

الفصل 2

عرض القيمة

«عرض القيمة: أسباب كون المنتج ذا قيمة كافية بالنسبة للزبون لكي يستحق ثمنه. يستخدم هذا المصطلح غالباً في وكالات الإعلان أثناء صياغتها الإعلان النهائي. القيم: المعتقدات والمواقف التي يتبناها أعضاء مجتمع ما بعمق». ماجستير إدارة الأعمال المحمولة في التسويق⁽¹⁾

«إن امتلاك الثروة الذي كان يُقَيَّم في البداية على أنه دليل كفاءة، أصبح في نظر الناس عملاً يستحق التقدير والمكافأة». تورشتاين فيبلين⁽²⁾

Thorstein Veblen

«المال - نجاح»

بنك فلويد Pink Floyd⁽³⁾

عنوان الفصل الثاني من كتاب «كوتلر Kotler يبحث في التسويق»، وهو «استخدام التسويق لفهم القيمة وإيجادها ونقلها

وتسليمها»⁽⁴⁾. أعتقد أن هذا سوف يساعدي. وربما أحصل على ما أفقده إذا ما قرأت هذه النبذة. ولم تأت الثماني عشرة صفحة على ذكر «القيمة» إلا في الصفحة السادسة عشرة حيث كل ما تقوله بشأن القيمة هو: «إن توضع الصنف توضعاً كاملاً يُسمى (عرض قيمة الصنف)». إنه جواب عن سؤال الزبون: «لَمْ ينبغي أن أشتري صنفك؟» ربما يكون هذا الزبون أنا، ولكن سواء أكان التسويق قد استخدم أم لا، لا بد لي من القول إن القيمة - وهي الجوهر الذي يَعِد هذا الفصل بالكشف عنه - لم تكن مفهومة. ولم يجر نقلها ولا تسليمها. وإن كانت قد وُجدت، ففي مكان آخر. وتلك هي النقطة التي أسعى لإيضاحها. إنني لا أحاول إزعاج كوتلر kotler بصورة خاصة. فأنا، في الواقع، أحب هذا الفتى. ومع ذلك لم يكن هذا الفشل شاذاً، أبداً. فالعمل التجاري عموماً والتسويق خصوصاً يفترضان، على ما يبدو، أننا نعرف ما يعنيان عندما يتأرجحان حول مصطلحات مثل: قيمة، صنف، توضع، ويعادلان التشوش عن الأفكار الغامضة بشيء ما علينا أن نهتم به. لقد تولّد مفهوم القيمة هذا في مكان آخر، في عالم خيالي تتحقق فيه الرغبات وحيث يرسم ما هو ذو قيمة بالنسبة للعمل، خرائط مستوية وموثوقة لما هو قيم بالنسبة لي. فالقيمة هي القيمة. المسألة واضحة، أليس كذلك؟ ماذا لو قلت: لا، ليست واضحة؟!

إنها تبدو كالربيع، ومع ذلك فهي انقلاب شمسي؛ منتصف الشتاء مقبل. سرب من الحمام ينطلق إلى السماء، لدى بزوغ النور،

ويحوّم فوق الطريق العام؛ وأذكر أنني كنت في العاشرة أو الحادية عشرة من عمري بسن ابنتي سيلين Selene الآن. كنت أقتني حماماً، وكنت أراقب الحمام كل صباح وهي تحلق فوق حقول الفاصولياء المحروثة وفي وسطها شجرة التين الضخمة، والمليئة حيث تبيت حمامات برية أخرى في حظيرة البقر. وكنا نذهب إلى هناك ومعنا مصابيح كهربائية لنصطاد هذه الحمام من غير أن نوقظ المزارع الذي كان يشاع أنه يملك بندقية خردق. هكذا كانت كاليفورنيا، قلب وادي السيليكون Silicon Valley، على الرغم من أنه لم يكن هناك سيليكون في أواخر خمسينيات القرن العشرين. كان قلبي يغني لدى رؤية سربي يتميل ويدور تحت الشمس. كنت أشعر بشيء لا أستطيع وصفه، وما زلت عاجزاً عن وصفه، عندما أرى حمامي تعود إلى البيت ليلاً. إنني أسعى لمعرفة كم كانت الخسارة، وكم هي ثمينة الحياة، وما زلت أتذكر ذلك وأشعر به.

عَنَى جيرى غارشيا Jerry Garcia بعد سنة من إشرافه على الموت وقبل ثماني سنوات من موته، قائلاً: «سوف أعيش»⁽⁵⁾. إن محاولة شرح الميت الشكور أشبه بمحاولة الحديث إلى الغريب عن رقصة الروك أند رول، لا بل أشبه بالحديث إلى الميت الجحود عن الحياة، وإخباره بأن للقيمة علاقة بالشكر والعرفان. الشكر لسر العالم وللقلب الذي يشعر بأنه اطلع على ذلك السر. الجواهر في التراب. القيمة كالكنز المجهول. وتقول الحكاية إن غارشيا وجد «الميت الشكور» في أحد مداخل مواد معجم فنك وواغنال Fank &

Wagnall، وتشير إلى أغنية شعبية قصصية يشفق فيها المسافر على شبح ويدفنه لكي يستريح. شكور، الميت يجزي هذا الفعل بسخاء⁽⁵⁾. تماماً كما انتفض جسد الميت وعاد إلى الحياة حسب رواية جيمس جويس James Joyce الشهيرة «ظلال عودة فينيغان إلى الحياة» المبنية أساساً على أغنية شعبية قصصية تحمل العنوان نفسه. أو كما ورد في كتاب الأموات المصري أنه «في أرض الظلام، قاد الميت الشكور سفينة الشمس». أو كما غنى ديLAN توماس Dylan Thomas في منحنى آخر قائلاً: «ليس بعد الموت الأول موت آخر»⁽⁶⁾. أو كما جاء في «يوم الأموات» عندما تزهو الورود في محاجر عيون الجماجم ويرقص الناس في الشوارع على أنغام الفانداغو fandango (*) احتفالاً بالحياة.

ومن بين ما يمكن أن يتخيله المرء في هذا المقام (والفضل لاحتفاظك بهذه الأمور لنفسك) هو أن هذا الحفل يفوح برائحة ما أسماه عالم الأجناس البشرية، كليفورد غيرتز Clifford Geertz، «الوصف الغامض»⁽⁷⁾. يبين غيرتز باستخدامه حكاية معقدة عن الغنم واللصوص والعدالة والافتقار إليها في شمال أفريقيا الاستعمارية سنة 1912، أنه عندما نحاول «وصف حادثة معينة، طقس ديني، أو عادة، أو فكرة، أو أي نوع آخر» فإننا ننهي وصفنا بحبك حكايات عن حكايات آخرين، ومن ثم عن حكايات آخرين غيرهم، بحيث يغدو

(*) الفانداغو: قصة إسبانية - أمريكية، أو موسيقاها (المعرب).

تصنيف هذه الحكايات أمراً مستحيلاً. إنه نسيج غني الزخرفة، والوصف الغامض، رغم أنه يبدو مربكاً ومضطرباً، يقترب مما يجري بالفعل أكثر من اقتراب «الوصف البين»، وهو تعبير تجريدي محكم يبدو معقولاً تماماً، ولكنه يشوه الحقيقة والواقع كلياً. لا أدعي أي حشوة منهجية في هذه التأملات، ولكن الغموض الذي أحاول الإيحاء به هنا هو ما تشير إليه فنون الموسيقى والرسم والأدب، وما نسميه بصورة تقريبية «الفنون»، وما لا تشير إليه اللغات المتخصصة في المنطق والعلوم والأعمال التجارية. إنه نوع من التأمل الزيني^(*). ويمكنني القول: من يوقفني؟ إصبع يشير إلى إصبع يلقي عليه القمر ضوءه. وغموض الحياة، كالحياة نفسها، يكمن بين القطبين الجبريين: الولادة والموت. يقول غيرتز: «الإنسان حيوان مُعَلَّق في شباك الدلالات حاكها هو بنفسه»⁽⁸⁾.

