

رايتر زيتلمان



نقلته إلى العربية
إبتسام الخضراء

فن الشهرة

عباقره تسويق النفس

من ألبرت أينشتاين إلى كيم كارداشيان

العبيكان
Obekan



Original Title The Art of becoming Famous

Author: Dr. Rainer Zitelmann

Copyright © Dr. Rainer Zitelmann c/o Wendt Meinekestr. 8 10719 Berlin -Germany

ISBN: 13 - 9783960926443 ISBN-10: 3960926443

حقوق الطبع العربية محفوظة للبيكان بالتعاقد مع ديو للنشر - نيويورك - الولايات المتحدة الأمريكية

شركة البيكان للتعليم، 1443 هـ - فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

فن الشهرة/ راينر زيلتمان؛ ابتسام الخضراء - ط1. الرياض، 1443هـ. 360 ص؛ 14 x 21 سم

ردمك: 4 - 418 - 509 - 603 - 978

1 - العلوم الاجتماعية أ. الخضراء، ابتسام (مترجم) ب. العنوان ديوي 300 1442 /2287

حقوق الطبع محفوظة للناشر الطبعة الأولى 1443 هـ / 2022 م

العبيكان
Obekan نشر وتوزيع

المملكة العربية السعودية - الرياض طريق الملك فهد - مقابل برج المملكة

هاتف: +966 11 4808654 فاكس: +96 11 4808095

ص.ب: 67622 الرياض 11517

جميع الحقوق محفوظة. ولا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو نقله في أي شكل أو واسطة، سواء أكانت إلكترونية أو ميكانيكية، بما في ذلك التصوير بالنسخ (فوتوكوبي)، أو التسجيل، أو التخزين والاسترجاع، دون إذن خطي من الناشر.

[مكتبة الحبر الإلكتروني](#)
[مكتبة العرب الحصرية](#)

المقدمة

عابرة تسويق النفس

يمكن القول: إن هناك ثلاثة حوافز تمثل، في أكثر الأحيان، دوافع الأشخاص الطموحين الذين يرغبون في تحقيق إنجازات استثنائية، ولا يقنعون بحياة عادية، وهي الرغبة في المال أو الرغبة في القوة أو الرغبة في الشهرة، وبعد أن أجريَتْ دراسة شاملة، وألّفت كتبًا عدة رائجة عن كيفية جمع الثروة، بدأ يشغل اهتمامي الأسلوب الذي ينجح الأشخاص عن طريقه للوصول إلى الشهرة، وشرعت أقرأ عشرات ألوف الصفحات التي تروي سير أشخاص مشهورين، ليتضح لي تدريجيًا أن الإنجازات الرائجة لا تمثل سوى جزء يسير من السبب الذي يجعل إنسانًا ما شخصية مشهورة. وهناك عامل آخر أهم من الإنجازات، وهو: قدرة الشخص على تسويق نفسه.

لكن معرفة المزيد حول مبادئ تسويق النفس لا تُعد مهمة فقط للأشخاص الراغبين في الوصول إلى الشهرة؛ لأن الآراء من نوع (النوعية وحدها تضمن النجاح) و(التواضع فضيلة) تحرم كثيرًا من الأشخاص من فرص النجاح في الحياة، وسواء أكنت رجل أعمال رياديًا أم تعمل مع جهة ما دون ارتباط رسمي أم تعمل لحسابك الخاص، فإنك إن لم تكن قادرًا على عرض نتائج عملك على الملأ بأفضل صورة، وكنت عاجزًا عن إيصال إنجازاتك إلى أسماع الجهات التي ينبغي لها معرفتك، فسوف يتخطاك الآخرون الذين يعرفون كيف يسوّقون أنفسهم على نحو أكثر فاعلية، وإذا كنت موظفًا، فسرعان ما تلاحظ أنك تقف وحدك تراوح في مكانك في حين يحصل زملاؤك الذين يعرفون كيف يخطّون مساراتهم الخاصة على ترقية إثر أخرى، وقد يكون رد فعلك الشعور بالمرارة والشكوى من ظلم العالم (أو ظلم مديرك)، ولكن هناك أسلوب آخر للتصرف، فبإمكانك إخضاع آرائك إلى تحليل نقدي ذاتي متواصل، واكتساب المعارف من أشخاص أتقنوا فن تسويق النفس، ويضم هذا الكتاب اثني عشر مقالًا يتحدث كل منها عن شخصية، وتجمع بين تلك الشخصيات صفة مشتركة، وهي أنه قد: أدرك هؤلاء جميعًا، أكثر من الآخرين، أهمية تسويق النفس، وكانوا (أو ما زالوا) عابرة في هذا المجال.

