

الفصل الثامن

اليطويا الأخيرة

"كيف نوفق بين الملاحظة التي مفادها "أن ما هو أخلاقي ليس على العموم بذني مردود" والاعتقاد القائم "أن ما هو ناجع هو بالتعريف أخلاقي؟".

Lewis Lapham

La montagne des vanités

"إنني وطني ولكن يتوجب علي إرضاء ما يقتضيه

المستثمرون من ضرورة مردودية". Léon Cooperman

الرئيس المدير العام لشركة OMEGA ADVISORS

HEDGE FUND بعد اعتداءات 11 سبتمبر 2001

"إن مفتاح الرفاهية الاقتصادية هو خلق إحباط منظم"

رئيس سابق لشركة GENERAL MOTOR

أوردت الصحافة الإنجليزية منذ سنوات قصة موحية بقدر ما هي حزينة: أب وابنه من الطبقة البورجوازية المتوسطة الإندونيسية قررا بتبجح أن لا يأكلا صباحاً ومساءً إلا في مطعم الماكدو من أجل دفع عجلة العولة في بلادهم ومعالجة آلام وطنهم من سوء نمو ورشوة واستبداد.

إنها الديمقراطية عن طريق الهامبورغر!

يمكن أن يبدو هذا المسلك المختصر مدهشاً، ولكن بعض الخرافات تبلغ من الرسوخ حد حث بعض العقلاء على القيام بأفعال ليست في مستوى تعقلهم. فهذا الأب والولد لم يرضيا فقط بأن يعلفا أنفسهما صباحاً مساءً بغذاء مشكوك في نوعيته، وإنما اعتقدا أنهما يؤديان فعلاً مؤسساً قريباً من التخريب.

حول بعض الخرافات الخطيرة:

حان الوقت لتصحيح عدد من الأساطير. فلا سبيل للبرهنة على ما يروج من مصادرة تحالف الرأسمالية والديمقراطية بحيث تفضي حرية الرأسمالية إلى حرية الأشخاص والمؤسسات بنوع من الآلية المثلى.

فالتعددية بالإضافة إلى السوق الحرة، خرافة تعود لعصر الحرب الباردة، لئن كانت ناجعة ضد النظام السوفياتي، إلا أنها أبعد ما تكون عن اليقين اليوم. فالسوق ليس فقط أعمى أخلاقياً

(جون راولس)، لا تحركه سوى النجاعة، وإنما آليته محايدة سياسياً أيضاً "معروضة على الجميع وفق أي هدف كان" (121).

فإذا كان يعطي فرصة واسعة للمستهلكين للتأثير على الأسعار والاستثمارات، فإنه لا أثر له على شفافية الحكومات.

إن السوق يتأقلم مع كل الأنظمة، يزدهر تحت الأنظمة الدكتاتورية كما يزدهر تحت دول القانون: فالدول النفطية الخليجية وسنغافورة وماليزيا والصين الشعبية تخضع بشكل أو بآخر لمعاييرها دون أن تكون نموذجاً للتسامح السياسي.

ولا يمكن أن ننسى أن إيطاليا في عهد موسوليني وألمانيا الهتلرية كانتا على عكس روسيا الستالينية أمتين مزدهرتين اقتصادياً وضعتا قدرتهما الصناعية في مصلحة نشوتهما العسكرية (122).

وكما يقول آدم سميث: "إن التاجر ليس بالضرورة مواطناً لأي دولة على الخصوص فلا يهمله كثيراً في أي موقع يدير فيه تجارته، وعندما يمسه أدنى نفور من مكان ما يمكنه أن يقرر نقل رأسماله من بلد إلى آخر جالباً معه كل الصناعة التي كان يوظف فيها رأسماله" (123).

ففعلاً من المنظور التجاري "ليس العالم سوى أمة واحدة تكون الأمم داخلها على شكل الأفراد، كما كتب عام 1691 السير ديدلاي نورث" (124).

فالسوق يزيح الحدود والإمبراطوريات، راسماً لكل الشعوب تخوم وطن جديد مشترك متمحور حول التبادلات. وما دام لا يهمله سوى حركة البضائع وتدفق الإعلام، فإنه يقومّ الدول من زاوية القدرة التنافسية وحدها، وليس مدى انسجامها مع المبادئ الجمهورية.

فالأوطان العريقة زحزحت من سباتها القديم، وأصبحت أنواعاً من الشركات المعلقة التي لا مالك لها، تتفاوت من حيث الكفاءة (فرنسا الشركة، ألمانيا الشركة).

وتحدد معاهد مختصة جاذبية كل دولة بحسب معايير "الإغراء الضريبي" والبيئة والعمالة الرخيصة وانعدام النقابات.

فيذا كان السوق هو الحكم الأوحد، لم يكن ليعبأ بالمنتخبين والمؤسسات، إذ لغته الوحيدة هي لغة الحساب والمردودية.

وياتعس الأجراء الذين يعترضون أو يتمردون: سيهدد مستخدميهم فوراً بالرحيل عن البلد المعاند إلا إذا "عصرن" عقلياته، كما كان شأن أرباب العمل الذين اجتمعوا يوم 16 مايو 2001 في باريس جزعين من تهديدات مقاطعة منتوجات دانون بعد إعلان خطة لتسريح بعض عمالها⁽¹²⁵⁾.

من هذا المنظور، غدا برلسكوني إثر انتخابه في إيطاليا بما عناه من تحويل لقدراته في إدارة المال إلى الحقل السياسي "نمطاً من عالم الكيمياء القديم بدمجه الخارق ما بين الشركة والوطن"⁽¹²⁶⁾،

في الوقت الذي تبحث فيه الدولة القومية المزعزعة عن نفس جديد من خلال استراتيجيات إدارة الأعمال.

ففي كل مكان، ينزع "حزب الأعمال" إلى القضاء على الأجهزة القديمة المنهكة، التي ربما استهواها اللجوء إلى وكالات الدعاية للرفع من شأنها، باحثة عن شعار جديد، كما فعل الشيوعيون الفرنسيون في ربيع عام 2001 (127).

