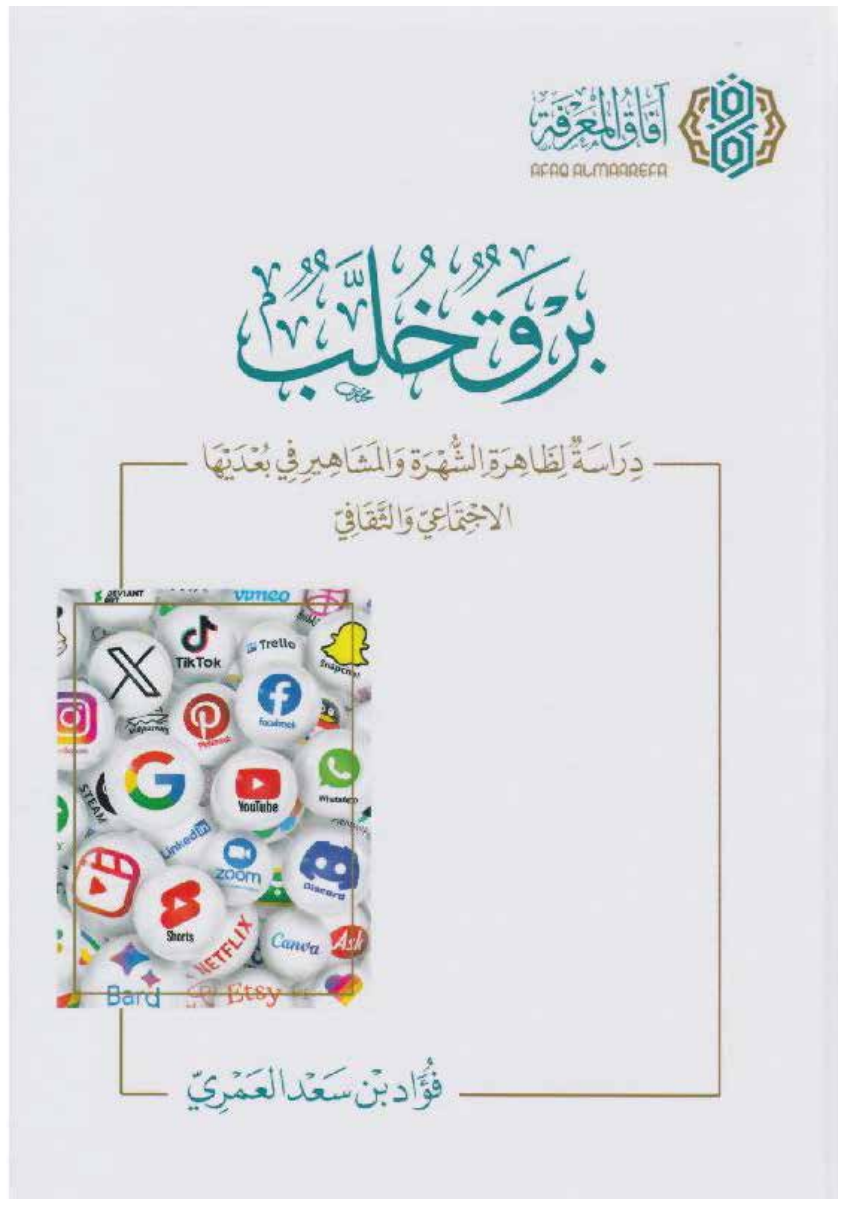


# تلخيص كتاب برق خُلب

أ. فؤاد العمري



أناسي للعلوم الإنسانية

1447 هـ - 2025 م

سُبْحَانَكَ اللَّهُمَّ رَبِّ السَّمَاوَاتِ السَّبْعِ وَالْأَرْضِ وَالْعَرْشِ الْمَجِيدِ



## مقدمة

الشهرة كما قيل، شيء غامض وغريب، إنها شيء غير ملموس، لكنها تفوق كل شيء على وجه الأرض سطوة، إنها غير مرئية، لكن الجميع تقريباً يريدونها، ومن لا يحظى بها لا يملك أي سيطرة عليها. قال حافظ إبراهيم عن الدنيا:

إيه يا دنيا اعبسي أو فابسي ... لا أرى برقك إلا خُلباً

نعم ظاهرة الشهرة المعاصرة هي أولى الظواهر بوصف عبارة العرب الشاردة ( برقُ خُلب )، وهو - كما قالت العرب - السحاب يومض برقه، حتى يرجى مطره، ثم يخلف ويتقشع، فأصبح مثلاً يستدعى لكل ما يومض مؤملاً فيه ثم يتبدد سريعاً، كما قال الزهاوي:

كان منه الحب برقاً خُلباً ... لاح في عرض الدجى ثم اضمحلا

ونظراً لاتساع هذه الظاهرة، واتصال خيوطها بكثير من مجالات الحياة وحقول المعرفة؛ فقد ضربنا لدراستها فيافي واسعة، وأماقاً متنوعة، وذلك بغية الوصول لغايتين.

**الأولى: محاولة دراسة الظاهرة على طريقة التكامل المعرفي؛** نظراً لوقوعها في مجال تقاطع بين مختلف التخصصات المعرفية، فجاء الاشتغال على التفسير والنظر التكاملي، باعتبارها نموذجاً لتنوع مدخلات الظواهر الاجتماعية والإنسانية.

الثانية: إشباع المشارب والمناهل المتنوعة للقراء؛ إذ تعني القضية فئات واسعة ومتفاوتة، ولكل فئة مدخلها الخاص للفهم والاقتناع، لذا جاب الكاتب مجالات العلوم الاجتماعية والشرعية والأدب والتاريخ والتراجم والفلسفة والسلوك، لنأتي كل عاشق فن من بابه.

