

# جدال

العدد 42 | كانون الأوّل 2024

باكورة مقالات

# طلبة سمينار الدراسات العليا

للعام 2024



مدي الكرمل

المركز العربي للدراسات  
الاجتماعية التطبيقية

جدل 42

كانون الأول 2024

باكورة مقالات طلبة سمينار الدراسات العليا للعام 2024

تحرير: مهّد مصطفى

تدقيق لغوي: حنا نور حاج

تصميم: أمل شوفاني

حقوق النشر محفوظة 2024

مدى الكرمل - المركز العربي للدراسات الاجتماعية التطبيقية

العنوان: شارع همبچنيم 90، حيفا

البريد الإلكتروني: mada@mada-research.org

رقم الهاتف: 04-8552035



## المحتويات

المقدمة	06
مقاربات اجتماعية	07
الخصوصية في ظل ثقافة الرقابة أمير عودة	08
في راهنية الحرملك: تحليل نقدي لمنهجية الألقاب والأسماء في المجتمع الفلسطيني ميادة عصفور	12
السياسة الحملية، الإدارة الشبكية في السلطات المحلية ونجاعة العمل التشاركي أشواق مندية	16
سياسة وقانون	20
شعبوية تنياهو: ما وراء النصر الشامل مريم فرح	21
الدور الدبلوماسي للأكاديمية الفلسطينية دعد محمود	27
في ظلّ خسارة مؤكّدة: الالتماسات المقدّمة الى المحكمة العليا الإسرائيلية رعدة عواد	33
الحركة الإسلامية كتيار فاعل ومؤثر في النقب ساهر غزاوي	37

<b>فن وثقافة</b>	40
حملات التمويل الجماهيري كآلية للحفاظ على الهوية: صناعة الثقافة في الداخل الفلسطيني	41
معتصم زيدان	
أن تُنتج فنًا مستقلًا في فلسطين بين الرفاهية والفعل السياسي	45
عبير بشتاوي	
"العافية، المثني وما يُحسنُ" قراءة في جوهر ووسائل المجاورة عند منير فاشه	48
علي قادري	
الزمن المنفوي... قراءة في فيلم "السباحان"	52
علي مواسي	
<b>سياسات الحيّز</b>	58
بين النظري والعملي في خطط العمل المختلفة لتطوير البلديات العربية: طمرة نموذجًا	59
رزين دياب	
"روابي": البديل الوحيد في غياب المدينة الفلسطينية الحديثة	63
مريم حاج يحيى-عازم	

## حملات التمويل الجماهيري كآلية للحفاظ على الهوية: صناعة الثقافة في الداخل الفلسطيني

معتصم زيدان\*

### مدخل

تعرض هذه الورقة نتائج بحث حول حملات التمويل الجماهيري التي أطلقها عدد من الفئتين والفئات الفلسطينية داخل الخط الأخضر، وتقدم محاولة لفهم هذه الحملات في سياقها الاجتماعي والسياسي. خدمةً للهدف المذكور، سيسعى البحث إلى تسليط الضوء على العوامل والأسباب التي حدت بالفئتين إلى إطلاق الحملة فضلاً عن طرق أخرى، وعلى صيرورة الوصول إلى القرار. وترغب كذلك في فهم آليات الإقناع أمام جمهور المانحين، وفي المقابل المعوقات والتحديات، بغية الإجابة عن السؤال بشأن إمكانية مأسسة صيغة التمويل هذه وجعلها نهجاً مجتمعياً.

أدى ظهور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إلى تعميق العلاقة بين صانع الثقافة بأشكالها المختلفة مع الجمهور. لاحقاً، أصبحت حملات التمويل الجماهيري من خلال منصات التواصل الاجتماعي وسيلة شائعة لجمع الأموال من جمهور مانحين، ولتمويل العمل الثقافي، وأظهرت الأبحاث أن دوافع وحيثيات إطلاق هذه الحملات لم تقتصر على جمع الأموال، بل لقد تجاوزت ذلك إلى استكتاب مقبولية العمل بين الجمهور وتسويق العمل والذات، والدفاع عن الحد من حرية الإنتاج وشكل الإنتاج التي تفرضها سلطات الهيمنة من خلال سيطرتها على الموارد الاقتصادية وقنوات الوساطة الجماهيرية.