وتتوجه هذه المقدمة بصورة أساسية إلى القراء نافدي الصبر، الراغبين في أن يعرفوا، بالسرعة الممكنة، الجوانب المهمة في عملية تسويق النفس، وأما فيما يتصل بالقراء المهتمين بالموضوع بعمق، فأنا أنصحهم بأن يبدأوا بقراءة مقالات الكتاب، ومن ثم العودة لقراءة المقدمة لتثبيت الأفكار المهمة في أذهانهم. إذًا، أنت من يقرر إن كنت ترغب في تجاوز الصفحات القليلة المقبلة والبدء في قراءة الفصل الأول، أو كنت لا تستطيع الانتظار لتتعلم الأسرار المهمة في عملية تسويق النفس، والشخصيات التي يتناولها الكتاب مختلفة إلى أقصى حدود الاختلاف، وتبدأ رحلتنا مع ألبرت

أينشتاين Albert Einstein، الحائز على جائزة نوبل وواضع نظرية النسبية، وتنتهي مع كيم كارداشيان Kim Kardashian، التي يُفترض أن تكون مفاتها الجسدية سبب شهرتها، فما الذي يمكن أن يمثّل العنصر المشترك بين أحد عمالقة الوسط الفكري، مثل ستيفن هوكينغ Steven Hawking، ومحمد علي، الذي كان حاصل ذكائه في الاختبارات الكثيرة أدنى من المتوسط بكثير، أو الأميرة ديانا التي كانت الجوائز الوحيدة التي حصلت عليها في المدرسة هي جائزة (أكثر الفتيات شعبية) وجائزة توفير أفضل رعاية لجرذ اختبار كانت تربيته؟

وعلى الرغم من الاختلافات القائمة بين تلك الشخصيات، فإنها تُعد جميعاً ضمن المجموعة الصغيرة من الكائنات البشرية التي تعيش على سطح هذا الكوكب والتي أصبح أفرادها أساندة لا يجاريهم أحد في فن تسويق النفس، وقد يقال: إنهم أصبحوا مشهورين؛ لأنهم، وبكل بساطة، كانوا الأفضل، كلٌّ في مجاله، أو كانوا - على غرار الأميرة ديانا - محبوبين على نحو خاص، والواقع أن كثيراً من الأشخاص الذين يتناولهم الكتاب حققوا إنجازات استثنائية ضمن مجال المهن التي اختاروها، ولكن إذا تفحصنا الأمور عن كثب نلاحظ أن مدى شهرتهم فاق بمراحل مستوى إنجازاتهم، ولنأخذ مثلاً ستيفن هوكينغ، الذي يمكن اعتباره أشهر عالم في عصره، فقد كان هوكينغ يعي الوضع جيداً: «بالنسبة إلى زملائي، أنا مجرد عالم فيزيائي آخر، ولكن بالنسبة إلى العامة ربما أكون قد تحولت إلى أشهر عالم في العالم»¹ كان هوكينغ، الذي برع في تسويق نفسه، معروفاً في أوساط العامة أكثر من كثير من حاملي جائزة نوبل، مع أنه لم ينل هذه الجائزة، إضافة إلى أن نظراءه لم يكونوا يرون فيه العالم الاستثنائي الذي يتصوره العامة، فعلى سبيل المثال، في المسح الذي أجرته مجلة Physics World لعلماء الفيزياء في الألفية الماضية، لم يرد اسمه على قائمة أهم عشرة علماء فيزياء أحياء .

ويحب دونالد ترامب Donald Trump التبحر بإنجازاته بوصفه مقاوِلاً في مجال العقارات، ولكن كثيراً من مقاولي العقارات كانوا يفوقون ترامب نجاحاً، وهو طالما تباهى بثروته، ولكن مجلة Forbs توصلت بعد أعوام عدة من تصنيفها لأغنى الأثرياء الأمريكيين إلى نتيجة مفادها أن ترامب ليس بالثراء الذي يتباهى به، ولا حتى إلى درجة تقارب ما يدعيه.

لا يمكن أن نقول الشيء نفسه عن محمد علي، فقد كان محمد علي أشهر رياضي في القرن العشرين وبطل العالم في الملاكمة، بلا منازع، في الوزن الثقيل ثلاث مرات، والواقع أن إنجازاته في مجال الملاكمة كانت فعلاً استثنائية، لكنها لم تتمثل العامل الحاسم في شعبيته المذهلة، حيث كان محمد علي، واسمه السابق كاسيوس كلاي الابن Cassius Clay Jr يتمتع بالشهرة قبل المباراة التي جرت عام 1964م التي انتزع فيها اللقب من بطل العالم في الوزن الثقيل سوني ليستون Sonny Liston، الذي لم يكن يجاريه أحد، فقبل عام من ذلك الانتصار، خصصت مجلة Time الصفحة الأولى بكاملها لمحمد علي كلاي، وبعد أن أجرى كاتب سيرته جوناثان إيغ Jonathan Eig تحليلاً لكل مبارياته، قدم تقييماً أميناً: «هذا الرجل الذي أطلق على نفسه لقب (الأعظم)، بدا وبجميع المعايير الإحصائية في مستوى دون المتوسط في الجزء الأكبر من إنجازاته المهنية»².