في كل مكان، نشهد اجترار العقيدة السان سيمونية التي كانت تهدف لتحميل المهندسين مسؤولية الأعمال، فها هم قادة الصناعة الكبار، وقد تملكهم الكبرياء يطالبون بتسليم مقاليد الدولة (مثل: أرنست أنطوان سيار رئيس أرباب العمل الفرنسيين الذي أثاره وصول رئيس مجموعة كوكاكولا لرئاسة الدولة المكسيكية فأدان أحزاب اليسار واليمين معتبراً أنها مذنبه بانتمائها للعالم القديم مقترحاً تعويضها برجال أعمال وكأنه يصرخ قائلاً: "دعوا لنا الأمر").

فالعودة إلى الاستثمار تنزع إذن إلى أن تصبح المقياس الأوحد لتقويم القارات والثقافات. ويلوح في الأفق الاتجاه إلى اختفاء الأمة.

وقد كانت الإطار الوحيد إلى حد الآن لممارسة الديمقراطية. ويكون هذا الاختفاء أحياناً في صالح نموذجها المصغر الذي هو الجهة، مع أن الجهة لا تخلو من الفضاء نفسها التي تعاني منها

الدولة القومية كما رأينا في منطقة الكورس أو في البلاد الباسكية، حتى ولو كانت الصورة أجلى في المجموعات الكبرى.

ففي مقابل أنماط التعاضد المدنية والقومية التي لها دوماً أساس انتروبولوجي (أمانويل تود)، يقوم رأي عام "معلوم" ملتحم بنفس الرباط إزاء السوق وقوانينه.

فنحن نعيش في وهم انمحاء عاجل للحدود، وهو سراب تصونه قوى كبرى واثقة من حدودها، ومتيقنة من أسطورة الرأسمالي العبقري من حيث هو البديل الملائم للزعيم السياسي.

وكما يبين جان بيان مسيار فإن الشركات مؤهلة أكثر من الوزراء ونواب البرلمان من تحديد ما هو مهم؛ لأن "الرأسمالية" تتضمن في ذاتها، ربما بصفة وراثية (كذا ورد) القدرة على اعتبار مصلحة المجتمع بأكمله، وفي الغالب لا يعترف بهذه الفضيلة إلا للسلطة السياسية باسم الاقتراع العام" (128).

إننا ندين بحق تدخل الإدارة في الصناعة، ولكن بأي حق يتدخل أصحاب الشركات الكبرى في الحياة المدنية وفي المعترك السياسي وكأنهم أكثر شرعية من حيث وظائفهم من النواب المنتخبين شرعياً؟

كما أنه لا دليل يدعم التفاؤل التجاري الذي يرى في التبادل وسيلة للتقريب بين البشر وإنهاء خصوماتهم.

فمقولة "Catalaxie" التي ابتدعها حايك وتعني لديه تحويل

الخصم إلى صديق بفضل السوق، وإن كانت جذابة إلا أنها قليلة الجدوى. أو هي على الأصح مجرد يطوييا، أي أمل باكتشاف ما كنا نبحت عنه طويلاً من علاج للجنون البشري⁽¹²⁹⁾.

فالموسط المالي الرفيع إن كان ضمن في أوروبا بعد 1815 مناخاً من السلم النسبي، إلا أنه لم يتمكن فيما بعد من تجنبها اشتعال الأهواء القومية ومذبحة 1914 (رأى جورج باطاي في الحربين العالميتين مظهراً للإسراف في تبديد الثروات، أي نمط من البولتاش على المستوى الكوني بعد قرن من التراكم).

ولقد أخفقت بدورها التجارة اللطيفة الأثيرة لدى مونتسكيو في احتواء الاندفاعات العدوانية.

وحسب علمنا، لم تنقص الصراعات المسلحة منذ 1989 حتى في تخوم أوروبا المزهرة حيث ظهرت من جديد منذ عشر سنوات.

وحسب عبارة صامويل هانتغتون الصائبة، لم تحل المنفعة أبداً دون النزاع، ولم يحد الاندماج الاقتصادي أبداً من خطر المواجهة⁽¹³⁰⁾.

انظروا إلى الطائفة اليابانية أوم، وإلى آخر جيل من الانتحاريين الإسلاميين، إنهم ينحدرون كلهم من عائلات بورجوازية غنية: فالرغبة في القتل والعدمية والجنون مظاهر لا تختص بالفقراء بل تمس الأغنياء أيضاً.

وبعبارات أخرى، إذا كان السلم يشجع التجارة، فإن التجارة لم تضمن أبداً السلم.

يمكن بالتأكيد التبشير حسب الشعارات الرائجة بالتبادل العادل، بـ"المقهى الأخلاقي" والبضائع "made in dignity" إلا أن ذلك لن يمنع من أن المفاوضات التجارية الدولية الكبرى ستظل معارض خصام، ومعتركات ضارية، حيث تتنازع بلدان صغيرة وكبيرة حول بعض النسب المثوية بنوع من الحدة لا تعطي الانطباع بحصول الوئام بين المتعاملين.

فمن المستحيل إذن تصور السوق بصفته عامل قمع أو تحرير. إنه العاملان معاً، يهدف للتقدم كما يسعى للظلامية أيضاً. يقيم الصلة بين البشر، دون اتفاق، يقرب ما بينهم دون أن يشد بعضهم لبعض، يدعم التفاهات المؤقتة والسطحية، يولد بدوره أنماطاً جديدة من الإحباط.

لا يمكنه بأي حال من الأحوال أن يكون المدخل الأوحى إلى عالم يسوده السلام، وإنما أحد أركان هذا العالم على أحسن تقدير.

ويمكننا القول بقلب شعار شهير إن التجارة ليست عالماً ولا تصنع العالم ولا تترجم سوى جزئية محدودة من العلاقات الإنسانية: فالمعاملات الأبسط في الظاهر لا تخلو مسبقاً من عدوى المشاعر والهيجان والانفعال.

الحرية المطلقة:

"إنكم مجامع لا يعرف بعضها بعضاً! هكذا يتحدث الكاهن والمحامي والمناضل. فبؤس العبودية بالنسبة للأول يتمثل في البعد من الرب، والاهتمام الزائد بمتاع الدنيا. ويتمثل بالنسبة للثاني في اكتشاف حكم مسبق خطير حكم به على شخص يمكن أن يكون زبونا. ويتمثل بالنسبة لثالث الثلاثة في الاستكانة للفوضى القائمة. فأحدهم يرنو للخلاص، وآخر يهدف للإصلاح، والأخير لمجيء العدالة ولو عن طريق التمرد.

