو (طوكيو: كيوريودو، 1990 م)؛

- معرض آياويامانو، متحف ميغورللفن، 1998 م (كاتالوج).

(6) جي. سي. آبلن، المصانع اليابانية (طوكيو: دياموندشا، 1958 م).

(7) وزارة العمل، دائرة البحوث، دراسة عن توجه الاستخدام، 1998 م؛ وإيكوني آرابي، كاييغاكو نيومون (مدخل إلى عالم الأعمال) (طوكيو: تشو كيراشا، 1997 م).

(8) كازو كوكي، نظام الاستخدام الياباني (طوكيو: طوكيو كيزاي شينهوشا، 1994 م).

(9) هيروشي هازاما، دراسة عن إدارة العمالة اليابانية (1964 م).

(10) آساهي شيمبون، 1998/11/28 م.

(11) السيد تسونهيكو يوي، مقابلة مع الكاتب.

4

«موعد مع القدر»

سيرة العولمة الثقافية الهندية

تولاسي سرينيكاس

لعبارة «موعد مع القدر» أصداء تاريخية عظيمة بالنسبة إلى أكثرية الهنود. تلك هي الكلمات التي تفوه بها جواهر لال نهرو، رئيس الوزراء الأول لهند متحررة، منتصف ليلة الرابع عشر من آب / أغسطس 1947 م، مبشراً بفجر جديد للحرية والاستقلال الهنديين بعد قرنين من الحكم الكولونيالي البريطاني. يطيب لي أن أؤمن بأن ما هو حاصل اليوم في الهند على صعيد اللُّبَرلة الاقتصادية والعولمة الثقافية ما هو، في الحقيقة، إلاً موعداً جديداً مع القدر بالنسبة إلى الهند، موعداً يتيح للهند فرصة ولوج المرحلة الكوكبية - فرصة لا يجوز تفويتها هذه المرة أيضاً حسب شعور كثير من الهنود.

كانت نقطة انطلاق هذا الفصل، بل مجمل هذا الكتاب في الحقيقة، متمثلة بمقالة بيتر بيرغر المتصفة بالبساطة الخادعة، «الوجوه الأربعة للعولمة»⁽¹⁾، التي نُشرت في عدد خريف 1997 م من مجلة المصلحة القومية (ناشيونال إنترست). كتب بيرغر يقول إن حصول أي «حوار بين الثقافات»⁽²⁾ مشروط بتحقيق فهم أوضح وأفضل بكثير مما هو موجود اليوم لسيرورتي

العولمة الثقافية ومقاومتها. قام بيرغر بوصف أربعة «عوامل» للعولمة الثقافية: نُخبة أعمال دولية معروفة باسم «ثقافة دافوس»، عبارة صاغها سامويل هنتنغتون لوصف أعضاء نخبة قمة دافوس للأعمال في أوروبا؛ نُخبة مثقفين فكرية دولية أطلق عليها بيرغر اسم «ثقافة نادي الكلية»؛ «عالم الماك» أو «عالم الماكدونالد»، عبارة دالة على الثقافة الشعبية اجترحها بنيامين باربر أساساً⁽³⁾؛ و«البروتستانتية الإنجيلية»، أو أية حركة شعبية (دينية عموماً) واسعة النطاق. توصل بيرغر إلى استنتاج يقول إن العولمة الثقافية هي حركة انتقال البضائع والأفكار (الشحنة الثقافية) من الغرب إلى باقي العالم⁽⁴⁾.

غير أن اهتمامي ينصب على معاينة العولمة الثقافية بوصفها سيرورة ذات اتجاهين، وأركز على المساهمات غير الغربية، الهندية بالدرجة الأولى، في عملية العولمة الثقافية⁽⁵⁾. ففيما تكون قوى العولمة الثقافية دائبة على دخول الهند، ثمة نماذج ثقافية يتم بثها أيضاً، وبصورة متزايدة باضطراد، من الهند. وما يُطَلَق عليها عموماً اسم ممارسات العصر الجديد. تلك الممارسات التي تشمل التأمل، اليوغا⁽⁶⁾، الاستشفاء الروحي، التدليك، والتانترية الصوفية، أصبحت اليوم ذات شعبية في الغرب. فلكل من إمامي نمط الحياة المعروفين ديباك تشوبرا وشري ساثيا ساي بابا حلقات واسعة من الأتباع في كل من نيويورك، سانتياغو، وميونخ. ففي مدينة كاسل الألمانية، يستطيع المرء أن يحصل على رحلة آيورفدية⁽⁷⁾ تدوم ثمانية أيام، شاملة مأكور آيورفدية، منقوعات أعشاب، تدليك، وعلاجات فردية تتضمن عمليات تغطيس متكررة في مياه ينابيع كورهسن الحارة. ويستطيع المرء في بيرمنغهام، إنجلترا، أن يتناول وجبة ماسالادوسا حقيقية وفروجاً بالكاري.

باتت المنتجات الثقافية، في الحقيقة، مستهلكة في العالم كله: تتم الدعاية لشراشف الساري الحريرية في محلات بلومينغديل، يقوم الأوروبيون والأمريكيون يومياً بشراء الحلبي والملابس الهندية، وشمات الحناء، شاي

الدارجيل، خواتم أصابع الأقدام. صحيح أن هذه الأشياء يجري الترويج لها بوسائل ترويج أمريكية، غير أن جذورها الثقافية لا تقبل الجدل. يحاول هذا الفصل دراسة دور الهند كمحطة بث ثقافية وجملة المسائل التي يثيرها هذا الدور للهند ولعملية العولمة الثقافية ككل.

تبقى مناقشة العولمة الثقافية في الهند صعبة نظراً لوجود سلسلة طويلة من التباينات الإقليمية، الدينية، العرقية، المذهبية (الطائفية)، الطبقية، والكاستية⁽⁸⁾. يتعذر الكلام عن الهند كلها بصوت واحد. فالهند حضارة قائمة بذاتها ذات كثافة ثقافية عظيمة - ما يعتبرها سامويل هنتنغتون «ثقافة قوية» - بما قد يمكنها من تزويدنا بمحفل (هيكل - معبد) ثقافة عملية بديلة. وعلى الرغم من أن الكلام عن حوادث «بديلة» أو «تعددية»⁽⁹⁾ يثير المخاوف من الأصولية الإسلامية أو «القيم الآسيوية» ذات الطراز السنغافوري، أمل في توسيع فهمنا لعملية العولمة الثقافية عبر الكشف عن احتمال وجود بدائل تعددية وديموقراطية أخرى.

تم جمع المعلومات الأثنوغرافية اللازمة للدراسة في مدينة بنغالور الجنوبية بالدرجة الأولى، رغم أن باحثين قاموا بزيارات متكررة لأجزاء أخرى من البلاد لجمع البيانات⁽¹⁰⁾. فالهنود يرون بنغالور المدينة الأكثر تعولماً في الهند، مما دفعنا إلى افتراض أن من شأنها أن تقدم صورة الديناميكية العولمية الأقوى.

للتعرف على ميادين الدراسة الأقدر على الغوص إلى عمق جملة المفارقات، المشكلات، والإمكانات الموفرة من جانب ظاهرة العولمة الثقافية، بادرنّا أولاً إلى اختيار أربع عينات من مهنيي بنغالور، رجال أعمالها، ومثقفها، ودراستها. وقمنا بعد ذلك بمعاينة الصحف المحلية واستعراضها بحثاً عن مواد تحدد مجالات الدراسة المفتاحية وتحديثنا مع أناس من بنغالور ودلهي حول هواجسهم على الصعيدين الذاتي والعام، حول مخاوفهم بالنسبة إلى

أنفسهم كما بالنسبة إلى البلاد. تمثلت المشكلة بالاختيار من المواد الكثيرة والمركبة - المعقدة التي عثرنا عليها، غير أننا ما لبثنا، آخر المطاف، أن استقرينا على ثلاثة عناوين للدراسة: (1) صناعة الغذاء في الهند ورد فعلها على دخول شركات مطاعم كوكبية عملاقة إلى السوق؛ (2) ظاهرة درويش محلي يدعى سامي بابا له أتباع في أرجاء كوكب الأرض على المستويين الديني والاجتماعي؛ و(3) صناعة البرمجيات الكومبيوترية في الهند وثقافتها على صعيد العمل. سيقوم هذا الفصل بمناقشة المعلومات المأخوذة من كل من هذه الدراسات مع الأسئلة التي تثيرها.

من الصعب تفويت العولمة دون ملاحظة في أية مدينة هندية، وخصوصاً في بنغالور: ثمة إعلانات عملاقة تحمل لوحات الدعاية لكوكا - كولا، للإم.تي.في.، لسيارات هيونداي، لأكشاك اتصالات، ولبنّ الشروق تتزاحم على اختطاف فضاء الرؤية⁽¹¹⁾. وليست العولمة بأبرز صيغها سوى ثقافة الاستهلاك الصارخ المروّجة عبر وسائل الإعلام الدولية. لعل قوتي العولمة الأكثر وضوحاً في الهند هما الشركات متعددة الجنسيات من جهة والثقافة الشعبية من نمط الإم.تي.في. من جهة ثانية، اللتان تركزان، كلتاهما، على مخاطبة الطبقات الوسطى المدنية، المغرّبة أو المتغربة؛ الناطقة باللغة الإنجليزية⁽¹²⁾.

وجدنا أن واحداً من كل من أكثرية عائلات الطبقة الوسطى البنغالورية يعيش في الغرب. كانت موضوعات الحديث الشائعة تشمل الفروق في التوقيت حول كوكب الأرض، تعقيدات السفر الجوي ومصاعبه، النظام السياسي الأمريكي، ومشكلات الاتحاد الأوروبي النقدية. الهنود متآفون مع الغرب ومطلعون على تأثيراته الثقافية، مما دفع ردود الأفعال على العولمة الثقافية في الهند إلى اتخاذ أشكال متباينة تدرجت بين القبول المهجّن والرفض الكلي. سوف أقوم بوصف حالات معينة تمثل هذين الموقفين كليهما.

تمارس الثقافة الشعبية كما تحملها وسائل الإعلام تأثيراً جلياً وقوياً على الشبيبة الهندية المدنية، فارضة اختيارها لنمط اللباس، لأماكن الظهور، لأنواع الموسيقى الجديرة بالسماع، ولجملة الآراء التي يتعين عليها أن تعتنقها. فالأفلام الهندية، ومحطة الأم.تي.في. المرخصة في بومباي، ومحطة ستار الفضائية الهونغ كونغية العائدة لروبرت مردوخ، تضطلع بدور كبير في رسم التوجهات، تشجيع الاستهلاك، وخلق آلية تسويق ذات علاقة بالثقافة الشبابة. غير أن الثقافة الكوكبية المحمولة على أجنحة وسائل الإعلام ليست مستمدة فقط من الغرب. فالأنماط الثقافية الهجينة الناتجة عن تلاحق الثقافتين الغربية والهندية شائعة وروتينية⁽¹³⁾، ويبدو أن مستوى معيناً من الأقلية أمر أساسي للنجاح في السوق الهندية⁽¹⁴⁾.

لعل نموذج ضيوف التلفزيون الهندي، مثلاً، هو ذلك الذي يرتدي ملابس مهجّنة مستوحاة من التقاليد الهندية، يورد «فَرَحَات» أمريكية الطراز بلغة إنجليزية أو كسبرجية (نسبة إلى جامعتي أكسفورد وكامبرج)، موشاة بحوارات شبيهة بحوارات الأفلام الهندية. فـ «بوب بهانغرا»، المستمد من الموسيقى الشعبية الشائعة في ريف البنجاب وريغاي غرب الهند، يجري نقله إلى الشبيبة الهندية عبر الجيل الأكثر شباباً من الشتات الهندي في بيرمنغهام ولندن. وبالتالي فإن نماذج التمازج الثقافي الناجحة في إتقان فن الجمع بين التأثيرات الغربية والأنماط الهندية المألوفة ثقافياً تكون مقبولة سلفاً⁽¹⁵⁾.

مع أن هناك قدراً كبيراً من الفقر في الهند⁽¹⁶⁾، اكتشفنا أن فقراء المدن التحقوا بركب العولمة الثقافية عبر تقليد أنماط الطبقة الوسطى الاستهلاكية. في حين أن خادمت بيوت الطبقة الوسطى في بنغالور كن قد درجن على عادة غَسْل شعرهن بمسحوق الصابون المحلي، بدأن الآن يستخدمن الشامبو الذي يتم شراؤه من المخازن المحلية. يتمتعن أيضاً بحق الاستمتاع بمشاهدة البرامج التلفزيونية بصورة منتظمة ويدخرن أموالاً تمكنهن من شراء سلع استهلاكية

«أجنبية». فالعولمة الثقافية تتسرب في الحقيقة من الطبقات الوسطى نازلة إلى الفقراء.

