الشِعْر وَوَسَائِل الإعْلام

الدكتور زكي الجابر

اضـاءات

I وهكذا فان الحقيقة والجمال ليستا اقناعاً

كريستوفر كودويل

ILLUSION AND REALITY , P . 75.

II الشاعـر والدعايـة

« وقال لنا الانصاري : سمعت ابن ثوابة الكاتب يقول : ..... بل لا ترى شاعراً الا قائماً بين يدي خليفة أو وزير أو أمير باسط اليد ، ممدود الكف ، يستعطف طالباً ، ويسترحم سائلاً ، هذا مع الذلة والهوان ، والخوف من الخيبة والحرمان ، وخطر الرد عليه في لفظ يمر ، واعراب يجرى ، واستعارة تعرض ، وكنانية تعترض ، ثم يكون مقلياً مشيناً بما يظن به من الهجاء الذي ربما دلاه في حومة الموت . . . » .

III الشعـر والغنـاء

« وقال (السلامي) أيضاً : من فضائل النظم انه لا يغني ولا يحدي إلا بجيده ، ولا يؤهل للحن الطنطنة ولا يحلى بالايقاع الصحيح غيره ، لأن الطنطنات ، والنقرات ، والحركات والسكنات لا تتناسب الا بعد اشتمال الوزن والنظم عليها . . » .

IV بلاغـة الشعر

قال (أبو سليمان) : : فأما بلاغة الشعر فأن يكون نحوه مقبولاً ، والمعنى في كل ناحية مكشوفاً ، واللفظ من الغريب بريئاً والكناية لطيفة ، والتصريح احتجاجاً ، والمؤاخاة موجودة ، والمواءمة ظاهرة .

II , III , IV من كتاب الامتاع والمؤانسة

لابي حيان التوحيدي ت 414 هـ

اختيار الدكتور ابراهيم الكيلاني

(دمشق ، 1978) ص 368 ، 365 ، 372 .

وما الدهر إلا من رواة قصائدي
اذا قلت شعراً أصبح الدهر منشداً
أنا الذي نظر الأعمى الى أدبي
واسمعت كلماتي من به صمم
المتنبي
وقد سار ذكري في البلاد فمن لهم
باطفاء شمس ضوؤها متكامل
المعـري

القصيـدة

حين كتبت آخر بيت
من ملحمتي الأولى
واسمي الأخير
كانت الريح تنتظرني
وراء البـاب
لتعانقني
وكان ليل أيار قد وصل
الى نغم المياه على السطح
وحين ادثرت بمعطفي
ونمـت
كنـت
كملاك نـام
وسيفه بين يديه

الشاعر اليوناني بنديكيس بريفيلاكيس

ترجمة رنا قباني ـ الكرمـل

(العدد الأول شتاء 1981) ص 212 - 13

1 الهـدف

يضطر الشعر كسلوك انساني ، أن يستجيب إلى متطلبات العصر ، وفي مقدمتها تكنولوجيا الاعلام بتطورها المتسارع . وفي كل ذاك ينبغي على الشاعر أن يتعرف على معطيات أجهزة الاعلام الحديثة ويستشرف مدى تأثيرها مستقبلياً . ان هذه الورقة تأتي كمحاولة لتلمس ملامح واشارات عن تأثر الشعر بهذه الأجهزة وتقديم اجتهادات حول مهمة الشعر في ضوء من الحكم الذي تفرضه شمولية وانتشار وتطور الوسائل الاعلامية .

2 ـ المجتمع الجماهيري

ربما لا يبدو الحديث غريباً اذا ذهبنا الى تصدير هذه الدراسة بالمقولة التي ترى ان وسائل الاعلام بأشكالها الحديثة المتطورة كأدوات اتصال ومؤسسات اجتماعية مرتبطة بالمجتمع الجماهيري وتطوره صناعياً واجتماعياً . وان هذه المقولة تكون أكثر وضوحاً حين تنص على أن وسائل الاعلام لن تكون جماهيرية الا في المجتمع الجماهيري الحديث . ويتحدد هذا المجتمع بجملة من المسلمات أولها : انه جاء نتيجة لتفتت الجماعات الأولية ، ومن هنا فان الاعلام غير الرسمي يلعب دوراً طفيفاً عند استقبال اجهزة الاعلام .

ثانيتها : إن جماهير اجهزة الاعلام تتكون من أفراد منعزلين منفصلين بعضهم عن البعض الآخر وهم إلى ذلك غير متجانسين لا تشدهم جذور أو صلات .

ثالثتها : إن وسائل الاعلام تتمتع بقوة كلية القدرة تؤثر ، متى شاءت ، على الاتجاهات والسلوك ، وأن من يسيطر على اجهزة الاعلام يستطيع أن يتحكم في توجيه أولئك الافراد المنفردين المتباعدين وبمعنى آخر فان فقدان الجماعات الأولية التي تسودها علاقات التأثير والصداقة وربما القرابة يجعل الفرد عرضة لسيطرة الأجهزة الاعلامية (1) .