## ما الشهرة؟

تحدد دلالة الشهرة عبر مقارنة المفاهيم المتجاورة والمتداخلة معها، إذ يتأثر معنى الكلمة بسياقاتها المتكررة، ومن خلالها تكتسب قيمة دلالية واضحة تُعين على تحديد حقلها المعنوي بدقة.

### موجهات معنى الشهرة من الحقل اللغوي والمصطلحي:

السمعة والتسمع - الذكر - الصيت - الشرف - الجاه - اللسان

#### السمعة:

للسمعة مدلولين: خاص وعام؛ فالمدلول الخاص هو التسميع للآخرين بالطاعات التي لايجوز التوجه بها إلا لله - تعالى - فهذا محرم ومذموم من هذا الوجه، وأما المدلول العام فهو الحرص على السمعة الطيبة بين الناس.

#### الذكر:

المعنى المحوري للذكر: قوة الشيء وصلابة مادته بحيث ينفذ كالحديد، ومنه الذكر أي الصيت في الخير، لأن شهرة اسم شخص أو عمله أو ذكر الشيء بالصوت وجود قوي له، يتبعه وجوده في الأسماع والقلوب، ومنه قوله تعالى: ( سمعنا فتى يذكرهم يقال له إبراهيم ).

#### الصيت/ الصوت

يُقال: ذهب في الناس صيته، أي ذكره، وخصه بعضهم بالذكر الحسن، وفي الصّاح: الجميل الذي ينتشر في الناس دون القبيح.

وأصل الصيتِ الصوتُ من الواو، وإنما انقلبت باءً لانكسار ما قبلها، للفرق بين الصوت المسموع، وبين الذكر المعلوم، وربما قالوا: انتشر صوته في الناس، بمعنى الصيت، قال ابن سيده: والصوت لغةٌ في الصيت.

#### الشرف

الشرف: العلو والمكان العالي، والفرق بين العزة والشرف أن العزة تتضمن معنى الغلبة والامتناع، لأن العزّ بمعنى القلة، والشرف إنما هو في الأصل شرف المكان.

#### الجاه:

واصل الجاه مقلوب الوجه، وقد وجه وجاهة فهو وجيه إذا كان له خط و رؤية، ومنه وجوه القوم أي ساداتهم، وله جاه وهو انتشار الصيت في الناس. الجاه هو القيمة الجوهرية للشهرة، فليست الشهرة سوى المظاهر السلوكية للجاه، فهي مظاهر معبرة عنه تتجدد بحسب متطلبات العصر.

### جولة في المفاهيم المقاربة لمفهوم الشهرة من حقل علم الاجتماع

#### الطبقة

الطبقة هي الموقع الاقتصادي النسبي للمجموعات الاجتماعية التي يستند تعريفها إلى الملكية والثروة. وقد ضعفت أهمية الدور المعطى للطبقة مؤخراً مما جعل البعض يعلن موت الطبقات، وعلى الرغم من ذلك تظل الطبقات الاجتماعية في ضوء الفهم الصحيح لها عاملاً مهماً في الحياة الاجتماعية.

#### المكانة:

المكانة مفهوم أساس في علم الاجتماع، وتعني الجاه أو الشرف الاجتماعي الذي يُمنح إلى شخص أو إلى جماعة اجتماعية من طرف أعضاء آخرين في المجتمع. المكانة هي التي تشكل الهوية في التسلسل الهرمي، بناءً على كفاءتها وأهميتها بالنسبة للناس في العديد من المواقف، ففي المجتمعات التقليدية تمنح المكانة على أساس المعرفة المباشرة، وتكسب هذه المعرفة من خلال تفاعلات مباشرة في مسارات مختلفة عبر سنوات.

#### عرض الذات:

عرض الذات هو الطريقة التي يقدم بها الإنسان نفسه للآخرين في الحياة الاجتماعية، وتشبه الحياة اليومية المسرح؛ فالناس يؤدون أدوارهم أمام الجمهور في الشارع والعمل، ويعودون إلى الكواليس في المنزل، يهدف هذا العرض إلى جذب الانتباه وإثارة الإعجاب، من خلال مطابقة الصورة المعروضة مع توقعات الآخرين أو إظهار صورة مثالية للذات، وقد ينشأ توتر بين الصورة المقدّمة والواقع الحقيقي، مما يجعل الذات عملية مستمرة تتأثر بالسياق الاجتماعي والثقافي



## رأس المال الرمزي والثقافي

يقوم رأس المال الرمزي والثقافي على موارد غير مادية تساهم في تثبيت المكانة الاجتماعية والتميز بين الطبقات، وينقسم رأس المال إلى أربعة أنواع:

1- اقتصادي يوم على الملكية المادية وإنتاج السلع والخدمات.  
2- واجتماعي يقوم على المواقف والعلاقات بين الأفراد والجماعات.

3- وثقافي يشمل المهارات والعادات والذوق وأنماط الحياة.  
4- و رمزي يعتمد على استخدام الرموز لتشريع المكانة وإبراز التفوق.

تعمل الطبقات على تحويل هذه الرؤوس إلى أدوات تدعم موقعها، فيصبح الذوق والثقافة وسيلة للتميز الاجتماعي وترسيخ الفوارق، إذ تعبّر اختيارات الأفراد وأساليبهم عن انتمائهم الطبقي.

### المفهوم الأساس للشهرة:

مع مرحلة تسبّد منصات الإعلام الجديد؛ انزاح التعبير نحو الشهرة وارتبط بالدلالة التي تشير للبروز الثقافي المفرط للشخص المشهور، مع الانفصام عن شرعية شهرته ومدى استحقاقه لها.

### المؤثرون:

البعض يصفهم بأنهم يمثلون قادة الرأي الإلكترونيين، الذين يعتبرون امتداداً لفكرة قادة الرأي التقليديين، ويحظون بدورهم بدرجة عالية من التقدير والتأثير، من جانب المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي.