شباك، نعم. وعلى الرغم من عدم وجود الشبكة الكبرى الرائدة عندما كتبت تلك الكلمات، فإن هذا هو سبب اقتباسي هذه العبارة. فنحن متجهون إلى هناك. بل إنها الشبكة التي نحن فيها، فعلاً. انتظر. على الرغم من أنه لدينا هذه الكلمات لوضعنا الحالي - كلمات مثل «إنترنت» و«الشبكة العالمية» World Wide Web - فإنها في نظري تزيد الدلالات غموضاً أكثر مما تزيدها وضوحاً. وبما أن الشبكات تعد وقائع اجتماعية موروثية، فإن أي محاولة لتعريفها بالتحديد تصبح

(*) الزينية: طائفة بوذية يابانية تهدف إلى التنوير بفضل الحدس المباشر أو التأمل والتفكير. (المعرب).

على الفور موضع شك. والنظر إليها يعتمد على الزاوية التي تنظر فيها وعلى أدوات الرؤية التي تستخدمها. قال لودفيغ ويتغينشتاين Ludwig Wittgenstein: «المعنى استخدام»، قاصداً أن الأشياء تعني ما تصنع منها. ولكنه قال أيضاً: «العالم هو كل شيء، هذه هي الحال». فكم يبعدنا ذلك في الواقع؟ إلا أن تلك الحال هي الشخصية الرئيسة في رواية وليام جيبسون William Gibson، Neuromancer التي كانت عند نشرها سنة 1984 المدخل الأول للجنس الأدبي الجديد الساخن المعروف بالخيال الإلكتروني. وتعني كلمة neu Roman بالألمانية «رواية جديدة»، والروائي بالتالي يعد روائياً جديداً. ذلك امتداد للمعنى بالتأكيد، ولكن من يعلم ما تقدر عليه هذه الأنماط الإبداعية؟ فلكل شيء معنيان على الأقل.

أظن، كما هو متوقع، أن العمل التجاري ينزع إلى أن يكون جاداً جداً. ويميل إلى استخدام اللغة بدلالاتها الحرفية. أي أن «الشيء هو ما سُمِّيَ به، ولن يكون شيئاً آخر»، كما يقول بيتر بيرغر Peter Berger في كتابه «البنية الاجتماعية للواقع» مفسراً كيفية إدراك الأطفال للعالم من حولهم. بيد أن الحذاء التالي ربما يناسب قدماً أكبر: «تبدو جميع المؤسسات متماثلة لا تتغير، وتفصح بنفسها عن نفسها»⁽⁹⁾. ويقصد أنها يمكن أن تكون كل شيء، إلا، وكما يفهم المرء من عنوان الكتاب، فإنه يرى أن الواقع يُبنى اجتماعياً. ولا تستثنى المؤسسات من هذه القاعدة: الكنيسة، والدولة، وشركات فورتن 500، والإنترنت، وشبكة الإنترنت العالمية. «ويغدو الواقع، عندما تتصل

بالإنترنت هلوسة لإرادية، إن كنت محظوظاً». كما قال جيسون⁽¹⁰⁾.

من الواضح أن فريديريك نيتشه Friedrich Nietzsche أحب أن يقول: «لا توجد حقائق، بل تفسيرات»⁽¹¹⁾. لقد قرأ غيرتر، وبيرغر، وويتغينشتاين هذا الفتى، خلافاً لي. ومن المفترض أنه ذكر هذه المقولة في كتابه «الرغبة في السلطة: محاولة لإعادة تقييم جميع القيم» الذي بدا لي ثقيلاً، والذي ألصق بطريقة ما بأخته التي تزوجت نازياً، وأخذت حريتها في التعامل مع دفاتر ملاحظات الراحل العزيز فريديريك فجلبت له نقداً أقسى مما يمكن أن يتلقاه من دون ذلك. ولنتحدث عن الوصف البين. لا بد من القبول بأن النقد كان سيئاً، وأقل ما يقال في ذلك الأمر أنه لم يفز بخطوة الخائفين، إذ إن بعضهم على الأقل قد اعتبر ذلك نبأ طيباً من نوع آخر حتى ولو كانوا جميعاً يخافون الله. وأخيراً، هناك بضع مئات من البوذيين يخافون الله. على أي حال، أظن أنه قصد، من بين مقاصده الأخرى التي أتصورها (والتي أحتفظ بها لنفسى)، أن السلطة الإلهية لم تعد ما يسميه الإنسان المصدر العلوي الموثوق لتفسير دلالات الأشياء ولا ما تعنيه بعض الأشياء. ومثل ذلك كمثل القيمة، التي هي موضوع بحثنا؛ إذ لا نستطيع تأكيد أي دلالة لها. حسناً، إذن، فهذا يعني أن الأمور تعمل دون توقف.

وبما أن نيتشه اشترى المزرعة سنة 1900، فيمكننا أن نرى أن هذا

النوع من الاهتزاز في معاني الأشياء، ما زال قائماً منذ زمن طويل . يا للبحيم!! يمكنك العودة إلى الفلاسفة الكلاسيكيين . ولنفرض أنك تسير في ممفيس، موطن إلثيس Elvis والإغريق القدماء⁽¹²⁾ . فهل تظهر أن شيئاً ما يفهمه الآخرون كما تفهمه أنت؟ وهل العالم هو كما يبدو لك، أم أنه يبدو مختلفاً لدى شخص آخر لم ينشأ في دارين Darien، أو كونيكتيكت Connecticut وحصل على درجة ماجستير في إدارة الأعمال من وارتون Wharton؟ لن يستطيع أفلاطون ولا أرسطو، بالطبع، أن يخصصا درجة ماجستير في إدارة الأعمال من بحث الموز . ومن يهتم بذلك، على أي حال؟ خصوصاً وأن مثل هذه القضايا تظل على أرض خطرة، على أرض المجهول . يتفاخر العمل التجاري بأنه عملي وبرغماتي حتى ولو استغرب البسطاء كلهم من أين نشأت ذرائعيته هذه . من الفلسفة، أم من علم الاجتماع، أم علم اللسانيات؟ فلنترك هذا الأمر إلى ذوي المواهب . هل لدينا خطة عمل نضعها؟!

نعم . فلنضع أنت الخطة، بحيث تتعلق بمدخل تجارة إلكترونية بين عمل وعمل مربحين . ثم تبنيها حول أقدس المقدسات، عناصر التسويق الأربعة، بيئة السمعة، وهي: المنتج، الترويج، المكان، السعر . (وتعرف بالإنكليزية - price, place, promotion, product - 4PS⁽¹³⁾ . والعنصر الذي يضمن الحصول على عائد هو السعر، أما العناصر الأخرى فتمثل التكاليف . فالسعر هو ما يمكنك أن تطلبه لقاء قيمة مقترحة . وإن كنتم مجموعة استشارية، ربما تضعون خطة عليا

يلوكها الزبائن أو يهضمونها تماماً. وإن كنت تعمل في «مركز إيرنست ويونغ Ernst & Young للتفكير» - بدءاً من الفكرة حتى الإنجاز - فإنك تكتب ما يأتي :

الانتقال من المتحرك الأول إلى المجزّب الأول :

إن السباق على الهيمنة في أسواق العمل - إلى - العمل B2B الرقمية هو التقاط الاتجاه السائد... فنموذج العمل الرابع يقوم على تخطيط الشركة وصناعتها بحيث تحصل على ميزة تنافسية في كل مجال من المجالات الأربعة الآتية : عرض قيمة مزيدة، إدارة سلسلة إيصال السلع وتسليمها، وظيفة السلع، وآليات الربح⁽¹⁴⁾.

رائع!! ليس هذا فقط، بل يعد مركز إيرنست ويونغ بأن يروز نموذج عملك، بعد ابتكاره بالطبع (تصور هنا أن الثعلب يحرس قن الدجاج). وللقيام بهذا العمل جمعت الشركة فريقاً يتمتع أفراداه بمجموعة مهارات فريدة - فرادة ذات طابع مميز عال - من مَصْرِفَيْن استثماريين ذوي مراتب وخبرات عالية، وأكاديميين واقتصاديين من خلفيات مختلفة بما في ذلك «مدرسة هارفارد للأعمال»⁽¹⁵⁾ ياه، هوه؟ وربما يكون السعر منخفضاً، أيضاً. فكيف يمكن أن تخطئ؟ اللهم إلا إذا قبلت المفهوم القديم بأن من يحصل على درجة من هارفارد يكون متنوع المواهب والاختصاصات.