ولئن كانت عبارة عبودية فظة إلا أنها أيضاً محيرة: ماذا لو كنت مسترقاً دون أن أدري فنحن في مجتمعاتنا الديموقراطية، التي تتمتع بسلطات مضادة، نخضع لكل الأنواع الصغيرة من الاستبداد التي ليس الاستبداد المالي بأقلها شأنًا.

ومع ذلك فإن وصف مواطني الغرب بأنهم كالبهائم المستغرقة في المتع (على شكل شكوة ياغورت تديرها الطبقة الوسطى حسب عبارة جيل شاتليه) يقوم على خلط بين أمرين: الحريات التي تتسم بالتعددية وتشمل ميادين متنوعة، والسيادة التي تقتض قوة قاهرة لذات مطلقة.

فالحرية دون معايير، هي الحلم الكبير المراهق الذي يجتاح اليوم أوروبا ويدعو إلى أن لا نعمل إلا ما نرغب فيه، ولا نستجيب إلا

لرغبات مزاجنا وسلطة الميول العابرة. إنه نوع من التطرف الإباحي الذي يذكر بتمتع السيد الإقطاعي الكبير.

تمر بنا هنا جملة اسبينوزا الجلية والمقلقة: "الحرية هي إدراك الضرورة" مما قد يعني إما أن على الحرية أن تخضع لما يتجاوزها أو أن عليها أن تراعي المحنة لكي يسهل عليها مواجهتها. فمعرفة المرء لحدوده هي أفضل طريقة لتجاوزها. ولا أحد بمقدوره أن يبرهن لي على أنني مستعبد، كما ليس بمقدوري أن أقنع أحداً بحريتي. فلا الاستغلال ولا العبودية التامة بمقولتين ملائمتين لوصف الحرية الإنسانية، التي هي الإمكانية المتاحة لكل أحد للخروج من نسق ما، أو طبيعة، أو غريزة، أو أصل؛ فالعبارات من قبيل "إنكم عبيد، خنازير، عجول" هدفها الأساسي هو حمل الناس على الخجل من وضعهم.

فعندما يصرخ أحد المناضلين السابقين في الحركة الموقفية الراديكالية متحدثاً عن فرنسا " تتصاعد وتيرة الخنوع" بسرعة مخيفة" فإنه يفكر على الرغم منه على طريقة معاهد قياس الرأي المسؤولة عن استقصاء معنويات المنازل.

فهل ثمة مقياس عالمي لتحديد مستوى الخضوع والغضب ونسبة السعادة الصافية؟

بذا نعوم في الوهم الإحصائي، وكراهية هذا الشعب العصي على نصائح أولئك الذين يريدون تربيته.

يمكن دون شك أن نشرح للفرنسيين والألمان والإيطاليين بأنهم سخيون، قذرون وصغار: فننسى عندئذ أن النظام الاجتماعي يبقى قائماً؛ لأن أغلبية من الناس تستفيد منه، وبذا يتضح أن الكراهية الثورية للعامة تساوي بغض البورجوازيين الكبار لها. فماذا يبقى إذن من النزعة السياسية؟ السخرية والندم. الجزع من أن التاريخ قد تتكرر لك، والإحساس بالمرارة تجاه الحياة المستمرة، والرجال والنساء الذين يتشبثون بالضحك والحب والبكاء ويتهكمون من هؤلاء الشباب الكهول الذين يقدمون لهم النصائح الأخلاقية.

الخلط بين الأنظمة:

إن الأنظمة السياسية التي غدت تتحكم فيها قوانين السوق لوحدها تتحط بصفة مذهلة، فيغلب عليها شراء الأصوات والإسراف في الإنفاق، كما أثبتت الانتخابات الأمريكية الأخيرة⁽¹³¹⁾.

فعندما ننظر إلى الانتخابات من زاوية قصر برونيارت، أو من ويل ستريت، أو ستي، نراه مجرد شكليات. فالسياسة أصبحت خدمة نطلبها أو نزيحها بحب الحاجيات. لقد انتهى هم المصلحة العامة، ونشوة الانخراط في أمر يتجاوز ذاتيتنا: الرفاهية والوفرة قبل كل شيء⁽¹³²⁾.

في السابق كان التقابل بين الملحمة الثورية والنشر البرلماني، أما اليوم فيفضل الترفيه الإعلامي على السأم الديمقراطي: "أتوجس أن الجمهور أصبح يعتقد أن الحوارات حول الضمان الاجتماعي والضرائب والتربية حوارات قائمة، فلم يعد بالإمكان تقديم الأخبار في شكل رصين، فالجمهور تعود على الترقب والاكتشافات المثيرة والأمور الخارقة"، كما كتبت معلقة إذاعية أمريكية بعد حادثة لونيسكي.

إن الديمقراطيات الغنية تعتمد في الغالب إلى التقاط ما يحلو لها في العالم وإهمال الباقي عندما تكون قد استمرت اللامبالاة ولم تعد تهتم بالمخاطر المتزايدة التي تهددها.

أما الشركات الكبرى فلا تعباً بحقوق الإنسان، ويمكنها استغلال النساء والأطفال دون وازع، كما يمكنها التعامل مع الأنظمة الاستبدادية أو الكليانية.

(وقد رأينا على سبيل المثال شركة اينوكال البترولية الأمريكية تغازل حركة طالبان التي كانت موافقة على مرور أنابيب النفط الآتية من آسيا الوسطى بإقليمها).

فمن الخيال الفكري المجنح والتكرر للحقائق الاعتقاد مثل ميلتون فريدمان أن السوق تعمل على تحقيق تجانس المصالح الفردية بنوع من المطابقة العضوية، بحيث أن اللامبالاة المتبادلة والانكفاء على الذات يشكلان أفضل ضامن للسلم، أو الكتابة مثل

بيار مانينت إن قواعد السوق تقتضي إخضاع الوظائف، لا إخضاع الأشخاص.

