

الثقافة والجمهور في الأمكنة: إمكانات وإمكانات

وسيم الكردي

(1) توطئة

في إطار مشاركة جمهور المؤسسة، فقد ارتأيت نشر هذه المداخلة التي عرضت ضمن نقاش داخلي في المؤسسة بغية النظر في مستقبل علاقة المؤسسة بجمهورها. ولأن قراء هذه المجلة هم من جمهور المؤسسة وبرامجها بصور مختلفة، فإن هذه المداخلة تتطلع إلى إشراك الجمهور فيما ن فكر فيه في مؤسسة عبد المحسن القطان، وبخاصة مستقبل المؤسسة في ما يتعلق بجمهورها، وعلاقة جمهورها ببرامجها كافة، وبخاصة علاقة كل ذلك بمبناها الجديد.

إن المبنى الجديد ليس كمرافق فحسب، بل كفاعلية، كمفهوم، كعلاقات، كبنية... «مكان مفتوح للجمهور، مكان بمعنى الحيز المشغول بالبشر، وليس الحيز الفارغ كجدران بفعاليات. إننا، هنا، وبالضرورة، سنجد أنفسنا نتناول كل ما نقوم به، ونطرح أسئلته، من خلال تناولنا البعد الجديد الذي سيضيفه هذا المكان في علاقة المؤسسة بالجمهور؛ سيفتح ذلك أسئلة من قبيل: ما الذي لدينا؟ من هو جمهورنا؟ من هو جمهورنا «هنا - في فلسطين»؟ من هو جمهورنا «هناك - في بلاد أخرى»؟ كيف تطور علاقتنا معه؟ كيف نوسعه؟ كيف نبني سياقات تتيح له تعميق تجربته وخبرته؟ كيف نأتي به؟ كيف نذهب إليه في مواقع وأمكنته؟ ما الذي نتوقعه؟ ما الذي نتطلع إليه؟ ما الذي سنشارك المجتمع/المجتمعات به؟ كيف سننفع ذلك؟ إن الانتقال من مكان قديم إلى مكان جديد مختلف، ليس انتقالاً من حيز إلى آخر، تقتصر مقتضيات العمل فيه على ما تتطلبه مرافقه الجديدة فحسب، بل إنه انتقال في الفهم، في النظرة، في العمل، في التوقع. المبنى أفضت به الرؤية، وهو بدوره سيسهم في الإفضاء إلى رؤية، وما بينهما جرت تصورات؛ قلبت وغيّرت؛ إذاً، ما الفرق بين ما نحن عليه وما سنكون عليه؟

لقد قامت مؤسسة عبد المحسن القطان، كما أشرتُ

المداخلة لا تتغيّر الولوج إلى كل مفاصل العمل في المؤسسة ومكوناتها ومجالاتها وحدودها، بل تتطرق من شعارها الأساسي «في خدمة الثقافة والتربية في فلسطين والعالم العربي» فقط لتعيد مناقشة الجزئية المتعلقة بـ «الخدمة»: خدمة من؟ خدمته بماذا؟ وكيف يحدث ذلك؟ هذه الجزئية التي تشكل عصب العمل في كل مناحيه وأبعاده وصوره؛ ولعلها تصلح لتحليل العلاقات وبنيتها على مختلف أصعدة عمل المؤسسة؛ دعماً، وخدمة، وإنتاجاً. إذن، هذه مداخلة تحاول إتاحة الفرصة لمناقشة فكرة «جمهور» المؤسسة الحالي والمحتمل، من حيث التركيز (تطوير العلاقة بالجمهور الحالي)، والتوسيع (جذب جمهور جديد)، والتعميق (الخبرة والتجربة).

(2) الجمهور - الخدمة

لدينا فرصة مواتية ثمينة تضع موضوع «الجمهور» في صلب حوار المؤسسة الداخلي والمجتمعي بخصوص فعلها الثقافي المجتمعي، إن هذه الفرصة تتمثل في اقتراب إشغال المبنى الجديد، وفي الوقت نفسه تتيح فرصة لمناقشة علاقة الجمهور بالفضاءات الأخرى؛ فضاءات المؤسسة؛ مركز الطفل، استوديو العلوم، مركز المعلمين/نعلن، وكذلك الفضاءات الثقافية والتربوية المجتمعية.

من حيث قناعاتنا وقناعاته، احتياجاتنا واحتياجاته، تطلعاتنا وتطلعاته، توقعاتنا وتوقعاته.

(3) رأسمال المؤسسة

لدينا، تاريخياً، ما راكمته التجربة، وكذلك ما يمكن مراكمته في المستقبل، فما الحصيلة التي لدى المؤسسة الآن؟ وما الذي نتطلع إليه؟ قد يبدو سهلاً الإجابة على هذين السؤالين؛ حيث يمكن لنا سرد ما بتنا نمتلكه عبر ما يقارب العقدين من مواد ومصادر وخبرات وعلاقات... ومع ذلك، فإن هذه الحصيلة أكبر من أن نتخيلها إذا أردنا أن نبني خريطة لها، ولعل ذلك يتطلب سردها وتصنيفها وتعريفها وربما تحليلها كي يكون من الممكن الإفادة منها إلى أقصى ما يمكن من الفائدة حين تغدو معرفة أكثر منها معلومات وبيانات. وبالتالي، فإن سؤال ما نملك جوهرى لتقدير «رأسمالنا» العيني والمعنوي، فلدينا: (1) خبرات فردية فكرية معرفية فنية ثقافية إدارية مالية... (2) في حقول متنوعة. (3) مكتبات. (4) منشورات. (5) ترجمات. (6) شبكات من العلاقات؛ أفراد ومؤسسات. (7) فضاءات ومساحات: استوديو

في البداية، على شعار «خدمة الثقافة والتربية في فلسطين والعالم العربي»، وقد كانت منذ البدايات إلى يومنا هذا مدركة إلى أنها تتوجه إلى جمهور كبير؛ يتركز على: (1) الأطفال. (2) المعلمون. (3) الفنانون والكتاب. (4) المؤسسات الثقافية والفنية والتربوية. وبدرجة أقل، الجمهور العام بمختلف مكوناته وشرائحه.