من الجهة المقابلة تصر الطبقة الوسطى الهندية على رفض أنماط معينة من القوى الثقافية الكوكبية. لعل إحدى قوى العولمة الثقافية الأقل جاذبية، ولكنها متزايدة الوضوح، في الهند هي الحركة الإنجيلية المسيحية. فالنشاط التبشيري في الهند ينمو بوتيرة سريعة مع تزايد تحول هذه الحركات إلى حركات «فورديّة»، أو خط تجميع، من حيث الطابع⁽¹⁷⁾. يُمضي المبشرون، وهم من أمريكا وأوروبا في المقام الأول، شهراً أو حوله في مدن هندية مشكلين ومدرّبين «جماعات خلية» من أفراد يباشرون الدعوة والهداية بدورهم. وما لبث هذا أن تمخض بدوره عن نوع من التوتر بين البعثات التبشيرية والجماعات المناصرة للهندوسية وصولاً إلى مقتل سبعة مبشرين. سارعت وسائل الإعلام القومية إلى تسليط الأضواء على حوادث القتل التي أثارت حواراً قومياً حول وضع الأقليات الدينية في الهند. كانت الطبقات الوسطى عالية الصوت في التعبير عن استيائها من الطبيعة المتغيرة للنشاط التبشيري في البلاد، كما من الرد البعيد عن التسامح على هذا النشاط.

تبقى الهند الدولة الديموقراطية الفعلية الأكبر والتعددية الوحيدة في جنوب آسيا، وهي مطوّقة ببلدان لا ديموقراطية - الصين شمالاً، بورما شرقاً، والباكستان غرباً. وكما يقول خيلناني فإن «طول عمر الديموقراطية الهندية وثباتها هما الحقيقة المنفردة الأكثر أهمية ولفناً للأنظار عن هند ما بعد الكولونيالية، التي تميزها عن جُلّ بلدان آسيا الأخرى»⁽¹⁸⁾. في أربعينيات وخمسينيات القرن العشرين ساد اعتقاد يقول بأن الديموقراطية في الهند لن تدوم لأن بذورها مزروعة في تربة بلاد «فقيرة غارقة في بحر الأمية». غير أن الديموقراطية لم تكتف بمجرد الدوام، بل وازدهرت ونجحت في أسر الخيال السياسي للجمهور. «بات مبدأ السلطة في البلاد متجذراً نهائياً» حسب تعبير خيلناني في الدولة القومية الحديثة⁽¹⁹⁾.

تحتل اللّبرلة والعولمة الاقتصاديتين موقعاً مركزياً في سائر النقاشات الاقتصادية الدائرة في الهند اليوم⁽²⁰⁾. فالعولمة تثير آمالاً في أن يستطيع الاقتصاد الهندي أن ينمو فيخترزل فقر العديد من ملايين مواطني البلاد؛ غير أنها تثير أيضاً مخاوف من احتمال انطواء النمو الاقتصادي على ثمن باهظ لا يطاق من نواح أخرى. على امتداد السنوات العشر الماضية دأبت الحكومة الهندية على إظهار قدر لافت من المرونة في تفكيك جملة القوانين الاقتصادية البالية المعرّقة للنمو، مما أفضى إلى حدوث طفرة على صعيد النمو الاقتصادي. حقق الاقتصاد معدل نمو بلغ حوالى 5 بالمئة، مع انخفاض معدل التضخم إلى 2,8 بالمئة في تشرين ثاني / نوفمبر 1999 م، التي هي النقطة الدنيا في العقد⁽²¹⁾. تتحدث أحدث أرقام بنك التنمية الآسيوي عن قدرة الهند على تحقيق نمو يزيد عن 7 بالمئة، وهو معدل من شأنه أن يمكّن الهند من اللحاق بالصين في غضون سنتين أخريين⁽²²⁾، وهو أمر لم يحدث منذ سنة 1990 م. ولكن الهاجس الذي سمعته متردداً على السنة أستاذة العولمة المتبحرين هو ما إذا كانت الحكومة الهندية قادرة على ضمان استدامة النمو الاقتصادي وعلى تفكيك جملة القوانين التجارية النافذة بما يكفي من السرعة. ومثل هذه المخاوف تتزايد جراء الاعتقاد السائد بأن البلدان التي لا تسارع إلى الالتحاق بركب العولمة بدت محكومة بالعيش في حالة ركود اقتصادي.

أمّا من الجهة المقابلة فإن الهاجس الأول الذي يعبر عنه المستثمرون الأجانب المحتملون يبدو متعلّقاً بالاستقرار السياسي. قبل أربع سنوات، حين وصل حزب بهاراتيا جاناتا (ح.ب.ج.) إلى السلطة، كان الخوف، في كل من الهند والخارج، متمثلاً باحتمال إذعان هذا الحزب لجناحه اليميني. غير أن الحزب لم يبد، على امتداد السنوات الثلاث، ما يشير إلى احتمال خضوعه لفريق راشتريا سيفاك سانغ⁽²³⁾. أو أية جماعة فرعية أصولية أخرى. لقد نجح الحزب في الحفاظ على حضور حكومي ثابت، رغم حدوث سلسلة من

الصراعات والمحاولات التكتيكية الداخلية الهادفة إلى الإطاحة بالحكومة⁽²⁴⁾.

لقد أوضح ح.ب.ج. أن الهند تريد أن تضطلع بدور على المسرح الكوكبي. فتجربته النووية الناجحة بدت بنظر أكثرية الهنود، رغم إثارتها لقلق كبير من القلق في الولايات المتحدة وغيرها من الدول المتطورة، مصدر اعتزاز قومي. وعلى الرغم من أن مثقفين هنوداً كتبوا كثيراً حول الموضوع في الصحف المحلية والقومية، فإن أكثرية الهنود يشعرون أن التجارب النووية سلطت الضوء على سيادة الهند، قوتها، وقدراتها العلمية. وليس رفض الهند توقيع اتفاقية الحظر الشامل للتجارب ذات القاعدة الأمريكية، بنظر هذه الأكثرية، إلا دليلاً آخر على قدرة الدولة الهندية على اتخاذ موقف قوي، في حين اعتُبر تعامل الحكومة مع المفاوضات في أثناء أزمة 1999 م الكشميرية انقلاباً دبلوماسياً⁽²⁵⁾. فمبادرة بريطانيا والولايات المتحدة إلى دعم وجهة نظر الهند جاءت تأكيداً إضافياً لموقف الحكومة الأخلاقي - المعنوي القوي⁽²⁶⁾.

لقد أصبحت الهند قوة معترفاً بها في جنوب آسيا. والتحدي الذي ينتصب أمام الحكومة هو الاهتمام إلى الأسلوب الذي يمكنها من توظيف وضعها كقوة إقليمية في سبيل التحول إلى قوة كوكبية. غير أن المسألة، بالنسبة إلى مواطني الهند، تتمثلة بنوعية الفرص التي من شأن السوق الكوكبية أن توفرها لهم. ينصب اهتمام الحكومة الرئيسي على إتقان فن السير فوق حد السيف الفاصل بين فخ أبواب الاقتصاد أمام التجارة الحرة تلبية لمطالب المواطنين نافذي الصبر، وبين الإبقاء في الوقت نفسه على بعض السياسات التي ستوفر الحماية للشعب.

تصميم العولمة: صناعات الهند الغذائية

ثمة طفرتان غذائيتان جاريتان في الهند في وقت واحد: طفرة في ميدان إنتاج ذات شهرة متعددة القوميات وأخرى على صعيد المواد الغذائية المحلية. كثيراً ما تحدثت وسائل الإعلام عن مجيء شركات غذائية متعددة الجنسيات،

غير أن الطفرة الموازية الحاصلة في الأطعمة المحلية والمطبخ القومي بقيت غائبة عن الأنظار. وهذه الطفرة الثانية هي الأخرى ذات أهمية، وإن بقيت دلالاتها أكثر مكرراً، مع تعرضها للإهمال في كثير من الأحيان. سنقوم أولاً بمناقشة موضوع الشركات الغذائية متعددة الجنسيات ومدى حضورها في الهند.

كانت الشركة الغذائية متعددة الجنسيات الأولى التي اقتحمت السوق البنغالورية هي مؤسسة فروج كنتكي المقلي KFC التي ما لبثت أن باتت تعرف باسم كنتكي في الشارع. في 1996 م اشترت المؤسسة مخزن ملابس قديماً ومحبوباً في شارع بريغاد الواقع في المركز التجاري لبنغالور الكولونيلية. تم الإجهاز على المبنى القديم واستبداله بمرفق متألق مؤلف من طبقتين مزين باللونين الأحمر والأبيض. بُعِدَ الافتتاح صار المارة يستمتعون برؤية فلاحين محليين ذوي أحزمة وسط وعمائم قطنية مرابطين أمام المطعم. بادر اتحاد فلاحي كارناتاكا، بزعامة الدكتور نانجوندا سوامي والزعيم المحلي السيد فاتال ناغاراج، بتنظيم سلسلة من الاحتجاجات المعادية لكنتكي التي لاذت أخيراً بحماية البوليس وواصلت عملها سنة كاملة وسيارة البوليس واقفة أمام واجهتها الزجاجية⁽²⁷⁾.

كانت كنتكي قد استهدفت مموّنين معينين لإنتاج صنف خاص من الفرائيج يمكنهم من التفوق بما أقنع الفلاحين المحليين بأن كنتكي سوف تقوم بإخراج أصحاب المداجن من السوق. قام اعتراض المزارعين على أساسين: احتمال قيام كنتكي بتشجيع النزعة اللانباتية في جنوب الهند من جهة وافتقار فروج الشركة متعددة الجنسيات، مقارنة بالفروج المحلي، ناتي، إلى المذاق المستساغ. نشرت الصحف المحلية عدداً غير قليل من التقارير عن كنتكي، كانت في الغالب تصب الزيت على نار العداة لفروج الشركة متعددة الجنسيات (الإم. إن. سي.). غير أن عمليات الاحتجاج ما لبثت أن فتحت نقاشاً حول هذا النوع من الفروج، وبات واضحاً إن البنغالوريين كانوا يحملون مشاعر ملتبسة

حول تمكين الشركات متعددة الجنسيات من اقتحام ميدان إنتاج الغذاء . صحيح أنهم كانوا مطمئنين تماماً إلى قيام الشركات متعددة الجنسيات بإنتاج البرمجيات (السوفت وير)، غير أن عواطف معاداة العولمة سرعان ما تأججت حين أصبح الأمر يمس الطعام وإنتاج الأغذية .

يغدو مثال كنتكي أكثر غنى بالدروس حين يُقَارَن بمسار عناوين أطعمة أخرى في الهند مثل مطاعم ماكدونالد والبيزا هات . لم تكن الأولى ، مطاعم الماكدونالد ، وهي الأولى في العالم على صعيد تقديم الوجبات السريعة ، ناجحة في الهند ، رغم قيام الشركة باعتماد استراتيجيات سبق لها أن طورتها واختبرتها بنجاح في أجزاء كثيرة أخرى من العالم . حاولت ماكدونالد أن تصطنع حاجة إلى سندويشات الهامبرغر لدى أبناء الطبقات الوسطى المدنية عبر تطبيق استراتيجية ذات أربعة وجوه : خلق طلب على المنتج عبر الإعلان والدعاية ، احتلال سوق جانبية ، التأقلم من خلال تقديم وجبات مهجنة ، واستخدام ممونين محليين لتوفير المواد الغذائية .

غير أن لدى ماكدونالد منتجاً يطرح مشكلات تسويق معينة في بلد مثل الهند ، حيث لا تشكل فكرة لمسة باتي بقر على قطعة خبز فكرة جذابة بالنسبة إلى الأكثرية الهندوسية في الهند ، بمن فيهم حتى الأكثر تغرباً . كانت سندويشات الهامبرغر مألوفة في الهند جراء قيام أعداد لا تحصى من المطاعم الهندية بتقديمها ، غير أنها نادراً ما شكلت الخيار المفضل . ومما يثير الدهشة أن ماكدونالد لم تكن ، بعد أربع سنوات في الهند ، قد باعت سوى سبعة ملايين سندويشة هامبرغر . بالمقارنة بسبعة ملايين وجبة دوسا⁽²⁸⁾ في الهند كل يوم ، كما يتم بيع 75 مليوناً من بطاقات دخول السينما في الأسبوع . يقول آميت جاتيا ، من مكتب إدارة الشركة في بومباي ، إن انهيار ماكدونالد سوف يتطلب ما لا يقل عن خمس إلى ست سنوات حتى في الهند⁽²⁹⁾ .

لقد أنفقت ماكدونالد قدراً كبيراً من الوقت والمال على إقامة المطابيح

المزدوجة في جميع المطاعم للحيلولة دون اختلاط الأطعمة النباتية بنظيرتها غير النباتية. ينطوي عنصر الطهارة والتلوث على أهمية كبيرة جداً بالنسبة إلى المستهلكين الهنود. وعلى الرغم من أن مكدونالد بذلت جهوداً جبارة، فإن المستهلكين يقرنون الشركة بما اشتهرت به من إنتاج، بسندويشة لحم البقر. كثيراً ما وجدنا أعضاء الأسر الأكبر سناً عاكفين، بحرص شديد، على شم الأطباق تحريماً لرائحة اللحم في أحد مطاعم مكدونالد بجنوب دلهي؛ كان زبائن أكثر تشدداً يصرون على معاينة المطبخين كليهما للتأكد من بقاء جميع الأواني منفصلة. وهناك آخرون دأبوا على إخضاع المستخدمين لدورات استجواب طويلة حول مدى الاهتمام بإبقاء منتجات اللحوم بعيدة عن المطابخ النباتية.