واذا صح القول بأن الاتصال ، هو نواة المنظومات الاجتماعية بحكم حاجة البشر إلى تبادل المعلومات والعواطف ، فان اجهزة الاعلام أصبحت أدوات اساسية في تشكيل المنظومات وسلوك الأفراد داخل هذه المنظومات سواء كانت صغيرة أم كبيرة ، رسمية أم غير رسمية ، هرمية في بنائها السلطوي ام تميل إلى المساواة بين أفرادها (2) .

3 ـ ظاهرة التسارع

ولقد أخذ نفوذ اجهزة الاعلام المنظومات الاجتماعية ابعاداً جديدة بعد الحرب العالمية الثانية بحكم الانتشار الواسع لهذه الأجهزة ونمو الرغبة في التفتح الاجتماعي (3) . يضاف إلى ذلك التسارع الهائل في تكنولوجيا الاتصالات . وقد تكون ظاهرة « التسارع » هذه أهم سمة بارزة من سمات العصر .

ومن اجل ايضاح أكثر لظاهرة التسارع تشير الدراسات الى عمر كل من الكاميرا والفيلم الذي لا يزيد قليلاً على مئة عام ، ويتحدد عمر أجهزة المراسلات الاذاعية بما يربو قليلاً على الخمسين عاماً ، ثم يهبط هذا الرقم بالنسبة للترانزستور والصورة التلفزيونية فيصل إلى خمسة وعشرين عاماً . أما عمر البث عبر الاقمار الصناعية فهو لا يتجاوز الخمسة عشر عاماً (3) .

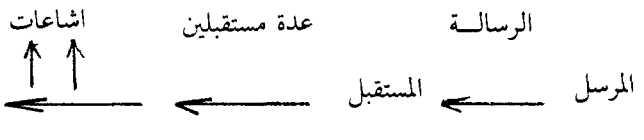
وقد انتهى انتشار الأجهزة الاعلامية وتسارع نموها إلى أن يصف بعض الدارسين العمليات الاجتماعية بالرجوع إلى جوانبها الاتصالية مختلفين بذلك عن الدارسين الآخرين الذين يصفون تلك العمليات بالرجوع إلى علاقات القوة أو مصادر الثروة (4) .

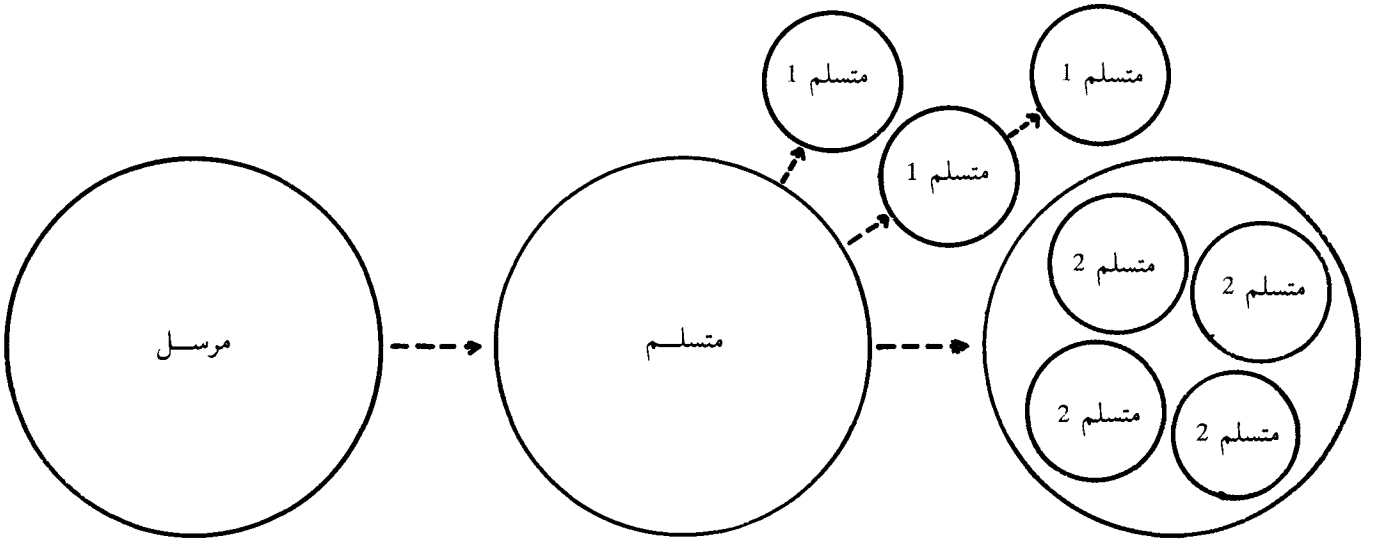
4 ـ الرسالة والقناة الاعلامية

إن الذي يعنينا ، ونحن في صدد هذه الدراسة ، هو أهمية ارتباط القنوات الاعلامية بالرسائل التي تعبر من خلالها . تلك الأهمية التي تبدو أكثر بعداً اذا ما اشرنا إلى الاعتقاد بأن أجهزة الاعلام هي بحد ذاتها ، رسائل اعلامية . انطلاقاً من ان الانسان يصنع ادواته ثم تأخذ هذه الأدوات بتشكيل حواسه ومدركاته . وقد وصفت هذه الأجهزة بأنها امتداد لحواس الانسان ، فالمطبوع امتداد لحاسة البصر والراديو امتداد لحاسة السمع . . . (5) .