اليوم نحن أمام تحول جديد؛ مبنى جديد، مرافق جديدة، برامج جديدة... وسنكون إزاء هذا التحول أمام علاقة استمرارية مع الجمهور في مناح، وأمام علاقة جديدة متوقعة في مناح أخرى. المبنى الجديد سيغدو مفتوحاً للجمهور ضمن برنامج دوري يتيح له التواصل مع فعاليات ثقافية وفنية وتربوية مختلفة ومتنوعة؛ وسيكون لدينا فعاليات «البرنامج العام»، وفعاليات برنامجي «الثقافة والفنون»، و«البحث والتطوير التربوي». إن مناقشة هذا التحول تتيح لنا فرصة النظر في مفهوم «الخدمة» التي نقوم بها تعبيراً ومحتوى، وتتيح لنا فرصة مناقشة موضوع «الجمهور» من حيث نوعيته وشرائحه وطبيعة التواصل معه، وشكلها، ومناقشة ما نقدمه لهذا الجمهور



جانب من زيارة الأطفال لمعرض العلوم خلال فعاليات افتتاح المبنى الثقافي الجديد لمؤسسة عبد المحسن القطان في رام الله، 2018.



الابتكار، العلم ... كلها كلمات يعاد تعريفها باستمرار، ويرتبط ذلك بالفكر، والفلسفة، وبسياقات تعريفها، وظروف فاعليتها وإنتاجها. إن الوصول إلى إجابات قاطعة أو ادعاءها سيفضي إلى الجمود. إن الاستمرار في نقاش الغاية والعملية ينبغي أن يستمر؛ كيف يمكن لذلك أن يحدث؟ أن يتطور؟ أن يفضي إلى مناطق جديدة وحقول بكر؟ ما الفضاءات والمنصات الضرورية لإبقاء السؤال مرفوعاً وحيّاً في فضاءات المؤسسة المتعددة داخلها، وفي اشتباكها المجتمعي والإنساني؟ كما إن سؤالاً: ما الذي لدينا؟ وما الذي نتطلع إليه؟ وما بينهما من أسئلة وتساؤلات يلجُ بنا في هذا السياق أيضاً، ومن المفيد النظر إلى ذلك كمكونات معرفية على مستوى التفكير قبل أن تكون معطيات جاهزة للتخطيط؛ إن الأدبيات التي تتناول استراتيجيات المؤسسات في عملها تتحدث عن فرق جوهرية، وإن كان تعاضدياً ما بين «التفكير الاستراتيجي» و«التخطيط الاستراتيجي»، وبالتالي فإن الحوار الذي قد يفتحه هذان السؤالان ينبغي أن يأخذ هذه المطابقة والمفارقة بالاعتبار.

(5) الثقافة - المفهوم والرؤيا

إن دور المؤسسة هو في جوهره دور ثقافي إذا ما نظرنا إلى الثقافة بمعناها الواسع، بحيث تشمل الفن والأدب والتربية، والمجتمع بتكويناته المادية والمعنوية، وهو دور مجتمعي، ونحن نتوقع من هذا الدور أن يشكل مساهمة في المجتمع؛

العلوم، مركز الطفل، مركز المعلمين/نقلين. مرافق المبنى الجديد، حجرة الموزاييك، الفضاءات الثقافية المجتمعية. (8) أرشيف؛ أفلام، تسجيلات صوتية ومرئية. (9) أدوات وأجهزة. (10) مصادر مالية ذاتية وخارجية. (11) تجربة مديدة في التعامل مع الجمهور الزائر والمشارك في الأنشطة والفعاليات الثقافية والفنية والتربوية في مبنى المؤسسة الحالي، ومن خلال فضاءات أخرى في المدينة، وبخاصة في مجال استقبال الأطفال في مركز الطفل، وحديثاً في استوديو العلوم، وتجربة العلاقة بالجمهور في مركز المعلمين-نقلين.

(4) في توظيف رأس المال

كيف ننظر لكل ذلك؟ ما الذي يمكن لنا أن نفيده منه في المرحلة القادمة؟ ما الذي يمكن إتاحتها للجمهور وكيف؟ وبالتالي يمكن لنا، هنا، تحديد الغاية من عملنا التي تُترجم كتطلع للمساهمة في التغيير المجتمعي ثقافياً بصور مختلفة، ومع ذلك، فإن هذا التطلع إشكالي دائماً، ويعاد طرحه باستمرار، ويعاد تعريفه أيضاً. وتبدو هذه الإشكالية ضرورية لأنها تفضي إلى الاستمرار في الطرح، وعدم الركون إلى إجابات نهائية وحاسمة؛ إن الحوار، ينبغي ألا يتوقف، حول دور الثقافة في تعريفها الواسع أو الضيق، وما يتبع ذلك ليس فقط كتعريف لدور الفن، العلم، التكنولوجيا... في الحياة الإنسانية، بل في تعريف كل ذلك أصلاً. الثقافة، الهوية، الفن، الإبداع، التعلم، التعبير،



وفد طلابي خلال زيارته إلى المركز الثقافي الجديد لمؤسسة عبد المحسن القطان، 2018.



