حالة الصفر أفكار: التيار العوني نموذجاً

ألبر داغر*

ليست الرغبة في التحامل على التيار العوني هي التي أملت هذه القراءة. إنها حق مساءلة من هم في الحكم. صوّت 80% من المسيحيين للوائح التيار العوني في 2005، وكانت النسبة أقل في 2009. تستمر منذ ذينك التاريخين الهجرة كنزف داخلي يبدّد العائلات ويجعلها شتاتاً في أربع أصقاع المعمورة.

1. قبل تسعة وعشرين عاماً، خرج الجنرال عون على إملاءات الموفد الأميركي مورفي، الذي جاء لتعيين رئيس للجمهورية يؤبّد وضع الحرب الأهلية القائمة. أطلق خروجه ذاك تعبئة جماهيرية وشبابية جعلت من حلف الجيش والشعب آنذاك حالة «خروج من ديكتاتورية» الميليشيات. كان الإرهاب الفالت من كل عقال قد جعل الناس كتلة فقدت ملكة النطق، وباتت تعبّر بالصراخ فقط في ساحات قصر بعبدا. استفاد اللبنانيون كلّهم من تلك الانتفاضة التي أنهت الحرب.

نغّص عليهم في بداية حقبة ما بعد الحرب، تلكؤ الميليشيات في تسليم سلاحها. بقوا سنتين يراقبونها وهي تتباطأ، ولم يصدقوا أنهم تخلّصوا منها في نهاية المطاف. لم يشعروا بالظلم نتيجة إنهاء تجربة عون بالحسم العسكري. وفّر لهم السلم السوري الأمن.

بقيت مجموعات شبابية، كانت على احتكاك مباشر مع الجنرال عون، على فكرة أن ما حصل غير مقبول. حملت لواء مظلومية جديدة. لم تكن هذه مشاعر الغالبية الساحقة من المسيحيين، الذين تفرّجوا على مدى سنتين على ذهاب 300 ألف منهم إلى هجرة دائمة ونهائية. اكتفت المجموعات الشبابية كبرنامج سياسي ومحرك للتعبئة بشعار من ثلاث كلمات: «حرية، سيادة، استقلال». أغفل القادرون منهم والأكبر سناً أهمية الدراسة والبحث والتنقيب لإعداد مشروع بديل لمستقبل لبنان. غابت القاعدة الفكرية، وغابت المهنية في العمل السياسي، لدى المتنطحين للبناء على إرث عون. جعل ذلك الكتلة البشرية التي راهن هؤلاء عليها، والتي كان تدخّلها وراء إنهاء الحرب في لبنان، غير ذات شأن على مدى عقد ونصف عقد.

2. حين عاد الجنرال عون من فرنسا عام 2005، لم يكن الناس الذين دعموه على بيّنة مما سيفعل. كانوا يسلّفونه ثقة. والأهم من ذلك، كانوا يردّون له الجميل، لأنه واجه الميليشيات وخلّصهم منها، وأجبر الأوصياء الخارجيين على لبنان على الاتفاق على إنهاء الحرب.

قبل «حرب تموز»، وقّع مع «حزب الله» «وثيقة التفاهم». أظهرت الوثيقة أن الجماعات، على افتراض أن لبنان جماعات وجماعات فقط، يمكن أن تتعاون بدل أن تتقاتل. جعلت مواقف الجنرال منه في المعسكر المواجه لذلك الذي ينفّذ أجندة الأميركيين في المنطقة ولبنان.

صانت «وثيقة التفاهم» السلم الأهلي، وضخّت مشاعر إيجابية لدى كل مسيحي تجاه مواطنيه الشيعة والمسلمين بوجه عام. فعل عون نقيض ما فعلته الميليشيات التي تكلّمت باسم المسيحيين، وضخّت «الخوف والكراهية» في أوساطهم على مدى 15 عاماً.

3. التقى الجنرال بعد عودته الناشطين على الأرض مرّات. لم يكن لدى هؤلاء الكثير يعبّرون عنه، خارج شعار الكلمات الثلاث. حاولوا على مدى التسعينيات أن يستعيروا بعض خطاب الميليشيات السابق ويعتمدوه وسيلة للتعبئة. انتهى إلى استبدال هؤلاء بأناس ناجحين من أوساط الأعمال. نشر صحافيون معطيات استخرجت من السجل التجاري، تُظهر سياسيّي التيار، من بين آخرين، كأصحاب أعمال ومقاولين قبل كل شيء.

قيل إنه كلّف مثقفين وأساتذة جامعيين التثقيف السياسي لتياره. لم يحصل تثقيف. صحّ فيهم ما قاله عنهم وضّاح شرارة ومحمد أبو سمرا في كتابهما عن «شيعة عون».

غابت عن التيار أهمية بلورة رؤية متكاملة للإصلاح في لبنان، تتضمّن قراءة جديدة لوضعنا الاقتصادي، وعناصر البديل التنموي المطلوب. بقيت طروحاته مقصّرة بشدة عن تقديم بديل لما هو قائم. لم يقدّم التيار أي تأسيس نظري من أي نوع لما يرغب في عمله. هذه القراءة الجديدة لوضعنا الاقتصادي وللبديل التنموي المطلوب، هي أمر كان يمكن أن يتخصّص التيار فيه ويتابعه على مدى السنوات، ليكتسب أهلية فعلية في هذا المجال. كانت الخيبة من هؤلاء في مستوى الطموحات والآمال الكبيرة التي علّقها الناس عليهم.