لقد ذهب ماكلوهان الى تقسيم الأجهزة الاعلامية الى حارة وباردة . . ، وهو يبني افتراضه على مدى الاشتراك أو الاستغراق وهو يذهب إلى أن الوسط الطباعي بشكله التقليدي يشرك حاسة واحدة في حين أن الأوساط الجديدة وبالأخص التلفزيون تشرك كل الحواس في آن واحد . ومن هنا فبعض الأوساط باردة والأخرى حارة . الطباعة وسط حار ، لأن الصفحة الواحدة تعكس معلومات كثيرة ، وتأتي بدرجة عالية من الوضوح لحاسة واحدة وعلى النقيض من ذلك ، يأتي التلفزيون كوسط بارد أقل وضوحاً ، أي يعطي قليلاً من المعلومات ولكنه يستغرق كل الحواس في وقت واحد ، وهذا يعني المشاركة العالية والاستغراق . ومن هنا فان الجيل الجديد المنهمك في مشاهدة التلفزيون يعيش حساً مختلفاً عن الجيل السابق الذي نشأ مع وسطين حارين : الراديو والطباعة (6) . واذا صح كل ذاك فان طبيعة القناة الاعلامية تؤثر إلى حد بعيد في محتوى الرسالة .

أما بالنسبة للرسالة الاعلامية ، ومنها الشعر ، فقد تجاوزت ، بحكم تطور الأجهزة ، مرحلة التواصل المباشر المتمثل بالقرب الجسدي بين المرسل والمستقبل ، ويسمح النسق فيه لعملية « الرجع » عبر نظرات العين وحركة الجسم :