انتبه، ليس لدي نزعة عدائية تجاه مركز إيرنست ويونغ، فقد تحدثت مع بعض الأذكياء جداً هناك على مدى سنين، ولكن الحقيقة

هي أنك تجد اليوم هذا النوع من منطق العمل الأحمق الذي لا يخلو من معنى على آلاف الصفحات من الشبكة المشتركة. ولتحديد موقع مثال واحد قضيت نحو دقيقتين على صفحة Alta Vista. وفي ما يأتي أول خيط البحث، فجره بنفسك:

«Value proposition» + «e-Commerce» + B2B +

وأهم من ذلك، يمكن لك أن تخطئ بأي عدد من الزبائن، أو الزبائن المحتملين، أو الشركاء، أو الموردين، وذلك عن طريق ابتكار «عرض للقيمة» بفكرة صفرية عما تعنيه القيمة لدى ستة آلاف مليون نسمة، كل منهم يُعدُّ فريداً بذاته، وإذا ما أخذوا كمجموعة يكون لدينا جحيم من التنوع أكثر بكثير من التنوع الموجود لدى حزمة من الاقتصاديين الأكاديميين المتسافدين، ويمكنك أن تأخذ هذه الفكرة إلى المصرف. ولنفرض أن عالمها هو العالم الذي اختار أن يكون ساذجاً في ما يتعلق باللغة إلى درجة التوحد التطوعي، فإن العمل سيبدو أقل صلابة أكثر مما هو ألين عريكة.

ولدى قيام العمل التجاري بإطفاء نور عينيه، كما فعل الملك أوديب (وما الذي رآه سوى ما يتحمل رؤيته؟) فإنه يقلص نفسه إلى حدود التعاريف المعجمية العامة للقيمة، على الرغم من أن هذا «المعنى العام»، كما سوف نرى، لا علاقة له مع العامة التي تعني الشعب، والجماهير المضطربة الكبيرة من البشر الذين ما زالوا يتحولون في الأيام الأخيرة إلى معجزة الأسواق العالمية، وكأن ذلك قد حصل بلمسة سحرية. أي أن هذه التعاريف قد ابتكرها العمل

نفسه (حول الثعلب الماكر الذي يحرس التعاريف المعجمية أدناه). إذ يتضمن معجم التراث الأمريكي The American Heritage Dictionary التعاريف الآتية للقيمة:

1 - كمية، من السلع، أو الخدمات، أو المال، تُعَدُّ معادلاً مُنْصِفاً ومناسباً لشيء آخر...

2 - معادل مالي أو مادي لشيء ما...

3 - ما يستحقه شيء ما بسبب فائدته أو أهميته للمالك؛ نفعيته أو ميزته...

4 - مبدأ، أو معيار، أو نوعية تُعَدُّ قِيَمَةً أو مرغوبة... (16)

من المعقول، على ما يبدو، افتراض إمكانية تحميل اعتبارات ما هو جدير ومرغوب على السعر. ربما تفكر... هل ذلك صحيح؟ إن العمل يعتقد ذلك. بيد أن المعجم نفسه يعرف «السعر» على النحو الآتي:

1 - الكمية، مالاً أو سلعة، المطلوبة أو التي تُعطى لقاء شيء آخر.

2 - كلفة الحصول على شيء ما...

3 - كلفة رشوة شخص ما...

4 - الجائزة الممنوحة لقاء القبض على شخص ما أو قتله...

5 - قيمة، جدارة (استخدام قديم).

على الرغم من أن رقم 3 ورقم 4 يحدثان انعطافاً - «للكل شخص ثمن» وله علامة على جبينه تدل على ثمنه - فإن التعريفات الأخرى ذات العلاقة تفسر ما يتوقعه المرء، خصوصاً التعريفين رقم 1 و2، على الأقل. أما التعريف ذو الحيوية الواقعية فهو التعريف الأخير. الاستخدام القديم؟ ولكن ألم تشرح القيمة بدلالة الكلفة؟ بلى. «كمية، من السلع، أو الخدمات، أو المال، تعد معادلاً مُنصفاً ومناسباً لشيء آخر...» وتلك الكمية، كما يشير التعريف، هي السعر الذي تدفعه.

ربما تكون نكتة صغيرة طرحها أحد واضعي المعاجم، أو بيضة عيد الفصح كتلك التي يسربها مُرمّزو مايكروسوفت إلى أجهزة المكاتب. وربما يقترح الإنترنت أن السعر يستخدم ليعكس قيمة، ولكن ذلك كان متأخراً. ها... ها... أو ربما يعني شيئاً أكثر بشاعة: أي استئصال المعنى الأقدم للقيمة. لم يحقق نيتشه لفترة من الزمن هدف إعادة تقييم القيم كلها، أما العمل فقد حقق ذلك بالتحديد، في حين لم ينتبه أحد إلى ذلك.

ففي العمل، تحدد القيمة السعر، أو على الأقل، توحى به أحياناً. فالسعر إذن وظيفة من وظائف القيمة، فلكلمة الشيء علاقة ما بقيمته. ولكن ما شأن القيمة في إطار أكبر من إطار الكلفة؟ ما هي قيمة شيء ما بالنسبة لحياتنا؟ فكلنا يعرف قيمة الأوكسجين، دون الحاجة إلى أي معادلات خيالية، على الرغم من أنه ليس للأوكسجين سعر واضح. وبغض النظر عن السعر، فإن القيمة الأكبر للمنتجات والخدمات تُعدُّ مرتبطة بكونها غامضة من القيم التي من المفترض أن

تكون قد حُدِّدت أو مُثِّلَت بمفهوم «الصف». إن أكثر حملات تعيين الأصناف نجاحاً هي حملة تصنيف الصف نفسه، الأمر الذي جعل الإنسان يقبل الافتراض الضمني بأن القيمة كلها هي قيمة نقدية، بحيث إن لكل شيء سعراً بالدولار وبالسنتات (أو بالعملة التي تختارها). هذه النظرية المبهمة المتعلقة بالقيمة هي التي تحدد الاستهلاكية وتسيّرها والتي تتحدد بموجبها الهوية عن طريق ما تحصل عليه أو ما تستطيع الحصول عليه، بدلاً من اكتشافك من أنت أو من يمكن أن تكون.

وبما أن القيمة مسألة ذاتية وتفهمها الثقافات والمجتمعات المختلفة فهماً مختلفاً، لا يمكن تقليصها بحيث تتلاءم مع إطار مفهوماتي شامل منتظم واحد. هذه النسبية الثقافية وتنوع المنظور واختلاف التفسير كلها تولد، على أي حال، إشكالات عملية كبيرة، خصوصاً لدى الشركات الملتزمة بالتنمية بأي ثمن، والشركات الراغبة في أن تترك الشركات الأخرى تراهن عبر الأسواق المالية على ديمومة هذا النمو إلى ما بعد الخميس المقبل، مثلاً. وبفضل إعادة تقييم جميع القيم بدلالة المال ونبد ما ليس له معدل تبادل واضح، ولّد الإهمال والتخلف علوماً عالمية غيبية. عاش ماكدونالدز McDonald's! أتحب طعاماً مقلّياً مع ذلك؟ عاش ديزني Disney! إنه، في النهاية، عالم صغير. عاش الاقتصاد العالمي! شعار مُعلّق.

يصف بنيامين باربر Benjamin Barber في «الجهاد مقابل ماك وورلد»، ماك وورلد «كمجموعة من القوى الاقتصادية المندفعة،

والتكنولوجية، والبيئة التي تتطلب تكاملاً وتماثلاً، والتي تفتن الناس في كل مكان بموسيقى سريعة، وكمبيوترات سريعة، ومطعم سريع . . . وضغط أمم وكبسها في متنزه موضوع كوني متجانس واحد، ماك وورلد واحد مربوط بالاتصالات والمعلومات والترفيه والتجارة»⁽¹⁷⁾. ولدى مقارنته، بعد ذلك، اختيار الأمريكيين لأصناف السيارات المتعددة، مع عدم اختيار الجمهور مقابل النقل الخاص - وهو خيار لم يُعرض بصراحة قط - كتب يقول: «سياسة السلع هذه تعرض أفقاً واسعاً من الخيارات ضمن إطار محدد مقابل التخلي عن حق تحديد الإطار. إنها تعرض الشعور بالحرية في حين تقلص مدى الخيارات والقوة المؤثرة في عالم أكبر. فهل هذه هي الحرية حقاً؟»⁽¹⁸⁾.