حاولت مكدونالد أيضاً أن تؤقلم، أي تُهَنِّد، وجبة الطعام. قامت باستبدال شعارها المتمثل بماك الكبير الشهير بماك المهرجا، الهامبرغر الهندي المزعوم، كما استحدثت عدداً غير قليل من المواد النباتية. غير أن افتقار اللحم إلى التوابل أفقده العديد من الزبائن. حتى المراهقين والشباب كانوا يفضلون مذاق فطيرة «لحم الغنم في مطعم هندي صغير على نظيرتها في أحد مطاعم مكدونالد. كذلك لم تبد وجبات الماكدونالد المؤلفة من البرغر، البطاطا المقلية، وكأس الكوك جذابة للمستهلك الهندي كحالها مع المستهلكين في أجزاء أخرى من العالم⁽³⁰⁾.

أنفقت شركة مكدونالد الأم قدراً لا يستهان به من الوقت والمال على توزيع المعلومات عن استحضار موادها الأولية من داخل الهند، وهي حريصة على أن تظهر شركة عاكفة على تشجيع الصناعة الغذائية الهندية⁽³¹⁾. وحسب ما جاء في أحد البيانات الصحفية تزود مكدونالد بالخبس الإفرنجي من أوتاكاموند في الجنوب، بالجبن من مصانع ألبان ديناميكس في بيون، بالبصل المجفف من غذائيات جاين من ديجالغاون، بالسمن من غازي آباد الأوتاربراديشية،

والخ . . . إلا أن الشائعات الدائرة حول شركة مكدونالد في أوساط مستهلكي الطبقة الوسطى تتركز على قيامها باستيراد البطاطا التي تنطوي على وزن محدد بفضل مقالها الشهيرة⁽³²⁾.

واجهت شركات الأغذية متعددة الجنسيات صعوبة في دخول السوق الهندية . إلا أن شركة البيزا هات التي دخلت الهند سنة 1997 م وافتتحت مِرْفَقَهَا الأول في بنغالور تشكل استثناءً صارخاً . كان أهالي بنغالور يعرفون البيزا قبل ذلك . فحين كنتُ أتابع الدراسة الجامعية في هذه المدينة أوائل ثمانينيات القرن العشرين كانت أكشاك الوجبات السريعة والمطاعم المتغربة تقدم أقراص البيزا والمعكرونة . والمادة الأساسية للبيزا التي هي قطعة الخبز الشبيه بالفان المجللة برب البندورة والخضار مألوفة وباعثة على الاطمئنان بالنسبة إلى المستهلك الهندي . وحين دخلت شركة البيزا هات عالم هذه الصناعة للمرة الأولى أنجزت عملاً رقيقاً، وكان مَنَقْذُها في شارع كننينغهام وسط بنغالور مزدحماً بالعائلات وأرباب الأعمال الشباب الراغبين في الحصول على وجبات غداء سريعة وعابرة .

في 1998 م جاءت سلاسل كوكبية منافسة عائدة إلى السنغافوريين (بيزا كورنر) وهنود في أماكن أخرى من الهند (بيزا وورلد) ودخلت أيضاً سوق بنغالور . تبين الدراسات أن بيزا هات خسرت أعداداً من زبائننا لصالح هاتين السلسلتين المنافستين لسبيين : كانت وجبات البيزا كورنر أرخص وألذ مذاقاً من الجهة وقابلة للتقديم في كل مكان من المدينة من جهة ثانية . اكتشفنا أن البنغالوريين أصبحوا مدمنين على الإفادة من خدمات الإيصال التي تمكن أعضاء الأسرة ذوي الفئات العمرية المختلفة والحاجات الغذائية المتباينة من تناول الطعام مرتاحين في بيوتهم . بات كبار السن قادرين على الاستمتاع بوجبات هندية بيتية وصغار السن على تناول الوجبات المحمولة . راهنت مؤسسة بيزا كورنر على فهمها لحاجات أجيال العائلة الهندية المختلفة؛ فنجاحها قائم على

التكاليف المنافسة، المذاق المألوف، توفير الراحة، وسهولة التأمين.

غير أن سوق الطعام الهندية مغمورة بأنماط كثيرة من الأطعمة المحلية الألد طعماً والأقل سعراً من الأطعمة الشهيرة بما لا يقاس، وبالتالي فإن على الشركات متعددة الجنسيات الرغبة في العمل في الهند أن تتكيف بما يمكنها من سد الثغرات الموجودة في سوق الطعام. إلا أن الشركات الكبرى الشهيرة ليست مرنة بالمعنى الحقيقي للكلمة. والتنوعات المحلية التي تقدمها الماكدونالد في البلدان المختلفة هي نفسها شديدة التمييز والضبط، وإذا أقدمت شركة مثل ماكدونالد أو بيزا هات على التمييز لأسباب محددة فإنها لا تلبث أن تصبح أقل مرونة وقدرة على التكيف⁽³³⁾.

في الحقيقة يؤدي الظهور الصارخ المثير للسخرية لأية شركة مثل ماكدونالد أو بيزا هات - اسمها الشائع - إلى اختزال مدى نجاحها في سوق طعام تعددية مثل سوق الهند. فماكدونالد، بيزا هات، وغيرهما من الشركات متعددة الجنسيات العائدة لأمريكا قائمة على المثال الأمريكي المتجسد بالتنميط وقابلية التنبؤ - من منطلق أن من شأن أية شركة طعام متعددة الجنسيات أن تكون قادرة على تكرار معجزة التنميط هذه في العالم كله، وأن التنميط هذا هو ما يتمتع مستهلكها⁽³⁴⁾. ولكن المستهلك الهندي لا يريد أي تنميط للمنتجات الغذائية. فالهنود، بسبب تعددية بلادهم العرقية، مدمنون على نوع من التعددية القائمة على سلسلة طويلة من أنماط الطعام المختلفة داخل مساحة جغرافية صغيرة: ليس ثمة أي مطبخ هندي شامل. وليس أي مسعى لتنميط وتوحيد إنتاج الطعام إلا تعبيراً عن العجز عن فهم متطلبات المستهلك الهندي⁽³⁵⁾.

صناعة الطعام المحلية

ترافقت طفرة الوجبات السريعة المحلية مع فورة ازدهار الشركات متعددة الجنسيات، غير أنها نادراً ما تتم مناقشتها في الهند أو في الأماكن الأخرى. تكون صناعة الطعام المحلية مشتملة على منتجات غذائية للاستهلاك المباشر،

جنباً إلى جنب مع ما يعرف باسم الوجبات المعدة مسبقاً مثل الوجبات الخفيفة، التوابل المسحوقة، رُقاقات العدس، المخلّلات، وصلصة الثمار والأعشاب والتوابل. تقتبس الصناعة الوصفات الهندية، تبسطها للإنتاج السريع، وتختزل الوقت والكلفة بالنسبة إلى المستهلك.

لم يكن هناك سنة 1989 م في بنغالور سوى شركة واحدة، إم.تي.آر. MTR⁽³⁶⁾، متخصصة بتصنيع المخلّلات والمسايق المستعملة في الطبخ المنزلي؛ أما اليوم فثمة أكثر من ثلاث مئة شركة عاملة في الأسواق المحلية، وأصبحت الإم.تي.آر. شركة تصدير كوكبية. إن ربّات المنازل من الطبقة الوسطى والوسطى - الدنيا يعتمدن على هذه الخلّاط والوجبات الخفيفة لتأمين طعام الأسرة. باتت الأطعمة المعدة مسبقاً تغطي مجموعة كبيرة من المنتجات، وهي مركبة بما يمكنها من مناشدة ذائقات جماعات عرقية وكاستية معينة. للأصالة قيمتها عند المستهلك الهندي. لقد شاهدت نساءاً يرمين عبوات مسايق وصلصات في سلة القمامة لأنها «غير متمتعة بالمذاق الصحيح». فيها مواد حافظة».

ما لبثت عملية إعداد هذه الأطعمة المحلية أن أصبحت صناعة منزلية محلية. كثيراً ما يقوم المبادرون المحليون، وأكثرهم من النساء، باستخدام فقيرات من الجماعة الكاستية أو العرقية المستهدفة لإعداد المنتج بما يضمن تحليه بالمذاق الأصيل. وأصحاب المبادرة هؤلاء غالباً ما يشكلون تعاونيات ويبيعون إنتاجهم إلى شركات أكبر للتسويق. وما لبث الازدهار المحلي للمنتجات الغذائية أن أفضى إلى تمكين النساء الأكبر سناً من العثور على فرص عمل مضمونة في هذه التعاونيات، وإلى ظهور شخصية ربة المنزل المبادرة.

أظهرت هذه الدراسة أن الطبقات الوسطى المدنية تفضل، حين تقرر تناول الطعام خارج المنزل، اثنين من أنماط المطاعم، في المقام الأول. يتمثل الأول بمحلات صغيرة يجري تناول الطعام فيها وقوفاً تقدم أطعمة هندية بأسعار

معقولة، وقد نجحت في تعديل محتويات وجباتها بما يلبي مطالب قاعدة مستهلكين مختلطة لغوياً عبر إبراز صور كبيرة ملونة لمكونات الوجبات من الأطعمة على طاولة المحاسبة. ليس ثمة أي مقاعد، ويقوم أرباب العمل بالتهام طعامهم واقفين أمام الطاولات. تكون الأسعار معقولة، حيث لا يكلف طبق الإيزليس (المؤلف من الأرز والدال) إلا ما هو أقل من عشر روبيات، أو حوالى أربعين سنتاً. وهذه المطاعم مزدحمة وصاخبة على الدوام، ويبدو أن أناساً من سائر الطبقات، من العمال⁽³⁷⁾ إلى رجال الأعمال، يترددون عليها لتناول الوجبات الخفيفة.

أما النمط الثاني فهو مطعم الحي الذي تؤمه العائلات ويتوفر على قائمة وجبات تشتمل على أكثر من خمسين طبقاً موزعاً على سلسلة من الأصناف الشعبية: الهندية الجنوبية، الهندية الشمالية، والصينية. يقوم بعض هذه المطاعم حتى بتقديم وجبات يطلق عليها اسم «القارّية» تكون مؤلفة، بصورة رئيسية من أطباق أمريكية مثل البيزا. ثمة أنواع كثيرة من هذه المطاعم، بأسعار متباينة. تكون عادة مزينة بألوان زاهية، شديدة الصخب؛ ليست مزدحمة خلال العطل الأسبوعية فقط، بل وفي أيام الأسبوع في الغالب، وإلى وقت متأخر في الليل. ومطاعم الأحياء هذه تقدم الوجبات لجميع أفراد العائلة الهندية النموذجية بسعر يمكن تحمّله. وقد أظهر بحثنا أن الأطباق الأشهر كانت الكاريات والأرغفة الهندية الشمالية المدعمة بالأرز أو المعكرونة الصينيين. يبقى الطعام الصيني المهند المحلي، على النقيض من الهامبرغر الماكدونالدي، ذا شعبية واسعة بين أوساط الطبقات الوسطى المدنية.

انتقل الطعام الصيني إلى الهند عبر الجالية الصينية المغتربة المقيمة في كالكوّتا، فلهذه الجالية في الهند شبكة علاقات قرابة في سائر المدن والعواصم الرئيسية، وقد شيدت المطاعم الصينية، الواحد بعد الآخر، كمشروعات عائلية على امتداد عدد من العقود. وعلى الرغم من أن الطعام الصيني «أجنبي» مثله

تماماً مثل الهامبرغر، فقد جرت أَلَمَّتُهُ وتهجينه ليتناسب مع الذوق الهندي. قررنا أن نطلق على هذا النمط اسم العولمة الثقافية القائمة على «التسلل الفردي»⁽³⁸⁾. والمتسلل الفردي هذا ليس فقط أسرع، أكثر مرونة، وأقل صُراخاً من نموذج الشركة متعددة الجنسيات الأكبر، بل ويسارع السكان المحليون إلى تبنيه بسبب براءته من أية تسمية مثيرة للسخرية.

تغريب أم استهلاك مقدّس؟

يقوم بيتر بيرغر بتحديد معنى تعبير «استهلاك مقدس» على أنه تناول طعام ناقل لحمولة الحرية، الديمقراطية، حقوق الإنسان، وإلخ... الثقافية. يورد مثال الهامبرغر الماكدونالدي المستهلك في الاتحاد السوفييتي السابق بوصفه ناقلاً لشحنة الحرية والرأسمالية. قد يكون هذا صحيحاً بالنسبة إلى سندويشات الهامبرغر الأمريكية في البلدان الشيوعية السابقة، غير أنني أجد أن مفهوم الاستهلاك المقدس يتعذر توسيعه ليشمل حالة الهند. أعتقد أن الهنود لا يقيمون مثل هذه الروابط بين الواقع السياسي لبلد المنشأ وبين هذا النوع من الطعام أو ذاك، لأنهم يعيشون في ظل ديموقراطية تعددية؛ وبالتالي فهم لا يقحمون مثل هذه الشحنة الثقافية على الطعام.