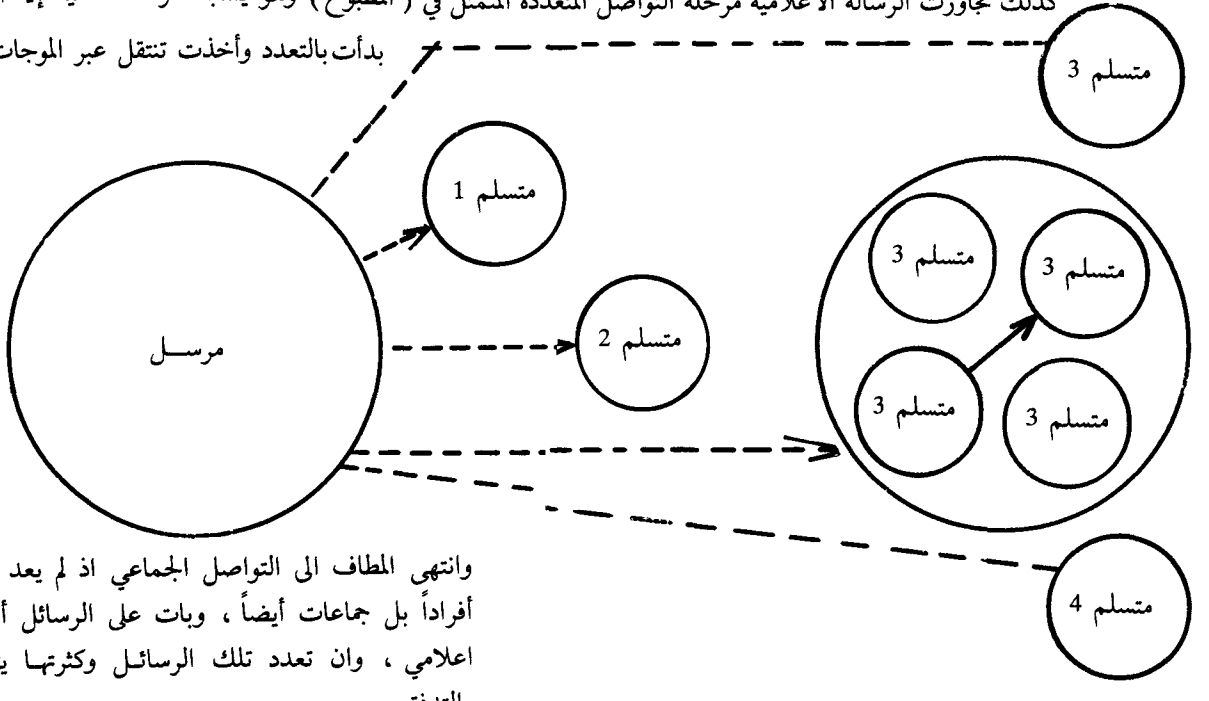




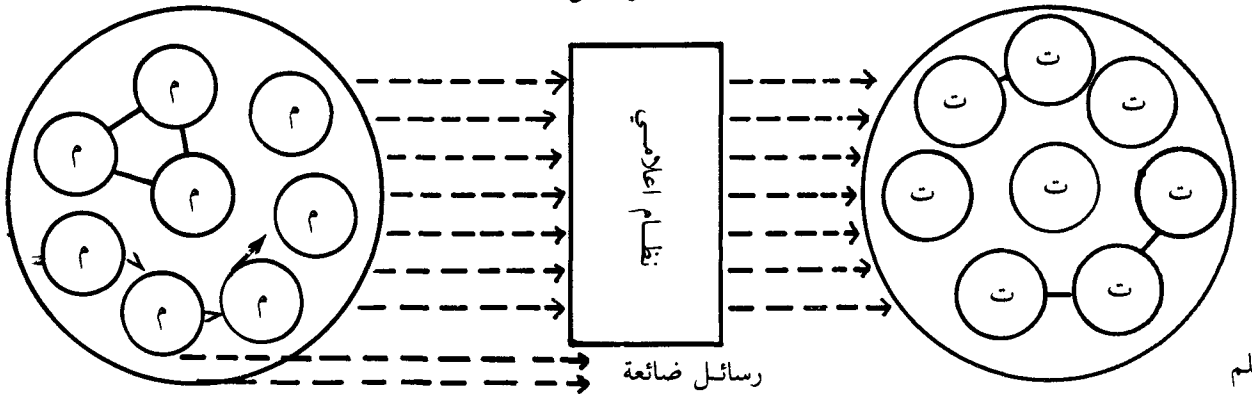
المضي في الزمن

وقد تجاوزت الرسالة الاعلامية أيضاً مرحلة التواصل غير المباشر المتمثل بالابتعاد الجسدي وبالكتابة والذي يسمح « بالرجع » الذي يأخذ شكلا أبطأ مما هو في المرحلة الأولى .

كذلك تجاوزت الرسالة الاعلامية مرحلة التواصل المتعددة المتمثل في (المطبوع) وهو يشابه المرحلة الثانية إلا أن الرسائل ذاتها بدأت بالتعدد وأخذت تنتقل عبر الموجات الشعاعية .



وانتهى المطاف الى التواصل الجماعي اذ لم يعد المرسل والمستقبل أفراداً بل جماعات أيضاً ، وبات على الرسائل أن تمر حتماً بنظام اعلامي ، وان تعدد تلك الرسائل وكثرتها يتميز بالاستمرار والتدفق .



م : مرسل
ت : متسلم

ولم تعد الرسالة الاعلامية تصدر عبر هذا النظام ، عبر فرد واحد يتحكم فيها بصوته أو قلمه (7) . واذا ما تحدثنا عن الشعر كرسالة من الرسائل التي تمر عبر اجهزة الاعلام الجماهيرية نجد الشاعر واحداً ضمن مجموعة من العاملين من فنيين وغيرهم من اجل أن تصل الرسالة « القصيدة » لتأخذ دورها بين :

- الافـراد
- بين الافراد والجماعات
- بين الجماعـات (8)

5 ـ الشعر والوسائل الاعلامية

إن مسألة انتقال القصيدة ، وهي جهد فردي ينهض به الشاعر عبر نظام جماعي يغدو فيه الشاعر عنصراً من عناصر النـظام الاعلامي ، تأتي لتطرح المشكلة الفلسفية حول العلاقة القائمة بين ما هو عام وما هو خاص ، في الوقت الذي أخذت فيه البيئات الاجتماعية الصغرى المتمثلة ، في الاقطار العربيـة ، ببقايا العهود الاقطاعية وقنوات الاتصال التي يغلب فيها الحديث وجهاً لوجه تختلط بالبيئة الاجتماعية الكبرى التي تواجه التكنولوجيا الحديثة ـ ان هذا الاختلاط مبني ، في جوهره ، على التداخل في الوظائف الاجتماعية للخدمات الاقتصادية والسياسية والتربوية والثقافيـة والعقائدية (9) .

إن الاتصالات الحديثة تقدم أدوات داخلية (علامات لغوية وغير لغوية) تتفاعل مع أدوات خارجية توفرها التكنولوجيا الحديثة وبما يؤثر على محتوى الرسائل ومنها الشعر (10) .

ومن هنا بات على الشعر كسلوك انساني ، يحاول أن يمنح جواباً لحالة خاصة ، ان يبحث عن التوازن بينه وبين الطارىء الجديد في العالم الخارجي الذي أراد أم لم يرد فانه سيجابه بحكم من الشمولية التي يتميز بها الطارىء . وانه ازاء كل ذاك قد يضطر الشاعر إلى التنازل أو هدم البنيات القديمة فكراً وأسلوب صياغة والاتجاه إلى بناء البنيات الحديثة التي ينبغي أن تكون متجاوبة مع متطلبات العصر وضروراته (11) .

وهكذا سيجد الشاعر صعوبة في التعامل مع اجهزة الاعلام الجماهيرية اذا ما كان ابداعه منحصراً في ذاته الفردية .

قد يكون صحيحاً أن الجماهير العربية لم تدخل بعد مرحلة الجماهيرية ، الناتجة عن التقدم الصناعي التي تنتهي بالافراد الى الابتعاد عن بعضهم ، ولكن الملاحظ أن الجماهير العربية بدأت تتعايش صورة « المجتمع الجماهيري » بحكم هيمنة الصناعات الثقافية الاعلامية المستوردة من البلدان المتقدمة صناعياً .

وقد يكون صعباً في السنوات المقبلة ان تجد الجمهور الذي يمنح القصيدة الجهد الذي ينبغي أن يبذل من اجل تأملها وتذوقها .