ويذهب مانينت إلى القول "صحيح أنه في بعض الحالات يمكن لفرد ما أن يستفيد من تقدمه الوظيفي لممارسة سلطة اعتبارية على القديم، صحيح أننا نشهد في بعض الحالات بروز رب عمل على غرار الحكام المطلقين، ولكن مثل هذه التصرفات المؤسفة دوماً ستقضى تدريجياً بفضل لعبة التنافس الطبيعية التي تقتضي مسلكاً عقلانياً"⁽¹³³⁾.

إن مثل هذه المزاعم تفرط في التفاعل، وتتجاهل خطورة أن عالم الأعمال هو أيضاً عالم الابتزاز والعنف والأهواء والشللية. لقد لاحظ ريمون آرون منذ الستينيات الطابع الوهمي لديمقراطية المال التي هي دوماً فضاء قهر وتسلط يندم فيه الوضوح (حتى ولو كانت الأساليب الجديدة في التسيير قد منحت مبادرات أكثر للعمال).

"الحمقى وحدهم هم الذين يمكنهم الاعتقاد أن للأسواق ضميراً، الحمقى وأساتذة كراسي الاقتصاد"، حسب قول جورج سوروس، وهو من أهل الذكر في المسألة.

وكما أن باسكال طلب من العقل "استبطن عدوه في داخله" فإن على النظام البرلماني السعي للإطاحة بنقائضه: الذوق التنافسي، الجشع المالي، حب السلطة في ضبط نوازعه التي يمكن أن تقويه إذا تحكمت فيها.

فالأسمالية والديمقراطية ينممان بعضهما أكثر من كونهما متكاملتين. ويدعمان بعضهما بقدر ما يتعاكسان، تقوم بينهما علاقات تآزر تناقسي، ويتمثلان في نمط من التشابه الزائف.

ولكن عندما يتوافقان، تحصل المعجزة، كما حدث في أوروبا الغربية منذ 1945: أكثر من نصف قرن من السلام والغنى، أعجوبة خارقة لم تعد تثير اهتمام أجيالنا المدللة.

وفي هذا الزواج بين الماء والنار، يتعين على الديمقراطية أن تعيد الأسمالية إلى الاهتمام بالمصلحة العامة، وعليها أن تروض هذا الوحش حتى يظل في الاتجاه السليم، بأن تحتويه بالمعنى المزدوج للعبارة: بأن تطوقه وتحد منه.

فالاقتصاد إذا أراد أن يصبح رافعاً حضارياً، لا بد له من الاستناد لمؤسسات تضمن الفصل بين النظم والسلط وتحمي الأفراد من جروح المنافسة.

إن "ديمقراطية السوق" تؤدي إلى إفساد الديمقراطية، بوضعها منزلة الشرعية في المؤسسة وليس في البرلمان، ولا تعرف إلا نمطاً واحداً من المواطنة هو نمط المستهلك المساهم الذي يقدم مصالحه الخاصة، وشهواته الخاصة انطلاقاً من مبدأ "ليهلك العالم شريطة أن يربح المتجر".

إنها أخيراً تقضي على الفكرة الوطنية التي أصبحت مصفوفة في مخزن اللوازم المهجورة لصالح التجمعات المحلية والجهوية

المؤسسة على الصلات والمصالح المشتركة. بيد أن الانتماء لأمة "لا يعني الانضمام لشركة تأمين، فمثل هذه الشركة يمكن أن تكون لها علاماتها الخاصة وشعارها الإعلان، ولكن العلامة ليست رمزاً قومياً، والشعار ليس نشيداً وطنياً. علينا أن نتساءل عن ثمن حرمان المواطنين من البعد الرمزي لانتمائهم القومي" (134).

لأن هدف الوطن ليس تحقيق الربح، إنه جسم تشكل عبر التاريخ، بني على ذاكرة مشتركة، هدفه الحفاظ على كيانه وتأمين استمرارية تراثه (وإن كان بإمكانه السعي لأن يصبح قوة اقتصادية).

فحيث ما يكون فراغ السلطة، وضعف الدولة، ينبثق الخواء والإرهاب، اللذان ينتهيان إلى تهديد البلدان المجاورة والنظام العالمي.

وإلى حد الآن، حتى لو كنا نتأرجح بين حكومات فقدت جانباً من صلاحياتها وأوروبا سياسية لم توجد بعد، لا نزال نمارس حريتنا الجماعية عبر دول قديمة ونحس بشعور المواطنة بفضلها، أي من حيث كوننا مشاركون في السلطة.

فالأمة تظل ضرورية، بل لا سبيل لتجاوزها، ما دامت تنقل الأهواء والقيم، وتشكل الإطار الأمثل لتحكم مجموعة بشرية ما في مصيرها.

فلا أحد يكون مواطناً في العالم أو في السوق، ولكن دوماً مواطناً في دولة تحمي حقوقه، وتحدد له واجباته، وتدمجه في نسق ميراث يربطه بكل البشر الغابرين والآتين.

إن الأمة هي إذن هذا المجموع المتفرد الذي أصل عبره للكونية، إنها عقد وإلزام بين أفراد في إطار روح عامة موروثه من تقليد عيش مشترك.

ولا ينتج عن إذابتها الفضة في محيط أكثر اتساعاً، أو التضحية بها على مذبح المصالح الاقتصادية سوى تشجيع كل أشكال النكوص المحلية والجهوية والقبلية، بدلاً من الوصول للعالمية: ومن هنا كانت جدلية القمر الصناعي والجرس التي تضبط مبادلاتنا مع الخارج؛ لأن نشوة النفاذ إلى البعد الكوني تمتزج بالخوف من الاختفاء في اللامتعيين.

شراهة الخير:

ها هي الشركات الكبرى قد اختطت لنفسها مؤخراً مهمة تبشيرية. فالسذج الذين يعتقدون أن المصنع ينتج سيارات أو مشروبات غازية يرد عليهم أن هذه البضائع المبتذلة يمكن أن تكون أيضاً مقام مغامرة روحية أكثر سمواً.

وهكذا نشأ طموح كبير هو الأتيقا الصناعية: مصانع المواد الكيميائية والتغذية والنسيج تحولت إلى أنبياء جدد تسن منذ الآن

وصاياها العشر، وتطمح إلى تعويض الديانات والفلسفات في هذه المبادئ التي كانت تختص بها.