غير أنهم قد يسعون إلى إضفاء ثوب رمزي آخر على الهامبرغر. فالشباب الذين يتناولون طعامهم في محلات مكدونالد في دلهي الجديدة ليسوا، مثلاً، إلاً أناساً راغبين، على ما يبدو، في استعراض مكانتهم، ثروتهم، وحركيتهم الاجتماعية الصاعدة. ولكن الثقافة المادية الغربية تبقى قابلة للاقتباس السهل دون استيراد مؤسسات الغرب الاجتماعية والثقافية، ويبقى الاستهلاك المقدس في الهند خاضعاً، على ما يبدو، لسيرورة التغريب. ومهما يكن فإن من شأن استهلاك سندويشات الهامبرغر أن يفضي مع مرور الزمن إلى تمهيد الطريق لقدر أكبر من التغريب⁽³⁹⁾.

إذا عايَنا العولمة الثقافية بوصفها سيرورة خَطِيئة، مع التركيز على مرحلة

متأخرة من هذه العولمة، فإن القيمة الثقافية الإيجابية المعلقة على الطعام الأمريكي أو الغربي تتضاءل كلما زاد المرء تعرضاً لتأثير الثقافة الكوكبية⁽⁴⁰⁾. فأولئك الذين يعرفون ما يتناولونه في أحد مطاعم الكنتكي يعتبرون «داخليين» - من أهل البيت؛ أما أولئك الذين لا يعرفون فينظر إليهم على أنهم «غرباء خارجيون» ملزمون عنوة باستهلاك الأسطورة من خلال استهلاكهم للمنتوج. وما إن يتحول المرء إلى عنصر داخلي بالنسبة إلى الثقافة الكوكبية، حتى يتناقص الحافز على الاستهلاك. وعند ذلك المنعطف، لا يمكن الاهتداء إلى الحافز على استهلاك منتوج بعينه إلا عبر ابتكار منتوجات أجد وأكثر إثارة للاهتمام.

الدرويش الكوكبي: الشمول، الخلاص، النزعة التوفيقية

تزعّم حركة ساي بابا الدولية أن عدد أتباعها يصل إلى سبعين مليوناً مع ألفي مركز في 137 بلداً، مع أن رقم العشرين مليوناً من الأتباع يبدو أكثر دقة⁽⁴¹⁾. تتجمع مراكز منظمة الساي الموجودة فيما وراء البحار في خمسة عشر إقليماً مختلفاً. ومع ذلك فإن ما يعرف عن الطائفة، عن قاعدتها العابرة للحدود القومية من أتباعها، أو عن زعيمها، الدرويش الصوفي الكاريزمي شري ساثيا ساي بابا، قليل جداً. وعلى الرغم من أن «بابا» لا يتكلم إلا لغة التيلوغو والقليل من اللهجات الهندية المحلية الأخرى، فإن الرجل الذي بات مشهوراً في الهند بهذا الاسم، قد حقق نجاحاً في ترجمة رسالته إلى ثقافات متباينة تباين ثقافات التشيلي، سنغافورة، ألمانيا، وكينيا.

يؤمن الأتباع بأن شري ساثيا بابا البالغ أربعة وسبعين سنة من العمر هو بهاغوان (رب)، وتتم مخاطبته باسمه. أما سيرة حياته المصوبة في قالب أسطوري فتتبع نمط بنیان حياة معظم أولياء الحركات الصوفية والدراویش، حيث ينزل الوحي في سن مبكرة في أعقاب حدث جلل أو عنيف. بأسلوب شبيه تماماً بطرائق كتابة سير القديسين، يدعي لنفسه نسباً أسطورياً إلى كل من

إله التدمير إله الخلق من جهة⁽⁴²⁾، وإلى شيردي ساي بابا، الذي هو أحد الدراويش القديسين المتمتعين بالاحترام والتبجيل.

ظل الجدل في الهند حول ساثيا ساي بابا متركزاً على قابليته لاستحضار أشياء معينة مثل الخواتم، القلائد، والرماد المقدس⁽⁴³⁾. يزعم منتقدوه أن عمليات الاستحضار هذه ليست إلا حيلاً قائمة على الشعوذة والسحر؛ في حين يؤمن أتباعه بأن هذه القوى برهان يؤكد قدسيته. مشهور هو أيضاً بقُدْرته السماوية على شفاء المرضى، قراءة هواجس الناس قبل التعبير عنها، وتحرير المؤمنين الصادقين من آلامهم الأرضية - الدنيوية. تكونُ قدسيته في أذهان أتباعه وثيقة الارتباط وشديدة الشبه بقدسية كل من يسوع المسيح وكرشنا⁽⁴⁴⁾. لا يتردد أتباعه في الاستسلام الكامل له، وهذا وجه من وجوه الإيمان الطائفي في الهند، وحضوره الجسدي يجعل العلاقة بين السماء والمؤمن في متناول اليد وحميمة. أمّا ما يجعل شري ساي بابا شديد الاختلاف عن غيره من الدراويش (الأولياء) وفلاسفة الدين فهو تأكيدُه لألوهية متجسدة إنسانياً. إنه يصصر على تأكيد حب الرب اللافكري ويرفض التنظير الديني المجرد الذي يلوذ به غيره من الأولياء، الباحثين، والفلاسفة الهنود.

تمتد إمبراطورية بابا الروحية لتشمل كوكب الأرض، غير أن المركز المادي للحركة موجود في براشانتني نيلايام، في صومعته (أشْرْمه - مُعْتَزَلَه) ببوتابارتي، التي هي بلدة جافة يلفها الغبار في أعماق الأريان الأندرابرادشية، على مسافة حوالي مئة ميل عن بنغالور. وبوتابارتي هذه تقوم باستضافة أتباع البابا في العالم وما لبثت أن أصبحت غنية بمطاعمها المتخصصة، بشالياتها السياحية، بفنادقها وفُلِّلِها الفاخرة، بمخازن بيع الهدايا التذكارية، بصيدلياتها ومطاعمها المفتوحة أربعاً وعشرين ساعة، وبألعابها الرياضية على شوارع عريضة، مرصوفة. ثمة لافتات مكتوبة بأربع وعشرين لغة ترفرف كالأعلام في سماء بوتابارتي، مرحّبة بمؤمني كوكب الأرض في «مسقط رأس بابا».

سوف أستطرد قليلاً لأصف رمز شري ساثيا بابا، لاعتقادي بأنه ذو علاقة مباشرة مع مفهوم خلق قاعدة كوكبية من الأتباع. يقوم شعار الساي على وردة ذات صفين من التويجات يتألف كل منهما من خمس تويجات. تضم الحلقة الداخلية من التويجات رموز ديانات العالم الكبرى: الآوم الهندوسي، الصليب المسيحي، النار الزرادشتية، الهلال الإسلامي، والدولاب البوذي. وكل رمز ديني تقليدي مصحوب بقراءات إبداعية جديدة عابرة للحدود الثقافية. فالموعظة المرافقة للصليب المسيحي هي: «قم باستئصال شعور (الأنا) ولتمت الذات على الصليب، فتحصل على نعمة الأبدية». أمّا تلك الملازمة للهلال الإسلامي فتقول: «كن مثل النجم الذي لا يحيد قط عن الهلال، بل يبقى راسخ الإيمان»، وهكذا.

يساعد استيعاب جملة الرموز التقليدية في شعار الساي الأكبر على تمكين أتباع ساثيا ساي بابا الدوليين، الذين هم جزء من جماعة دينية مرگبة موجودة على أرض الواقع، من الانتماء إلى الحركة على مستوى رمزي. فبالنسبة إلى أولئك الذين لم يعودوا ينبهرون بدياناتهم التقليدية، تقوم عمليات إعادة تفسير الرموز بتوفير حرية التقاط أجزاء من الديانة التي يجدون أنفسهم مطمئنين إليها وإدخالها في النسيج الأكبر لعقيدة الساي وصولاً إلى بناء صرح نمط حياتي محدد. أضف إلى ذلك أن إقحام هذه الرموز على شعار الساي يترك لدى أتباع المستقبل انطباعاً يؤكد بأن ساي بابا قد أوجد عقيدة كونية متحررة من أسر أية ديانة منفردة. ولتأكيد هذه الكونية الشاملة لعقيدة الساي، ثمة تحت الشعار كلمات منسوبة إلى ساثيا ساي بابا تقول: «فلتبق العقائد المختلفة موجودة! ولتزدهر هذه العقائد! ولتتم تلاوة مجد الرب بسائر اللغات وبألحان وأنغام متنوعة. ذلك هو النموذج الذي ينبغي أن يكون مثالياً. احترموا أوجه التباين بين الأديان والعقائد، وسلّموا بأنها صالحة طوال بقائها حريصة على عدم إطفاء شعلة الوحدة.

قرية تقوى الساي الكوكبية

وجدنا مؤمني الساي محتشدين في بوتابارتي ووايتفيلد متدفقين أفواجاً من سائر أرجاء كوكب الأرض للقاء البابا غير الراغب في السفر إلى خارج الهند. يستطيع المرء أن يرى حشوداً من المؤمنين المتصارعين مع حواجز اللغة في مطار بنغالور في أي وقت من السنة - يسهل التعرف على هؤلاء عبر قمصانهم القطنية البيضاء أو الزعفرانية المزينة بشعار ساي بابا، ومن خلال فلائدهم التي تحمل صورته الضوئية.

في المناسبات المختلفة التي زرنا فيها صومعة سايا ساي الصيفية الموجودة في وايتفيلد، كان مدى التنوع العرقي لأتباعه يدهشنا مرة بعد أخرى. زرنا المكان في أيام عادية نسبياً كما في أيام أعياد واحتفالات. في الأيام العادية كنا نجد ما يزيد عن خمسة آلاف شخص عاكفين على التماس بركاته في الساعة الخامسة صباحاً⁽⁴⁵⁾؛ أما في أيام الأعياد فإن ما يتراوح بين نصف مليون ومليون يسعون للحصول على دعائه. قيل لنا إن هناك مجموعات سياحية من بلدان مختلفة دَرَجَتْ على المجيء بانتظام مرة كل سنة لزيارة البابا. وقد شاهدت جماعات من اليابان، النروج، هولندا، ألمانيا، أندونيسيا، ماليزيا، سنغافورة، روسيا، الولايات المتحدة، وإنجلترا، لم يكن تمييزهم صعباً لأنهم كانوا يرتدون ملابس ذات ألوان أو بيارق محدّدة لانتماءاتهم القومية.

يتمثل الطقس المركزي للحج إلى أشرم (صومعة) بابا بدارشان (دعاء) الساي اليومي الذي يتم مرتين في أي من أيام الأسبوع: مرة في الساعة السادسة صباحاً ومرة أخرى في الساعة الرابعة بعد الظهر. آلاف المؤمنين من سائر أرجاء العالم يتكبدون مشاق السفر ووطأة الحر، البعوض، وساعات الانتظار لإلقاء نظرة خاطفة على بابا بقدر غير قليل من رباطة الجأش. أظهرت بياناتنا أن نسبة تزيد عن ستين بالمئة من الناس كانت من غير قليل من رباطة الجأش. أظهرت بياناتنا أن نسبة تزيد عن ستين بالمئة من الناس كانت من غير الهنود. يدوم دعاء

أو صلاة الدارشم حوالى خمس عشرة دقيقة . وما أن يغادر الساي المنصة حتى يتفرق الحشد في صمت كامل . قيل لنا إن هذا كان هو الروتين المتكرر بانتظام في معظم أيام السنة .

المؤمنون

أجريننا مئة مقابلة مع مؤمنين من جميع زوايا الكرة الأرضية في أثناء وجودهم في بوتابارتى . ثمة مقتطفات من هذه اللقاءات تؤكد حقيقة أن أصحابها ينتمون إلى مدارس دينية مختلفة ويأتون من ثقافات متباينة، غير أنهم يبدون مقتنعين بعدم وجود أي تناقض بين أتباع عقيدة بابا وادعاء اعتناق الديانة المسيحية، البوذية، أو غيرها . سألنا المؤمنين عن أديانهم، عن ظرف التقائهم بالساي، وعن مواقفهم قبل اللقاء وبعده . سألناهم أيضاً عن أنفسهم وعن أسرهم، أعمالهم، وأنماط حياتهم في بلدانهم . حصلنا على سلسلة متنوعة من الردود، ومن شأن النموذج التالي أن يلقي الضوء على كل من قاعدتهم الثقافية العريضة من جهة ومدى عمق إيمانهم الاستثنائي بالآب بابا .

غريس ممرضة من زنجبار نذرت نفسها طوعاً منذ سنة 1995 م . يسوع . «كلي الحضور» برأيها . قالت لنا «إن اعتناق المسيحية وتكريس الذات لبابا ليسا موقفين متعارضين يلغي كل منهما الآخر . فالإيمان ببابا لا يعني أنني لست مسيحية مؤمنة . بابا هو المسيح . إنه يتكلم لغتي ويقرأ ما بعقلي . أمرني بخدمة الإنسانية ونشر المحبة» .