لقد ذهبت احدى الدراسات الى القول بـ « ان الشعر نتاج فعالية عالية ، ولا ينتج تأثيره الصحيح إلا في جمهور يقدر أن يتجاوب مع هذه الفعالية ، أي مع جمهور مسلح بالثقافة الفنية العالية ، خصوصاً وان الجمهور ، على الصعيد الفني ، هو غيره ، على الصعيد السياسي ، فهو في الفن لا يمكن أن يكون كمياً أو عددياً » (12) . وعندنا ، ان المشكلة ليست كامنة في الثقافة الفنية العالية للجماهير بقدر ما هي في قدرة انسان العصر على الاستجابة لمتطلبات الحياة الجديدة ، متفاعلة بمدى قدرة الوسائل الاعلامية على تقديم الشعر كعمل فني وصولاً إلى التوازن بين الذات وما يحيط به من عوامل في عصر تتلاحق فيه الأحداث والمنجزات الصناعية .

إن الاضطراب الذي يصيب الشعر ، كما يصيب الرسائـل الأخرى التي تحملها القنوات الاعلامية ، يتأتى أولاً من تأثير القناة نفسها كما هو ملاحظ في التغييرات النوعية التي تلحق بالموسيقى عند نقلها عبر الراديو أو جهاز التلفزة أو مكبرات الصوت ، ويتأتى ثانياً من ان الرسالة كواقع ، يمكن أن تستبدل بـ « واقع » آخر يتولد عن الأجهزة الاعلامية ذاتها ، وثالثاً ثمة خطر تهديد ما يعرف بالاصالة بسبب الشيوع والانتشار . ويتردد هنا التساؤ ل الذي أثير مرة حول مدى القيمة الفنية التي تبقى للوحات سيزان أو بيكاسو اذا ما علقت على جدران مطابخ البيوت ؟ ان الكثرة لا بد أن تؤدي إلى مزيد من النفايات . .

لم يعد الشعر ، كما كان في اشكاله الأولى ، ضرباً عالياً من الكلام الاعتيادي . هذا العلو المتمثل بنظام شكلي ، وبالوزن والقافية وتساوي المقاطع طولياً ، والجناس وبالايقاع الذي يميزه عن الكلام الاعتيادي مما يجعله متسماً بالغموض وربما التأثير السحري .

إن محور التدارس هو الشعر بمفهومه الحديث والذي تتضح سماته بالتناغم وصعوبة الترجمة وبلامفعوليـته للفـرد الاعتيادي ، محدد باتصاله بالاشياء ، وله دلالاته المتشعبة ، الى جانب تأثيراته الجمالية المكثفة (13) .

والشعر لا بد له أن يبعد عنه كل ما يبتعد عن المتعة الجمالية . . . وكل ما يؤدي إلى سقوطه في النثرية ، فهل تستطيع وسائل الاعلام أن لا تشوه اسرار جماليته وان تبقيه نتاجاً يتفتق عن واقع المجتمع كما تتفتق اللؤلؤة عن الصدفة ؟

6 ـ احتراسـات

ثمة احتراسات ينبغي ذكرها في مسألة علاقة الفن ، والشعر بوجه خاص ، بالوسائل الاعلامية . هذه الاحتراسات تشكل مقدمة لملاحظة الختام في هذه الورقة .

لعل من أهم ما ينبغي الاشارة اليه في هذا الصدد هو أن الجماهير في حالة تحول ، وان محتوى ما ينقل إلى الجمهور ينبغي أن يتغير . والمغالطة الكبيرة التي يحسن بنا الالتفات اليها هي مسألة ادانة كل ما لا يحمل صفة الارشاد و «التوجيه» و «التعليم» (15) .

إن وضع الفنون أمام بصر الجماهير وبصيرتها مسألة انسانية قبل كل شيء . . . وان المتعة الجمالية يجب أن تبقى متمثلة في نسغ الحياة البشرية . وقد جلبت رياح التغيير ، عبر هذا الكوكب ، إلى الملايين من البشر الاحساس بضرورة التحسس بجماليات الأدب والموسيقى والشعر . . . وان وسائل الاعلام قد ساعدت كثيراً في خلق رياح التغيير تلك . . . وربما يكون في تعقد الحياة المعاصرة والوان الصراع ما يدعو إلى البحث عن منافذ للنفس والشعر قبل سواه قادر على الاكتشاف ، هذا اذا عرف القارىء كيف ينفتح على هذه التجربة الشعرية . الشاعر هولدرن يقول (ولكن حيث الخطر ينمو المنقذ أيضاً) المنقذ هو الكلمة الشعرية التي تضيء عبر الشاعر وتفتح الاتجاه الجديد بعد النقصان الكبير . . . (16) .

إن الوسائل الاعلامية تظاهرة متميزة في هذا العصر قد تعاملت مع الشعر وتعامل الشعر معها . وفي رأينا انه يمكن تحديد بعض الملامح لهذا التعامل قياساً إلى ألوان متعددة مما يعرف بالشعر .