فما نقوم به في مؤسسة عبد المحسن القطان، هو فعل في حقل الثقافة؛ سواء أكنّا نتحدث عن التعليم، أم الطفولة، أم الأدب، أم الفن، أم العلم، أم الإدارة، أم التكنولوجيا، أم الكتاب، أم المكتبة، أم السينما، أم الروبوت، أم الدراما، أم المسرح، أم رواية القصة، أم القراءة، أم الدمى، أم الزي، أم الطبخ، أم النموذج، أم القيم ... الخ. إن هذا يقتضي تطوير فهم لمفهوم الثقافة ودورنا الثقافي وتوقعاتنا من هذا الدور الذي نقوم به. فالثقافة متشعبة التعاريف، ومتعددة الدلالات، وهذا يرتبط غالباً بحقول المعرفة وسياقات إنتاجها المختلفة في أمكنته وأزمته، وقد نقضي أياماً ونحن نتحاور في وضع التعاريف لها، ولكن غاية هذه المدخلة تتجاوز ذلك، ولعلها تتطرق، كأساس للحوار، من تعريف لإدجار موران في مقالة له بعنوان «من أجل نظرية للثقافة»، سأستند إليها كمصدر أساسي في تناول مفهوم الثقافة وتعريفاتها وعلاقاتها. إنه يقسم الثقافة إلى ثلاثة أنواع: ثقافة إنسانية، ثقافة علمية، ثقافة جماهيرية، ويرى أن هذه «الثقافات إما (أنها) تعادي بعضها، وإما توجد في حالة تعايش سلمي، لكن بينها صلات ضعيفة جداً».

«فالثقافة الإنسانية: هي ثقافة تتضمن كمية محدودة من المعلومات ... تتعلق هذه المعلومات بالإنسان، الطبيعة، العالم، المجتمع ...، هذا المخزون المكتمل والمشارك يتيح إمكانية كبيرة للتفكير، وهو تفكير ينصب دائماً على المشاكل الأساسية: الخير، الشر، الله، وجوده أو عدمه، معنى الحياة، الأخلاق ... التمايز بين الأدب والفلسفة داخل هذه الثقافة ضعيف ... إننا هنا أمام محاولة للتركيب والتفكير في القضايا الكبرى».

«والثقافة العلمية: هي ثقافة أدت إلى نمو هائل للمعلومات، ومن الواضح أنه لم يعد ممكناً أن تختزن هذه المعلومات في الذهن ... إن اتساع دائرة التخصص يؤثر على عملية التفكير في المعرفة، في الإنسان وفي العالم. إن المعرفة في الميدان العلمي شديدة التنظيم، وبخاصة من خلال النظريات المنطقية الرياضية. هنا توجد هيمنة للمعرفة القابلة للقياس والعد، وهذه الهيمنة نفسها مرتبطة بمعرفة تستلزم التحكم (التجريب) والإنتاج (التقنية). وبالطبع ما زالت المعرفة من أجل المعرفة تتحكم في المغامرة العلمية ... وهي منظومة تزداد تقنية وبيروقراطية، ما يجعل العلم -كما لاحظ ذلك هوسرل- عاجزاً عن التفكير في نفسه وفي موضوعه. أضف إلى

ذلك، أن التخصص يهدم الأسئلة النموذجية الكبرى للثقافة الإنسانية ... فإذا تحدثنا عن إقامة التواصل بين الثقافة العلمية والثقافة الإنسانية، يصبح حديثاً عبثياً لأنه لا يوجد تواز أو تناظر أو بنية مشتركة بين هاتين الثقافتين المختلفتين اختلافاً نوعياً مطلقاً. قد تتعايشان بشكل سكيذوفريني عند الشخص نفسه: فالعالم عالم في المختبر، وفي بيته يكتب الشعر. إنه أينشتاين وكمانه».

«أما الثقافة الجماهيرية: فهي تتشكل من كم هائل من المعلومات يزداد نمواً بشكل مطرد، ولكن عن طريق هدم نفسه باستمرار، وتحوله إلى «ضجيج». إنه سحب (عابرة) من معلومات غير منظمة. ويتعلق الأمر، هنا، باختلاف جوهرى عن الثقافة العلمية التي تنظم معلوماتها ضمن نظريات وفهارس وأرشيفات. في الثقافة الجماهيرية، نجد أن سحابة جديدة تطرد كل يوم سحابة أخرى. ويؤخذ على الثقافة الجماهيرية أنها ثقافة تتدهور. هذا صحيح، ولكنها تنتج، أيضاً، تحفها (الخاصة)، وربما وجدنا في الثقافة «الراقية» عدداً من الأعمال الرديئة يضاهاى الأعمال الرديئة في الثقافة الجماهيرية».

«المشكلة الحقيقية تتعلق بنمط استهلاك هذه الثقافة. إنها ثقافة لا تتيح فرصة للتفكير، ليس فقط لأن حلقة تطرد أخرى، سحابة تطرد أخرى، ولكن، أيضاً، لأن هذه الحلقات تشاهد خلال لحظة الاسترخاء، بشكل استهلاكي، خلال وجبات الطعام، وقبل النوم. الأمر، هنا، لا يختلف عن الموسيقى. فالاستماع إليها كخلفية يختلف، تماماً، عن السعي إلى سماعها في حفل موسيقي. وهكذا، فإن الثقافة الجماهيرية لا تتيح إلا إمكانية ضعيفة للتفكير بسبب نمط استهلاكها، وبسبب غياب النظام فيها. ... إن أصل المأساة الثقافية الحديثة هو مشكلة التفكير. لقد كان يُعتقد أن المعرفة وجدت لتكون موضوع تفكير ومناقشة، وموضوع تأمل حتى تتغلغل في مناحي التجربة الحياتية. لكننا نجد أن التفكير يتقهقر في كل مجال، بما في ذلك الثقافة الإنسانية التي أصبحت طاحونتها تدور في الفراغ، ولم تعد قادرة على أن تجعل مواد الثقافة العلمية موضوعاً لتأملها. وحتى جسور التواصل بين الفلسفة والعلم، أضحت نادرة جداً. إن صعوبة تحصيل المعرفة العلمية المتخصصة يحول، مطلقاً، دون لعب الثقافة الإنسانية دورها كتأمل لمعرفة الإنسان داخل العالم. ونواجه أيضاً، في ما يخص الثقافة العلمية،