أما جول فترأس مركزاً للساي في هولندا وقالت لنا إن هناك ما يزيد عن ثلاثة آلاف هولندي ممن نذروا أنفسهم لبابا . تؤمن جول بأن أتباع الديانات الأخرى غير المسيحية ليسوا محترمين في هولندا، مما يدفعها إلى إخفاء إيمانها ببابا عن الآخرين حين تكون في هولندا، مكتفية بتقاسمه مع أتباع بابا المعروفين دون غيرهم . وهي تعتقد أن الثالوث المقدس قائم على المسيح، مريم الأم، وبابا .

ثمة تشان، طالب في الثامنة عشرة من عمره من سنغافورة، هو دليل سياحي في بوتابارتي لغيره من القادمين من شرق آسيا. تقوم أمه مع أخيه بزيارة بابا مرتين على الأقل في السنة وقد نذرا نفسيهما منذ اثنتي عشرة سنة. أمه مطلقة ومدينة بنجاحها في العمل لبركات بابا. وهي تقدم لبابا هذا ما لا يقل عن 15 بالمئة من دخلها السنوي كل سنة ومقتنعة بأن من شأن تدخله أن يزيل جميع المشكلات والمصاعب من طريق حياتها. أبلغنا تشان أن عائلته كانت بوذية في الأساس، غير أنها ما لبثت أن باتت تؤمن ببابا أيضاً.

أما مورثي فهو مهندس إلكترون هندي. يملك مشروعه الخاص في مجال الصناعات الفولاذية وقد أصبح من أتباع بابا منذ عشر سنوات. جملة المشكلات التي عجز عن حلها في عمله جعلته يتوجه إلى بابا. وعائلته الآن تفضل عقد تحالفات النسب والزواج مع مؤمنين آخرين كرسوا حياتهم لبابا، «لأن من شأن ذلك أن يجعل التفاهم أكثر سهولة».

تشيترا كيشور هندية غير مقيمة (مغتربة) تعيش في نيويورك. إنها وزوجها طيبان وكانا من المؤمنين ببابا منذ أحد عشر سنة. التقت تشيترا ببابا من خلال بعض الأصدقاء في حيدر آباد ولاذت به حين واجهت مشكلات في حياتها الزوجية. إنها مؤمنة بألوهيته وتحترمه لأنه يوظف الموارد التي يحصل عليها عبر قداسته للقيام بالأعمال الخيرية. اعترفت تشيترا بأنها «منزعجة» من نزوعه إلى السحر إلا أنها طمأنتنا قائلة إنه «بات الآن أقل ممارسة لذلك».

وبعد إجراء اللقاءات مع أتباع بابا المؤمنين الآتين من العديد من زوايا العالم، كان السؤالان اللذان انتصبا أمامنا هما: كيف تتم إقامة هذه العلاقة بين بابا والتابع المؤمن؟ ما السر الذي تنطوي عليه رسالة بابا بما يمكنها من مناشدة هذا العدد الكبير من الثقافات؟

البعد سبباً للإيمان

نظراً لأن الأتباع من ذوي الجنسيات المتعددة وأولئك المقيمين في أماكن

أخرى من الهند لا يستطيعون أن يزوروا بوتابارتي إلا مرة واحدة أو مرتين في السنة، فإنهم يعتمدون على صور بابا البصرية - على أشرطة الفيديو، الصور الضوئية، والتماثيل المنحوتة - لتعزيز علاقتهم به. فصور بابا الضوئية متوفرة في كل مكان في بوتابارتي كما في مراكز ساي في أرجاء الكرة الأرضية. يقوم المركز الموجود في وينبيغ الكندية بعمل ناجح في مجال صناعة سراب ساي، مثله مثل المركزين الموجودين في كل من سيدني وميونخ.

كثيراً ما تكون صور بابا مشتملة على صورة مجمعة تلقي الضوء على جذوره الأسطورية، وهي تتعقب الطبيعة المتبدلة لأصله على امتداد السنوات العشرين الماضية. ثمة مجمعات أبكر أقامت روابط بصرية مع فيشنو، شيف، أو «جده» المزعوم شيردي ساي بابا⁽⁴⁶⁾، في حين أن مجمعات أحدث تقحم صوراً لبابا جليل مبتسم على صورة يسوع المسيح. حين سألنا أحد باعة الملصقات في بوتابارتي عن زبائنه، أفادنا بأنه دائم الحرص على عرض ملصقات يسوع على «الأجانب» مع ادخار ملصقات شيفا / فيشنو للسائح الهنود.

تشكل مجمعات الصور وغيرها من أشكال سراب الساي لغز العولمة: كيفية المحافظة على تقليد محلي واضح المعالم مع الارتباط في الوقت نفسه بطائفة كوكبية من المؤمنين. لقد كانت منظمة ساثيا ساي بابا إحدى أنجح المنظمات في مجال المشي على حبل العولمة الثقافية المشدود هذا.

اللاتنظيم تنظيماً بديلاً

ليس ثمة أية إدارة مركزية للحركة من الهند؛ فمنظمة الساي في الهند لا ترتبط بالمراكز الإقليمية العالمية، إلا حين يأتي الأتباع المؤمنون لزيارة بابا. إنها منظمة غير رسمية مستندة إلى حاجات المؤمنين، وتتولى الإشراف على ضمان إقامة المراكز بما يلبي تلك الحاجات. قيل لنا إن مركز الساي في أمستردام انطلق أساساً من مرآب أحد المؤمنين غير أنه يشغل الآن بالأجرة قُبواً عائداً

لإحدى الكنائس أيام الخميس لعقد اجتماعاته . حَدَّثَنَا مؤمنون هولنديون عن تطلعهم إلى جمع ما يكفي من المال لبناء مركز يخصصهم ذات يوم، كما سمعنا قصصاً مماثلة من مؤمنين في بيرث مدينة أسترالية، سانتياغو، وميونخ .

يبدو أن من شأن عولمة حركة ساي بابا أن تتطلب شبكة من التنظيم وتشمل أناساً كثيرين على مستويات مختلفة من التراتب الهرمي، تبعاً للطريقة المتبعة في تنظيم معظم الحركات الدينية الدولية . إلا أن حركة ساي بابا تكثر من التعويل على مبادرات المؤمنين في ميدان تشكيل المراكز فيما وراء البحار، وتناهى منظمة ساي المركزية بنفسها عن إدارة الفروع الموجودة فيما وراء البحار بصورة شبه كاملة . تتم إدارة هذه المراكز من الداخل، وتجري الصلات مع الفروع عبر صداقات الأعضاء الشخصية أو من خلال التواصل عبر الإنترنت . يزعم أساتذة السوسولوجيا والإنثروبولوجيا أن غياب التنظيم هذا لن يستطيع أن يكون إلا مرحلة وأن المنظمة سوف تضطر لأن تصبح منظمة و«مُعقّنة» حتى تؤدي وظائفها؛ ومع ذلك فإن المنظمة بقيت على هذه الحالة من اللاتنظيم الإبداعي طوال السنوات الخمس عشرة الأخيرة وهي دائبة على النمو يوماً بعد يوم .

التوفيق عبر الاحتواء

يتضح من دراستنا أن حركة الساي ناجحة لأنها تشجع النزعة التوفيقية وتخلق طائفة عقيدة مشتركة عبر الاحتواء والضم . فسائيا ساي بابا يشجع أتباعه على البقاء في إطار تراثهم الديني، وهو فريد في هذا . يقول بابا، مثلاً: «أمحض تأييدي لجميع الأسماء التي يستخدمها الإنسان للدلالة على عبادة المقدس السماوي . . . واصلوا عبادتكم لربكم المختار وفقاً للطرائق المألوفة لديكم . وعندئذ سوف تجدون أنكم تزدادون قرباً مني أنا . . . لأن جميع الأسماء هي أسمائي وكل الصيغ عائدة لي» .

وبالتالي فإن المؤمنين لا يجدون أنفسهم مضطرين للاختيار بين عقائد

مختلفة: يجري تقديم الإيمان بابا كما لو كان اختياراً لنمط حياة، اختياراً لا يشكل أي تهديد أو خطر بالنسبة إلى انتماء المؤمن الديني الأصلي. فهذا الإيمان بابا إن هو إلا إضافة إلى هوية المؤمن الدينية مميزة معززة؛ حيث الهوية الدينية تغدو أعمق وأغنى بالطبقات، ويصبح المؤمن قادراً على اختيار أنماط إيمانية منبثقة من بيئته (أو بيئتها) الخاصة - فالهوية الدينية سائبة وتشكل وفقاً للإطار وتبعاً لحاجة اللحظة. لذا فإن المؤمنة الهولندية جولا تستطيع أن تذهب إلى الكنيسة أيام الأحد وأن تعبد بابا أيام الخميس دون أي إحساس بالذنب أو الحرج.

يشكل مبدأ الاحتواء عبر التوفيق هذا في الحقيقة إحدى السمات الأساسية المميزة للعقيدة الهندوسية⁽⁴⁷⁾. وحركة بابا تستمد بنية معناها المركزي من الهندوسية، فضلاً عن أن الاحتواء أسلوب هندوسي نموذجي من أساليب الدعوة للأفكار. ونزعة بابا التوفيقية توفر أساس الحوار والجدل فيما بين الأديان المختلفة في قلوب أتباعه المخلصين، وتمكنهم من خلق معنى في إطار الحوار. ثمة رأي قديم يقول إن الهندوسية تحتضن وتحول جميع الأديان، الفلسفات، أو الآراء التي تهددها. وهو رأي يبقى صحيحاً حتى بالنسبة إلى مثال حركة بابا.

قد يحتاج الباحثون المتخصصون بدراسة الهند قائلين إن الأخيرة دأبت على تصدير الفكر الديني إلى الغرب على امتداد عدد غير قليل من القرون السابقة على شكل فلسفات وطوائف ومذبيات والخ... جديدة، ولا اعتراض لي على مثل هذا الكلام. غير أن ما يجعل حركة ساي بابا مختلفة هو مدى الحركة ومركزيتها. ثمة سبعون مليوناً ملتحقون بركب حركة كوكبية طوعية يتعذر تجاهلهم - لم تعد هذه ظاهرة هامشية.

الإصدارات الثقافية ومُصدروها

كشفت لنا دراسة الساي بابا عن حقيقة كون الهند قاعدة حضارية غنية

ذات موارد تمكّنها من أن تشكل ما يطلق عليه اسم «منهل ثقافي». تَقْنياً يتم نشر الإصدارات أو الرسائل الثقافية باتجاه الخارج، بصرف النظر عن قوة البلاد الاقتصادية. أما حين يكون البلد المصدر فقيراً ومتخلفاً، كما في مثال الهند، فإن من شأن بلد وسيط (بلد قوي اقتصادياً عادة) أن يساعد على نشر الرسالة. غير أن مثل هذا الوسيط لا يلبث أن يصبح، مع بلوغ البلد المصدر قدراً معيناً من الاستقرار الاقتصادي، غير ضروري، وينجح البلد المصدر في اكتساب وعي ذاتي بأنه منهل ثقافي محتمل. ومثل هذا الوعي الذاتي للمصدر يتمخض عادة عن نوع من إعادة هيكلة جملة المفاهيم والمؤسسات الثقافية، وصولاً إلى إذابة ما هو كوكبي وحديث من جهة مع ما هو تقليدي ومحلي من جهة ثانية في بوتقة واحدة. تلك هي حال الهند اليوم.

يفترض الوضع الراهن للعولمة وجود مصدر ثقافي رئيسي متمثل بالولايات المتحدة، منهل ثقافي محاط بعدد غير قليل من البلدان المتلقية [الناهلة]. غير أن دراسة بلدان مؤهلة، باعتقادنا، لأن تصبح مصدرة، تشكل عنصراً حاسماً بالنسبة إلى مناقشة العولمة.

وادي سيليكون الهندي

على الرغم من أن صناعة البرمجيات الهندية⁽⁴⁸⁾. لا تشكل إلا واحداً بالمئة من إجمالي صناعة السوفت وير في العالم، فإنها دراسة ميدانية لصناعة منفردة باتت ذات مستوى دولي⁽⁴⁹⁾ وصارت تعتبر نموذجاً جديراً بالتقليد من جانب بلدان نامية أخرى. من شأن نمو صناعة البرمجيات الهندية التي بلغت قيمة صادراتها مليارين من الدولارات الأمريكية في 1998 م ويتوقع أن تصل إلى ما يزيد عن ستة مليارات مع حلول سنة 2001⁽⁵⁰⁾، أن يطرح جملة من الأسئلة المهمة فيما يخص طبيعة الأعمال في الهند الحديثة: هل ثمة أي شيء «هندي» حول الأعمال في الهند؟ هل تشكل الهوية عنصراً مساعداً أم معرقلاً في دنيا

الأعمال الكوكبية؟ وهل تستطيع الهند، أخيراً وهو الأهم ربما، أن تترجم هذه الفرصة إلى قفزة ذات معنى على مسرح الاقتصاد العالمي؟

تتمركز الصناعة في بنغالور حيث توجد نسبة 55 بالمئة من سائر مكاتب إدارة شركات السوفت وير الدولية والهندية على حد سواء. لقد كان مجمع صناعات بنغالور موضوع أعداد خاصة من اللندن فاينانشال تايمز، الإيكونوميست، النيوزويك، والتايمز أوف إنديا. يستخدم المجمع رسمياً أكثر من خمسة آلاف مهندس⁽⁵¹⁾، رغم أن الاعتقاد السائد يقول إن هناك، بصورة غير رسمية، أكثر من خمسة وثلاثين ألفاً من المهندسين يعيشون ويعملون في المجمع. لقد وجدنا المكان بيئة مثالية لدراسة صناعة كوكبية ذات آثار محلية.