أ ـ القصيدة ـ الدعايـة

هذا الضرب من الشعر يتمثل بـالحماس للوطن ، وتمجيـد البطل ، والدفاع عن مقدسات الأمة وكرامتها . وهو يجد في وسائل الاعلام من صحافة واذاعة وتلفزة مجاله الواسع . حيث أن الدعاية ليست دائماً بالحدث السيء ، فالحماسة للقضايا القومية والوطنية والاخلاص لنضال القادة المناضلين من الأمور المقدسة ، ويعتبر هذا اللون من التعبير عملاً جميلاً بالمعايير الاخلاقية . ولكن من الناحية الفنية ، يقترب هذا الضرب من « الشعر » إلى لون من الخطابية والتقريرية . . . ولكنه يستطيع اداء دوره في الجماهير خاصة اذا صحبه اللون المؤثر أو الموسيقى الملائمة أو التصوير الجيد . والتراث العربي حافل بهذا الضرب من الشعر كما ان اجهزة الاعلام العربية قد نقلت الكثير منه ، والأمثلة تجدها كثيرة عند دراسة تاريخ الاعلام والشعر العربي . . . ومن الأمثلة على ذلك قصائد الجواهري في المناسبات المتعددة مثل ذكرى عبد الحميد كرامي ورياض المالكي ويوم الشهيد . . .

وسيستمر هذا الضرب من « الشعر » تغذيه اجهزة الاعلام بأشكاله المختلفة : من مديح وهجاء وفخر ودعاية عقائدية : دينية وسياسية واجتماعية إلى جانب الموعظة . . والنصح والارشاد . . . وقد تمتد هذه الاشكال إلى الغزل والوصف . . .

إن هذا الضرب من الشعر سيستمر تدفقه عبر اجهزة الاعلام ، وفي البلدان الناميةعلى وجه الخصوص ، بسبب من حاجة الدعاة اليه اذ بدأت شعوب هذه البلدان تعيش صورة عصر الجماهير وان لم تعشه واقعاً . والدعاية توجه خطابها الى الفرد والجماهير في آن واحد . انها لا تفصـل بين الاثنين . فمن الصعوبة ، عبر اجهزة الاعلام الجماهيرية ، توجيه الخطاب الى فرد واحد . وكثيراً ما تجابه هذه الدعاية الموجهة للفرد لوناً من النفور والانكار . إن الـدعايـة الحديثة ، كما يراها جاك ايلون ، « تصل إلى الافراد ضمن الجمهور وكمشاركين في ذلك الجمهور ، ومع ذلك فهي تستهدف المجموع ولكن كهيئة قوامها افراد » (17) .

ب ـ القصيـدة ـ الغنـاء

ونريد بها القصيدة التي يتناقلها المغنون والمغنيات عبر موجات الاذاعة والتلفزة . . . وتتجلى مطبوعة عـلى صفحات المجـلات والجرائد والكراريس وأغلفة الاسطوانات . إن اجهـزة الاعلام الجماهيرية قد نشرت ، عبر الأرض العربية ، كما فعلت مثيلاتها في انحاء العالم العديد من الوان الشعر المغنى .

وقد يكون الاجتهاد صحيحاً لمن يذهب إلى أن الكثير من القصائد المغناة قد شاعت لا لجودتها الفنية بل لما يصاحبها من لحن وحسن اداء وتكرار في اسماع الجمهور . وقد حدثنا استاذنا المرحوم الدكتور مصطفى جواد المؤرخ اللغوي المعروف ان الغناء كان السبب الرئيسي في ذيوع قصيدة البغدادي التي يقول فيها :

استودع الله في بغداد لي قمرا
بالكرخ من فلك الازرار مطلعـه

كما ان بعض القصائد التي تحتاج إلى التأمل الفلسفي وعمق النظر قد شاعت للأسباب ذاتها : اللحن والأداء والتكرار . . ونضرب أمثلة ذلك شيوع رباعيات الخيام . . وقصيدة « لست أدري » لأيليا أبي ماضي وبعض أبيات رابعة العدوية .

وقد يمتزج النوعان الأول والثاني اذ كثيراً ما أشاع الغناء عبر اجهزة الاعلام ، القصيدة الدعاية كما في الاغنيات والاناشيد التي تدعو إلى حب الوطن والذود عن حياضه ولقد شاهدت الملايين واستمعت إلى المغني في فيلم Jesus Super Star يصرح مخاطباً السيد المسيح بأنه كان من الممكن أن يصل إلى أمة بكاملها في عصر الاعلام الجماهيري

You Could Have Reached a Whole Nation In The Age of Mass Communication.

كما ان المسرحية الشعرية « الشعر Hair » وصلت الى الملايين عن طريق فيلم سينمائي حافل بضروب الدعاية من الدعاية السياسية والعقائدية الموجهة ضد الحرب في فيتنام والفلسفة القائمة وراء هذه الحرب .

ج ـ القصيـدة ـ الشعر ـ

ان هذا الضرب من « الشعر » يستعصي على وسائل الاعلام الجماهيرية ليس سهلاً انقياده لها ، كما ان استجابة الجماهير الواسعة لها أمر غير مضمون مهما تفننت وسائل الطباعة والاذاعة والتلفزة تكويناً واخراجاً ، ولعل مرد ذلك إلى ان هذا الضرب من الشعر (داخلية تتوجه الى داخلية) ويحتاج إلى جهد وتفحص من اجل

استيعابه وتذوقه ، انه ذلك الشعر الذي يستجيب لمطالب الحياة ويهدم البنيات ليبني بنيات أخرى . . وهو ليس محدوداً تحت ضرب معين من الشعر لأنه يسع الحياة بأكملها .