وأفردت لذلك، مؤتمراً خاصاً يتناول هذه المسألة، وقد عبرت إيرينا بوكوفا، المديرة العامة لليونسكو عن ذلك بقولها: «إن الثقافة على وجه التحديد هي عامل من عوامل الاستدامة، وذلك باعتبارها مصدراً للقيم، وقوة دافعة لتحقيق التلاحم الاجتماعي؛ كما إن من شأنها تعزيز تقدير الذات، وإتاحة المشاركة المجتمعية. والثقافة هي، أيضاً، وسيلتنا الأكثر فعالية في ما يخص الإبداع، وتجديد الأفكار، وذلك بما يتوافر لها من تنوع ودينامية».

إن إعلان هانغزو يمثل خطوة رئيسية في عمل اليونسكو الذي يرمي إلى إدراج الثقافة في استراتيجيات التنمية المستدامة، وذلك في الوقت الذي يشكل فيه المجتمع الدولي خطة عالمية جديدة للتنمية المستدامة لفترة ما بعد العام 2015. وتتص التوصيات الواردة في الإعلان بشكل خاص على:

- إدراج الثقافة في جميع السياسات والبرامج الإنمائية، مثلها في ذلك مثل حقوق الإنسان والمساواة والاستدامة.
- تعبئة الثقافة والتفاهم من أجل تعزيز السلام والمصالحة.
- ضمان الحقوق الثقافية للجميع من أجل تعزيز التنمية الاجتماعية الاستيعابية.
- تعبئة الثقافة للحد من الفقر، وتحقيق التنمية

خطر فقد العقل البشري للمعرفة، ونخشى انتشار نوع جديد من الأمية من خلال تراكم المعارف، وذلك بسبب تكديس المعلومات في بنوك المعطيات، وبسبب الاشتغال بواسطة الحاسوب. وأخيراً، فإن الثقافة الجماهيرية تكمل هذا التدهور الذي يصيب إمكانية التأمل. إضافة إلى ذلك، فإن هذا التدهور يتجلى، على صعيد المجتمع، في بروز فئة التكنوقراط».

إن التعريفات الأنفة الذكر وخلصاتها لموران، تضعنا في مواجهة واضحة للعلاقة بين ما يمكن تسميته «ثقافات» تتجسد في ثقافة إنسانية علمية جماهيرية، وهي في الجوهر تتفاعل مع بعضها البعض؛ تتصل وتتفصل، تنصهر وتتشظى، تقترب وتبتعد، وهي مجالات، إن نظرنا إلى عملنا فسنرى هذه المكونات جميعها فيه، هذه «الثقافات» جميعها تتفاعل بصور مختلفة مباشرة وغير مباشرة. سؤالنا هنا: ما مفهومنا نحن للثقافة ولطبيعتها ودورها وتجلياتها وجمهورها؟ وكيف يمكن أن يغدو ما نقدمه للجمهور قادراً على إتاحة إمكانية التفكير وممكنات التأمل؟

(6) الثقافة والمجتمع

اهتمت اليونسكو بالمسألة الثقافية في الأعوام الأخيرة،



جانب من محاضرة الزميل وسيم الكردي حول تجربته في التعليم في مؤسسة عبد المحسن القطان.



الاقتصادية الاستيعابية.

- الاستناد إلى الثقافة لتعزيز الاستدامة البيئية.
- استخدام الثقافة لتعزيز التصدي للكوارث وتغير المناخ، وذلك بالعمل على التخفيف من الآثار الناجمة والتكيف معها.
- تعزيز الثقافة وصونها ونقلها إلى الأجيال المقبلة.
- استخدام الثقافة كمورد للإدارة وتحقيق التنمية الحضرية المستدامة.
- الاعتماد على الثقافة لتعزيز نماذج التعاون الإبداعية والمستدامة.

(7) الجمهور – مرة أخرى

التعبيرات الثقافية تحتاج دائماً إلى: جمهور، زوار، متفرجين، حضور... إلى آخر ذلك من تسميات لمن يتواصلون مع الفعاليات، الأنشطة، العروض، المعارض الثقافية؛ علماً، فناً، أدباً... وبصور مختلفة. الجمهور متغير، يتغير باستمرار، والجمهور يغير في الثقافة كما تغير الثقافة فيه. هناك ما يريده جمهور ما، وهناك ما يريده من يقدم ذلك له؟ ما نوع الحوار الذي يجري ضمن إشكالية من هذا النوع؟ هل تتغير عادات الجمهور وتتخلق عادات جديدة؟ مفهوم «الجمهور» كفرد وكمجموعة، كمجموعات وكحشود تختلف من ثقافة إلى أخرى، هل ينبغي موضوعة الجمهور ضمن عادات واحدة أم عادات مختلفة؟ هل هناك دور جديد للجمهور؟

إن المكتبة العربية فقيرة في مجال علاقة الجمهور بالثقافة، وبالمقابل، فإن هناك الكثير من الدراسات في العالم التي تتناول الجمهور (Audience) وتشغل على هذا الموضوع كثيراً، وبمستويات مختلفة؛ الجمهور، طبيعته، تنوعه، اختلافه، تطوره، تغيره، أثره، تأثيره، في دراسة صدرت عن جامعة ليدز في بريطانيا بعنوان: *The audience experience: changing roles and relationships* وهي تتحدث عن كيف ينبغي أن تتحول الفنون إلى خبرة لجمهورها، وكيف ينبغي للمتاحف وصلات العرض وأمكنة الفعاليات الثقافية أن تحقق فرصة لزائريها كي ينتقلوا إلى مستوى التجربة؛ التجربة