## مبادئ الحضارة المتصلة بظاهرة الشهرة:

### الحرية:

تظهر أشكال الحرية المنفلتة من كل القيود الدينية والأخلاقية، في تمثيلات الشهرة المختلفة، سواء في بناء المكانة اللازمة للوصول لها، وعدم وجود أي ترابعية منضبطة بمعايير أو قيود، أو في ممارسات المشاهير على هرم الشهرة والتفاف المعجبين حول طقوسهم.

### الفردانية

ولو حاولنا استقراء الدستور الموحد لمجتمع الشهرة، سنجد أن قيم الفردانية تقع في القلب منه، وسيوضح لنا أنها أكثر المبادئ الموحدة لهم، فلا تكاد تنفك الدلالات الرمزية لسلوك المشاهير، أو مضامين محتواهم؛ من ضحّ لقيم الفردية وفق فكرة أن الحضور المبهر أمام الجمهور ليس سوى تعبير عن الخصوصية والتميز عن الآخرين (أي الفرادة)، وعلى كل فرد أن يتبع مساره الفردي الخاص، بدلاً من الانقياد لنموذج فرضته الأعراف والعادات وسلطة المؤسسات من الخارج.

### المادية:

لقد توحدت المشاغل والسمات الخاصة بقصة النجاح النموذجية لأيامنا هذه، وغدت قصة واحدة للشخص الناجح الذي حل محل آخرين تنوعت مشاربهم فيما مضى. فالشخص الناجح هو الذي يحوز مالملاً وسلطة وشهرة، وصار من النادر أن تلفت فضائل أخرى الانتباه -الورع وتقوى الله على سبيل المثال-، سواء عند حضورها أو غيابها.

### العولمة:

يقصد بالعولمة توسيع نطاق العلاقات الاجتماعية في أنحاء العالم كافة، فهي تقوم على التوسع في مختلف الأشكال الاقتصادية والسياسية، والأنشطة الثقافية خارج الحدود الوطنية، يدخل في ذلك سعة وضخامة وتسريع أثر التدفقات بين الأقاليم، وأنماط التفاعل الاجتماعي، وهذا الملمح الأخير هو ما يفسر تعميم صعود الظواهر الثقافية على مستوى العالم، ومنها الشهرة.

## الأبعاد الثقافية لتشكل ظاهرة الشهرة في حياتنا المعاصرة

### البعد الثقافي

#### إعلاء الجسد

تميّز زمن الحداثة بإعلاء كفاءة الأجساد، وانصياح الأجساد في مجالات الصناعة، ولذلك يتعامل مع الجسد كشيء مجرد يتطلب الاستثمار والتشغيل المستمر، فلا بد من أن يصقل إلى شيء سلس أكثر كمالاً، وأكثر وظيفية للعالم الخارجي.

إذا أضى الجسدُ علامةً من علامات الحداثة التي تجذب الأنظار وتعميها في آنٍ؛ فتسليط الأضواء عليه وصقله وتزويقه يجذب الأنظار، وحضوره في كل مكان وزمان يعميها).

وكما قال جيل ليو فيسكي: لقد حل (الجسد الذي أريد) محل (الجسد الذي أتقبله كيفما كان)، فطغيان الحق في أن يكون المرء كما هو، هيّأ الأسباب لشخصية مفرطة لعلاقتنا بأجسادنا، وجعلها ملكية خاصة مطلقة، لنا أن نتصرف فيهما كما نشاء.

أصبح الجسد ذلك الشيء الذي ينبغي أن نتعهد به باستمرار في سباقنا المحموم من أجل تحسين مظهرنا في عيون الآخرين وفي أعيننا.

### محورية الاستهلاك والإعلان والماركة

أشار بعض علماء الاجتماع إلى أن ثقافة الاستهلاك ارتبطت بظهور العالم الحديث في الغرب، وأنها اليوم هي الثقافة الأساسية في الغرب الحديث وللحداثة شكل عام، كما أنها تعرضت للعولمة بدرجة كبيرة. أنتجت الوفرة نزعة (الاستهلاكية)، حيث يتعدى استهلاكنا حاجتنا، وبدلاً من ذلك فهي تبدأ في تشكيل هويتنا وأهدافنا في الحياة.

والمشاهير هم رسل الاستهلاك المعاصر، فهم أنموذج العيش السعيد وفق منطق الاستهلاك، حيث يقدم مجتمع الأشياء نفسه باعتباره حضارة للرغبة، مكرسة لعبادة الرفاهية المادية والمتع الآنية، فالمشاهير هم أيقونات عرض نعيم الاستهلاك، في كل مكان تتردد ترانيم الترفيه والعطل، كل شيء يباع على وعد بالسعادة الفردية، يبدو العيش بشكل أفضل، و(الاستمتاع بالحياة) والتمتع بالراحة والمستجدات التجارية كغايات في حد ذاتها، فهم يعرضون ثقافة كاملة تعمل على دعوتنا لتذوق لذات اللحظة، والتمتع بالسعادة هنا والآن، والعيش من أجل الذات.

## البعد الاجتماعي

### انهيار التراتب الهرمي واختلال التدرج الاجتماعي

انهارت الأشكال التقليدية التاريخية للمكانة، وأصبحت الجماهير العامة تمارس اليوم أعمالاً حيوية (نوعية) كانت محصورة فيما سبق على الأقلية النخبوية، أي الفئات الاجتماعية ذات القدرات الفائقة، كما نتج عنه أن الجماهير أصبحت عصية على الأقليات المميزة، فهي لا تطيعها ولا تتبعها ولا تحترمها، وإنما على العكس تعرض عنها وتحل محلها.

ظهر ذلك بفعل التقنيات التشريعية الحديثة التي أطلقت مفهوم حقوق الإنسان والمواطن، التي تعني أن كل فرد يمتلك بمجرد الولادة حقوقاً (أساسية)، ومن غير حاجة إلى تأهيل ذي قيمة، وأن هذه الحقوق مشتركة بين الناس جميعاً، غير أنها الوحيدة التي تعد حقوقاً، وأن كل حق آخر له صلة بمواهب ومزايا نوعية يظل محكوماً عليه بأنه امتياز.