واعتمد وصول الحملات إلى مبتغاهها على عوامل اجتماعية وبلغية ثقافية، منها مخاطبة العطاء المجتمعي، والارتباط العاطفي والجمعي وتعزيز الشعور بالانتماء. فضلاً عن هذا، كان الحيز الحضري الذي وُلدت فيه هذه الحملات عاملاً في نجاحها؛ فقد جرت الإشارة إلى أن من سكن العواصم الثقافية كان نصيبه أكبر في تحقيق هدفه. وفي إسرائيل كذلك كان للحملات المنطلقة من العاصمة الثقافية الإسرائيلية "تل أبيب" نصيب أكبر في الوصول إلى مبتغاهها، وكذلك تبين أن المواطنين الفلسطينيين -الذين يشكلون قرابة خمس عدد المواطنين وأكثر المجموعات استضعافاً من الناحية الاقتصادية- كانوا أقل المبادرين إلى إطلاق مبادرات التمويل الجماهيري.

لم تفكك الاستنتاجات المذكورة في الفقرة السابقة أيّاً من العوامل الاجتماعية والسياسية والسياساتية المؤثرة عليها، بل اكتفت أن تُشير إليه على أنه معطى خارج من أي سياق سوى الظاهرة المراد بحثها في الورقة. في المقابل، بدأت الأدبيات بالإشارة على نحو أكبر إلى فحص السياق الأوسع للظاهرة، حيث جادل بعضهم بشأن دور الجماعة وقيمتها في نجاح الحملة، وأشير إلى أن الحملات التي صيغت بطابع جمعي أكثر كانت أكثر نجاحاً، واعتمدت بالأساس على رأس المال المجتمعي وتجييش القضايا الجمعية نصرةً للعمل الثقافي.

تمتد سياسات تعامل إسرائيل مع مواطنيها الأصليين في المشهد العام أيضًا إلى المشهد الثقافي وصناعة الثقافة، بما فيها من موارد مستحقة تجاه التمويل، والتطور المهني، والإقصاء من الفنون الوسيطة. وردًا على ذلك، يجابه الفلسطينيون الهيمنة بشتى الطرق، ويفاوض على نحو مستمر بين حقوقه وانتمائه ونجاحه الفردي. لم تلتفت الأبحاث التي تناولت الثقافة الفلسطينية في داخل الخط الأخضر إلى آليات مجابهة السلطة بصورة معمّقة، ولم تَف الأدبيات التي تناولت حملات التمويل الجماهيري -لندرته- حق السياق الاجتماعي والسياسي في ما يخص الظاهرة؛ وهو ما يطرح أمامنا أسئلة عديدة بشأن الدوافع المركزيّة وتجارب الماضي التي قادت الفنّان/ة الفلسطينيّة/ة في الداخل إلى اتخاذ قرار إطلاق حملة التمويل الجماهيري، والتجربة وتقييم الفنّان لها، والمبادئ الأساسية التي وجّهت خطاب الحملة وأسباب نجاحها أو فشلها.

للإجابة عن الأسئلة المطروحة سالفًا، علينا تحليل الخطاب الظاهر (والمبطن) لحملات التمويل الجماهيري، والتعمّق في فهم التجربة ودوافعها من وجهة نظر الفنّان/ة. وعلى ضوء ذلك، جُمعت المعطيات المراد تحليلها بواسطة عملية تفرّغ للخطاب المرافق للحملة، وأجرى تصنيف موضوعاتي للخطاب المبثوث رقميًا للجمهور العام في الصور والفيديوهات والنصوص والرموز عمومًا. علاوة على هذا، أُجريت تسع مقابلات مع فنّانين أطلقوا حملات التمويل الجماهيري في السابق من خلال منصات التمويل. من خلال خاصيّة البحث في المواقع الإخباريّة ومحركات البحث، إضافة إلى منصات التمويل الجماهيري الأكثر شيوعًا على شبكة الإنترنت، وباستخدام كلمات مفتاحيّة مركزيّة في الظاهرة، وُجدت ثماني عشرة حملة جرى تصنيف موضوعاتها قبيل الانطلاقة إلى المرحلة الثانية التي شملت إجراء المقابلات ومن ثمّ تحليلها وفرزها حسب الموضوعات والسّمات الأساسية التي ورد ذكرها في المعطيات.