على الرغم من أن بنغالور كانت قد أصبحت بؤرة التكنولوجيا العالية في الهند على امتداد العقد الماضي، فإن خدمات المدينة الأساسية بقيت ضعيفة جداً. فالبنية التحتية للمدينة، لم تستطع استيعاب النمو المفاجئ الذي أحدثه مجمع البرمجيات، مما أدى إلى بقاء الحياة اليومية في بنغالور بائسة، مبتلية بالانقطاع المتكرر للطاقة، بالازدحامات المرورية، وبالأعطال المتكررة في شبكة المياه. مع حلول سنة 1996 م بدأت أعداد أقل من الصناعات تتخذ من بنغالور مكاناً لها، وصارت حيدر آباد، عاصمة ولاية أندرا برادش المجاورة، تشكل تحدياً لهيمنة بنغالور على صناعة البرمجيات. بات موقع صناعة السوفت وير الهندية يعتبر نعمة إقليمية، وولايات الهند الجنوبية تتصارع فيما بينها ساعية إلى البرهنة على أن كلاً من عواصمها هي الأنظف والأكثر خضرة، بهدف اجتذاب الرساميل الدولية.

لعل إحدى أشهر وأنجح شركات السوفت وير في الهند هي شركة تكنولوجيا أنفوسيس Infosys البنغالورية. أصبحت سنة 1999 م الشركة الهندية الأولى المقحمة للول ستريت وظلت ناجحة منذ ذلك التاريخ. ستم مناقشة القضايا المتعلقة بصناعة السوفت وير الهندية، في المقام الأول، بالعودة إلى

مثال شركة تكنولوجيايات إنفوسيس، التي هي مؤسسة هندية من حيث الملكية والتشغيل.

بين داود وجلعاد: البطل المحلي في صناعة كوكبية

تبقى إنفوسيس البنغالية رائدة الصناعة في الهند، وجُل مهندسي السوفت وير، إن لم نقل كلهم، يحلمون بأن يحققوا النجاح وحسن الارتباط المتحققين لمديرها الإداري، نارايان مورثي. وجدنا أن شركة إنفوسيس ذات شعبية قوية في خيال الجمهور الهندي وأن مورثي مثال يحظى بقدر كبير من الإعجاب وجدير بالتقليد لدى أرباب الأعمال الشباب، مما جعل هذه الشركة إحدى شركات السوفت وير التي درسناها بالتفصيل.

بدأت إنفوسيس سنة 1980 م باستثمار أولي بلغ حوالي 300 مليون دولار أمريكي. أقامت الشركة صرحها على أربع ركائز رئيسية: التعليم، التكنولوجيا، الموارد البشرية، والبنية التحتية. تركز هدفها الأساسي على تدريب واستخدام الرصيد الكبير من المهندسين الموهوبين الناطقين بالإنجليزية لتوفير العمالة الرخيصة من أجل تلبية الحاجات المتزايدة لدى صناعة السوفت وير الأمريكية إلى مثل هذه العمالة، عبر عملية عرفت باسم «تسويق الأجساد». ثمة فرق زمني يبلغ اثنتي عشرة ساعة بين وادي سيليكون الكاليفورني وبنغالور، وبفضل تكنولوجيايات الاتصالات المحسنة، أصبح بالإمكان إنتاج برمجيات على مدار الساعة بتكاليف أقل بكثير. وهكذا فإن إنفوسيس ما لبثت أن أصبحت مركز تنمية واقع فيما وراء البحار لصناعة السوفت وير الأمريكية، وما لبثت مواردها أن زادت، خلال العقد التالي، عن مبلغ 23 مليوناً من الدولارات الأمريكية.

غير أن أنفوسيس لم تتأخر في إدراك حقيقة أن بلدان نامية أخرى تستطيع، وسوف تبادر إلى تشكيل منافسة متزايدة لصناعات البرمجيات الهندية إذا بقيت مستندة إلى «تسويق الأجساد»، مما دفعها إلى الشروع بتطوير برمجياتها الخاصة التي تستطيع بيعها على النطاق الكوكبي، وما لبثت صناعة

السوفت وير الهندية أن حذت حذوها. عندئذ بادرت أنفوسيس إلى قلب اسمها إلى تكنولوجيات إنفوسيس وأنشأت مجمعاً إدارياً أشبه بالمدن الجامعية خارج بنغالور في مدينة الأجهزة الإلكترونية. قامت أيضاً بشراء العديد من الشركات الفرعية الأمريكية وكانت في أثناء كتابة هذه الدراسة تخطط لشراء أعداد أخرى من هذه الفروع. تضاعفت موارد إنفوسيس فأصبحت 39,59 مليوناً من الدولارات في 1997 م بعد أن كانت 2,64 مليوناً من الدولارات الأمريكية في 1991 م، وفي سنة 1997 م كانت القيمة التقريبية الصافية للشركة خمسمئة مليون من الدولارات الأمريكية وكان عدد المساهمين فيها ستة آلاف وخمسة مئة. وقد زادت نمواً منذ ذلك التاريخ.

تبقى شركة إنفوسيس رائدة صناعية لا على صعيد النمو والدخل فقط بل وفي ميدان القرارات والخطط الإدارية. وفي هذه الشركة يظل التركيز على الموظف أو المستخدم الذي يحلو لذوي الأمر اعتباره «سليل إنفو» [ابن شركة إنفو] - وهو نقيض صارخ لنمط رجل الأعمال الهندي الموصوف بالفساد، الغطرسة، والعجز. سيون نارايان مورثي أول المعترفين بأن خططه خطط ناجحة بصورة نموذجية ومعيارية في العالم كله. غير أن الهنود لا يرون في اهتمامه بولاء الموظفين طويل الأمد جنباً إلى جنب مع الصحة والسعادة، استراتيجية أعمال ناجحة فقط، بل ويعتبرون ذلك تطوراً حديثاً لعلاقة رب العمل - الزبونة الهندية القديمة. فالعديد من الآباء والأمهات، بصرف النظر عما إذا كانوا يعرفون شيئاً عن الأساليب الحديثة في تسيير الأعمال أو صناعة السوفت وير، يلحون على أبنائهم وبناتهم بتقديم طلبات العمل إلى الشركة: لقد سمعتُ أكثر من شخص يقول لولده: «التحق بركب مورثي. سوف يعتني بك. معه، لن تكون لديك هموم تشغلك».

الناس في بنغالور يعتبرون نارايان مورثي «بطلاً محلياً». يبدو الرجل الذي تعلم في مايسور Mysore واستقر في بنغالور فخوراً بجذوره الإقليمية، ونجد

اهتمامه بالشؤون المحلية وحرصه على مصلحة بنغالور بالغي العمق. حين وقعت سلسلة من حوادث السير على طريق هوسور الموصلة إلى شركته، مثلاً، بادر إلى منح شرطة المدينة عدداً من سيارات الجيب والدراجات النارية الثمينة. وكثيراً ما أبلغني بأنه رغم زيارته لجميع زوايا العالم، دائم السرور بالعودة إلى بنغالور، وهو شعور يتكرر صداه لدى جميع موظفي إنفوسيس. حديثاً أصبح رئيساً لبلدية مدينة الأجهزة الإلكترونية وهو نائب على رفع التوصيات إلى الحكومة المحلية في كارناتاكا كما إلى الحكومات المركزية حول وضع سياسات وخطط ناجحة من أجل تحقيق التنمية التكنولوجية.

عقدنا لقاءات مع مهنين بنغالوريين من غير العاملين في ميدان السوفت وير (مع محامين وأطباء مثلاً) وسألناهم عما يعرفونه عن حياة ناريان مورثي وعن شركته. اكتشفنا أنهم يعرفون أشياء كثيرة ويفتخرون بإنجازاته الكثيرة. كرروا على مسامعنا أنه صاحب مليارات عديدة بالدولارات الأمريكية ولكنه اختار أن يعيش حياة طبقة وسطى مبقياً على منزله ذي غرفتي النوم في إحدى ضواحي المدينة البراهمية. أدت التقارير المتحدثة عن عزوفه التام عن تناول المشروبات الكحولية وعن كونه نباتياً وعن أنه يعمل ساعات طويلة مع موظفيه إلى ترسيخ صورته الأسطورية، رغم أن قيم المكافأة المؤجلة، الاجتهاد في العمل، والاقتصاد، متزاوجة مع روح مولعة بالمبادرة، معطوفة على العقيدة البروتستانتية في الغرب⁽⁵²⁾.

حين قابلناه انحرف الحديث إلى رفضه لدفع الرشوة إلى جهاز الجمارك البنغالوري للإفراج عن سوفت وير جديد أو لدفع المال ثمناً لحماية الشرطة. إنه شديد الاعتزاز بأن شركة إنفوسيس لم يسبق لها «قط أن دفعت ولو روبية واحدة كرشوة ولن تفعل على الإطلاق». غير أنه أبلغنا بأن عليه كبنغالوري، وكهندي، أن يفعل المزيد من أجل المدينة والبلاد. «لسنا بصدد الأعمال كالعادة. لا بد لنا من رؤية البلاد وهي تتحرك إلى الأمام».

يؤدي غرس جذور هويته في الهند وبنغالور إلى جعله أيقونة مجسدة للنجاح الهندي: فالعديد من المبادرين الشباب ينظرون إليه بعيون مشبعة بالشعور بالاعتزاز بأنهم هنود. وبين المئة من المهندسين الهنود الذي التقينا بهم، ما يزيد عن النصف أفادونا بأنهم اختاروا البقاء في البلاد والمساهمة في الاقتصاد الهندي الدائب على النمو بفضل مثاله. فالحفاظ الحريص على هوية محلية يمكنه من النطق باسم ما هو محلي، رغم كونه في الوقت نفسه، جزءاً من صناعة كوكبية.

الجيل التالي: الهجرة، المال، والزواج

فيما قبل 1989 م، درجت الشببية الهندية على عادة السعي لـ «الذهاب إلى الخارج» إما للدراسة أو للعمل. وكان ذلك يعتبر طموحاً مشروعاً من شأنه أن يفضي إلى تحرك اجتماعي نحو الأعلى، وبدا في أوائل الثمانينيات أن كل عائلة بنغالورية كان لها واحد على الأقل من أفرادها في دُبَي أو الولايات المتحدة. أما اليوم فإن الهنود يفضلون البقاء في الهند. قال لي أحد مهندسي البرمجيات: «قبل عشرين سنة كان يتعين عليك، إذا أردت أن تنجح، أن تذهب إلى الولايات المتحدة؛ أما الآن فتستطيع أن تبقى في الوطن وتصبح مليونيراً. فما الداعي للذهاب إلى هناك؟ لا أسرة، لا أصدقاء، لا طعام جيد، لا شيء يناسبنا هناك».

منذ سنة 1982 شهدت فئات المداخل العليا في المدينة نمواً ملحوظاً. إلا أن ثروة هذه الطبقات ليست مستندة إلى الملكية الزراعية التقليدية أو الوظيفة البيروقراطية بل إلى الخدمات المهنية⁽⁵³⁾. والطبقة الوسطى في المدينة بارزة وذات صوت مرتفع في المطالبة بنوعيات أفضل من الخدمات والسلع والخيرات، فضلاً عن أن مهندسي البرمجيات يأتون في مقدمة هذه الجماعات. فالشباب والفتيات مع هواتفهم الخليوية وكومبيوتراتهم الحقائبية وسياراتهم الجديدة موجودون وجوداً صارخاً. ثمة أكثر من ثلاث مئة حانة في المركز

وتكون مزدحمة بالرواد في الأماسي وأيام العطل الأسبوعية وزاخرة بالمناقشات الصاخبة حول التغيير الأخير الحاصل على الصعيد الإداري في سانغيل، شيكاغو، أوينغالور.

أضف إلى ذلك أن أعداداً متزايدة من النساء يجدن فرصاً للاستخدام في صناعة البرمجيات. وبالتالي فإن شركات السوفت وير أصبحت وحدات قائمة على الزواج الداخلي، مع استبدال الزيجات التقليدية الجارية داخل الكاستات بزيجات فيما بين الكاستات والأديان. من مهندسي السوفت وير المئة الذين قبلوا لصالح هذه الدراسة، صرّحت الأكثرية بأنهم سيمكّنون آباءهم وأمّهاتهم من اختيار شركاء حياتهم، غير أنهم اعترفوا، بالقدر نفسه من الصراحة، بأنهم ميالون إلى زملاء لهم وجاهدون لإقناع آبائهم وأمّهاتهم بالأمر. بات الآباء والأمهات الآن ملزمين بالتعامل مع الزيجات القائمة على الحب ومع قصص الغرام المكتشفة أحداثها في مكاتب العمل.