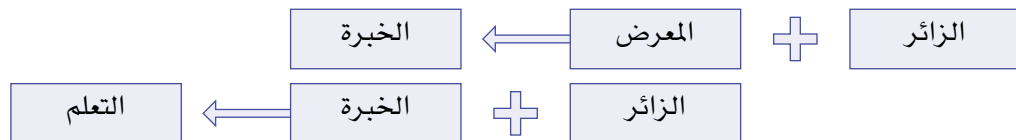
التي تتحول إلى ذاكرة وإحساس، ويمكن للجمهور أن يكون كعالم، كفنّان، ككاتب، ...». إن الانخراط في النشاط الثقافي مهم، وقد بينت أبحاث كثيرة، وبشكل جلي، العلاقة بين المشاركة في الفنون (فاعلية أو سلبية) وتحسن الصحة والحياة والمجتمع والرأس المال الاجتماعي. الأفراد يختبرون الكثير في حياتهم اليومية، في العمل، وفي البيت، في الاهتمامات والهوايات. لقرون، بنيت الثقافة والفنون عبر خلق خبرة ينخرط فيها «المستهلكون»، بحيث يتخذ الانخراط مكانته بمستويات مختلفة: جسدياً، اجتماعياً، عقلياً، انفعالياً، شعورياً، وكذلك روحانياً. تتفاعل مركب ثري ومتعدد الأبعاد. وتركز الدراسة على: تطور الحضور، الإبداع التشاركي، انخراط الجمهور، المشاركة، انخراط العموم ... (ومهما كان المصطلح) فإن علاقة الجمهور بالفعل الثقافي تتراد وتفضي إلى خبرات عميقة متزايدة، ولا شيء من هذه التوجهات، يمكن أن يعمل إلى أن «تلتزم المؤسسة بوضع الجمهور في قلب التجربة».

ومن المثير للانتباه أن جون ديوي قبل ثمانين عاماً طرح قضايا لها علاقة بالمتاحف وصلات العرض الفنية، ولا تزال مطروحة إلى يومنا هذا، ففي فصل من كتابه «Experience and Education» بعنوان: *Lessons for Museums* طرح أسئلة من قبيل:

1. هل يمكن لنا تطوير نظرية تعلم في المتاحف؟
2. ما نوع الخبرة التي نود للزوار عبورها؟
3. كيف ومتى يتعلم الزوار من خبرتهم؟
4. كيف يمكن تقييم فاعلية المعرض؟
5. ما الفارق بين التعلم والترفيه؟
6. كيف يمكن للتعلم المؤسس على الخبرة أن يتصل بالمنهاج المدرسي ومعاييره؟

وفي الوقت نفسه، تحدث عن مظهرين لنوعية الخبرة الممكن تحقيقها للزائر:

1. الزائر يتفاعل مع المعرض ويحقق الخبرة
2. الزائر يهضم الخبرة ولاحقاً تحقق تأثيرها



القوة والانخراط والاعتزاز، هذا تحد أول. أما التحدي الثاني، فينبغي ألا يعيد المبنى بفعالياته إنتاج المدرسة مرة أخرى كحيز تدريس وتعليم. أما التحدي الثالث، فكيف يمكن أن يتحول إلى فضاء يمنح فرصاً لتطوير خبرات معرفية وجمالية؟

(9) الجمهور: التواصل والخبرة

في فصل بعنوان (The Arc of Engagement)، من دراسة بعنوان (Making sense of Audience Engagement)، يبدأ باقتباس لـ روب بيليز: «إن تقديم عمل فني يأخذ أسبوعاً، أما عملية الخلق، فتأخذ 18 شهراً. كيف يمكن لأسبوع أن يكون كافياً لفهم عمل أخذ 18 شهراً لخلقه؟».

هناك توجهات كثيرة تبني لتحديد طبيعة انخراط الجمهور بالفعالية الثقافية، وكل طبيعة انخراط ونوعيته لها علاقة برؤية فكرية، وربما فلسفية، تتعلق بطبيعة العلاقة بالجمهور، والتوقعات من هذه الانخراط، إن الدراسة المشار إليها آنفاً ترسم ما يسمى بـ «قوس الانخراط»، وهذا القوس يمثل محطات يعبرها الجمهور، طبعاً ليس بالضرورة أن يعبرها جميعها، ولكن يمكن اعتبارها كمراحل قد تسهم في «تعميق الفهم وإثراء التجربة». وتبدأ عملية عبور المراحل من اللحظة الأولى التي تصل معلومة العرض/المعرض/الفعالية للجمهور،

وفي مقالة لافتة للنظر بعنوان (Art and the active audience: Participatory art changes audience role from viewer to doer) لـ (Ray Mark Rinaldi) نرى تفصيلاً في الحديث عن مشاركة الجمهور، وتحدث عن تغير دور هذا الجمهور من المشاهدة إلى العمل، وتبدأ من حيث أن انخراط الجمهور يقوم على المشاركة في إنتاج الفن، وليس فقط في مشاهدته، وبأن ذلك لم يبدأ حديثاً، بل يعود إلى زمن مارسيل دوشامب الذي أنتج عملاً فنياً يتطلب مشاركة الجمهور، ويصل إلى تزايد الاهتمام بجعل الجمهور جزءاً من العمل أو الحدث؛ يكتب، يرسم، يخربش، يجرب، يختبر ... الخ.