ويمكن أن ننظر بطريقتين إلى هذه الأوامر الأخلاقية: سواء بإدانتها باعتبارها إستراتيجية تجميع وتكديس لا إيمان ولا أخلاق فيها تقوم على التظاهر بلباس الداعية لإخفاء الممارسات غير المشروعة والفاضحة، ومن ثم اعتبارها طريقة لتوظيف الفضيلة والبيئة لصالح الروح التنافسية من أجل حفز وتعبئة المستخدمين واستمالة الزبناء (جيل لبيوفتسكي)⁽¹³⁵⁾.

ويمكن في المقابل أن نرى في هذه العملية التجميلية فحاً ينصبه عالم الأعمال لنفسه، مهما كان الطابع الاصطناعي للشرائح التي يستتها، إلى حد السقوط في "خصخصة مبدأ القانون" (ميري دلماس مرتي)، إنه بدأ يعرض نفسه للخطر وللمقاطعة إن هو خان معايير الخاصة: مثل ما جرى لشركة نايك المهمة بتشغيل أطفال العالم الثالث في معامل الاستعباد Sweatshops.

فهذه الشرائح هي في آن واحد حجب دخان، أنساق تشريعية خاصة صيغت بطريقة تمييزية ودون رقابة، ولكنها أيضاً ربة تصنعها الشركات الكبرى حول عنقها.

توثق قيودها بذاتها، وتندر نفسها بما يتوعدها من إدانة معاهد التقويم التي توجه "الاستثمارات الأخلاقية" فأداة سيادتها تصبح أداة هشاشتها⁽¹³⁶⁾.

فما يكشف عنه السلوك الاجتماعي السليم ليس ورع كبار أهل المال وإنما شهوانياتهم المحمومة بالمعنى الرمزي وليس بالمعنى المادي. فهاهم يقدمون أنفسهم مشرعين جدداً، مترجمين للوعي العام، منتجين للمسلمات، ناشرين للمعايير.

فلم يعد يكفيهم الاستيلاء على أسواق: بل غدوا يطمحون لامتلاك مواقع الروح اللامادية، بحيث يحلون رويداً محل المدرسة والأحزاب والروحانيات، ويحددوا ما هو جيد وما هو خير.

لقد بدأنا نحس أن الاقتصاد يريد أن يحتوي على كل القطاعات التي تفلت من قوانينه، ويود أن يكون أكثر مدنية من الدولة، أكثر اعتناء بالبيئة من الأحزاب الخضر، أكثر رأفة بالناس من الصليب الأحمر، أكثر لطفاً من الكشافة، أكثر ورعاً من الكهنة.

يحدث ذلك عندما يجعل أرباب العمل من بضائعهم مظهراً للتجلي الرباني، ومن مخازنهم معابد إيمان، وعندما تبين آدياس أنها "تحول الإنسان إلى أفضل" وعندما تشرح لنا دانون أنها "توطد سعادتنا" وتدعي لفيس أنها تشجع الحرية ("ستنتهي الحرية في يوم ما إلى الوصول لكل الناس")، وتؤكد نايك أنها تسعى لتهديب النفس. وتدعي بنتون أنها تناضل ضد العنصرية، وعندما تستخدم آبل كبار المفكرين ("التفكير بصفة مختلفة") وعندما تستشهد لاكوست بجملة لنيثشة ("كن من أنت") وعندما تكون ستاروبوكس

تبيع "تجربة" لا قهوة، بمعنى أنها تقدم قليلاً من نكهة أوروبا القديمة، وعندما ترفع منتجات الغسيل شعار الدفاع عن البيئة.

ولكن عندما يرتدي العطار جبة الشاعر أو النبي، فإنه بذلك يحط من قدر الشعر والنبوة إلى مستوى العطار.

فمهما قال، هو على خطأ، شأنه شأن فلاسفة الشركة الذين يضيفون مفاهيم جميلة على استراتيجيات أرباحهم.

لقد كان دوماً دور الإعلان الترويجي منذ إنشائه هو إعطاء شخصية للمنتجات، بل منحها بعض السمو.

فحتى لو باعت مؤسسة ما ميزة أو صورة في بيعها لعطور أو أثاث، فلا يعني ذلك مطالبته بسن القيم وإرشادنا للطريق السليم.

إن عالم الأعمال هو دون ريب سلطتنا الروحية الحديثة، بزيه الخاص، ولغته وشرائعه وتائبه من الزلل (جيمي غولد شميت وجورج سوروس). بل وزهاده مثل ميشال كامدسيس الذي رجع للرب بعد عبادة مامون⁽¹³⁷⁾.

ولكن هؤلاء القادة الكبار بقدر ما هم ليسوا فنانيين ولا نجوم روك - حتى ولو أن بعضهم يغازل عالم الأضواء Showbiz فإنهم ليسوا أيضاً زعامات روحية.

إنهم رجال أعمال، وعباقرة أحياناً، وهو أمر لا بأس به. ومن غير اللائق أبداً أن نستمتع إليهم يتكلمون في الحب والخير

والرحمة، أن نراهم يتكبرون في شكل الحمل الوديع، متملقين ومكفرين عن ذنوبهم بالصدقات.

إن عبارات التزلف والرياء التي يستخدمونها ليست فقط عديمة الجدوى، بل تكشف خصوصاً عن إرادة هيمنة. وكأنهم وقد أنهكتهم سطحية مغامرات اللعبة الرأسمالية، يريدون الآن المرور بتجربة إنسانية أكثر اتساعاً. شاعرين بموجة روحية حقيقية تجرفهم.

فهؤلاء الشيوخ القدوة في الاستقامة يقسمون لنا بأن هدفهم ليس بيع مشروبات أو سراويل وإنما بيع السعادة والعاطفة والتضامن.

وقد بالغت شركة بنتون في هذا النزوع إلى حد الوقاحة بإظهارها صور جرحى الحرب ومرضى السيدا والجائعين، كل ذا لأجل بيع كنزات وطاقيات بسعر زهيد مع إعطائنا زيادة على ذلك دروساً في الأخلاق!