حرية عدم إضاعة أي شيء، بنيامين باربر، مقابلة ماك غي⁽¹⁹⁾. لقد أعيد تقييم كل القيم. وجرى اختطاف الإطار. وكما يعلن عدد غير معلوم من علماء التجارة الإلكترونية (الافتراضية) بجعجة مسيحية ليس فيها أثر للسخرية: «الصف هو كل شيء»⁽²⁰⁾.

إنها حية! إنها حية!

الحب الذي يتغير إذا ما هبت رياح التغيير، ليس حباً . . .

وليام شكسبير⁽²¹⁾.

الحب الذي لا يدوي أبداً هو الحب

تشارلز هاردن ونورمان بيتي⁽²²⁾

Charles Hardin and Norman Petty

تعد الأنثروبيا العلامة الخارجية المرئية لقانون الديناميكية

الحرارية الثاني. بموجب مصطلحات العلمانيين، تعني الأنثروبيا أن البيت يربح دائماً، ولكن عليكم أيها السيدات والسادة أن تضعوا رهانكم في أي مكان. إنها تعني أنه لا يوجد غداء حر، وأن ابتكارات الحركة المستمرة تحدث استثمارات سيئة للغاية. إنها تعني انتقالية المركب⁽²³⁾. وبما أن الاحتكاك يحدث دائماً تباطؤاً - وهنا تكمن المشكلة - تستمر عمليات النشاط الضريبي حتى لا يبقى ما تُفرض عليه ضريبة. لم يبق شيء لأن الأشياء تختفي عندما تتباطأ بما فيه الكفاية. إلهات الفنون التسع الجليديات، إن قرأت فونيغت Vonnegut، أو الطباعة الدقيقة على ألبومات الأموات: لا يعمل شيء، أبداً في درجة الصفر المطلق. الأنثروبيا تعني أن الساعة الكونية ما زالت تعمل منذ أدار الانفجار الكبير كوكبها. ما زالت تتباطأ.

إن القوة الناقلة الموجهة في هذه العملية هي الميل، المنحدر الزلق الذي نبنى عليه آمالنا وأحلامنا وتقنياتنا، وإمبراطورياتنا، وحضاراتنا. منحدر شديد أمامك؟ جرّب كوابحك. ليس في خطة الأشياء الأكبر أكثر من موطئ قدم، في واقع الأمر. وربما تقول إنها مهمة مجنون. ومع ذلك، إذا ما كان ذلك حقيقياً، وكانت الأشياء تتحرك باستمرار من الدرجة الأعلى إلى الدرجة الأدنى من النظام والتماسك، فكيف إذن انبثقت نقطة ليس لها أبعاد من أي نوع، ذات يوم قبل أن تكون هناك أيام تُعدّ وتحصى، بعنف يفوق كل المقاييس بحيث ما زالت المجرات المتنقلة الحمراء تعود إلى بداية ما نفهمه

على أنه زمن فهماً ضعيفاً؟ أو كيف جاءت حفنة من الهيدروجين تدور حول نفسها ذات يوم وتنظر إلى العالم، إلى النجوم، إلى أحلك ليل ظلمة، وتقول: «يا له من غاز!».

ذلك هو الانقلاب.

إننا نتعامل اليوم مع مستويات من التعقيد يسهم فيها القانون الثاني والثالث في الزمن الحاسم ويبدأ بالظهور كشيء ملموس في حياتنا. إن الأثر الذي نشعر به هو نوع من الفوضى التي تتفرق فيها الأشياء أكثر مما تتجمع. ويعني منحدر التلة هذا عملاً لا يشكر، يقوم به كل امرئ بمحاولة يائسة لإدارة ما لا يدار، محققاً عائداً على الاستثمار يزداد قلة بمرور الزمن. وعلى الرغم من وجود شعور بالنشاط يقدر بألف ميغاواط لدى قادة تكنولوجيا ذات وجود كلي، فإن الجواب ليس جذاذات أسرع وارتجاج بوابة المنطق، ولا مزيداً من التغيرات المفاجئة أو من سعة الموجة. إن ما نتداوله في هذه اللحظة ليس «إدارة المعرفة الشاملة للمشاريع» أو أي هواية مفهومة مضمونة. الجواب هو أنه لا جواب.

إننا نغرق في التعقيد، وكلما حاولنا تبسيط الأمور نزيدها تعقيداً. لا أمل لنا، وليس لنا مخرج.

ليس أمامنا طريق واضحة. تلك هي الحقيقة. وربما ليس هناك طريق دائمة. إلا أن هناك شيئاً واحداً يبدو أنه يناقض القانون الحديدي للإنتروبيا. إنه الحياة. ومن الغريب أنه خلافاً لنزعاتنا فإن ميل الدينامية

الحرارية مصرة بعناد على البساطة المطلقة. وتلك البساطة هي الموت. البنى الذرية البسيطة، التوزع المتساوي بصورة كاملة، الصفر الكلفيني Kelvin^(*). وبالمقابل الحياة معقدة كما لاحظت. لقد أصبح كوكبنا، لدى تركه هائماً لوحده بلايين السنين بدون مهندسين نشهدهم ولا مستشارين إداريين، معقداً جداً نتيجة إصابته بفيروس. وبعد بليون سنة تطوّر هذا الفيروس بطريقة شاذة إلى ثدييات ذات قدمين بأدمغة كبيرة وغايات أكبر. وهذه الثدييات هي أسلاف البشر. ومنذئذ ونحن نتلمس طريقنا عُمان متعثرين في الظلام.

تهب أحياناً ريح عاتية من الفضاء وتزيح علامات البوصلة وتمحوها نهائياً، وتقلب المفاهيم السائدة منذ القدم حول ما هو قيم وما هو جدير بأن نقضي حياتنا من أجله. ذلك ما حدث لي وأنا أوّلُف هذا الكتاب. لقد وقعت في الحب. وكيف يكون أمر كهذا مناسباً في سياق كتاب عن العمل التجاري؟ إنني أوجه هذا السؤال إليك، وإلى نفسي. كتب الأعمال مُملّة، بل من المفروض أن تكون مُملّة، هادئة، نزيهة، وموضوعية، ومعزولة عن الاهتمامات الشخصية. فعالم الأعمال عالم قائم بذاته. وكل ما تقدمه كتب الأعمال من بصيرة وبعُد نظر، فإنها تفعل ذلك حتماً ضمن مجموعة محصورة من الحدود، ضمن إطار ينعش موضوع هذا العالم وجوهره، ويعززه، ألا وهو بالطبع العمل التجاري. إن التكرار

(*) الصفر الكلفيني يساوي - 273,16 مئوية. (المعرب).

والحشو مُستوٍ لا تجاعيد فيه ولا ثغرات. إن عمل الأعمال هو العمل. حتى ضوء النهار لا يقدر على التسلل عبر الشقوق.

ولكنني وجدت لدى تفحصي للأمر آخر مرة أنه لا وجود لعالم الأعمال بمعزل عن العالم ككل. لا وجود في الواقع للفصل الذي نتحدث عنه بسهولة بين حياة العمل والحياة الخاصة المعروفة كذلك بـ «الحياة الواقعية». هذه تمايزات مصطنعة، تخيلات مريحة، ولكنها راحة من تخدم؟ راحتك أيها القارئ اللطيف؟ راحتي. لا أظن ذلك. أعتقد أن هناك أمراً ما خطأ هنا. ثم أظن... أن هذا الخطأ هو أنا. ربما مللت من سلطة التجارة وجلالها، وضجرت من تحدياتها وعقباتها وانطباعاتها وفرصها. وسئمت من القيود والتعاريف المقيدة للقيمة. سئمت لأنني نظرت في صميم فوادي فوجدت فيه ما هو أكثر قيمة من كل شيء. وأسأل نفسي لو كنت وحيداً في ذلك؟ ومرة أخرى لا أظن ذلك. بل أعتقد أن هناك من يصحبني.