أما أرنولد شوارزينغر Arnold Schwarzenegger، الأشهر في مجال كمال الأجسام في كل العصور، فقد كان يتمتع دون شك بموهبة ممتازة، ونال أعلى لقب في رياضة كمال الأجسام، وحصل على لقب السيد أوليمبيا Mr. Olympia في سبع مناسبات، وهذا أمر يثير الدهشة، ولكن كان هناك في المدة نفسها أبطال كمال أجسام آخرين - بينهم فرانك زين Frank Zane - يتمتعون ببنية جسدية أكثر تناسقًا، ويُجمع الخبراء على أن شوارزينغر يدين بفوزه بلقب السيد أوليمبيا في المرة السابعة لوضعه بوصفه رجلًا مشهورًا فقط، وليس إلى طريقة تنميته لعضلاته، وبعد أن توقف شوارزينغر عن اتخاذ وضعيات للتصوير وهو يرتدي سروالًا قصيرًا، ظهر أبطال كمال أجسام يتمتعون بكتلة عضلية أكبر، مثل روني كولمان Ronnie Coleman الذي حصل على لقب السيد أوليمبيا ثماني مرات، ولكن ما لم تكن خبيرًا في رياضة كمال الأجسام، فالأرجح أنك لم تسمع باسم روني كولمان، في حين لا يوجد في العالم من لم يسمع باسم شوارزينغر، وقد حقق شوارزينغر، النمساوي المولد، نجاحًا كبيرًا في مجالات عدة، لكنه كان، قبل كل شيء، بائعًا متقد الذكاء، ويقول في سيرته الذاتية: «مهما كان نوع المهنة التي تمارسها، فإن عملية البيع هي جزء من هذه المهنة... بإمكانك أن تنجز أروع الأعمال، ولكن إذا لم يعرف الناس ماذا أنجزت، فلن تحصل على شيء! ينطبق الشيء نفسه على العمل في السياسة: فلا يهم إن كنت تعمل في مجال السياسة البيئية أو التربوية أو التنمية الاقتصادية، الأهم من ذلك كله أن تجعل الناس واعين لجهودك»³.

مادونا Madonna فنانة ناجحة ذات أداء رائع استثنائي، وفي تصنيف مجلة Billboard للفنانين المئة الأكثر إثارة، اعتُبرت مادونا أكثر الفنانات اللواتي يعملن منفردات نجاحًا في كل العصور، وهي تشغل الموقع الثاني مباشرة بعد فرقة البيتلز Beatles⁴ وأدرجتها مجلة Time على قائمة تحمل عنوان (أقوى خمس وعشرين امرأة في القرن العشرين)⁵ ومع ذلك، يُجمع الخبراء على أن العامل الأكبر في تحقيق نجاحها الاستثنائي لا يعود إلى إمكانات صوتية بارزة. وتقول كاميليا باربون Camille Barbone مستشارة مادونا ومديرة أعمالها في بداية مهنتها: «موهوبة؟ كلا، هي مجرد موسيقية تميل إلى الأمور العادية، وتتمتع بمهارة تكفي لكتابة أغنية أو لعزف غيتار»⁶ وفي عام 1995م اختيرت مادونا لأداء دور البطولة في الفيلم المأخوذ عن المسرحية الغنائية Evita وأنداك وظفت مادونا - التي كانت مشهورة في جميع أنحاء العالم آنذاك، وفي ذروة مهنتها - مدرسة صوت مرموقة؛ لمساعدتها على تحسين صوتها الذي كان يتسم بجودة متوسطة واضحة⁷.

وتعدّ كيم كارداشيان ويست من أكثر الشخصيات شهرة في وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الحديث، ولديها أكثر من مئة واثنين وستين مليون متابع في موقع إنستغرام؛ أي أكثر من لاعب الكرة ليونيل ميسي Lionel Messi (144 مليون متابع)، وهو اللاعب الذي ضرب الرقم القياسي في عدد المرات التي حصل فيها على جائزة الفيفا FIFA السنوية لأفضل لاعب عالمي، إذ حصل على الجائزة ست مرات منذ عام 2009م، وفي موقع تويتر، لدى كيم ستون مليون متابع، وهو رقم يقارب عدد متابعي الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب (74 مليون متابع تقريبًا)⁸، ويفوق عدد متابعي الأخبار العاجلة في قناة CNN (50 مليونًا). وقد عبّرت مذيعة التلفزيون باربرا والترز