## البعد الإعلامي التقني

### الوسائط المهيمنة

من التنبؤات المذهلة، ما تتبأ به الرسام الأمريكي (أندي وور هول) في أواخر الستينيات من القرن الماضي، بظهور وسيط إعلامي يوفر للشخص العادي حلم الشهرة السريع، وعبر عن ذلك في إحدى مقابلاته بمقولته الشهيرة: (في المستقبل، سيتمكن الجميع من أن يصبحوا مشهورين شهرة عالمية خلال 15 دقيقة فقط). لقد جُعلت تكنولوجيا الإعلام والسينما قادرة على إنتاج نوع جديد من السحر الأيديولوجي من خلال عبادة المشاهير.

فبفضل وساطة الإعلام ومنصات التواصل بالخصوص، يصبح الفرد المنعزل (نجماً)، وبهذه النجومية يغدو كائناً متموضعاً في قلب الجماعة، ومن خلالها ينجح في استقطاب عدد غفير من المتابعين، حيث تفتح له المنصة معرفاً خاصاً به تحوله إلى نجم حقيقي، أي أنه رغم العزلة والفردية الاجتماعية له ولمتابعيه، إلا أنه يتحول بفضل بيانات المنصات إلى فاعل رمزي، يتفوق في تكريس الفارق بينه وبين الجماعة، دون أي تأثير أو تميز حقيقي وواقعي في حياتهم.

### إطار الصورة

الصورة والتواصل الشبكي المادة الثقافية الأكثر شعبية واستهلاكاً، حيث تتمتع الصورة بقدرته خارقة على تعميم مضمونها وترسيخه، يستوي في ذلك المتعلمون وغير المتعلمين.

فالصورة تغدو عند المتفرج هي الواسطة التي تصله بعالم الأشياء، فما من شيء يدرك إلا من خلال الصورة، بل لا يدرك شيء إلا وتدرك الصورة قبله، فالصورة قائمة في كل مدرك، فهي متوسطة بين المشاهد وبين الأشياء في العالم، وبينه وبين الآخرين، وكما أنه لا يوجد مُدرك ما لم توجد صورته، فكذلك العلاقة بالآخرين هي مُدركة من خلال بناء من الصور.

وكما قال طه عبد الرحمن: إنه إذا كانت الصورة هي ضرورة حياة المشاهد، لزم أن تكون المشاهدة تديّن صريح بالصورة، فتبيّن أن دين الصورة بني على ثلاثة أركان أساسية:

- ◇ أولها أن الصورة أصل كل مدرك.
- ◇ والثاني أن الصورة تحيط بكل شيء.
- ◇ والثالث أن الصورة مع كل شيء.

## تفسير تشكل ظاهرة الشهرة وفق نظريات انتشار السلوك الاجتماعي

إن كون الشهرة لوحدها هي المعيار الأسمى للمكانة، هو معيار حديث وطارئ في المجتمعات، ونحتاج لأن نعرف بدايات كونه (اتجاهًا) سلوكيًا في المجتمع.

ومفهوم الاتجاه أحد المفاهيم المهمة في علم النفس الاجتماعي، وأول من استخدم مصطلح الاتجاهات هو سبنسر، حيث قال إن الوصول إلى أحكام صحيحة في المسائل الجدلية يعتمد على الاتجاه الذهني الذي نحمله. وتلعب الاتجاهات دورًا مهمًا في تحديد سلوكنا، وفي أحكامنا وإدراكنا للآخرين، وحتى الفلسفة التي نعيش بها، أي أنها قادرة على صبغ كل مظهر من مظاهر حياتنا.

وقد قدم مالتي وزملاؤه مقياس الاتجاه نحو المشاهير، الذي قُسم إلى ثلاثة مستويات: المستوى الترفيهي، المستوى الشخصي، والمستوى المرضي.

- **المستوى الترفيهي:** هو مستوى منخفض للاتجاه نحو المشاهير، حيث يستمتع المتابع بمشاهدة الشخصية المشهورة، والقراءة والتحدث عنها، ومتابعة أخبارها، والتعرف إلى قصة حياتها؛ بدافع الترفيه والمتعة، ومشاركة ذلك مع آخرين يشاركونه الإعجاب نفسه.

- **المستوى الشخصي:** وهو مستوى متوسط للاتجاه نحو المشاهير، حيث يشير إلى تعلق وجداني بالشخصية المشهورة، واندماج وتفاعل معها في نجاحها وفشلها.

- **المستوى المرضي:** وهو مستوى عال من الاتجاه نحو المشاهير، يظهر فيه هوس بتتبع تفاصيل تلك الشخصية المشهورة، وسلوك قهري في التفكير بها، وربما الاعتقاد وهما بتواصل خاص معها.

وفي النطاق سنعرض عوامل تمدد الشهرة، ومراحل انتشارها

## أولاً: عوامل ترسيخ وتمدد ظاهرة الشهرة:

### قوة السياق:

إذا أردنا أن نعرف العامل التفسيري الأبرز لصعود ظاهرة الشهرة في هذه المرحلة بالتحديد، فسيكون قوة السياق؛ فالسلوك هو وظيفة ناشئة عن السياق الاجتماعي، أي عن البيئة التي هي ظرف يستوعب عوامل اجتماعية أساسية، فهناك ظواهر لا تتفشى إلا في أنواع معينة من البيئة الاجتماعية والثقافية، وبسبب تفاعلها تكون حالتنا الداخلية هي نتيجة ظروفنا الخارجية.

### البيئة المادية والمؤثرات الاقتصادية:

تشجيع الرأسمالية لتقنية التصنيع، وتوظيفها للابتكارات التقنية لإحداث ثورة إنتاجية؛ جعلها توظف العلم والتقانة للتأثير على أسلوب حياتنا، كما أسهم ذلك في ثورة الاتصالات الإلكترونية الحديثة التي أسهمت في تشكيل تفكيرنا ومشاعرنا تجاه العالم.