هممم... «صحبة». هذه كلمة عمل تجاري إن كان هناك كلمة من هذا النوع أساساً. ولكن كيف تختلف الصحبة التي حصلت عليها أثناء ضجري من العمل عن الصحبة التي يولدها العمل؟ اللغة مادة مضحكة، تحيرنا عند كل منعطف. أو ربما أنا مشوش لأنني أحب نظرية مؤامرة جيدة بقدر ما أحب جاري المسكين الذي ألف تشويشنا. يقدم لنا معجم ويبستر الثالث مساعدة على هيئة علم آثار لغوي. يقول لنا إن كلمة «صحبة» آتية من كلمة «صاحب» والتي تعني أساساً شخصاً شاركك في الطعام، خصوصاً الذي قاسمك الخبز⁽²⁴⁾.

أمر غريب، كأنه أمر توراتي، أليس كذلك؟ ولكن ربما يبعدنا ذلك كثيراً عن الطبيعة الجوهرية الأصلية للقيمة. ربما أنا مخطئ هنا بسعيي لإيجاد سبب معقول لضجري من العمل التجاري. أنا وكل من أشك أنهم في صحبتي.

ولكن الأمر يغدو أكثر غرابة. كيف نشأت الشركة، المؤسسة؟ إنه ليس سؤالاً تعجيزياً، ولا خادعاً: لقد ولدت الشركة عن طريق التجسيد. هذا جواب خادع. فلنعد إلى علم الآثار. فكلمة Corpus باللاتينية تعني Body بالإنكليزية، وجسم / جسد بالعربية. وهكذا فإن كلمة incorporate تعني يتجسد، أو يصبح مجسداً، أن يصبح لحماً بشرياً. إنني أسأل نفسي: هل هناك أي دليل لغوي على أن العمل سعى في البدء إلى الشرعية في أعماق ألباس اللاهوت المسيحي؟ ربما يكون الأمر كذلك. فقد كانت الشرعية مشكلة بالتأكيد بالنسبة للأعمال التجارية الأولى التي تتعامل مع أمور تحت قمرية. هنالك كلمة لا يحتمل أن تجدها في صحيفة وول ستريت Wall Street Journal. ولأسباب وجيهة. أما معجم أكسفورد الإنكليزي فيعرف كلمة تحت قمري Sublunarg على النحو الآتي:

«موجود أو موضوع تحت القمر؛ يقع بين مدار القمر ومدار الأرض؛ ومن ثم خاضع لنفوذ القمر وتأثيره. ب. أدنى من، تابع لـ (مهجور).

من هذا العالم أو ينتمي إليه، أرضي، دنيوي.

صفة مميزة لهذا العالم وشؤونه؛ دنيوي، مادي، جسدي،

زمني، زائل»⁽²⁵⁾.

يبدو أن المعنى يشير إلى أن شؤون هذا العالم - وربما العمل التجاري بوجه خاص - لم تكن موضع تفكير معمق في يوم من الأيام. وأقل ما يقال إن الكنيسة، التي كانت وحيدة في المسيحية الغربية، احتقرت مثل هذا العمل وشوّهته. إذ كانت فكرة المال بمجملها موضع شك وارتياب شديد. فما زلنا نتحدث عن «ربح قدر» أو «مال خسيس» حتى وإن كان الاستخدام الحديث لهذه العبارة يدخل عادة في نطاق المزاح. وكان، في يوم من الأيام، إقراض المال بفائدة يشكل خطيئة الربا. وهذا يفسر سبب انخراط اليهود في العمليات المصرفية أكثر من المسيحيين. كما يفسر كذلك الكثير من التحامل العرقي الذي ما زال قائماً حتى يومنا هذا. لم يكن اليهود كفاراً فحسب، بل كانوا أنجاساً منبوزين، بسبب قيامهم بأعمال وخدمات ضرورية يُحتقرون من أجلها في الوقت نفسه.

كان هناك مجتمع عملي آخر شكل اهتمامه بالكرة الأرضية (تحت القمرية) توازناً مع أخروية الكنيسة وتركيزها على الحياة الآخرة. كان العالم المادي في نظر الكيميائيين هو المادة الأولى، منبع الأتربة والمعادن التي كان فنهم يسعى إلى تحويلها. لم يكونوا كيميائيين نموذجيين فحسب، بل كانوا فلاسفة أيضاً، يحاولون تفسير وجهة نظر عالمية كانت تعد في نظر روما هرطقة وكفراً. لقد غمسوا أنفسهم في المستوى المادي، عالم الواقع الحالي. ونتيجة لهذا الانغماس نشأ بقوة قياس تشريعي للتجارة.

يقول پامیلا سمیث Pamela Smith في كتابه «عمل الخيمياء» (*)
 The Business of Alchemy إن التجارة كانت في القرن السابع عشر
 ممارسة غير منتجة. وكان ينظر إلى التجار على أنهم يأخذون إلى
 المجتمعات التي يعيشون فيها أي شيء لا عائد له، ولا ينتجون شيئاً
 بأنفسهم، بل يتصرفون كطفيليين يغذون التبادل بين الذين يصنعون
 الأشياء والذين يشترونها. ويقول سميث: «إن الوليد غير الطبيعي لهذا
 النشاط غير الطبيعي هو المال. وكان المال يُعدُّ غير طبيعي لأنه كان
 وسيلة تبادل لا تحمل في ذاتها بذور التوالد».

وعلى الرغم من هذا التحامل القوي أصبح التناقض الظاهري
 واضحاً لدى الكثيرين: إذا كان المال، على ما يبدو، ينتج زيادة في
 الرفاه المادي، كان يولد بوضوح شيئاً ذا قيمة، ولكن أحداً لم يستطع
 بيان كيفية حصول ذلك. فلم يكن هناك نموذج في الطبيعة، يحتذى
 به في الأعمال التجارية، خصوصاً وأنه لم يكن هناك رأسماليون ذوو
 مشاريع كبرى، في تلك الأيام. فجعل هذا المأزق الناس يحكّون
 رؤوسهم تأملاً وتفكيراً وجعل التجار يرقصون على الجمر. كان
 العمل التجاري يسعى للحصول على الشرعية، ولكن بسبب التمسك
 بمفهوم دونية كل ما هو تحت قمري (أرضي)، وتابع، ودنيوي،
 وزائل، وجسدي فاضح، ومشكوك فيه بصورة عامة⁽²⁶⁾.

لندخل إلى ما قاله الكيميائي جوهان جوشيم بيتشر Johann

(*) الخيمياء: الكيمياء القديمة التي كانت غايتها تحويل المعادن كلها إلى ذهب وإيجاد علاج لكل الأمراض وإطالة الحياة. (المعرب).

Joachim Becher الذي أكمل الحلقة المفقودة بوصفه طبيباً رسمياً وعالم رياضيات في بلاط أحد المدينيين الألمان الذي قضى منذ زمن بعيد (لا تهمنا هنا التفاصيل التاريخية). وإليك الحكاية الطويلة باختصار:

أصبحت الخيمياء المطية التي ركبها بيتشر للتحدث إلى البلاط عن زيادة الإنتاج والثراء المادي. وكانت لغة الخيمياء مناسبة جداً للبحث في التجارة، ولبحوث التحويلات الكيميائية - تحويل جميع المعادن إلى معدن نبيل - وقدمت مثلاً على الثراء المادي الخيالي وإنتاج الفائض. كان ذلك صحيحاً حسب نظرية بيتشر في التحويلات الكيميائية، التي كانت تسلم بأن مضاعفة المعادن الثمينة وتكثيرها تتم بفضل الاستهلاك. وهكذا كانت الخيمياء طبيعية ونشاطاً فاضلاً ضمن إطار الفن البشري»⁽²⁷⁾.