إن الشركة الحديثة تريد أن تكون مدينة مشرقة ورحم عالم بلا آثام، بيد أن هدفها هو وضع المعايير التي تكون في صالح رجال الأعمال، والأسلحة التي تستخدمها -خصوصاً إذا تعلق الأمر بشركات المتعددة الجنسيات- هي: الضغوط وإرادة القوة والتجسس وكذا الرشوة والجريمة. وليس في الأمر أي "غرابة"، إن بقيت قواعد اللعبة في حدود دائرة معينة، وإن حصرت هذه "الردائل الاستثنائية" في نطاقها.

فهلا أشفق علينا رجال المال فجنبونا مواعظهم.

أحسنوا العمل الذي أنتم مأجورون لفعله، ولا تعملوا الخير من فضلكم (138).

اسعوا لجمع المال، ولا تسعوا لسعادة الناس.

اكتفوا بربح أسهم في السوق، وكفوا عن التكر في زي الزعامة الروحية. ففي كلرمون فيران كان يولد المرء في أحضان ميشلان، ويتنفس في أحضانها ويموت في أحضانها (فقبل 1968 كان من اللازم طلب إذن رب العمل قبل الزواج).

وفي أيامنا أصبح المصنع يمارس وصاية "أمومية": يستميل الزبناء ويجندهم بسهولة في معسكره، يغيرهم ويغطيهم ويداعبهم. بيد أن الرأسمالية ماكينة دنيوية قادرة على تحويل كل شيء، الحب والهواء والجمال، لصالحها. تلك هي عبقريتها وحدودها. فلنحذر من جعلها كنيسة، وعلينا أن لا نطلب منها أكثر مما هي: ناجعة ونفعية.

فحين تغدو عاطفية وتفرض أبعاداً روحية إضافية تجلب عندئذ غثياناً خفيفاً دائماً. ففي السابق كانت هوية المرء تحددها ستونس أو بيتلس، سبيرو أو تنتين، موتو أو فيلو فهل سنصبح نحن نايك أو ريبوك.

هل سنموت من أجل بيبسي أو كوكا، وهل سيكون لكل ماركة

قبر زبونها المجهول؟

فثمة فرق بين أن يتكلم الجشع بلغة القانون والمواطنة والإنسانية لمواصلة الحرب الاقتصادية بوسائل أخرى وأن يخرج من كفاءته لإدارة الإنسانية في مجموعها .

فهذا الإخلاق يشبه إلى حد الالتباس الافتراض الوحشي، ويمثل سيطرة الدولة المستبدة على المجتمع المدني، أو افتكاك السلطة برفع خادع لشعار الحب والضمير .

ذلك أن السوق لا يرتدي مسحة إنسانية، أو يكتسي دلالات لطيفة، إلا من أجل اكتساح عوالم جديدة، ولأجل السيطرة على حياتنا النفسية وجوانب عيشنا الحميمة .

فبقدر ما يرخي العنان في الظاهر، ينتشر على نطاق واسع بفضل كل أنواع الحكم المؤثرة .

وقد نشهد في المدى المنظور خصخصة المتاحف وتحكم بعض الماركات الكبرى في التراث الكوني: فنشى وروبنس وغويا وفان غوخ في خدمة ميكروسوفت أو LMH .

أولاد مدللون، أولاد مشمئزون:

ثمة خوف إذن من أن يكون الدخل القومي مقياساً للديمقراطية، وإن تقلص في حدود قطاع تسييري أو في حملات مستهلكين يصوتون بمشتراياتهم وباختياراتهم أو تحفظاتهم .

ذلك هو مصدر غموض الصراع الدائر ضد الماركات في أمريكا الشمالية: فهل يتعلق الأمر بحركة سياسية حقيقية أو مجرد نزعة تجارية متطرفة لدى أطفال مدللين⁽¹³⁹⁾.

فلا يتعلق الأمر في هذا النوع من السلوك النضالي بتحطيم الإغراء الإعلانني أو إهماله، بل يتعلق باحتجاج مشتريين محبطين، بعبارات منمقة يطلقها مدمنون أقسموا على أن لا ينخدعوا من جديد.

إنهم أناس أصابتهم تخمة الإعلانات التلفزيونية والمجمعات التجارية، وها هم اليوم يطلبون مدة إهمال قبل أن تستغرقهم من جديد المعزوفة الرديئة نفسها.

بيد أن المستهلك، حتى ولو كان فطنا، ليس تماماً بالمواطن: فمن الجيد الكشف عن المكاييد المنصوبة في عقد من العقود أو التحقق من نوعية أو أصالة منتج من المنتوجات، ولكن الأمر لا يتجاوز دور الزبون.

فالتربية السياسية بمعنى التمرن على ما يسم النشاط الإنساني من تعقد ومأساوية لا يمكن أن تعوضها مهارة وبراعة الفتية الصغار الذين تدرّبوا منذ نعومة أظفارهم على التلاعب بالرموز وعلى التغني بالإعلانات أو رفضها، وعلى عدم الاغترار بالماركات التجارية التي هم مع ذلك مفتونين بها.

"إن مصيرنا لا يتحدد فقط بسعادتنا الشخصية، وإنما

بتسامينا واكتماننا، والحرية السياسية هي أقوى وأنجع وسيلة
اكتمال منحتنا إياه السماء" (بنجامين كونستان)(140).

فالسياسة شكلها شكل الثقافة توفر للبشر مطامح أكثر
اتساعاً من مجرد مذاق الثروات.

صحيح أن النشطاء الأمريكيين قد حولوا شعور الارتياح من
الدولة إلى الارتياح من المؤسسات الكبرى التي ترتكب ذنباً
مضاعفاً بغلوها في امتلاك السلطة وممارستها للاحتكار، مما
يصدم عقليتهم الفردية. بل يمكن القول إن رفضهم لل"حكومة
الكبرى" Big government هو سبب اشتباههم في الشركات
المتعددة الجنسية. وفي المقابل يتعصبون دون تبصر لماركاتهم
المفضلة، وكأنهم يلتمسون في آن واحد التحقق من إمكانية
الاستمتاع بالبضاعة دون زلل أو انقياد طفولي أو جريمة بيئية،
والتحقق أيضاً من أن البضاعة تفي بوعدا فتحقق لنا ما تدعيه
تلك الشعارات من ديناميكية وحيوية.