(8) مبنى المؤسسة الجديد

المبنى يقام في أحد الأحياء الجديدة نسبياً في مدينة رام الله، ويكاد يكون حياً للطبقة المتوسطة والعلية، بما في ذلك طبقة المثقفين والأكاديميين، يبتعد عن وسط المدينة. يشكل المبنى عمارة مختلفة وشديدة البروز، وتبدو كعلامة فارقة؛ إن البعد الرمزي المعماري للمبنى سيلقي بثقله على العلاقة به، فهماً، وتأويلاً، وتواصلًا، في المبنى الجديد إفاضة في هذه الفكرة. وفي الوقت نفسه، ينبغي الانتباه إلى أن موقعه الفيزيائي، جغرافياً واجتماعياً، يشكل ثقلًا رمزيًا بما يؤثر على طبيعة علاقته مع فضائه، وعلى علاقته بالجمهور على مستوى علاقات



من تجهيزات تأثيث المكتبة في المبنى الثقافي الجديد لمؤسسة عبد المحسن القطان.



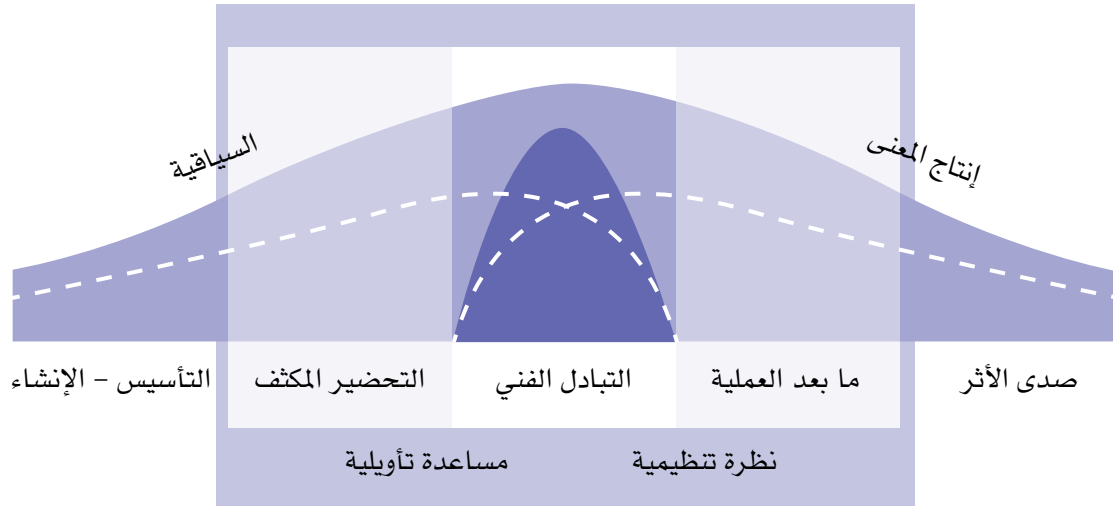
ويمكن تسميتها بمرحلة «الإنشاء/التأسيس»، وهي ترتبط بتسويق النشاط وتقرير حضوره من قبل جمهور ما.

أما المرحلة الثانية، فكأنها مرحلة الاستعداد للنشاط، وتمثل «التحضير المكثف»، وهو كل ما يمكن أن يُبحث فيه قبل التواصل المباشر، وجهاً لوجه مع العرض/المعرض، وقد يستغرق دقائق وربما أياماً، ويتضمن ربما قراءات مسبقة، أو مشاهدة أعمال سابقة، أو بروقات راهنة، أو الولوج إلى الصفحة الإلكترونية، أو حتى الاطلاع على بروشور المعرض في الدقائق الأولى للحضور.

يلي ذلك المرحلة الثالثة والمتمثلة في «التبادل الفني»؛ وهي التواصل المباشر مع العمل الفني أو الفعالية الثقافية أو العلمية... أما المرحلة الرابعة، فهي المرحلة التي يتم

فيها التفاعل كـ «ما بعد العملية»، حيث يمكن للمعاني أن تتشكل وتعمق بما يشمل ذلك من نقد وتحليل واستقراء ومقارنة وموازنة... وقد يكون ذلك مبنياً عبر سياقات معدة ومخططة سلفاً، وربما ينشأ تلقائياً، وهنا تبدأ الخبرة والتجربة في التعمق واتخاذ أبعاد جديدة؛ سواء فيما يتعلق بصنع المعنى، أو تقليب المشاعر، أو مناقشة الرؤى المختلفة... وينتهي القوس بالمرحلة الخامسة، وهي التي تسميها الدراسة بـ «صدى الأثر»، وهذا يرتبط بما يحمله معه الجمهور، وما يتذكره، وما يتلاشى من الذاكرة، وممكنات انعكاسه بصور مختلفة في المستقبل. إن هذه المراحل المختلفة لا تجري على هذا النحو فقط، ولكنها قد تتداخل أيضاً. المهم هنا، أن هناك إمكانية للتعامل مع هذه المراحل الخمس، وابتكار فعاليات وسياقات يمكن لها أن تعمق كلاً منها (انظر إلى الشكل التالي):