من الصعب أن نتخيل اليوم متى أصبحت التجارة دم الحياة في كوكبنا - ربما يقول البعض نعوة الموت - كما أنه من الصعب أن نتخيل وجود زمن اضطر فيه العمل التجاري للخضوع إلى سلطة أعلى. من الواضح أن العمل التجاري حصل على ما يريد في النهاية: بفضل انتشار النفوذ. ربما أنه لم تكن اللوبيات السياسية قد ابتكرت بعد، فإن الصرافين هم الذين دخلوا الهيكل، مجازياً بالطبع. فقد اعتبرت دراسة ماكس ويبر Max Weber الكلاسيكية «الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية» (1904) بأنها بسيطة جداً. إذ قال البعض إنه أولى ثقة كبيرة لمفهوم القضاء والقدر الكالفيني Calvinist

ولمفهومه بأن الثروة ليست سوى دليل خارجي على أن مالکها هو من النخبة التي اختارها القدر، أي أولئك الزعماء الذکور البيض الذين حالفهم الحظ بامتلاك البطاقات الأتوماتيكية للخروج من السجن، وبالتالي، كان المجد مقدراً لهم حتماً، ولا فضل لوودي غوثري Woody Guthrie. ومع ذلك لفت الكتاب انتباهاً كبيراً إلى العلاقات المعقدة التي نمت بين السلطات الدينية والسلطات الدنيوية. وأكمل هذا العمل بنجاح تلميذ ویر آر. أش تاوني R. H. Tawney في كتابه «الدين ونشوء الرأسمالية» (1926). يرى تاوني أن العمل التجاري، بغض النظر عن الجدل الكالفييني حول رأس المال، قد انتقل من موقع التذلل إلى موقع المسؤولية وذلك بفضل التسوية والتوفيق بين الدين والدنيا. إذ سعت التجارة إلى الحصول على دعم الدين ونجحت في سعيها.

فهل كانت كلمة «Incorporation» (التجسيد) تثير لغز التحول المسيحي، كلمة تصبح لحم بشر؟ ومهما كان الجواب، تظل الحقيقة هي أن المصطلح الذي نستخدمه يومياً إلى جانب شكله المختصر corporation يخفي مجازاً تجسدياً ليس له أساس في الواقع. فلم تتجسد شركة corporation قط. ولكن مهما كنت مخطئاً، يظل لهذا المجاز قوة كبرى، ذلك لأنه يُدرك بدون وعي. ومن ناحية أخرى، تطبق الوكالات شكلاً آخر من هذا المجاز في عملية تحديد أصناف المنتجات عن وعي تام. يقول كتاب عنوانه «روح الصنف» مستشهداً بجولي غرين جيانث Jolly Green Giant وميشلين مان Michelin Man،

وبيلسبري دوفبوي Pillsbury Doughboy ما يأتي: «في حين يوجد رموز تنفيذية أثناء عرض الإعلان، فإن أكثرها هيمنة ونجاحاً هي تلك التي تستغل تجسيد العنف استغلالاً كاملاً»⁽²⁸⁾. يرتبط مؤلفو هذا الكتاب بشركة ساتشي وساتشي Saatchi & Saatchi للإعلان.

إن مجاز الشركة المجسدة يتيح للشركات أن تحاكي الكائنات البشرية، وأن تتصرف كأنها كذلك. بيد أنه ليس للشركة قلب. وأنا أعلم الصيحات التي ستعلو في وجه هذه الحقيقة. إلا أن رد الفعل يقوم على مجاز آخر وضع في غير مكانه. إنسَ كم أعطى عملك التجاري إلى الصدقات أو كيف زرع أشجاراً أو علّم أطفال الغيتو استخدام الكمبيوترات (وهكذا تستطيع استئجارهم فيما بعد بأدنى أجر). وأعني أن الشركة تفتقر إلى العضو الجسدي الذي نسميه «القلب». ذلك الشيء الموجود في صدرك وينبض. ولسوف أُيسّر عليك الأمر: ليس للشركة جنس. ولا بد من تذكير أولئك الذين يحتجون على هذه الحقيقة الواضحة بأن هذا القلب يدخلك في حالة من السكر والنشوة مجازياً، ولكن هذا الأمر خطير، ومهم. فالتجسيد مسألة كبرى. إذ لا تتكوّن الأجساد بفضل الدمج والضم، لأنها، كما قال الملك جيمس King James، تولد من نساء. ولا تصطف الأجساد للحماية تحت الفصل 11. إنها تموت.

لم تقع أي شركة في الحب. بيد أن الناس يحبون. وسواء تحدثنا عن ذلك علناً أم لا، وبوصفنا جنساً بشرياً، فإننا نولي أهمية كبرى، إلى هذه الحقيقة، هذا المدخل إلى عالم أكبر وأكثر ترابطاً.

من السهل تجاهل هذه الحقيقة ونسيانها، ولكنها مع ذلك حيوية. فالحب يفتح قلوبنا بعضها على بعضها الآخر، وعلى أناس غيرنا، وعلى الفضاء الذي نشترك فيه كبشر أُلقي بنا في هذه الحياة بدون تمارين خاصة وبدون مجموعة تعليمات صارمة. وإذا كنا في غضون المئة ألف سنة الماضية أو ما يقارب ذلك قد ارتكبنا أخطاء كارثية، وخضنا حروباً مدمرة ونهبنا واغتصبنا وقتلنا، فإننا أبدعنا، أيضاً، ثقافات معقدة، وشيّدنا مدناً، وابتكرنا فناً خيالياً من لاشيء سوى الخيال. وباندفاع من الشوق الذي يعمر قلوبنا، استطعنا الاستمرار في الحياة والبقاء. فالحب قد شكل عالمنا ولونه وزوّده بالمعلومات تماماً كما فعلت السلطة، بل أكثر. ومع ذلك ننسى. لقد ارتبكنا. لماذا؟ هنالك سبب، وسوف يظهر هذا السبب ونحن نقوم بعملية الاستكشاف. زمن التغيير هذا ليس أي زمن. وهذا العالم ليس أي عالم. إنه عالمنا ونحن هنا اليوم، كما لم نكن من قبل، لتأريخ عجائبه والاحتفال بها. لنعود به.

عندما نشر كلوترين مانيفيستو Clutrain Manifesto يبدو أن أمراً ما لم يشمل الكتاب. ربما أصيب شخص ما بالارتباك. وبما أنه كان دائماً على شبكة الإنترنت طيلة الوقت، فقد استغرقت شهوراً لتؤكد من أن ما كتبه قد سقط بصورة غامضة من الكتاب. وبما أنني لا أنكر شيئاً أبداً، فلسوف أصحح ما فات الآن في المكان الذي يبدو لي مناسباً. وسواء وضعني ذلك في ضيق شديد أم لا، دعني أتجه إلى الميكروفون على الفور... (29)

يا أهل الأرض

السماء مفتوحة للنجوم، والغيوم تتدحرج فوقنا ليل نهار،
والمحيطات تعلو وتهبط، ومهما سمعتم، فهذا هو عالمنا،
المكان الذي لا بد أن نكون فيه. ومهما قلتم، فإن بيارقنا
ترفرف حرّة، وقلوبنا تنبض إلى الأبد، فيا أهل الأرض
تذكروا.

من نحن؟ انظروا حولكم. افتحوا قلوبكم. وتذكروا ما قد
نسيتم.

ولكن العمل يتساءل: «ما علاقة هذا بالعمل التجاري؟» والسؤال
نفسه يعكس المشكلة. فبما أن العمل يتجاهل الخبرة المركزية
لواقعنا، فإنه لا يفكر أبداً بالتساؤل. لم يخف أبداً، ولم يوح إليه،
ولم يكن متحمساً ولا فضولياً ولا فرحاً منتشياً قط. فالعمل لم يتساءل
إطلاقاً، وللسبب نفسه لم يقع في الحب قط. ومع ذلك تُعدّ كل هذه
القدرات والسمات غريزية في شخصية الإنسان. فهي التي تجعلنا
على ما نحن عليه. تقول الشركات: «إننا نحب زبائننا! أتراهن؟!»
وتقول أيضاً: «إننا نحب عمالنا!! الناس!» ولكن كل ذلك كذب.
فالشركات لا تستطيع أن تحب. ولا يعني ذلك إدانة أخلاقية لها، بل
هي حقيقة بسيطة. فهي غير مجهزة للحب. إذ ليس لها قلوب، وإذا
ما جرحت فإنها لا تنزف. وإن ماتت فليس هناك أطفال يحزنون على
موتها. فعندما تقول الشركات: «إننا نحب...» فإنما تستخدم كلمات
بوصفها عدادات في لعبة قمار، تماماً كما تُعدّ النقود.