غير أن هذه التغييرات لا تشي بأن الهنود سائرون في طريق اكتساب قدر أكبر من الصفة الكوكبية في سائر مناحي حياتهم. زرت، مثلاً، عدداً غير قليل من شركات الكومبيوترات يوم ساراسواتي بوجا، يوم يعكف الهندوس، تقليدياً، على عبادة أدوات مهنتهم - مقصاتهم، مكائنتهم، سياراتهم، حافلاتهم، إلخ... - طلباً للحماية والازدهار. وقد وجدت محطات الكومبيوتر في هذه الشركات معبودة فعلاً. كانت مكللة بالأزهار، ومبخّرة. وحين سألت التنفيذيين عن الأمر قالوا لي: «إنه يبعث السرور في قلوب العاملين»، إلا أنني كثيراً ما رأيت أن هؤلاء التنفيذيين كانوا هم أيضاً منخرطين في المراسم بحماس. لقد قرّر مبادرو السوفت وير الهنود أنهم يستطيعون أن يبقوا هنوداً على الصعيد الثقافي، وأن يحققوا في الوقت نفسه قدراً غير قليل من النجاح الاقتصادي في السوق الكوكبية، مما منحهم إحساساً بالأمن لم يكن موجوداً لديهم من قبل إزاء انتمائهم الهندي.

ثمة باحثون كثيرون ممن درسوا الهند علّقوا على قُدرة الهنود على التنقل بين عدد كبير من الصيغ والنماذج المختلفة دون صراع. فُوئِدي Wendy أوفلارتي يشير إلى هذه الصفة مشبهاً إياها بـ «عقلية صندوق المعدات»، حيث يتم استخدام الأداة المناسبة للحالة الطارئة. وهذا التفكير المتراتب على طبقات مع إيمان عميق وثابت بالله، يساعد الهنود، على ما يبدو، في حل التناقضات التي يبدو الغربيون في مواجهتها لدى تعرّضهم لجملة الأوضاع والخيارات ذاتها. يشير ميلتون سنجر إلى هذه الظاهرة على أنها ظاهرة ذات «مقسّمة» (قابلة للقسمة). فالهنود يبقون متآلفين مع مجتمع تعددي ثقافياً، مجتمع تتعايش فيه سلسلة طويلة من شرائع السلوك، القيم، ومنظومات الإيمان المتباينة. قد لا يُنظر إليها بمنظار واحد، غير أنها تشكل أجزاءً من نسيج الأبراج الثقافية. وبالتالي فإن لدى الهنود قدرة على الوصول إلى العديد من الصيغ والنماذج الثقافية البديلة من داخل ثقافتهم الخاصة.

خلاصة

ثمة مثالان مهمان من أمثلة العولمة الثقافية التي لم يرد لها ذكر في هذا الفصل ألا وهما مثال انتحار ثلاثة وعشرين من مزارعي القطن في ولاية كارناتاكا الشمالية جراء بوار المحصول من جهة ومثال حرب براءة الاختراع الدولية حول تابل الزنجبيل من جهة ثانية.

العولمة والزراعة

أقدم ثلاثة وعشرون مزارع قطن في كارناتاكا الشمالية على الانتحار بين كانون الأول / ديسمبر 1997 م وأيار / مايو 1998⁽⁵⁴⁾. كانوا مثقلين بالديون المستحقة للمرابين المحليين وقرروا الخروج من المأزق بطريقة «مشرّفة». فتحت إغراء الوعد بنتائج أفضل والمزيد من المال قام المزارعون بالتوظيف في شراء بذور وأسمدة «أجنبية»⁽⁵⁵⁾، غير أن افتقارهم إلى المعرفة الاختصاصية،

متضافراً مع إخفاق الأمطار الموسمية، ما لبث أن تمخض عن الخراب الكلي للمحصول والمزارعين على حد سواء. انتحر المزارعون آملين في أن يتمكن تعويض الحكومة من تسديد ديون المرايين ومن الحيلولة دون تحول الأولاد إلى عمال ملزمين (أشباه أرقاء بموجب عقود).

لم يعد صغار المزارعين في محيط بنغالور، داخل دائرة يصل قطرها إلى حوالي أربعين ميلاً، راغبين في زراعة الأرز أو الخضار، مركزين فقط على المحاصيل التجارية المطلوبة في الأسواق الكوكبية: الورود العطرة لصناعة العطور الفرنسية، خيار المخلل الصغير، والأزهار المدارية لأسواق الزهور الأوروبية والأمريكية⁽⁵⁶⁾. جاءت جملة الأساليب الزراعية، البذور المهجنة، والأسمدة الجديدة، مع نوع من التأكيد على الإنتاجية، لتحل محل الأساليب المحلية التقليدية. إلا أن المناهج الزراعية الأصلية تبقى متجذرة في عمق ثقافة المزارعين المحليين، بما يفضي إلى ترجمة مثل هذه الانقلابات إلى حصول تغييرات في الثقافة المحلية. باتت العولمة دائبة على تغيير ثقافة الزراعة، والعواقب وخيمة وكارثية بالنسبة إلى المزارعين الهامشين⁽⁵⁷⁾.

القرصنة الحيوية

أواخر سنة 1998 م تحدثت صحيفة تايمز أوف أنديا (طبعة دلهي) عن تورط الهند في حرب براءة اختراع دولية مستعرة حول مادة تابل الزنجبيل⁽⁵⁸⁾. وكخلفية لقصة الزنجبيل هذه كان عالم بيولوجيا تكساسي قد أوجد قبل أربع سنوات صنفاً مخبرياً من أرز باسماتي ينتج محصولاً أكثر من الحبوب، صنفاً منحه الولايات المتحدة براءة اختراع تحت الاسم التجاري «تكساماتي»⁽⁵⁹⁾. ثار غضب الهنود إزاء هذه الهندسة والإجازة الأمريكيتين لمحصول اعتُبر نتاجاً للثقافة الهندية. وعقب هذا، حين أقدم مكتب براءات الاختراع الأمريكي على منح براءة اختراع لاستعمال تابل الزنجبيل للاستشفاء في 1995 م، صممت الحكومة الهندية ألاّ تخسر المعركة فاستأجرت جيشاً من الخبراء في ميادين

البيئة، الهندسة الجينية الحيوية، والحقوق لمحاربة «القرصنة - الحيوية» في المحاكم الدولية. ومنذ ذلك الوقت تم سحب براءة الاختراع، غير أن ثقافة جديدة لخبرة حقوقية دولية تتجاوز الحدود القومية ظهرت إلى الوجود لمعالجة مثل هذه القضايا.

تأملات ختامية

كيف يتعين علينا، إذن، أن نفكر بالعولمة الثقافية؟ من الواضح أن التنبؤات القائلة بصعود طبقة سُفلية (حثة طبقية دنيا) كوكبية تحمل أوجه شبه غير مريحة بنقاشات نظرية التبعية القديمة. غير أن مشكلات الطبقة السفلى تظل الواقع المتصّب في وجه صانعي القرار السياسي في البلدان النامية.

تشي هذه الدراسة أولاً بأن علينا أن نعين جملة الافتراضات الراهنة المتعلقة بالعولمة الثقافية. لعل الافتراض الأول هو أن العولمة الثقافية ظاهرة حتمية بهذا الشكل أو ذاك وما أولئك الذين يحاولون مقاومتها أو رفضها إلاّ حمقى. وثمة فرضيات أخرى تقول إن العولمة الثقافية «خير» و«مرجوة» أساساً وفي العمق، وإن جملة التغييرات التي تجلبها معها يجب التسليم بها. لا بد لنا من إعادة النظر بما تعنيه العولمة الثقافية ككل ومن النظر إلى سيورة العولمة الثقافية نظرة انتقادية.

ثانياً، تقوم المعلومات والبيانات بتسليط الضوء على العلاقة بين ما هو كوكبي وما هو محلي، وعلى الهجائن التي يتم خلقها لجسر الهوة. هل الطرفان في علاقة جدلية بينهما؟ هل نحن بصدد مجرد إعادة صياغة لتراث خطاب الحداثة القديم؟

ثالثاً توحى الدراسة، بأن بلداناً زاخرة بحشد من الحضارات الغنية والعميقة مثل الهند تمتاز بامتلاك رسائل ثقافية محتملة، جنباً إلى جنب مع بُنى حدائية بديلة محتملة. غير أن سيورة هذه الأمة أو الحضارة أو تلك مصدرة رسائل ثقافية تستوجب، على ما يبدو، تطور نوع من الوعي الذاتي الثقافي. لا

بد للحضارة من أن تصبح واعية لقدراتها الكامنة كبلاد مصدرة للرسائل الثقافية ومن أن تقارن ذاتها بحضارات أخرى. ويبدو، من الجهة الأخرى، أن التحرك نحو إصدارات ثقافية معينة، أو باتجاه بلدان مصدرة محددة، يتجدد بفعل منظومة معقدة ومركبة من العوامل: عامل النفوذ السياسي للبلد المصدّر في ميزان القوة الكوكبي، عامل القوة الاقتصادية لهذا البلد، عامل توافر العمالة والتكنولوجيا، عامل الذوق الجمالي الشائع في العصر، وعامل الموارد الثقافية المتوافرة للبلد المصدّر.

أضف إلى ذلك أن سائر البلدان المصدرة للثقافة لن توضع في سلة واحدة ولن تعتبر متساوية، بما سيفضي إلى احتمال بروز نوع من التراتب الهرمي، حيث تكون هناك «محطات بث أولية أو رئيسية» ناشطة على الصعيد الكوكبي مثل الولايات المتحدة و«محطات بث ثانوية» عاملة في الأجزاء التي تهيمن عليها ثقافياً من العالم.

ختاماً، تركنا الدراسة مع بعض الأسئلة مثل: ما مضاعفات فهم عملية العولمة الثقافية؟ ما معنى الترحيب ببعض الإفرازات الثقافية مع الإصرار على إهمال البنية الاجتماعية، السياسية، والدينية التي خرجت تلك الإفرازات من رحمها؟ هل العولمة الثقافية سيرورة تراكمية، خطية، أم أن هناك انتكاسات تنتظر على الطريق؟ أطرح هذه الأسئلة لتأكيد الحاجة إلى النظر إلى عملية العولمة الثقافية نظرة متأنية، شاملة، ونقدية.

الملاحظات

مدينة أنالام. إن. سرينغاس على تحليه بنكران الذات في إبداء الآراء وتقديم النصائح؛ لكي. كارانث (معهد التغير الاجتماعي والاقتصادي، بنغالور) على توجيهه المقتدر؛ لإم. إن. بانيني (جامعة جواهر لال نهرو، دلهي) على تمكيني من الاطلاع على البيانات المتعلقة بالمشروعات الزراعية -

الصناعية في بنغالور وحولها؛ لنارايان مورتى. رئيس شركة تكنولوجيا
إنفوسيس، على الوقت والمساعدة اللذين خصني بهما؛ لروڤام ناراسيمها،
مدير المعهد القومي للدراسات المتقدمة، بنغالور، وزملائه، خصوصاً السيدة
هامسا كالياني والسيد آيثال، على الترحيب بي ومساعدتي بجميع الطرق
الممكنة؛ ولمساعدتي البحث السيد سرينغاس، الأنسة دهانو نايك، والسيد
بانيغراهي، على عملهم. ومدين أنا بقدر استثنائي من العرفان بالجميل للسيدة
فيجايالا كشمي (المعهد البنغالوري) على نشاطاتها وجهودها التي لم تعرف
معنى التعب في ميدان دراسة وضع ساي بابا وأتباعه المخلصين، وأعترف،
بامتنان، بجملة الاقتراحات والتعليقات المفيدة التي تلقيتها من بيتر إل.
بيرغر، سامويل بي. هنتنغتون، روبرت بي ولر، لاكشمي سرينغاس، مايكل
إم. جي. فيشر، آن بيرنشتاين، جيمس دافيسون هنتر، يونكسيانغ يان،
الدكتور آوكي، هانسفريد كلنر، آرتورو فونتيني تالافيرا، مايكل هسياو،
يانوس كوفاتش، وفؤاد كيما.