### المؤثرات السياسية:

ويقصد بها شكل النظام السياسي، وهيمنة نموذج الدولة الحديثة، وتغلغل تأثيرها في حياة الجماهير ومصيرها.

### المؤثرات الثقافية:

وتشمل العقائد الدينية -حضوراً وغيباً- وأنظمة التواصل والاتصال، والأفكار الحاكمة، والتصورات المثالية عن الحياة الفضلى.

وأبرزها في هذا العصر: الأسس العقلانية التي تشكل حياتنا، وعلمنة الفكر والثقافة.

### سحر التكرار

لا أحد بمنأى عن أخبار وصور وترندات الشهرة والمشاهير، مهما كان بعيد الاهتمام عنهم، فلا بُدَّ من أن يصله صدى ضجيجهم، والسر في ذلك إكسير التكرار بلا كلل.

ففي دراسات غوستاف لوبون الشهيرة حول علم نفس الفرد ضمن الحشد، يتناول الجانب غير العقلاني من السلوك البشري، حيث يرى أن التأكيد المجرد والبسيط الخالي من أي محاكمة عقلية وأي دليل، وسيلة موثوقة لإدخال فكرة في ذهن الجماهير.

## ثانيًا: مستويات التأثير بظاهرة الشهرة:

### المسايرة من التماثل إلى الامتثال:

يدل مفهوم التماثل أو الانصياع على أن الناس يمثلون ابتداءً في الظاهر فقط، بسبب الضغوط الاجتماعية، لكن امتثالهم ليس بالضرورة امتثالاً داخلياً، أي دون إيمانٍ حقيقي بذلك، حيث يأخذ الأمر مرحلة زمنية وموجات من المؤثرات ليصل العقل الجمعي إلى الامتثال أو القبول؛ حين يؤمن الفرد برأي المجموعة وفعلها، ويعتقد داخلياً ومصادقاً أن تصرفاتها صحيحة.

فتبيّن من معنى التماثل أن الأمر يبدأ بشكل لا واعٍ، حيث إن التأثير ظاهرة ملازمة للتفاعلات الاجتماعية، فنحن كثيراً ما نتبنّى طرائق الآخرين لأنه ينظر إليها بأنها (طبيعية)، حيث ينتابنا شعور بأننا نتصرف من ذواتنا، لأن التصرف مثل الناس جميعاً لا يجعلنا نفسر ذلك بأنه نتيجة تأثير.

### التنافر المعرفي:

تصف نظرية التنافر أو التناشر المعرفي نزوع النفس إلى تسوية حالة عدم الارتياح، بتوتر نفسي ينشأ عندما تكون بعض المدركات والمعارف لا تتسجم مع بعضها، وذلك حينما تصبح القنوات الراسخة (المعتقدات) في موضع حسم تجاه ذلك التنافر.

كما يعمد الناس إلى التعرض الانتقائي للمعلومات المقبولة لتقليل التنافر، فميلهم الاعتقادي يقود منطقهم وتقييمهم للبيانات، فهم يقومون بترقية البديل المختار وخفض الخيار غير المختار.

### الاستقطاب والتمهيط:

هذا المستوى من التأثير بالشهرة خاص بفئة المعجبين حدّ الهوس بالشهرة، وهو كذلك يفسر وصولهم إلى هذا المستوى.

تقوم فكرة الاستقطاب على أن الناس يرتبطون في الغالب مع الآخرين الذين يشبهونهم في الاتجاهات، ويحبون الأشخاص الذين يحبون القيام بأشياء معهم، ويتشاركون مساحات الاهتمام نفسها، وأن التفاعل الجماعي اليومي مع الأشخاص ذوي التفكير المماثل يعزز الاتجاهات والميول المشتركة.

فيُحدّث التعزيز المتبادل داخل دوائر المعجبين بالمشاهير، تكثيفاً للآراء والقنوات يوصلهم لمستوى التعصب والمغالاة، ويزيد تمحور اهتماماتهم وميولهم تجاه الشهرة.

## ثالثاً: تفكيك ظاهرة الشهرة:

### أنماط الشهرة:

لتفكيك ظاهرة الشهرة من الداخل، لابدّ من وضع خطوط فارقة بين أنماطها، لضرورة ذلك في تحليل العناصر الأخرى للشهرة، والمقصود هنا تقسيمها من جهة الإنجاز والاستحقاق، وفي ذلك يمكن أن نتبين ثلاثة أنماط رئيسة:

**الأول: العظماء، أصحاب المنجزات الكبيرة تاريخياً،** الذين حصلت لهم الشهرة بعد منجزاتهم، ولم تكن دافعاً ولا محرّكاً أساسياً للإنجاز، ثم يختلف مستوى التفاتهم ورعايتهم للشهرة عند حصولها، وغالباً ما تكون موظفة لتعزيز نفوذهم وتأثيرهم.

**الثاني: النجوم، أصحاب القدرات والمواهب الفذة،** الذين كانت مجالات إنجازهم هي محور اهتمام الجمهور، ومدار ثقافتهم وممارستهم، كنجوم الرياضة والسينما والفن (الراقي) -كما يوصف-، أي الرسم والتصوير والموسيقى والإخراج، بغضّ النظر عن البعد الأخلاقي في هذه المجالات، ولكن الجامع بينها أن الشهرة فيها مبنية على الموهبة الشخصية والقدرات الفنية الفائقة، التي لا يبرع فيها إلا القلة من الناس.

**الثالث: المشاهير، الذين هم مخرج للصناعة الإعلامية الاستهلاكية،** والذين اشتهروا بسبب إتقانهم (لعبة) وسائل التواصل، فليس لديهم مؤهلات تذكر، سوى أنهم كما قال بورستن: (مشهورون لأنهم مشهورون).