هنالك خدعة مشعوذ لغوية هنا، وتبدو في البداية تافهة، مجرد خدعة مريحة. بما أن الشركات مأهولة بالناس فإن مشروع التجسيم لا ينذر بالخطر. ونتيجة لذلك ننسى بالتدريج أن «الشركة» ليست سوى كناية، تعبير بلاغي يهيمن فيه الكل على خصائص أجزائه، فهي ليست حقيقة واقعة. تنتج الشركات سلعاً، وتبيع منتجات، وتدير موجودات. الأمور جيدة حتى الآن؛ ولا توجد أي مشكلة. ولكن فيما بعد، وكلما اقتربنا من الحاضر تبدأ الشركات بطلب الولاء والثقة مثلاً. إنها تريدنا سعداء. وفجأة تظهر مشكلة أخرى. لقد انطلق المجاز من جدول فرانكشتاين Frankenstein وأخذ يمشي على قدميه، إنها حيّة! إنها حيّة!

بيد أنه من المهم أن نذكر دائماً أن الشركة ليست كائناً حياً. فهي تتظاهر أنها تنتسب إلى قيم لا تفهمها ولا يمكن أن تفهمها. إنها القيم الإنسانية، كالحب والثقة والصداقة الحميمة والفرح. هذه أمور نثمنها تمييزاً حقيقياً صادقاً، ولكنها حُقِّرت ومُسخت من أجل رفع مصالح الشركة المختلفة. فنحن لا نفقد لغتنا، في هذا السياق، فحسب، بل إننا نفقد حياتنا.

كانت الكلمة في البدء، تتحرك صامتة غير منطوقة على صفحة الأعماق⁽³⁰⁾، ولكن الكلمة تجسدت ووضعت في خدمة سلطة أخرى لم تتجذر قوتها في الروح ذاتها. إننا نحن الخبز في صحبة غرباء، ويغدو كالرماد في أفواهنا، ليس له قوة ولا ديمومة. تحولت الروح التي كانت ذات يوم مقدسة، إلى طيف، إلى شبح في خضم الآلة،

وأصبحت تتابنا باستمرار. تنتقل الرحلة التاريخية بدءاً من هيليغي جيست Heilige Geist إلى زيتسجيست Zeitgeist من العقيدة الكنسية للروح القدس إلى النفس العلمانية اللامقدسة للآلة الجديدة⁽³¹⁾. وأصبحت الكلمة نفاية وأخذ وسطاء التسويق يتحركون في ما بيننا.

يقول باري هيرمان Barry Heermann في كتابه «بناء روح الفريق»: «يؤكد البحث من أجل تحقيق الاتقان الرائع والأداء الأفضل أن عناصر الفرق والمؤسسات ذات الأداء العالي يشعرون باستمرار بروح المؤسسة في عملهم، وأن هذا الشعور يُعدُّ جزءاً جوهرياً من المعنى والقيمة اللذين يضيفيهما أعضاء الفريق أو المؤسسة والمراقبون على عملهم»⁽³²⁾. وما هي هذه الروح بالضبط؟ وما هو معناها؟ وما هي قيمتها؟ إننا لا نستطيع ترجمة مثل هذه المصطلحات إلى «مرادفات» مؤسساتية دون أن نمارس العنف مع ما اعترفنا به ذات يوم أنه الآخر الأكمل والإنساني الأعمق.

عندما حدد الدين معالم هذه الأرض قبل ظهور العمل التجاري بزمان طويل، لم يكن لأي منهما حق التملك. فهذه المشاعر والمعاني والقيم سابقة لأي ادعاء مؤسساتي. يقول تينسيون Tennyson «الروح لا تعني سوى النَّفْس» وهو محق في قوله من ناحية إيتيمولوجية (تطور الآلة الكلمة)، إذ كانت الكلمة اللاتينية Spritus في كتاب فولغيت المقدس Vulgate Bible تستخدم لترجمة الكلمة اليونانية pneuma (أي النَّفْس) والتي تعني «يتنفس»، وهي الكلمة ذاتها التي

نشأت منها الكلمة الإنكليزية pneumatic (هوائي، غازي). إن باب كلمة «Spirit» في معجم أكسفورد الإنكليزي يقول: المبدأ المحيي أو الحيوي في الإنسان (والحيوان)؛ الذي ينفث الحياة في العضوية المادية، نقيضاً لعناصرها المادية الصرفة؛ نَفَس الحياة»⁽³³⁾. وعلى الرغم من رجحان الاستخدامات الدينية - والاستخدامات الرياضية والتجارية حديثاً - فإن الروح لا تعتمد على تكريس نفسها للأهداف الدينية ولا المؤسساتية، ولا للتقوى ولا للتعاون الجماعي من أجل فهم الجملة القائلة: «رُوِّضت روح الحصان».

هنالك شيء حيوي مفعم بالنشاط يطل من عيون أطفالنا. ومهما كان ذلك الشيء فإننا نعترف به ونعلم أنه ثمين. ومع ذلك، فإن تلك الروح قد أرهقت مبكراً وبصورة دائمة اليوم إلا في حالات نادرة. ونطفئ النور بسرعة. فنحن نعلم أننا لا نكون عند بعض مستويات الوعي القاتم والغامض، سوى أولئك الأطفال. ونشعر بهبة الروح تحركنا في لحظات شاذة، ولكنها تخفض الروح إلى مستوى الحنين إلى الوطن أو إلى مستوى استحواذ انطلاق الخيال اللاعلمي علينا بصورة مؤقتة. فننفذ ذلك عنا ونعود إلى العمل. ولدى حرماننا من الكلام عن هذه الأمور، يطل شيء ما حيوي ومفعم بالنشاط من عيوننا في لحظات نادرة غير مصونة، بل حذرة محترسة، مفعمة بالشك والارتياب. ولا ندع أحداً يلحظ ما نخشاه ولا ندع أحداً يفهم ما يجري.

عجباً، أين القيمة في هذا؟ وما كلفته؟ سرب من الحمام يحوم

في السماء فوق الطريق العام، لدى انبلاج الفجر. إنني أتنقل وأتذكر وأشعر بفداحة ما يضيع، ما أؤمن هذه الحياة!!

هنالك خطر داهم أبداً في مثل هذا الحديث عن المصادقية والخوف القلبي العجيب، بحيث سيظهر كنفاية العصر الجديد، مثالياً، بعيد المنال بواقعية اقتصادية وتحديات تنافسية عالمية. فلا تراهن عليه. فقد جمع الإنترنت مئات الملايين من الناس في طريق جديد كلياً، ونحن نسير عليه لاستكشاف ما نثمنه، وما نهتم به اهتماماً أصيلاً. إننا نستخدم الإنترنت لتحدث عن أمور تحوّلنا من حال إلى حال، عما نحب ومن نحب، ربما لا يبدو الأمر كذلك من الخارج، ولكننا نشارك قلوبنا رغباتها بطريقة لا يتصورها تحكّم العمل التجاري وسلطانه أو صوت الإذاعة الجمهوري.

أما في ما يتعلق بالسيد أمريكا والسيدة أمريكا وكل السفن في عرض البحر، فإنني أعرض اقتراحك هنا فوراً. اغتنم فرصتك، قم برحلة، اقفز قفزة إيمان، توحد من أجل ما هو حقيقي وسر على الجانب المقفر⁽³⁴⁾.

«الملكة الحمراء تتحدث في الاتجاه المعاكس»⁽³⁵⁾

«عَنْ أَيْتِهَا الْآلَهِة، غَضِبَ أَخِيلِيس...»⁽³⁶⁾

أخبريني، يا آلهة الشعر، عن ذلك البطل العبقري الذي سافر بعيداً وفي الآفاق بعد أن نهب مدينة طروادة الشهيرة⁽³⁷⁾.