قوس الانخراط



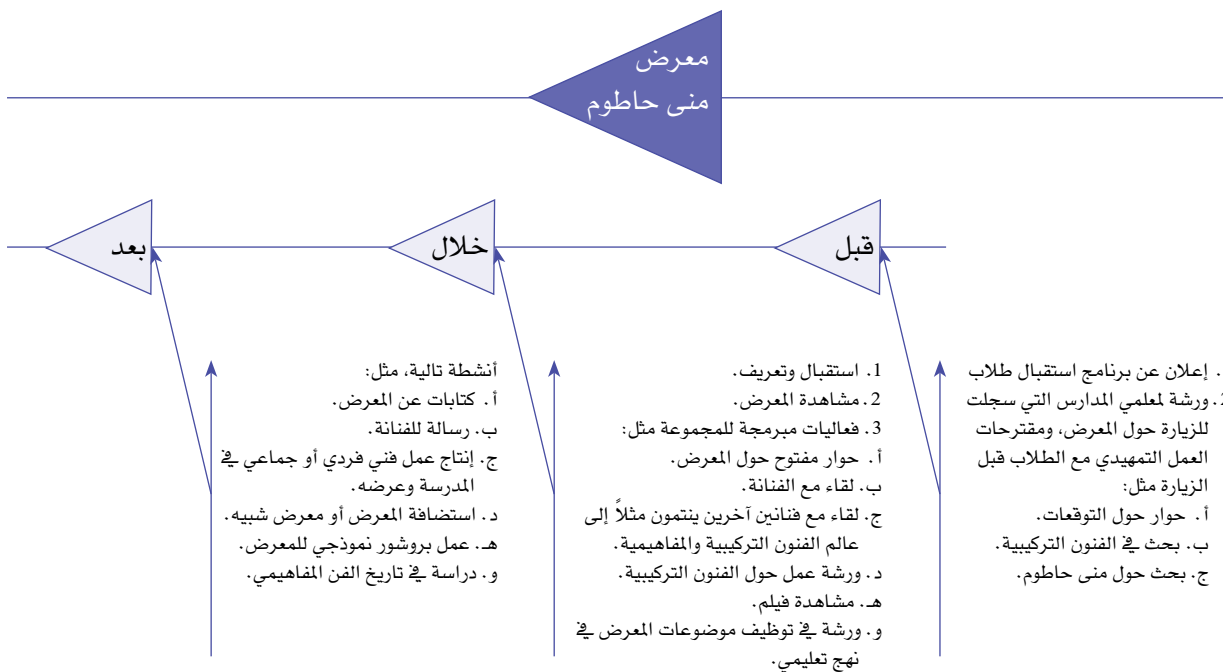
باستثناء المرحلة الأولى، وربما المرحلة الثانية أيضاً، إذا لم يكن هناك نشاط ما قبل الانخراط في النشاط. (ت) السيناريو الثالث لجمهور أُعد له برنامج متكامل، مثلاً «جمهور مدرسي»، وهنا تصور توضيحي لمثال فقط لما يمكن عمله:

« البرنامج العام يخطط لإقامة معرض للفنانة منى حاطوم في دورته القادمة يستمر ثلاثة أشهر؛ يُعلن عن ذلك ضمن البرنامج؛ نبنى برنامجاً يشمل عملاً مع الطلاب ومعلميهم قبل الزيارة المبرمجة زمنياً (2) عمل مع الطلاب ومعلميهم خلال زيارتهم للمعرض (3) عمل للطلاب ومعلميهم بعد المغادرة.

سأضرب هنا مثلاً قد يوضح الصورة أكثر، عبر ثلاثة سيناريوهات محتملة:

(أ) السيناريو الأول جمهور يأتي خصيصاً إلى المعرض عبر وسائل الإعلان والتواصل الممكنة والمتاحة. وهو جمهور حر لديه مرونة محددة في وقت الزيارة، ومداهها، والكيفية التي سيتواصل فيها مع المعارضات أو العروض المجدولة، ويغادر، وهذا الجمهور يعبر المراحل جميعها دون تدخلات.

(ب) السيناريو الثاني: جمهور يصدف وجوده في المبنى لنشاط آخر، فيتواصل مع المعرض، ويعبر جميع المراحل



يتعلق الأمر بنسق غير قابل للفصل حيث يمكن للمعرفة، وللمخزون الثقافي، أن يخزن، ويسجل، ويشفر، ... ويمكن للمعرفة أن تكون في الوقت نفسه، مرتبطة بنماذج عليا

في مقالته «نحو نظرية للثقافة» يقول موران: «يجب، إذن، أن نتصور الثقافة كنسق يقيم تواسلاً وعلاقة جدلية بين تجربة وجودية ومعرفة تم بناؤها (حول هذه التجربة).



من زيارات الأهالي والجمهور للمبنى الثقافي الجديد.



تسمح بتنظيم العلاقات الوجودية العملية و/أو التخيلية وتوجيهها. هكذا تصبح العلاقة مع التجربة ثنائية الاتجاه: فمن جهة، يمكن للنسق الثقافي أن يستخلص من الوجود التجربة القابلة للفهم وربما للتخزين؛ ومن جهة ثانية، يقدم هذا النسق للوجود، بالفصل أو الوصل بين العملي والتخييلي، الأطر والبنى التي تدعم السلوك الإجرائي، أو المشاركة، أو المتعة أو الافتتان».

إذن، السؤال الذي تطرحه الدراسة في نهايتها هو: «ما الذي ينبغي عمله لتذكير الناس ببرنامجك وزيادة فترة صدى الأثر لديهم؟».

(10) الجمهور – الثقافة - الأثر

في سياقات كهذه، يمكن الانتباه، أيضاً، إلى مقاييس الجودة ومقاييس الأثر؛ وسنكون أمام نوعين؛ التقليدي كالمراجعات النقدية، والجوائز، وبيانات الحضور، وسمعة الموظفين، أو المؤسسة، أو الفنانين، أو الكتاب، أو التربويين... أو المنشطين...، ونسبة النجاح كالمشاركة في مهرجان أو مؤتمر، أو المساهمة المجتمعية الأكثر اتساعاً... إلخ من مقاييس. والمستحدثة التي تتناول قيم الجمهور، وما يتم تحصيله من أصالة وخبرة شخصية، ويشار كثيراً هذه الأيام إلى الحاجة إلى البحوث في خبرة الجمهور كمقياس مناسب ومهم لجودة الفعاليات الثقافية على تنوعها، ويمكن التأسيس على التجربة السابقة للمؤسسة في هذا المجال والتخطيط لتصور جديد يبدأ من الرؤيا وجمع البيانات وتحليلها، والوصول إلى استنتاجات، ومن ثم إلى خلاصات تقضي إلى بناء استراتيجيات متقدمة في العلاقة بالجمهور.