## الخيار والاستثمار والمدينة العابرة للاحتلال

أسفرت عملية تحليل الخطاب عن وجود ثلاث موضوعات مركزيّة لها دلالات اجتماعيّة وسياسيّة. وبرزت سمة الخيار الأخير في التصنيفات التي أُجريت كآفة، حيث تضمّنت الحملة بجميع موادّها التي بُنت للجمهور أنّ هذا الخيار لم يأت من فراغ، وإنّما جاء ردًا على عقبات التمويل التي تُملّيها الظروف الفرديّة والسياسيّة التي يعيش فيها الفنانون والفنانات، وشدّدوا أيضًا أنّ هذا القرار جاء بعد فحص مُوسّع لكلّ السبل المُتاحة لدعم العمل، وبرّروا ذلك بأنهم رفضوا عروضًا لتغطية التكاليف بغية الحفاظ على هويّة العمل من ضغوطات تقييد الحريّات التي تفرضها الهيمنة الإسرائيليّة أو الصناديق الخارجيّة التي تُملّي شروطها على العمل.

تتلاءم المعطيات الحاليّة مع الأدبيات التي بيّنت أشكال الخطاب البلاغيّ الرافع لنسبة نجاح الحملات، ناهيك عن التركيز على تصوير القضية على أنّها قضية جمعيّة وغير متعلّقة بالفنّان الفرد، وإنّ كان هو ممثّلها. لكن التحليل الحاليّ أظهر مستوى إضافيًا للخطاب لا يتعلّق بخيار التمويل فحسب، بل التمسك بمبدأ رفض المفاوضة على الهوية، وهو ما تمثّل في تحديّين: الأوّل التوجّه وقبول إملاعات التمويل الإسرائيليّ، وهو معتَرَك وُصف من قبلهم على أنّهم في غنى عنه، وأنّ تجارب الفنّانين السابقين الذين انخرطوا بحذر في حقل الثقافة الإسرائيليّ تدفع بهم إلى هذا القرار. والتحدّي الثاني هو إبقاء العمل الفنّي في الدُرج تمامًا إلى أن يُعثر على ممول له.

علاوةً على ذلك، برزت مقولة الاستثمار المجتمعي، وهو ما شكّل فجوة بين التحليل في المستوى الأول والتحليل في المستوى الثاني الذي تطرّق إلى المقابلات، وبالتالي شكّل سمةً إضافيةً عن **الفجوة بين خطاب الدعم والاستثمار**. فقد ارتكز الخطاب المبتوث عبر منصات التمويل الجماهيري على إظهار شعور الامتنان للدعم منذ لحظة الحملة الأولى إلى ما بعد انقضائها، لكنّ دمج المقابلة أظهر وجود فجوة كبيرة في شكل الطريقة التي رأى بها مُطلقو الحملات الأمر، إذ عبّروا عن امتعاضهم من تصوير الأمر بهذه الطريقة، وأنّ ما قام به الفنّان ليس طلبًا لدعم العمل الفنّي بأيّ شكلٍ من الأشكال، بل هو استثمار في بناء هويّة جمعيّة ثقافيّة ذات طابع وطنيٍّ مُجاہلٍ لمشاريع الأُسْرة ومشاريع تشويه الهوية التي يعاني منها الفلسطينيّ عامّة، ولأنّه قد رفض إملاء شروط على شكل العمل الفنّي من قبل سلطات الهيمنة التي تمارس ضغوطاتها من خلال التحكّم بالموارد الاقتصاديّة والمهنيّة والقناة الوسيطة، فهو جزء من حالة التحديّ الفلسطينيّ للمشاريع الإسرائيليّة.

أخيرًا، أظهر التحليل كذلك بؤادر أُسس **مدينة فلسطينيّة في الفضاء الرقميّ العامّ عابرة للحدود** التي خلقتها إسرائيل مع قيامها. لم تكن هذه المرّة الأولى التي فيها يبادر الفلسطينيون إلى بناء حيّزٍ مدنيّ حضاريّ، فقد خلق سقوط المدينة الفلسطينيّة بعد النكبة ثقبًا في الذاكرة، وكجزء من عمليّة المقاومة اليوميّة كافح فلسطينيو الداخل في سبيل إعادة تشكيل هذا الحيّز بصورته الفيزيائيّة بالسُّبُل المُتاحة. ما بيّنته هذه الحملات هو مركزيّة المدينة في العمل الثقافيّ لدى الفلسطينيين داخل إسرائيل على الرغم من فقدانهم لمدينتهم منذ النكبة حتّى اليوم، وبرز ذلك على نحوٍ جليّ في خاصيّة التعريف التي تُتيحها المنصّات وكجزءٍ مركزيّ من التعريف عن الذات عند انطلاقة الحملة وذكر الموضوع مرارًا وتكرارًا خلالها. وبرز الفنّانون ذلك أيضًا كجزء من أساليب التأكيد والعرض غير المباشر لفكرة أنّ هذا العمل كان من الممكن أن يكون إسرائيليًّا لكنّه قدرّ الحفاظ على هويّته، وهذا سببٌ كافٍ لدعمه.