- (1) بيتر إل. بيرغر، «أربعة وجوه للثقافة الكوكبية»، ناشيونال إنترست، خريف 1997 م.
- (2) سامويل بي. هنتنغتون، صدام الحضارات وإعادة صياغة النظام العالمي (نيويورك: سايمون وتشستر، 1996 م).
- (3) بنيامين آر. باربر، الجهاد في مواجهة عالم الماكدونالد: قيام نزعة العولمة والطالبانية بإعادة تشكيل العالم (نيويورك: بالانتاين، 1995 م).
- (4) ثمة نظريات أحدث عن العولمة والثقافة الكوكبية كانت أيضاً تميل إلى وضع إشارة المساواة بين السيورة وبين عملية إضفاء صفة التجانس على الثقافة المعطوفة على الهيمنة الاقتصادية والسياسية الغربية، الأمريكية بالدرجة الأولى.
- (5) إس. إن. آيزنشتات، محرراً «الحداثيات المتعددة» مجلة دايدلوس، كانون الأول/ديسمبر 1999 م.
- (6) «ما يزيد عن ستة ملايين أمريكي يمارسون اليوغا»، لوس آنجلوس تايمز، 20/8/2000 م.
- (7) تقدم العيادة الآيورفيردية في كاسل خدمات الآبهيانغا، (التدليك الباعث على التناغم مع الزيوت النباتية)، الشيرودهارا (الزيت الذي يدهن به الجبين التماساً للتناغم البناتي)، الأوشناسانا (تحقيق التناغم لمجمل جهاز الهضم)، والبادهيانغا (تدليك، دوزنة، وإنعاش منطقة انعكاس القدم على الطريقة الأيورفدي البسيطة) انظر موقع www.ayurveda-klinik.de.
- (8) إم. إن سرينغاس، حول العيش في ثورة ومقالات أخرى (دلهي: مطابع جامعة أوكسفورد، 1992 م) ص: 76 - 77.

- (9) تصب الكتابات الراهنة عن الحداثات والعولمة في إحدى قناتين: قناة فكرة «نهاية التاريخ» لدى فوكوياما أو قناة «صدام الحضارات» عند هنتنغتون.
- (10) سافر باحثو الغذائية إلى كل من دلهي، بومباي، ومدراس. تمت رحلات متكررة إلى صومعة ساي بابا في بوتابارتي كما إلى كل من كاراتاكا الشمالية دعوا لمعاينة طبيعة المجمع الزراعي - الصناعي الكوكبي.
- (11) إيما دُنكن، «النمر ينحرف؛ مسح الهند»، الإيكونوميست، 21/1/1995.
- (12) يصل تعداد الطبقة الوسطى الهندية إلى حوالي 250 مليوناً، وهي في تزايد. ومستهلكو هذه الطبقة الوسطى الهندية يتعرضون لمغازلة الشركات الكوكبية، في وضع لم يكن قابلاً للتصور قبل عشر سنوات.
- (13) «فكر كوكبياً، وبرمج محلياً!» بيزنس ويك، عدد خاص عن رأسمالية القرن الحادي والعشرين، 1994 م، ص: 186 - 189.
- (14) أولف هاترُز: «شعوري هو أن النظام العالمي دائب على استبدال تنوع بتنوع آخر بدلاً من خلق تجانس ثقافي جماهيري واسع على نطاق كوكبي؛ وإن التنوع الجديد قائم على قدر أكبر نسبياً من الترابط وقدر أقل من الاستقلالية الذاتية». في كتاب جيمس كليفورد، مأزق الثقافة، (كامبردج: مطابع جامعة هارفارد، 1988 م)، ص: 17.
- (15) جيمس واطسون، محرراً، أقواس ذهبية شرقاً: مطاعم مكدونالد في شرق آسيا (ستانفورد: مطابع جامعة ستانفورد، 1997 م)، ص: 36 - 37؛ يونكسيانغ يان، «مطاعم مكدونالد في بكين: أقلّمة الصرعات الأمريكية، في أقواس ذهبية، ص: 56 - 61.
- (16) «فيما كان الاقتصاد الهندي ينمو بمعدل يفوق 7,5 بالمئة في السنة أواسط عقد التسعينيات، هبطت نسبة الهنود الغارقين في الفقر نقطة مئوية واحدة فقط بين سنتي 93 - 1994 م. . . والأعمار بالنسبة إلى العمال غير المهرة ارتفعت 2,5 بالمئة واقعياً خلال تسعينيات القرن العشرين» أنظر «الفقر الهندي ولعبة الأرقام»، الإيكونوميست، 29/4/2000 م.
- (17) أنظر الفصل الذي ألفه جيمس هنتر في هذا الكتاب.
- (18) سونيل خيلناني، فكرة الهند (هارموندز وورث، المملكة المتحدة: بنغوين، 1997 م)، ص: 10.
- (19) خيلناني، المصدر السابق، ص: 60.
- (20) في 1947 م، حين رحل البريطانيون عن الهند، تركوا في هذه البلاد جهازاً بيروقراطياً ضخماً، ما لبث أن أصبح ذا أبعاد أسطورية عملاقة في ظل خطط نهرو الخمسية المستوحاة من السوفييت في المجال الاقتصادي. في ثمانينيات القرن العشرين باتت الهند، مع استعار الحرب الإيرانية - العراقية من جهة والانهايار البطيء للسوق السوفييتية، تعاني من أزمة قُطع وأوشكت الحكومة على الإفلاس. ما لبث هذا المأزق الاقتصادي أن تمخض عن سلسلة من

الإصلاحات الاقتصادية المطلوبة بالحاح. بادر وزير المال آنذاك، مانموهان سنغ، إلى اعتماد سياسة لبرلة بطيئة ولكنها مضطردة في الاقتصاد الهندي. لقد أدى الحذر الذي اتصف به انفتاح سنغ التدريجي إلى تمكين الهند من تجنب التدهور الاقتصادي الأخير الذي ضرب باقي البلدان الآسيوية.

(21) مع حلول أيار / مايو 2000 م، كان معدل التضخم قد زحف صاعداً إلى 5,8 بالمئة. الإيكونوميست، 13/5/2000 م.

(22) الإيكونوميست، 13/5/2000 م.

(23) الراشتريا سيفاك سانغ منظمة يمينية موالية للهندوس ذات صلات بحزب بهاراتياجانانا.

(24) تمثل المحاولة الأحدث بالحكومة الائتلافية التي شكلتها سونيا غاندي وزعيم معارضة تاميل نادو جي. جايبالابثا، الذي مرّر اقتراحاً قضى بحجب الثقة عن الحكومة الائتلافية بقيادة حزب بنهاراتا جانانا في 1998 م، مما أدى إلى إجبار البلاد كلها على الذهاب إلى الانتخابات. تمت إعادة انتخاب حزب بهاراتا جانانا.

(25) «حتى كشمير الأشد خطورة» الإيكونوميست، 19/6/1999 م، ص: 32.

(26) «خلال جولة السيد كلنتون الآسيوية التي دامت ستة أيام، مع قضاء الجزء الأكبر من المدة في الهند، صارت الولايات المتحدة أقرب من أي وقت مضى من تأييد وجهة نظر الهند حول الصراع الرئيسي في المنطقة». أنظر «هل ستقترب باكستان من كلنتون أكثر؟»، الإيكونوميست، 1/4/2000 م، ص: 37.

(27) ديكان هيرالد، 17/6/1997.

(28) فطيرة عدس مع صلصة كوجية فطور شعبية خفيفة.

(29) ماليني غويال، «ماك الكبير في مواجهة التات الشعبية الهندية»، إيكونوميك تايمز، 27/3/1998 م.

(30) واطسون، أقواس ذهبية...

(31) «إنه ماك، وجبة دسي الخفيفة»، أوتلوك، 20/7/1998 م.

(32) باتشي كاركيريا «ماك ماهاراجا»، تايمز أوف إنديا، 10/11/1998 م، طبعة بنغالور.

(33) أنا مدينة للاكشمي سرينيغاس بهذا الرأي.

(34) واطسون، أقواس ذهبية...

(35) بيتر فوهرمان ومايكل شومان، «نحن الآن أسياذ أنفسنا»، فوربس، 23/5/1994 م.

(36) خلال العقد الماضي أصبحت الإيم.كي.آر. ماركة كوكبية للمنتجات الغذائية. يتم التوغل الأولي في المصانع الموجودة في بنغالور وحولها، ويجري شحن المنتجات إلى أكثر من أربعين بلداً حيث يعيش المغتربون الهنود.

(37) في مسح لثلاث دارشينات في أجزاء مختلفة من المدينة وجدنا مجموعات من شغيلة الطرق،

- سائقي سيارات الأجرة، ربات البيوت مع أولادهن، المعلمين، الطلاب، أصحاب المحلات، تناول طعامها هناك.
- (38) مدينة آنا لروبرت بي. ولر بهذه العبارة.
- (39) إم. إن. سرينغاس، مقالة عن تحديث مجتمعات متخلفة (بومباي: ناكر، 1971 م)، ص: 153.
- (40) واطسون، أقواس ذهبية... .
- (41) رقم السبعين مليوناً الذي أشك به أخذته من منظمة سايا بابا في توتابارثي. أمّا رقم العشرين مليوناً فمأخوذ من مقالة عن حركة سايا بابا نشرتها إنديا تايمز في 27/11/2000 م.
- (42) إنهان من الثالث الهندي. شيفا هو إله التدمير وفيشنو إله الخلق.
- (43) منذ سبعينيات القرن العشرين ظل العلماء الهنود وغيرهم من العقلايين دائبين على فضح سايا بابا بوصفه مُهرَجاً لا أكثر.
- (44) صوفي هوكينز «على تخوم الواقعية: جماليات الكون الذي يوفره توسط سايا بابا» في كتاب سي. بروسوس و.ام. بوتشر، تحريراً، رحلات في الخيال: وسائل الإعلام السمعية - البصرية والتغير الثقافي في الهند (نيودلهي: سيج، 1999 م)، ص: 142 - 156.
- (45) تكون رؤية بابا ممكنة فجراً وفي الساعة الرابعة بعد الظهر. وخلال الفترة الممتدة بين الموعدين يقوم باستقبال زوار خاصين.
- (46) درويش صوفي مسلم ساد الاعتقاد بأنه الابن المفقود لأبوين هندوسيين من كاست رفيع.
- (47) أُنْقِذَ آيات الشكر إلى آدم سليغمان على تمكيني من الاطلاع على فصل بعنوان «نزعة الاحتواء والتسامح» بقلم فلهم هاليفاس في كتاب الهند وأوروبا: مقال في الفهم (آلباني: سوني برس، 1981 م). يورد هالبناسوس كلاماً لباحث يدعى بول هاكر استخدم تعبير «النزعة الاحتوائية» أو «نزعة الاحتواء» لوصف المنطق الكامن وراء التسامح في العقيدة الهندوسية.
- (48) في البدء سُميت بنغالور بـ «وادي سيليكون الهندي» في مقال نُشِرَتْهُ مجلة تايم في 14/3/1994 م، ص: 32.
- (49) إدوارد آ. غارغان، «الهند بين الطلائع في مجال برمجيات الكومبيوترات»، نيويورك تايمز، 29/12/1993 م.
- (50) تتوقع الصناعة وصول قيمة صادرات السوفت وير الهندية التي تنمو بمعدل خمسين بالمئة في السنة إلى 6,3 ملياراً من الدولارات الأمريكية في السنة المالية التي تنتهي في آذار / مارس 2001 م، بعد أن كان 4 مليارات في السنة الماضية. شركة ماكينزي الكوكبية للاستشارات قالت في السنة الماضية إن من شأن قطاع البرمجيات والخدمات الملحقة بها أن يوفر، شرط إطلاق المبادرات المناسبة، إيجاد البنية التحتية الملائمة، واعتماد السياسات والخطط السليمة، 2,2 مليونين ومئتي ألف فرصة عمل مع حلول سنة 2008 م، متجاوزاً المستوى الراهن بما يزيد عن 340 ألفاً.

- (51) في. إن. بالاسوبرامانيام، وأهاليا بالاسوبرامانيام، «بنغالور هي بؤرة الفعل» مخطوطة غير منشورة.
- (52) ماكس إم. فير، الأخلاق البروتستانتية وروح النظام الرأسمالي (لندن: تافستوك، 1993 م).
- (53) سونيل خيلناني، فكرة الهند (هاموندز وورث، المملكة المتحدة: بنغوين، 1997 م).
- (54) آ.آ. فاسافي، «محنة زراعية قاسية في بيدار: السوق، الدولة، وانتحارات»، إيكونوميك آند بوليتيكال ويكلي، 7/8/1999 م، 2263 - 2268.
- (55) باتت شركات بذور متعددة قوميات مثل مونسانتو وكارغيل ناشطة في أسواق الهند منذ أوائل ثمانينيات القرن العشرين، غير أن الأضواء سلطت على وجودها حديثاً جراء تأكيد أهمية المجمع الزراعي - الصناعي.
- (56) جميع المعلومات المتعلقة بالزراعة وبالمجمع الزراعي - الصناعي مأخوذة من مخطوطة غير منشورة تحمل عنوان «من الزراعة إلى المجمع الزراعي - الصناعي: دراسة سوسيولوجية لتأثير اللبنة الاقتصادية»، تأليف إم. إن. بانيني بجامعة جواهرلال نهرو الوطنية في دلهي.
- (57) آ.آ. فاسافي، «أزمان هجينة، أناس مهجنون: الثقافة والزراعة في الهند الجنوبية»، مان، حزيران / يونيو 1994 م، ص: 283 - 300.
- (58) الزنجبيل جذر يستخدم في المطبخ والطب الهنديين منذ عدد غير قليل من السنوات.
- (59) التكسماتي وأسرتها من الأرز: الجاسماتي والكاسماتي، ما هي جميعاً إلا منتوجات مهندسة جينياً (وراثياً) من قبل مؤسسة تكنولوجيات آلفن للأرز في تكساس.