لقد افتتح هذان التوسلان، على التوالي، كلاً من ملحمتي الإلياذة والأوديسة اللتين أطلقنا إشارة فجر الحضارة الغربية. ولكن ما علاقة

الشعر بالعمل التجاري؟ إن له علاقة كبيرة في عصر الإنترنت. ومن المفارقة أن قمة التكنولوجيا العالية قد فتحت باباً عاد السحر من خلاله إلى العالم.

كانت كتب التاريخ الساذجة التي نقرأها في المدرسة تحتفي بانتصار العلم على الجهل والخرافة. فالتجارب أعطتنا حقائق مثبتة بالدليل التجريبي، وليس تحليقات خيالية. واقتصرت المعطيات على الشعوذة، والمعرفة على الحكمة في كثير من الأحيان. وعلى الرغم من المعجزات التي صنعها العلم، كان الخيال دائماً ضحية هذا النصر.

إننا نريد اليوم حقائق مدروسة لا سبيل لإنكارها، نريد الكلمة الحاسمة. لا يمكن أن ننزعج بالمنظور والفكرة، وبالأحاسيس الباطنية. نريد معرفة نجعلها «عملية». نريد تشغيل رأس المال الفكري. وبافتراض العالم حقيقة مدروسة لا سبيل لإنكارها، فإن فهمه ممكن بوصفه مكاناً تعرف فيه الأشياء بصورة واضحة لا لبس فيها، خالية من أي شك. بيد أن هذه الطريقة التي ولدها التراث العلمي والتكنولوجي ليست سوى طريقة واحدة من طرق رؤية الأشياء. فهناك طرق أخرى.

يقول المثل الشائع: «القناعة كنز»⁽³⁸⁾. ففي الوقت الذي يشبع فيه الرأي نقاشاً وحواراً، يجري تجاهل تحيُّزه الذكوري الواضح. إذ ما زال العلم والتكنولوجيا عملاً ذكورياً عبر التاريخ، وشكل كلاهما عالماً منذ زمن بعيد، بحيث لم نعد قادرين على تذكُّر شيء حدث قبل ذلك. ولنلاحظ أن كليهما يتعلق بالتنبؤ والتحكُّم، العلة

والنتيجة، الفعل ورد الفعل. اسحب هذا الذراع وراقب الطائرة وهي تنحدر. أمر يمكن تكراره. قوي، مُحكَّم⁽³⁹⁾.

ولكن العالم لا يكون دائماً محكماً، فمعظمه فوضوي، ويظل على الرغم من معرفتنا الواسعة غامضاً. تسعى محاولات تجريد المنطق العقلاني واختزاله إلى توضيح العالم، ولكنها لا تفسر أساساً سوى ما هو مرئي فقط. فالافتراضات المتأصلة فيها القائلة، إن لكل شيء تفسيراً علمياً، مثلاً، تعمي الأبصار عن كثير من أمور الحياة. فالحياة بحرفيتها، والحياة البيولوجية ليست نظرية، بل نحن جزء لا يتجزأ منها. فلنفكر في ما يحدث بالفعل في غابة عذراء، ولنفكر في ما يحدث في قلب الإنسان.

هذه مياه عميقة ذات خرائط غير مؤكدة؛ مظلمة، خفية، مناسبة عارمة، منتشية. هذه هي مملكة ولادة الجنس والعاطفة والنوم والحلم والأسطورة والحدس وموتها. شعور وليس حساباً. استسلام وليس تحكماً. هذه هي مملكة الأنوثة.

فلننسَ سياسات الجنس الذكورية والأنثوية. فلا يعني الاستسلام ضعفاً، ولا تعني الأنوثة بالضرورة الأنثى، فهذه معرفة أقدم، بل أقدم بكثير من المذكر والمؤنث. كان الحكماء الصينيون يعتقدون أن السماء مذكّر، والأرض مؤنثة، الظلمة والنور؛ متممان وليساً أضداداً قطبية، الانسجام يتأتى من التوازن وليس من انتصار أحد على الآخر.

ومع ذلك فإن العلم في حضارتنا هذه الأيام قد هزم كل الأيدي، وغلبت ابنته، التكنولوجيا، جميع وجهات النظر الأخرى وأخضعتها. إذ ولدت التكنولوجيا العمل التجاري الكبير، ووُلد هذا بدوره وسائل الإعلام. وترك التاريخ المتشابك للعلم والتكنولوجيا والتجارة ميراثاً من الهيمنة والتحكم، من الاستعمار الجغرافي لما يسمى بالقوى الكبرى إلى أكثر أشكال الاستعمار النفسي المتمثل بالامبراطوريات الإعلامية مثل ياهو Yahoo وAOL، وديزني Disney، ومؤسسة روبرت مردوخ Rupert Murdoch's News Corporation الإعلامية.

تعد الإذاعة الناطق الرسمي لهذا الدافع الاستعماري في السوق. أما في مكان العمل فالناطق الرسمي هو إدارة القيادة والتحكم. وكلاهما يفرض السلطة من القمة إلى القاعدة. وكلاهما يقدم الحقائق الجامدة الباردة بمصطلحات محدّدة ذات دلالات: أوامر العمل، سجلات قواعد المعطيات، أسعار الأسهم، أهداف رياضية، وتقارير إخبارية نزيهة وموضوعية كما هو مفترض أن تكون.

ولقد اصطدمت طريقة تشكيل العالم هذه بالإنترنت رأساً برأس. فقد جاء الناس إلى هذا الوسط بعشرات الملايين بمصالح واهتمامات أخرى، قائمة على العواطف الجسدية بعيداً عن الميول الآلية لمجمع تكنولوجيا العمل التجاري. إذ منح الإنترنت صوتاً لكل فرد. بيد أن صوت الشعب أكثر حيوية من المنطوقات المجدبة التي تصدر عن المؤسسات وعناقيد الإعلام.

إن الغموض هو من أكثر صفات الأنوثة جوهريّة وليست المعرفة المؤكدة. الإيحاء والدلالة، وليس الوصف المحدد المتقن، الشعر والقول المأثور، وليس التحليل الإخباري. إننا نتحرك - بوصفنا ثقافة - من الحقائق الجامدة الباردة إلى الحكايات السردية الدافئة المناسبة. دافئة كما لو كانت في حرارة الجسم وليست باردة كما في الربوط (الإنسان الآلي). مناسبة سائلة كما في الأشكال العضوية، وليست أطراً من أسلاك مستقيمة. وتحدث هذه الحكايات البشرية جذباً هائلاً. ينفخ الله فينا فيمنحنا الحياة. هذا هو تاريخ كلمة enthusiasm (حماسة) وتطورها. إذ أعارت الآلهة نفسها إلى الصوت فأوحى إلينا.

مَنْ يخلق هذه الحكايات اليوم؟ وأصوات مَنْ تلك التي ستجذب مستمعين جددًا بالطريقة التي جذب بها كهنة قدماء الإنكليز القمر، بالطريقة التي جَرَّ بها الإغريق الحصان الخشبي إلى بوابات طروادة؟ أنبئني يا إلهة أولئك الأبطال العباقرة. غنّ لي يا إلهة الغضب والتغرب. إنني مجامع أُمي. أيها الطفل، عقلك سمائي وعيناك ناري. هذا العالم، وهذه الحياة، معقدان، مرهفان، مركّبان، ثمينان بما لا يقدر. إنني أنطح برأسي جدران امبراطورية، عادات السلطة، حنقاً. أنفجر وأحترق من أجل حبك. متخيلاً الشبكة وقد ترابطت، متخيلاً الفرحة جداراً من الأبواق والطبول والضجيج السحري الخطير. إنني أنحني فوق سياجي، أشغل الدارات، وأجعلها متوهّجة

ساطعة. مهتزاً في العالم الحر، وأعلّق ملاحظة على بابل. لا أدخل من أجل دولار ولا من أجل عُشر دولار. ولا أنزل من أجل حلم لا يُساوي ربع دولار. بل إنني عائد إلى ذراعيك الحلزونيين الليلة مسلحاً بالخيال. فلكل شيء معنيان على الأقل. ولكنني أريد أن أقول شيئاً واحداً أيتها الفتاة: الحب هو الحب الذي لا يزوي ولا يموت.