> انبرى ممثلو التيار لافتعال منازعات حول حصة المسيحيين في الإدارة

تقدّم وزراء التيار بمشاريع تطوير لخدمات الكهرباء والاتصالات، واعتقدوا أن هذا هو كل ما هو مطلوب منهم، وأنه كافٍ. تعرّضوا لعرقلة مشاريعهم. وهي عرقلة كانت ممكنة ومتاحة، لغياب أي ربط لهذه المشاريع بتصوّر تنموي متكامل لديهم. وهو تصوّر لم ينوجد لديهم في أي وقت من الأوقات. وقام الناشطون من التيار أكثر من مرّة بعراضات في الشارع لتسويق الإنتاج الزراعي.

لم يتطرّق ممثلو التيار مرّة إلى الانفتاح الكامل على المستوى التجاري، أي إلغاء أي شكل من الحمائية للقطاعات الإنتاجية، الذي فُرض على لبنان. لم يقترحوا في أي أمر نقيضاً لإملاءات المؤسسات الدولية. لم يُثر انهيار القطاعات الصناعية واحداً بعد الآخر، منذ عام 2000، لديهم أية ردود فعل ولا اعتبروا أنفسهم معنيين بمناقشة هذا الأمر.

لم يجادلوا في التهميش المفروض على الإدارة العامة، تحت شعار «دولة الحد الأدنى»، ولا في سبل الخروج من هذا التهميش، وإعطاء فعالية لهذه الإدارة. انبروا لافتعال منازعات حول حصة المسيحيين في الإدارة، وحول هذا الموقع أو ذاك، في إدارة شاغرة ومحطّمة ومُفرَغة من الطاقات. لم يفكروا في أن الإدارة العامة

غابت عن التيار أهمية بلورة رؤية متكاملة للإصلاح في لبنان (مروان طحطح)

عن الحرب الناعمة وأشياء أخرى

عبدالرحمن جاسم *

«قال الجنرال للفتاة الصغيرة: غداً ستعرفين معنى الخوف. قالت الفتاة: ولكن كيف سأعرفه؟ فأجابها الجنرال: ستعرفينه حينما ترينه، لأنّه سريع، عنيفٌ، لا يترك لكِ مجالاً للتفكير. سألت الفتاة بتردّد: طيب إن عرفته كيف سأواجهه؟ أومأ الجنرال برأسه: بأن تبقي مخلصةً لمبادئك، لما تؤمنين به، لما تشعرين بأنه الحق والصواب».

من الأساطير الآسيوية القديمة

انتصر محور المقاومة عسكرياً؛ ذلك أمرٌ لا لبس فيه. في اللحظة عينها، كان هناك رجالٌ يركضون في كل مكان في أحد مراكز الدراسات الاستراتيجية في إحدى العواصم الغربية الكبرى. حمل هؤلاء الباحثون معهم خططاً جديدة لمواجهة ما حدث، يتملّكهم الرعب، يسكنهم خوف الدنيا من أنّ الجراد قادم، والمغول باتوا على الأبواب. بدا أنّ النهاية قد باتت وشيكة حتى الحلم بالسيطرة على الشرق صار أبعد وأبعد. نقطة. لم يحدث ذلك البتة، ولن يحدث، على الأقل في المنظور القريب والمرئي. لن يهرع أحدٌ لتغيير خططه، لن تغيّر الإمبرياليات ودول الاحتلال الكبرى (سواء عسكرياً أو ثقافياً) أياً من خططها تجاهنا: هي أصلاً تنتصر، لماذا تحتاج لتغيير هذه الخطط؟