فالماركات إذن تمنحنا هوية حركية، سائلة، قابلة للتحويل
بحسب إرادتنا. فلو كان من الصحيح أن هويتي هي ما أشتري، فإن
هذه الهوية تتنوع بتنوع مشترياتي، مثل هؤلاء الشباب المدعويين
بضحايا الموضة، fashion victims الذين يغيرون جلدتهم كل شهر
وكل يوم.

فعندما تعدنا شركة النظارات بأننا "سنكون متفردين

بلا شبیه "بارتدائنا منتوجاتها يؤول الأمر بنا إلى أن نشبه الجميع مادام آلاف البشر سيقتنون النوعية نفسها .

إنه التميز المستعار ومثاله إعلان ترويجي لنظارات سويسرية من نوع باتيك فيلب يقول: "أي نمط من النساء تريدين أن تكوني في الساعات الأربع والعشرين القادمة؟"

فمن يصدق بالفعل هذه الهوية المنتجة صناعياً؟

فجنود الترف الضائعون يشعرون بالمرارة عندما يلاحظون أنهم لم يتغيروا بشرائهم زوج نعل معين أو بشربهم زجاجة كوكا، بل بقوا على ما هم عليه دون أمل في التغيير:

فلقد خدعوا إذن ولم يتحقق البعث الذي طال انتظاره.

ومن شدة خوفهم من أن يعتبروا أغبياء، آثروا إعطاء الدروس لهذه الشركات التي يتوقعون منها منحهم التجدد والتألق.

فهم وإن قاطعوا هذا العالم وحادوا عنه مؤقتاً، مرتبطون به أوثق ارتباط، بحيث إن بعضهم لا يتردد في ممارسته "الوشم الترويجي على الجسد" Human branding بأن يثبت شعار نايك على ذراعه، أو شعار لفيس على أردافه، محملاً جسمه انتماءً تجارياً.

فعلى سبيل المثال: نظمت مجلة "آد بسترز" الكندية نصف

الشهرية التي تحارب الغلو في الاستهلاك أياماً بعنوان "لا تشتروا

شيئاً اليوم"، ودعت إلى "أسابيع دون تلفزة". إن الأمر هنا لا يعدو مظهراً ساطعاً لنقمة وتلملح هذا العالم الغربي الأمريكي الشمالي الذي غرق في التجارة والترفيه إلى حد لم يعد بمقدوره أن يواجههما إلا بفترات صوم مؤقتة، مثل: حال المصابين بمرض الشره الذين يمتنعون عن أكل السكريات لكي يلتهمونها من بعد بنهم.

فالحكمة تتمثل في تعليم الأطفال ضوابط التفرج على التلفزة، أي النظر إليها باعتدال. كما تكمن في تنويع مراكز اهتمام النشء، بتبنيه إلى جمال العالم، وسحر القراءة والرسم والموسيقى، وفتنة السرد، حتى لا يتقلص وجود الأجيال القادمة في المتع التجارية الفقيرة، من ألعاب فيديو ومسلسلات ومشاهد الوقائع الكوميدية Sit-coms وباختصار، باستثناء حالات نادرة يكون فيها الاستهلاك واجباً مديناً وطنياً، فإن هذا النمط من النشاط الاحتجاجي يفضي إلى هوس بالأشياء بدل تحريرنا منها.

إنه ربما أشعل ثورة لكن هذه الثورة تظل داخل عالم التجارة. فالسلطة المضادة للمشتريين تعني مزيداً من إتقان قواعد اللعبة وليس نبذ اللعب.

فالمواطنة تكمن على عكس هذا الموقف في قبول الفرد تعليق رأيه الخاص من أجل اعتبار المصلحة المشتركة، وفي توسيع مداركه العقلية، وفي دخول المجال العمومي، حيث يتحدث البشر ويتصارعون، ويؤثر بعضهم في بعض حسب قواعد دقيقة.

كان كل شيء يوحي بأن المستهلك أصبح الكلمة الأخيرة في المغامرة الإنسانية، ويتخذ من الأجير والإطار والعامل الأسري، خصوصاً إذا كان بإمكانه أن يدير شخصياً الإنتاج لفضل شبكات التسويق الرجعي Retromarketing، بحيث يكون بمقدوره تلبية شتى الطلبات والخدمات في الوقت المناسب.

فهل الإنسان المستهلك هو المرحلة القصوى من تطور الإنسان العاقل؟

ونلمس هذا النزوع لتقليص الثراء الإنساني في عملية التسوق المحدودة حتى لدى العديد من النقاد الحاليين لل رأسمالية مثل: جريمي رفكين و روبير ريتش.

إنهم يرون في التسوق النموذج الأعلى للحرية، و كينونة العظمة، ويحاولون إيصالنا شعورهم بالصداع إزاء الحجم الهائل من الخيارات المتاحة.

ولكن الزبون يكتفي بالبحث عن إمكانات صاغها قبله آخرون، ويسعى لانتقاء أحدها. أما الذي يصنع وجوده، فيتعين عليه اتخاذ قرارات تلزمه، لا يعرف مسبقاً نتائجها.

ففي الحالة الأولى يكون اختياره مملئ، ونوعاً من الحرية المموهة التي مضغت وهضمت من قبل، وفي الحالة الثانية يكون الخيار مبني.

ففي الاستهلاك، كل شيء معطى من قبل وذاك مصدر إغرائه،

وفي الوجود لا شيء مكتوب سلفاً ومن هنا الميل إلى تحويل الاستهلاك إلى نمط حياة، وإطار رعاية شاملة؛ لأنه قدره بوجه إنساني يريحني من مسؤوليتي.

فلم تعد ثمة حاجة للتكوين الذاتي من خلال إعداد النفس، فتكفي المقارنة والذوق وقطف الثمار، فذا يغني عن باقي الأبعاد الإنسانية. ففي الوجود، أنا مرغم على تصور خيارات مؤلمة تحسباً للأخطاء الخطيرة، وفي الاستهلاك أعترف من جنة خالدة، فأستمتع بتجريب كل شيء، وبعزف ما لا حد له من الألحان.

ومع ذلك، لا شيء أكثر شؤماً من رواق تجاري يكون الأفق الأوحده والطموح الوحيد للملايين البشر.