(11) الممكن والإمكانية

هذه أفكار في التوجه والمنهج؛ وهي تحتاج إلى تطوير، وأهم ما في ذلك العلاقة بين الممكنات والإمكانات؛ وهذه يمكن بناؤها حينما تنتقل من التفكير الاستراتيجي إلى التخطيط الاستراتيجي.

(12) صورتان لنهائيتين:

1. صورة أولى

حينما احترق متحف مدينة العلوم في إيطاليا (Città della Scienza in Naples, Italy) قبل أعوام عدة، شارك أهالي نابولي بفعالية من أجل إعادة بناء المتحف،

فقد كانوا شركاء حقيقيين في إعادة بناء المدينة بعد أن دمرها الحريق، لأنهم كانوا شركاء حقيقيين منذ بداياته، وكان المتحف يبني علاقة يومية مع الجمهور الذي أصبح جمهوراً «شريكاً» في المتحف بكل ما تحمله الشراكة من معنى، وحينما دمره الحريق أدرك الناس أنه كان مهماً لهم ولحياتهم وحياة أطفالهم، فوقفوا وقفتهم المشهودة تلك.

2. صورة ثانية

في كتاب استقالته من إدارة مسرح الميدان، أشار عامر حليحل إلى مسألة الجمهور فيها بالقول: «اكتشفنا أن ليس للمسرح قاعدة جماهيرية يستطيع أن يتكل عليها كأداة ضغط أو كعصا نجاة. لا ألوم الناس، فالعلاقة دائماً مبنية من طرفين، وللاثنين نصيب من المسؤولية عن نجاعة العلاقة أو فشلها، فالميدان على ما يبدو فشل خلال 22 عاماً منذ تأسيسه، أن يكون مركزياً ضرورياً للناس ولمحيطه ولجمهوره (هذا الموضوع وحده بحاجة إلى دراسة مطولة).

(13) الأسئلة مرة أخرى

إنها الأسئلة مرة أخرى، ولعله من المفيد إعادة طرحها وبلورتها بصيغة قد تساعد على الحوار:

- أ. من هو جمهورنا؟ ما الذي لدينا لنقدمه إليه؟ كيف نقدمه إليه؟
- ب. كيف تطور علاقتنا بجمهورنا الراهن؟ كيف نوسعه؟ كيف نساهم في تعميق خبرته؟
- ت. كيف نصل إلى الجمهور؟ وما الذي ينبغي عمله للوصول إليه؟ ما نوعية الإعلام الذي نحتاجه؟
- ث. كيف نمكّن الجمهور من عبور تجربة ثقافية (علمية، فنية، تربوية، أدبية، إنسانية، قيمية، سلوكية،...) نوعية عميقة؟ كيف يمكن للتجربة أن تتحول إلى خبرة في «الذاكرة والشعور»؟
- ج. ما الذي يدفع الناس للوصول إلى المبنى الجديد، لزيارته؟ لماذا سيأتي الناس إلى فعالياتنا؟
- ح. ما الذي نفعله مع الجمهور حين يكون في الزيارة؟ كيف يمكن للمكان أن يتحول إلى فضاء تعلم، وليس فضاء تعليم؟
- خ. ما الذي يحمله الجمهور معه بعد المغادرة؟
- د. كيف نتفاعل ثقافياً مع جمهور متنوع؟

والطالب وولي الأمر في مشروع واحد مشترك؟
ش.هل يمكن، أحياناً، أن تشكل العروض، المعارض،
المعروضات، المقتنيات، المكتبة، استوديو الدمى،
فضاءات التعلم، المعروضات العلمية، ورش العمل،
صالات العرض، ... مجالاً مشتركاً للتفكير والتخيل
ذا مغزى وعميق؟

ذ. كيف نتفاعل مع جمهور بتجارب تلقى مختلفة؟
ر. ما الذي تعنيه الثقافة للجمهور بمعناها الواسع؟ ما
الذي تعنيه الثقافة للجمهور بتجلياته المتخصصة؟
ز. كيف يمكن تحويل فعالية فنية إلى خبرة تعلم، إلى
خبرة ذاكرية، إلى خبرة شعورية؟
س. ما الذي يمكن عمله للدمج بين العالم والفنان والمعلم

المراجع

- موران، إيجار «من أجل نظرية للثقافة»:

<http://www.anfasse.org>

- إعلان هانزو:

- <http://www.unesco.org/new/ar/unesco/resources/the-hangzhou-declaration-heralding-the-next-era-of-human-development/>
- The audience experience: changing roles and relationships
- <http://eprints.whiterose.ac.uk/79377/1>
- Dewey , John - Experience and Education: Lessons for Museums
- <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.2151-6952.1998.tb00812.x>
- Rinaldi, Ray Mark, Art and the active audience: Participatory art changes audience role from viewer to doer
- <https://www.denverpost.com/2012/12/31/art-and-the-active-audience-participatory-art-changes-audience-role-from-viewer-to-doer/>
- BROWN ,ALAN S & RATZKIN, REBECCA - Making sense of Audience Engagement - The Arc of Engagement
- https://galachoruses.org/sites/default/files/Barun-Making_Sense_of_Audience_Engagement.pdf



جانب من زيارات الطلاب لمعرض العلوم التفاعلي في المبنى الثقافي الجديد لمؤسسة عبد المحسن القطان.