الخطوة الأولى: أونلاين

اكتشف «العرب» مواقع التواصل الاجتماعي قبل أعوامٍ قليلةٍ خلت (عام 2008 تقريباً). يومها شعروا بأنّهم امتلكوا العالم. وسيلةٌ يستطيع أيّ كان قول ما يريده، في أي لحظةٍ كانت، مهما كان سخف ما يقوله. الأجمل من كل هذا والأحلى: أن هناك «معجبين» بكلامه هذا، مهما كان نوعه أو غرابته. هنا في لحظةٍ ما خلق مفهوم «المؤثّر» (Influencer). وبحسب مقالةٍ نشرها موقع influencermarketinghub.com فإنّ أنواع «المؤثرين» على مواقع التواصل تنقسم إلى أربعة: المشاهير، الأكاديميون، خبراء الاقتصاد/الصناعة/ قادة رأي/ كتّاب المدوّنات (Bloggers)، وأخيراً المؤثرون الهامشيون (Micro Influencers). هنا وقعت الواقعة: ماذا نفعل؟ نحن . كعرب - أصلاً ليس لدينا بنية اجتماعية مفهومة، بالتالي كيف يمكن الوصول إلى هؤلاء «المؤثرين» إذا لم يكن هناك «بيئة حاضنة» لتخليقهم؟ بداية: نحن ليس لدينا مشاهير، بما تعنيه الكلمة بالنسبة إلى الغرب، فالعلاقة مع المشاهير في البلاد العربية تختلف عن مثيلتها في الغرب، إذ ليس هناك عبادة للنجم، ومرحلة التأثر أو التشبّه به لا تتخطّى مرحلة المراهقة العمرية. الأمر نفسه ينسحب على الأكاديميين وخبراء الاقتصاد والصناعة، إذ لا «خبراء» في هذه المجالات يمكن الحديث عنهم «عربياً»، وإذا ما حدث لا يهتم الجمهور لما يقولونه البتة. الأمر ذاته يتكرّر مع كتاب «المدونات» (Blog) إذ بعد ظهور ثقافة التدوين في تسعينيات إلى أول الألفية انتهى دورها مع تصاعد دور مواقع التواصل الاجتماعي، فانقرضت بشكلٍ كلي . هي وكتّابها - على الرغم من أنّ بعضها ممول ومدعوم (كمدونات «الجزيرة» و«هافنغتون بوست بالعربية»). يشرح المدوّن حسين يونس في مقالةٍ له على موقع «هافنغتون بوست» بالعربية أن الأسباب التي تجعل المدونات العربية (الممولة والكبيرة، كمدونات «الجزيرة» مثلاً) تفشل هو «تفضيلها» للأسماء الكبيرة والمشهورة فضلاً عن عدم إتاحتها للفرص للكتاب الناشئين. بقي إذاً «قادة الرأي وصنّاعه» و«المؤثرون الهامشيون». لم يعرف الجمهور العربي الفئة الأولى البتة قبل مرحلة مواقع التواصل، إذ يغيب الشباب العاديون/ اليوميون/ الفقراء- عن أي «رأي» من أي نوع (خارج مواقع التواصل الاجتماعي)؛ فيما لم يمتلك المجتمع ذاته أي «مؤثرين هامشيين» لأن الهامش إلى حدٍ كبير «محرّم» (Taboo)

> نجحت مواقع التواصل في ما حلمت به الأنظمة القمعية منذ بداية الخليقة

بالتالي لن يكون هناك شخص يتحدّث معك «بصراحة» في «الجنس» (بتفصيلاته كما يحدث في الغرب)، إلا إذا اعتبرنا هؤلاء المؤثرين الهامشيين ممن يتحدثون بالطبخ وصناعات «التريكو»، هنا يصبح جمهورهم محدوداً ويفقدون بالتالي ميزة «التأثير».

شيئاً فشيئاً، بدأ نوعٌ من المؤثرين بالظهور: اكتشف البعض أهمّية شراء «اللايكات/ المعجبين/ المتابعين». إنها فكرة إغراء أن تتابع شخصاً يتابعه «الآلاف»، أن تعرف ماذا يقوله، مهما كان سخيفاً، مهما كان وضيعاً. بدا أن نوعية المؤثرين هؤلاء تناسب الجو المراد تخليقه تماماً: سخفاء، وضيعون، والأكثر من هذا لا يحملون أي بنية ثقافية من أي نوع. فلنفسّر أكثر: يتحدّث غالبية هؤلاء إما بلغةٍ سوقية أو بمنطق جلف مع استعمال الشتائم بطريقةٍ «شوارعية» دون أي اهتمام أو مراعاة لأي شيءٍ من أي نوع. يتحدثون في أمورٍ «مهمّة» نسبياً (كالأزمات الكثيرة في بلادنا: السير، الطبابة، الكهرباء وقس على ذلك) لكن بطريقةٍ سطحية ودون وعي في كثير من الأحيان، لا لطبيعة المشكلة الحقيقية ولا لأسباب حدوثها. يتناولون قضايا مصيرية بالكثير من الاندفاع ودون وعي في كثير من الأحيان: كالدعوة إلى النزول إلى الشارع لمواجهة أمر ما مثالاً وجر الناس إلى مواجهةٍ مع «السلطة» (أي سلطة) دون النزول شخصياً، أو على الأقل دون تحمّل مسؤولية ذلك أو

الأخبار al-akhbar
■ رئيس التحرير ـ المدير المسؤول: ابراهيم الأمين
■ نائب رئيس التحرير: بيار أبي صعب
■ مدير التحرير: وفيق قانصوه
■ مجلس التحرير: محمد زبيب، حسن عليق، إيلي حنا، أمل الأندري، شربل كريّم
■ صادرة عن شركة أخبار بيروت
■ المكاتب: بيروت ـ فردان ـ شارع دونان ـ سنتر كونكورد ـ الطابق السادس
■ تلفاكس: 01759500، 01759597
■ ص.ب 113/5963
■ الإعلانات: الوكيل الحصري ads@al-akhbar.com 01/759500
■ التوزيع: شركة الأوائل 15ـ01/ 666314 ـ 03 / 828381
■ الموقع الالكتروني: www.al-akhbar.com
■ صفحات التواصل: /AlakhbarNews، @AlakhbarNews، /alakhbarnews-paper