## تساؤل:

لماذا أصبحت الشهرة في هذا العصر مطلباً ملأً لعموم الناس؟  
سنجد الإجابة في الأسباب التالية:

**1. الحصول على الحب والاهتمام، وتعويض العزلة الاجتماعية، (أن يكون المرء شهيراً أشبه بكونه طفلاً؛ إذ كل ما يقوم به يُمدح، لذا فالرغبة في الشهرة هي رغبة في تلقي الحب).**

تثبت الدراسات أن الأشخاص الذين يشعرون بالوحدة يكون لديهم ارتباط عاطفي بوسائل التواصل، للتعويض عن عدم وجود علاقات خارج إطار الإنترنت، كما أن من يمتلكون علاقات واقعية راسخة يلجؤون لمنصات التواصل كشيء إضافي من اللطيف امتلاكه؛ إذ الاختلاف في النسبة فقط.

بل إنهم في سبيل أن يجدوا القبول والودّ من الآخرين، لديهم الاستعداد للتنازل عن خصوصيتهم، فقد أثبت العلماء في جامعة هارفارد أن مشاركة المرء المعلومات الشخصية عن نفسه على الإنترنت، ينشط أنظمة المكافأة في الدماغ بالطريقة نفسها التي يفعلها الغذاء والجنس. ومن المدهش أن عينة التجربة كانوا على استعداد للتخلي عن المكافآت المالية مقابل الحصول على فرصة للحديث عن أنفسهم، فالتنازل عن الخصوصية هو سلعة ندفعها للحصول على مزيد من الاهتمام وإمكانية الشهرة.

## 2. تحقيق المكانة الاجتماعية، واصطناع الواجهة:

يكاد البحث عن الشهرة في عصرنا أن يكون أقرب لمرض اجتماعي وهوس جماعي، فما بين مدون، ويوتيوبر، وفاشنست، وصانع محتوى، ومحلل رياضي، وشاعر، وكاتب، وناقد؛ الجميع يبحث عن الشهرة وأي شهرة، وكيفما كانت ومهما كان الثمن.. فهناك الملايين حول العالم يبحثون عن الشهرة، حتى لو كانت على حساب الآخرين ومعاناتهم ومأساتهم، بل حتى على كرامتهم وماء وجوههم، فهم يُرِيقونه لأجل أن يُصبحوا معروفين، وأعطت وسائل التواصل الاجتماعي الفرص وجعلتها سانحة للجميع، فاختلط الغث بالسمين، والنافع بالفاسد، والراقي بالتافه.

ولذلك يقول البعض: (إن أسرع طريق للشهرة هي الانتحار).. فالانتحار سيجعلك مشهورًا خلال ساعات، لكن كيف؟

بعض مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمون طريقة (الانتحار الاجتماعي) عن طريق الخروج عن المألوف، والتغاضي عن الخطوط الحمراء الدينية أو الاجتماعية على حد سواء، فيقدمون تغريدة أو منشورًا سيئًا أخلاقيًا، أو رسمًا غير مقبول من أحد، فينقسم الناس بين قسمين: الأول يوافق على ما نُشر، فينشر ويعلق إيجابًا.

والثاني يرفض ما نُشر، وينشر أيضًا ويعلق سلبيًا. وفي كلا الحالتين قام الجميع بجعل ذلك الشخص مشهورًا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي تضم الملايين من الأعضاء والمشاركين.

## 3. الحصول على الثراء بالطريق الأسرع والأسهل:

لقد خلقت وسائل التواصل هوسًا جماعيًا حول إمكانية الثراء السريع، حينما يشاهد المتابعون الثروات التي تهبط فجأة على شبان وفتيات في مقتبل العمر، من خلال هذه الوسائل التي تتحصل لهم في الغالب دون عناء يذكر، حيث يحصل المشاهير على المال من طريقين:

- **المنصات والتطبيقات الحديثة** التي تعطي المشاهير نسبةً ماليةً من عوائد الإعلان حسب عدد متابعيهم، فقد قلبت تلك المنصات الأدوات التسويقية، وأبرزت المشاهير كلاعبين جدد في المجالات الإعلامية والإعلامية.

- **عموم القطاعات الترويجية**، سواء جهات حكومية ورسمية أو القطاع الخاص، حيث أصبحت تفضلهم على الجهات الإعلامية المتخصصة، في الترويج لمشاريعها ومنتجاتها، وتضعهم في الصفوف الأولى على حساب آخرين لهم قيمتهم الاجتماعية وكفاءتهم العلمية.  
ثم إن مشاريعهم وأنشطتهم التجارية الخاصة بعد ذلك، تمتلك تم الجودة الدائم بمجرد اقترانها بأسمائهم حول طرق الوصول للشهرة:



## ضريبة الشهرة

### قيود الشهرة على المشاهير وأثارها

#### أولاً: تحديات للمبادئ الدينية والأخلاقية:

بيئة الشهرة تطفح بالمغريات التي تهدم الدين والأخلاق لمن يستجيب لها، فكل بيئة اجتماعية مصبوغة بثقافة شديدة التعلق بها؛ فهي تعمل كالقوانين والأعراف غير المكتوبة، لا يسع المنتمي لها أن يخرج عنها إلا باليقظة الدائمة، مع تحمل عبء الشعور ب (الاختلاف) الذي يقلقه بوصمة الإقصاء الضاغطة عليه باستمرار.

#### ثانياً: (لعنة) الظهور الدائم

حينما يحوز المشهور الشهرة فقد حكم على نفسه بالتجلي الدائم للجمهور إنه قفصٌ يُحكمه على نفسه ولا يمكنه مغادرته، فهي حالة قيد مستحكم، أسلم نفسه لها طوعاً. ثم إنه لا يصبر عن متعتها، كما لا يطيق مغادرة هذا الأسر لئلا يفقد جمهوره.