أمّا في المرحلة الثانية، فقد أظهر هذا التحليل مستوى خفيًّا لمدينة تتشكّل في الفضاء الرقميّ، حيث أشار الفنّانون أنّ منصّات الاتّصال الجماهيريّ -بما فيها وسائل التواصل الاجتماعيّ والتمويل الجماهيريّ- قد أسهمت إسهامًا أساسيًا في هذه الحملات، إذ في ما سبق كانت المدينة تُعدّ حيّزًا حضريًّا يسهم في التطوّر الاقتصاديّ والمهنيّ والثقافيّ. بسقوط المدينة خسر الشعب الفلسطينيّ حيّزًا مهمًّا في تشكيل هويّته، وظهور الإنترنت خلق بادرةً لهذا اللقاء بواسطة العالم الرقميّ وظهور منصّات الاتّصال الجماعيّ، فضلًا عن أنّ طبيعة المشهد السياسيّ الإسرائيليّ أسهم في زيادة هذه الروابط وخلق "رصيْفًا" فلسطينيًّا يستطيع من خلاله الفنّانون الالتقاء افتراضيًّا بأقرانهم من المجال ذاته المقيمين في المنفى والمرتبطين بعواصم ثقافيّة أخرى في العالم. وما يُثبت ذلك هو الدعم الذي تلقّوه من قبل فلسطينيي المهجر.

لم تتناقض نتائج تحليل البيانات مع الأدبيّات المركزيّة التي طرحت تساؤلات حول ماهيّة الدوافع التي قادت حملات التمويل الجماهيريّ، لكنّ وجود الفلسطينيين داخل صراع الاستعمار الاستيطانيّ في فلسطين جعل معتدك الحفاظ على الهوية السبب المركزيّ لإطلاق حملات التمويل الجماهيريّ، لأنّ كلّ تمويلٍ إسرائيليّ عن طريق صناديق مُتاحة هو تهديد للمركّبات الأساسيّة لهويّة الفنّان الفلسطينيّ. على الرغم من ذلك، لم تكن الحملة بهذه السهولة؛ فالتحدّيات التي واجهها الفنّانون أمام المنصّة وبيروقراطيّة السلطة الحاكمة كانت عائقًا أمام الفنّان لجعلها تجربة سهلة، إذ إنّ اقتطاع الأموال من قبل سلطات الضرائب الإسرائيليّة ونسبة أرباح المنصّات كانا عائقًا جديًّا أمام تكرار

معظمهم لحملة تمويل جماهيري. وظهرت معيقات إضافية نفسية مجتمعية تتعلق بحساسية طلب الأموال وتكرار الطلب (على وجه التحديد عند الذكور الذين عبّروا بشكل أكبر عن امتعاضهم من التجربة).

وبيّنت هذه الحملات ظهور شبكة علاقات أسهمت هذه الحملات ووسائل التواصل الاجتماعي في تطويرها بين الفنان وأقرانه والفلسطينيين في المدينة كحيز فيزيائي، وفلسطينيي الشتات، وهو ما يُعدّ مُركّباً مركزياً من المركات المعمارية للمدينة. لذا تدّعي هذه الورقة وجود بوادر لتشكّل مدينة فلسطينية عابرة لحدود دولة إسرائيل في الفضاء الرقمي.

على ضوء ذلك، ترى الورقة أنّ من الضروريّ والمهمّ مأسسة حملات التمويل الجماهيري، وجعلها نهجاً مجتمعياً. على الرغم من جاهزية الجماهير في داخل الخط الأخضر وخارجه، المهمّة ليست بالهينة؛ وذلك أنّ المعوقات النفسية المجتمعية لدى الفنان تتطلب تغييراً جذرياً في نظرتهم لقضية التمويل، إضافةً إلى عوامل خارجية تتعلق بالأساس باستغلال المنصات وسطوة سلطة البيروقراطية الإسرائيلية على قنوات تسلّم الأموال.

**\* معتمد زيدان: طالب ماجستير في قسم دراسات الإعلام، جامعة حيفا. حاصل على بكالوريوس في الفلسفة.**





**مدى الكرمل**

المركز العربي للدراسات  
الاجتماعية التطبيقية