قد يتضمن هذا الضرب وسواس المحرمات وحب الطمأنينة والقلق من الآتي . . ويمكن أن يجد انصار « الفرويدية » مسالك في اقبال بعض الناس على هذا الضرب من الشعر . . إن هذا اللون من الشعر هو الذي يعيد للانسان في لحظات خاصة ، توازنه مع العالم الخارجي .

وقد تفلح الوسيلة الاعلامية في معالجة القصيدة ـ الشعر بشحنات من الموسيقى والتصوير واللون من اجل اثارة العواطف أو دغدغتها وآنذاك يغدو عملاً فنياً تستطيع أن تطلق ما يتلاءم معه من الاسماء ولكنك لن تستطيع أن تقول انه القصيدة ـ الشعر .

إن القصيدة ـ الشعر تكتسب وصفها من حيث انها شعر بحكم طبيعتها وليس بحكم ذيوعها عبر اجهزة الاعلام ، فأجهزة الاعلام لن تستطيع مهما تفننت ، ان تخلق من غير الشعر شعراً ، وهنا يختلف الشعر عن المادة الاعلامية المصنعة للجماهير كما في الخبر . . فالخبر في مفهومه الحديث ، لن يكون خبراً إلا اذا تناقلته اجهزة الاعلام .

وثمة ملاحظة تتصل بتطور تكنولوجيا الاعلام الذي يبدو انه لن يتوقف ما دام قد تحرك . إن البعض من مظاهر تكنولوجيا الاعلام المهيئة للاستعمال الفردي قد تمنح المستمع أو المشاهد فرصته للاستغراق والتأمل في القصيدة والشعر . . وكأمثلة على هذه الأجهزة الاعلامية الفردية أشرطة الكاسيت والاسطوانات والفيديو تيب واسطوانات الفيديو ، وهناك نماذج من قراءات متميزة لاشعار كيتس وشيلي وغيرهما على أشرطة الكاسيت يمكن أن تمنح فرصة التأمل والاستغراق والمتعة الفنية لمن ينشد كل ذلك .

7 ـ الخاتمة

لقد ذهب برنارد روزنيرك الى اعتبار « الثقافة » ومنها الشعر بلا شك ، التي تأتي عبر اجهزة الاعلام تظهر كأنها اتت دون جهد . ويقف منه دافيد ماننك وايت موقف المعارض مواضعاً عن ثقافة الاعلام ، مستنداً إلى العصر الذي لم تنتشر فيه هذه الثقافة لم يكن عصراً شمولي الثقافة ، وان كل انسان فيه كان صورة من ليوناردو دافنشي . وقد كتب الشاعر والت ويتمان مطالباً ببرنامج ثقافي ليس لطبقة واحدة بل للقطاعات الواسعة من الناس ، وان احسن الثقافات هي تلك التي يتجلى فيها الحب واحترام النفس والشجاعة الانسانية والنزعة الشمولية .

وليس من شك في أن تكنولوجيا الاعلام ثروة ، يمكن أن تمنح الملايين فرصاً للتمتع بقيم الجمال التي كانت في السابق حكراً على قلة محدودة . على أن بقاء القيم الجمالية ، بعيدة عن التشويه ، أمر تستوجبه انسانية الانسان وتقدمه . وقد يكون أمراً صعباً تذوق الشعر من خلال اجهزة الكومبيوتر والالياف البصرية وغيرها من التكنولوجيا المتطورة . . ولكن قد يكون أمراً جميلاً انتشار القصيدة ، الشعر على أدوات الاعلام الفردية مانحة الفرصة للمواطن لكي يستوعب منها ما يشاء ، كل حسب قدرته ووقته .

وبعد ، اذا كانت غاية الثقافة الجماهيرية هي أن تجعل الانسان متذوقاً لجماليات الحياة ، فانه لأمر قمين بالنظر تحديد غايات الثقافة ووسائل نشرها في ضوء الاستجابة لمتطلبات الحياة الاجتماعية .

من المهم أن نفهم ، كما يقول كروستوفر كودويل : « ان الفن ، كالعلم ليس بدعاية وهذا لا يعني أنه ليس له من دور اجتماعي ليقوم به . على النقيض ، ان دوره ، كما كان ، أساسي وأكثر بعداً من الدعاية : إن دوره تغيير عقول البشر . . ولكن بطريقة خاصة وان طريقة العلم في تغيير نظرة الانسان للحقيقة الظاهرة تكون في العرض الرياضي ، ولا يمكن أن يقال عن ذلك انه اقناع . . . . . وهكذا فان الحقيقة والجمال ليسا اقناعاً(*) .

هوامش :

(1) عن هذه المسلمات راجع الفصل الخامس من :

Leon BRAMSON. *The Political Context of Sociology*. (New Jersey : Princetown University Press, 1961) pp. 96 - 118.