وحيث لا حياة خاصة يومية وعادية للمشهور، فكل خصوصيته ملك لجمهوره. يعيش حياة مهرجانية دائمة؛ حياة أعياد واستقبالات واحتفالات ... حياة صاخبة، حياة كرنفال، مقنعة، ربة، مفعمة بالصور والهمسات والأخبار، حياة بلا حدود، وحركة بلا توقف.

#### ثالثاً: فجوة التغيير: ضغوط، اضطرابات، أمراض نفسية

رغم الشهرة والأضواء والثروة التي ينعم بها المشاهير عادة، إلا أنها لا تكون عادةً بلا ضريبة يدفعونها، سواء نتيجة الضغط العصبي، أو التنقل بين الشخصيات المختلفة، أو المكافحة المستمرة للبقاء تحت الأضواء. فالبحوث الميدانية تظهر أن الشهرة تغير حياة الشخص إلى الأبد، ويشعر بها بشكل أكبر كتأثير أو تجربة (بين عشية وضحاها) بدلاً من انتقال تدريجي.

#### رابعاً: كبت وحصار للحرية والاستقلالية

(الكل يستخدمني).. عبارة لأحد المشاهير العالميين تلخص معاناتهم مع متابعيهم، فغالية الأشخاص المحيطين بالمشهور أشبه بالطفيليات؛ إنهم موجودون ويتجولون حول المشاهير لسبب واحد فقط، وهو الشيء الذي يمكن أن يقدمه المشاهير؛ مثل المال، والخدمات، والمعاملة التفضيلية، والأهمية، وما إلى ذلك. وفقاً لذلك، يصبح الطفيلي المتابع عاملاً مساعداً، وغالباً ما يشتري أو يزودك أو يعمل وسيطاً لإيصال ما لا يستطيع المشهور الوصول له، أو بطريقة ما يبقي سلوك المدمر للذات على قيد الحياة.



## المنظور الشرعي لظاهرة الاشتهار وصفًا وحكمًا

أولاً: من خلال النصوص والآثار الشرعية

- ما ورد في سياق ذم الشهرة والتحذير منها:

بالتأمل نجد أن النهي عن الشهرة جاء في أشهر النصوص نهياً عن لباس الشهرة. وعلّة الاشتهار عَقمت على مظاهر أخرى كثيرة، جاءت في نصوص وأثار أخرى، وفي تأصيل أهل العلم لهذه المسألة: فأصبح النهي عن مظهر لباس الشهرة إنما هو نهى بالمثال، وبالحالة الجزئية (النموذج) التي تأخذ حكم العموم مع ظهور علة الاشتهار في كل مسلك.

عن ابن عمر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قال: قال رسول الله -صلى الله عليه وسلم- (من لبس ثوب شهرة في الدنيا ألبسه الله ثوب مذلة يوم القيامة).

قال الشوكاني: (ويلحق بالثوب غيره من الملبوس ونحوه مما يشهر به اللابس له لوجود العلة). وقال ابن رسلان: لأنه لبس ثوب الشهرة في الدنيا ليعز به ويفتخر على غيره، فيلبسه الله يوم القيامة ثوباً يُشهر مَذَلَّتَهُ واحتقاره بينهم، عقوبةً له، والعقوبة من جنس العمل.

- ما ورد في سياق النهي عن السعي للشهرة وما يوصل لها:

وكما ورد النهي عما يؤدي للإشهار في ذاته، بملبس أو غيره؛ ورد النهي والذم للوسائل والدواعي الموصلة للشهرة، سواء كانت حسية أو معنوية.

من سَمَّعَ سَمَّعَ اللَّهُ بِهِ :

روى الإمام مسلم عن سعيد بن جبیر، عن ابن عباس رضي الله عنهما، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- (مَنْ سَمَّعَ سَمَّعَ اللَّهُ بِهِ، وَمَنْ رَأَى رَأَى اللَّهُ بِهِ)

ومن ذلك ما جاء في الوعيد على طلب الشرف بالدين:

وفيه حديث كعب بن مالك رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (ما ذئبان جائعان أرسلتا في غنم بأفسد لها من حرص المرء على المال والشرف لدينه).

## المنظور الحضاري التاريخي لقيمة الشهرة

الشهرة في تأملات وأفكار الحكماء والفلاسفة وأهل النظر

### - الشهرة لا تعطي الإنسان قيمة جوهرية

تتفق الآراء في هذا المحور على أن ما يعطي الإنسان قيمته الحقيقية هو ما ينبع من داخل نفسه، وليست المظاهر الخارجية.

يؤكد بعض الفلاسفة الرواقيين أنه لا بُدَّ من أن نزيل من الإنسان كل الآثار الخارجية والعارضة، لكي نستطيع أن نعرف جوهره.. يقول الفيلسوف أوريلْيوس:

كل ما يصيب الإنسان من الخارج عدم وفراغ، فجوهره لا يعتمد على الأمور الخارجية، وإنما يعتمد كلياً على الأمور التي يمنحها لنفسه.

ويتحدث ستيفان زفايغ ببراعة عن القيمة الوهمية للشهرة، وكيف أنها مع ذلك تحدث تحريكاً عميقاً في نفس المتعلق بها؛ فهو يرى أن الشعبية في ذاتها ومهما كانت طبيعتها تتطوي على اضطراب في التوازن الطبيعي للإنسان؛ ففي الأحوال العادية لا يعني الاسم الذي يحمله الكائن البشري أكثر مما تعنيه العصاة للسيجار؛ وسيلة للتعرف، شيئاً سطحيًا، يكاد يكون غير مهم، لا يرتبط بالموضوع الواقعي، بالذات الحقيقية، إلا ارتباطًا واهيًا. وعند النجاح يأخذ الاسم بالانتفاخ، -إذا جازت العبارة-.