فما أتعس هذه المدن الصغيرة الكثيرة في أمريكا الشمالية وأوروبا التي تتوزع ما بين السكن الخصوصي والمجموعات التجارية الكبرى، حيث لم يعد الفضاء العام سوى الشارع، أو الطريق الذي يصل أحدهما بالآخر.

إن يطوبيا السوق المتجانسة والكونية الرابطة ما بين القطب الشمالي ومنطقة باتا غونيا ليست سوى أحلام مجنون. ففي مقابل فيافي المتاجر واسعة المساحة وفقيرة الأواصر الإنسانية، يكمن الثراء الاجتماعي للأسواق، ذلك المزيج السعيد من الحوانيت الصغيرة، والبائعين المتقلبين، والصيحات والروائح والنكهات التي تعيد لعبارة (تجارة) دلالتها الأرحب.

فالنزعة الاستهلاكية تغذي من حيث هي فلسفة شاملة الوهم الذي مفاده أن الشيء يمكنه أن يرضي تطلعاتنا، في حين لم ينفك يثير إحباطنا.

فلا شيء يمكنه أن يحقق لنا الطمأنينة، ذلك أن الطمأنينة: لا يجلبها الشراء بل الفعل والقصد وبناء الذات.

فلا بد من التمييز بين نمطين من الرغبة:

رغبة تحاول أن تقضي على النقص من خلال التشبع، ورغبة تستخدم الحاجة بصفاتها عنصراً مقوماً للذات فلا تخشى سوى الشبع والامتلاء.

فالمستهلك النموذجي ضعيف المناعة، عندما لا تتحقق أدنى رغباته يشعر بالإهانة. فهذا الشبعان يشعر دوماً بالجوع، وكلما حصل على مبتغاه زادت طلباته، إنه يعاني من مظاهر العوز نتيجة للاختناق.

فمأساته ليس التعليف وإنما الفطام المستحيل الذي يجعل منه ذاتاً مذبوحة وشاكية، دائمة المطالبة حتى ولو كان فمهاً مليئاً.

فحياته النفسية تتضاءل، وتتقلص إلى حد ما يستشعره من تشنج قصير إثر ارتوائه الذي سيتلوه عطش جديد.

ولقد تحول اللجوء المريح إلى الشراء إلى نمط من السجن الجديد له.

فباعثباره يتجدد بما يلبس ويشرب ويأكل ويسمع فهو بذا يتوقع في عالم طائش، عاجز فيه عن ضبط أولويات رغباته.

وليس من مصلحتنا أن نخزل التعددية الإنسانية في عباءة المستهلك وحدها، حتى ولو تمرد المستهلك على الماركات كلها.

وعندما نقرأ نمطا معيناً من الأدب التجاري والاقتصادي والاجتماعي، نشعر بالذعر من فقر السبل المقترحة ومن رتابة الأنشطة المذكورة.

وليس في الأمر كبير إشكال، لولا الجهد المبذول لتحويل هذا المنحى إلى يطوبيا باهتة، تضبط حياتنا العامة، وتحولنا إلى حشرات سلبية.

إنها مفارقة المتعدد: فكلما زاد ما بحوزتنا من مئات القنوات التلفزية والإذاعية والمنتجات والأشياء، مالت إلى التشابه.

فوراء البرقشة الظاهرة، يجري سباق محزن لا اختلاف فيه.

فالملل ينتج عن هذا الصنف من التنوع الذي يطبع عالم الوفرة. إذ لا هدف للاستهلاك سوى الاستهلاك نفسه، وليست له رسالة "حضارية" وإنما يحولنا إلى مستخدمين، أي كائنات غارقة بالكامل في الخيرات المادية لا تعرف سوى لغة المال. فهذا النمط من اللذة يسلينا ويلهينا ولكن قيمته التربوية منعدمة.

فنحن إذن فعلاً سكان المدينة بقدر ما نحن سكان السوق، وما

تعلقنا بالنظام البرلماني سوى تعلق لا محدود بملذات الإسراف والتبذير قبل أي شيء آخر.

وسيكون من الجنون أن نخلط بين الأمرين، وأن نخضع الديمقراطية لإجراءات إدارة الأعمال.

فلقد أفلتت النزعة الاستهلاكية الخالدة منذ أمد طويل من الرواق التجاري لكي تصبح منطلقاً شرهاً يريد أن يكون حلاً لكل المشكلات.

فهو لا يكتفي بأن يستخدم لغة الرغبة، لكنه يستعير من أجل الانتشار لغة الصحة والعون الإنساني والبيئة.

وهكذا يستولي الإعلان على السياسة ويفرض عليها صوره وشعاراته ويزعم التلفزيون أنه يسلينا عن الإحباط، ويمنحنا حقوقنا المسلوقة، ويعوض الشرطة كما يعوض المدرسة خصوصاً بإفهامنا أن ما كان بالأمس صعباً سيكون بفضل متاحاً في لمحة عين، كما يدعي التلفزيون أنه يكافئ الجهد والعمل والدراسة.

وبظهر هذا المنطق قدرة لا مثيل لها على احتواء القطاعات التي تمر بظروف أزمة (الثقافة والتربية والتمثيل السياسي)، بحيث يصل إلى شد وثاقها وتحويرها وإفراغها من مضمونها.

ذلك هو أوج الخطاب الحربي المتلون، الذي بإمكانه أن يعتمد كل الأساليب، ويتلاعب بكل المعتقدات الأخلاقية والسياسية

والدينية، لأنه لا يؤمن بأي منها، كما بإمكانه أن يبتلع أي شيء ولو اقتضى الأمر ابتلاع نقيضه من أجل انتشار أفضل.

فمن المهم إذن عدم الخلط بين الأنساق: إذ لا أمل في هذا الطموح لخلق العالم بإعادة بنائه انطلاقاً من أسسه الاقتصادية، مثله ما شهدناه بالأمس القريب من طموح لصناعة إنسان جديد من خلال قرارات صارمة لحزب جديد.

فالإنتاجية والمردودية والنجاعة مقولات محورية في مجالاتها، ولا يمكن أن تسمو إلى مستوى المعايير المحددة للسلوك الإنساني، إلا بتشويه خطير.

نعم للرأسمالية، ولكن في حدودها المحددة. ولنترك نسق القيم مفتوحاً، حتى لا تتصرف قيمة من القيم على حطام القيم الأخرى.