(2) انظر :

Daniel LERNER, « Notes on Communication and the Natio State » *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36 , No4. (Winter, 1923 - 44) pp. 541 - 49.

(3)

Daniel LERNER, « Technology, Communication , and Change », in *Communication and Change, the Last Ten Years - and the Next* . Ed. WILBUR SCHRAMM and Daniel LERNER (Honolulu : an East - West Center Book, 1978), p. 288.

(4)

Itheil De Sola Pool, « The Role of Communication in the Process of Modernization and Technological Change», in *Industrilization and Society*, Ed. Bert F. Hoselitz and Wilbert E. Moore , UNESCO, 1966. pp. 279 - 95.

(5 ، 6) راجع :

Marshal Mc Luhan , *The Medium is the Massage* (Bantam Books, 1967)

وكذلك التقرير الخاص بمارشال ماكلوهان في :

News Week, March 6, 1967 , pp. 41 - 45.

(7) عن هذه النماذج انظر :

Bernard Voyenne. *L'Information Aujourd'hui* (Paris : Armand Colin, 1979) , pp. 9 - 24.

(*) ورقة مقدمة إلى ندوة الشعر التي انعقدت في الحمامات بتونس في شهر مايو الماضي .

(8 ، 9 ، 10) انظر تقرير اليونسكو :

Consultation of Experts on « Means of Communication ant the Nature of Human Communication» , Vienna, Austria 15 - 18 April 1980.

(11) راجع خلاصة للفكر الغولدماني حول هدم وبناء البنيات والتوازن في مقالة احمد سعود « حول سوسيولوجيه الثقافة الشعبية » اقلام (السنة 15 عدد

N. Y. : Vintage Books, 1968), p . 6.

(12) ادونيس . **الثابت والمتحول . . . بحث في الاتباع والابداع عند العرب** . ج 2 ، ط 1 (بيروت ، دار العودة ، 1978) ص 251 .

(13) انظر :

Christopher Caudwell, *Illusion and Reality : A: Study of the Sources of Poetry* . (Berlin : Seven Seas Publishers, 1977), p (14)

Ibid. pp. 139 - 152.

J. A. C. Brown . *Technique of Persuation - From Propaganda to Brain Washing.* (England : Penguin Books, 1963) , pp. 310 - 11.

(16) راجع لاستشهاد فؤاد رفقه بهولدرن في المقابلة التي عقدها معه حازم أبيض : « الانسان الغربي بلا مأوى روحي » ـ المجلة (عدد 50 ـ سنة 1981 ص 66 - 68 .

(17)

Jacques Ellul . *Propaganda, the Formation of Men's , Attitudes.* N. Y. : Vintage Books, 1968), p. 6.

(18) انظر هيغل في الجزء العاشر في موسوعة علم الجمال ، ترجمة جورج طرابيشي (بيروت : دار الطليعة ، 1981) « ان علاقة الانسان الجمالية هي علاقة الانسان بذاته . ويضرب هيغل مثلاً لذلك بالصبي الذي يرمي الحجر في الماء فتنداح فيه الدوائر فيأخذه العجب والدهشة من فعله » . نايف بلوز « علم الجمال عند هيغل » ، **دراسات عربية** (العدد 12 ، السنة 16 ، تشرين الأول اكتوبر 1940) ، ص 80 .

(19) راجع خلاصة عن افكار روزنبرك ووالت ويتمان في كتيب **وسائل الاعلام ودورها في الثقافة الجماهيرية** للمؤلف من اصدارات الجهاز العربي لمحو الأمية وتعليم الكبار ـ بغداد ، 1980 .

Christopher Caudwell, *Illusion and Reality*, pp. 174 - 75.(20)

دار الآداب تقدم

حنا مينة

حكاية بحّار

لن أحدّث عن هذه الرواية التي تجاوز فيها حنا مينه كل انشاحه السابق، ولن أتكلّم عن عمق النزعة الانسانية التي تسري في جميع أوصافها، ولن أشير إلى التزام المؤلّف بالموقف القومي العربيّ الذي يتجلّى في نضال أبطاله ضد الاستعمار التركي والاستعمار الفرنسي، على اختلافهم إلى طبقة العمّال البحريين... ولن أنوّه باللغة الرشيقة والصور المعجبة واللقطات الرمزية الموحية التي يُحمل بها هذا الأثر الفنيّ الفريد.

سيتناول الباحثون والنقاد جميع هذه الجوانب حين يعرضون لدراسة « حكاية بحّار ».

واعتقد كذلك انه لن يكون أمامهم مفرّ من ان يعقدوا المقارنات بين الروائيين الذين كان البحر بطلهم الأول في بعض رواياتهم، وبين حنا مينه. سيقارنون حتماً بين « حكاية بحّار » اكاتسنا العربي، وبين « الشيخ والبحر » لهمنغواي و « حكاية غريق » لغابرييل غارسيا ماركيز.

وهنا أتذكّر فوراً ان هذين الروائيين نالا جائزة نوبل، فأتساءل بلا تردّد: أتظنّ الاعتبارات التي لا تمتّ إلى الفنّ الحقيقي بصلة حائلة دون أن ينال هذه الجائزة روائيون عرب من مثل حنا مينه؟

سهيل ادريس