### - الشهرة رِقٌّ للإنسان ومغرمٌها أكبر من مغنمها

وقد تنبه لهذا الجانب بعض الحكماء، ومنهم باكون أشهر فلاسفة الإنكليز، وهو يُعدُّ مؤسس الفلسفة الحديثة المبنية على الاختبار والاستقراء. يصف الشهرة والسمعة؛ بصياغة وأسلوب الكاتب محمد لطفي جمعة:

لنا الصدر دون العالمين أو القبر

وإننا أناسٌ لا توشُّظ بيننا

إن من ولي أمرًا كبيرًا يكون عبدًا ذليلًا لثلاث: أمته وصنعتة وسمعته، فيطيع (ساداته) طاعةً عمياء، ويردعه صيته عما تميل إليه نفسه، وتستغرق أعماله كل أوقاته.

### - الشهرة لا توصل للسعادة الحقيقية

أكثر ما يدفع الناس لطلب الشهرة تلك السعادة المتوهمة فيها، وإن شئت فقل:

المتعة التي يظن الناس أنها السعادة، كما ناقشناه في موضع آخر.

ولذلك كان باروخ سبينوزا يعتقد أن ليس ثمة رضا ولا أمان دائمان في الثروة والشهرة، أو التعلق في حب أي شيء زائل، فالخير هو في تحريك العقل في الاتجاه الصحيح.

## خطوط عريضة للموقف تجاه الظاهرة

استنادًا لما أوردنا في عرض الظاهرة وتقويمها، نحسب أن قدرًا من الرؤية في الإصلاح والعلاج قد استبان، ولأنه لن يتسنى التفصيل في الرؤى الإصلاحية؛ فإننا سنكتفي بالخطوط العريضة في إيجازٍ وإجمالٍ، معوّلين على توظيف القارئ ما سبق رده في التفكير والربط والإثراء مع ما سنورده إجمالاً.

### - أولاً: مركزية الدين في تشكيل الحياة وامتداده لما بعدها

#### الدين في حياتنا.. هيمنة وشمول:

أدركنا أن عالم الشهرة بعيد عن تأثير الدين في قيمه وموجهاته، وكأن طالبي الشهرة يتداعون لإدراكها بلا كوابح، مع ضعف وازع الضمير، وقلة استشعار مسؤولية المحاسبة الإلهية. يتحدث طه عبد الرحمن عما أسماه (السعة الحكمية) في الإسلام، فيشير إلى أن الدين لا يقف عند حد التقنين لجزء معين من أفعال الإنسان، ومن الأحداث المرتبطة بوجوده، تاركًا للإنسان المجال للتصرف على هواه في باقي الأفعال والأحداث، وإنما يتسع لكل الأفعال وما يتصل بها من أحداث؛ لأن قيامه بمقتضيات التقنين الكلي، هو الكفيل بأن يوصله للغاية التي خلق من أجلها، وهي كمال التعبد لله.

#### تسييج النظام الأخلاقي:

النظام الأخلاقي من أهم البناءات التي تحمي المجتمع من الظواهر التي تفسده، وليس المقصود هنا المفهوم الضيق للأخلاق الذي يقتصر على حصر محاسن الأخلاق والتمييز بينها وبين مساوئها؛ وإنما كنظام معياري يبين ما ينبغي أن يكون عليه السلوك؛ فالأخلاق في الإسلام ليست منحصرة في أبواب الآداب وحسن السلوك، وإنما هي سارية في جميع الأبواب وجميع الأحكام وجميع التكاليف الشرعية، فكل ذلك مطبوع بطابع الأخلاق ومؤسس عليها ومحكوم بها.

#### مركزية الله مقابل مركزية الإنسان:

في منهج الحضارة الإسلامية، هناك رؤية قرآنية تقوم على ناحيتين:

- إرساخ لمركزية الله في الوجود.

- وتحديد دقيق لموقع الإنسان في هذا العالم.

فالعالم القرآني ذو مركزية إلهية، بل هو منتهى المركزيات، فهو الإله المتعالي، والموجود الوحيد القائم بالذات في مركز عالم الوجود، ولا يوجد شيء مضاف له.

## الخاتمة

إنّ ظاهرة الشهرة تمثّل مزيجًا فريدًا بين نزوع النفس الفطري إلى تحقيق الحياة الجيّدة وبين ضغوط القيم والمعايير الاجتماعية التي تصوغها من الخارج، فهي دافع أصيل يسكن أعماق الإنسان، ينبع من حاجته إلى تقدير ذاته ومقاومة النسيان، ولا يمكن وصفه بالشر في ذاته، لكنه حين ينحرف عن مساره يصبح مرآةً للفراغ الروحي الذي خلّفه غياب المركزية الإلهية في حياة الإنسان المعاصر. وهكذا غدت الشهرة — في زمننا — دينًا بديلًا يتعبّد فيه الناس للمثال الإنساني الفائق، باحثين في تجليل المشاهير والتطلّع إلى مقاماتهم عن ذلك المعنى العميق للحياة الذي افتقدوه.

إنها في جوهرها حنين دفين إلى صورة أسمى من الإنسان، ومحاولة لمسّ للحظاتٍ نادرةٍ من الامتلاء، حين يشعر المرء أنه يلامس نهر الحياة المتدفق؛ فإن لم يجدها في محاريب العبادة، وجدها في محاريب الضوء.

وختامًا للختام، فإن هذه المبادئ تمثل المدامك الكبرى لترسية البناء الاجتماعي والثقافي تجاه ظاهرة الشهرة وغيرها، وتصنع صوئًا ومنازات ترينا موقعنا الصحيح في الحياة، وترسم طريقنا إلى ما بعدها.

نسأل الله لنا جميعًا حسن الحياة وحسن الختام، وصلى الله وسلم على نبينا محمد، وعلى آله وصحبه وسلم.

[www.anasi-c.com](http://www.anasi-c.com)  
[t.me/Deerayah](https://t.me/Deerayah)