Barbra Walters عن رأيها بمنتهى الصراحة، عندما اتهمت كيم بأنها لم تقدم أبدًا أي عمل يمكن اعتباره متميزًا على نحو خاص: «عانت، من حيث الواقع، لا تمثلين، ولا تغنين، ولا ترقصين... أنت - وعذرًا لما سأقول: لا تتمتعين بأي موهبة!»⁹ لا يمكن أن ننكر فشل كيم بوصفها ممثلة ومغنية وراقصة، ولكنها، وعلى غرار أشخاص آخرين قبلها أو بعدها، أجادت فن تسويق النفس. يتناول هذا الكتاب، من دون شك، أشخاصًا آخرين قدموا إسهامات فريدة في مسار التاريخ الإنساني، بغض النظر عن مهاراتهم في تسويق النفس، وأشهر أفراد هذه المجموعة الصغيرة الاستثنائية من الرجال والنساء ألبرت أينشتاين واضع نظرية النسبية، ولكن، هل يمكن لإنجازات أينشتاين العلمية تفسير شهرته؟ كلا. من دون شك، ومع أنه أسر خيال العامة؛ لأن الصحف خصصت صفحاتها الأولى لتغطية تحركاته، وأصبح اسمه على كل لسان، فإن قلة نادرة استطاعت فهم نظريته، وقد شرح شارلي شابلن Charlie Chaplin، الذي غالبًا ما كان يظهر بصحبة أينشتاين، الأمر على النحو الآتي: «يحييني الناس لأنهم يفهموني جميعًا، وهم يحيونك لأنه ليس هناك من يفهمك»¹⁰ وفي مقابلة أجراها أينشتاين مع أحد الصحفيين، قال: «سألتني إن كان حماس الجماهير لأفكاري ولنظريتي، التي لا يفهمونها ألبتة، يثير في نفسي انطباعًا مضحكًا لغرابته؟ أنا أجد ذلك مضحكًا لكني، في الوقت نفسه، أجد متعة في مراقبة هذه اللعبة»¹¹.

الأمر الذي يغيب عن بال كثيرين هو أن أينشتاين، شأن كل الشخصيات المرموقة التي يتناولها الكتاب، بذل الكثير من الوقت والجهد لتسويق نفسه، فلم تنشأ شهرته على نحو غير متوقع، ولم تكن دون ريب مجرد مصادفة، وهي تستعصي، دون شك، على أي تفسير فيما يتصل بإنجازاته بوصفه عالمًا فيزيائيًا فقط، وهي إنجازات لا يستطيع الإنسان العادي تكوين رأي بشأنها.

إدًا، هل يمكن القول: إن عباقرة تسويق النفس الذين نتحدث عنهم هم نتاج جهود مخططي علاقات عامة ومديرين بارعين؟ كلا، كان الرسام أندي وار هول Andy Warhol، مثلًا، لا يجد غضاضة في تكليف مساعديه بتنفيذ أعماله الفنية، لكنه لم يكن يوافق على أن يوكل إليهم مهام تتعلق بكفايته الأساسية: تسويق النفس. ما من شك في أن كثيرًا من الأشخاص الذين يتحدث عنهم الكتاب (بمن فيهم شوارزينغر وترامب) يوظفون أيضًا مستشارين خبراء في العلاقات العامة، لكن هؤلاء كانوا مجرد مستشارين، ولم يكونوا أصحاب القرار، فزبائنهم المرموقون هم أصحاب القرار؛ ولذلك قررت ألا يضم الكتاب عددًا من المشاهير الذين كان الجزء الأكبر من شهرتهم نتاج جهود مديري أعمالهم ووكلائهم، مثل المغني إلفيس بريسلي Elvis Presley أو ربما الناشطة السويدية في شؤون البيئة غريتا ثانبرغ Greta Thunberg.

وقد عرف كل عباقرة تسويق النفس الاثنا عشر، الذين يتناولهم الكتاب، كيف يخطفون الأضواء، ويجعلون أنفسهم أشبه بعلامات تجارية مميزة، وعلى غرار العلامات المميزة، كانت الناس تتعرف إليهم فورًا، وبذلك فصلوا أنفسهم عن نظرائهم، وحولوا سمات محددة في مظهرهم إلى علامات لا تخطئها العين، مثل المنتجات تمامًا.

فالأمر لا يتطلب من رسامي الكاريكاتير أن يكونوا فنانيين ذوي براعة فائقة لكي يرسموا دونالد ترامب أو وار هولاندي وار هول أو أرنولد شوارزنيغر أو كيم كارداشيان أو المخرج الألماني كارل لاغرفيلد Karl Lagerfeld، وقد كَوّن لاغرفيلد صورته العامة - بوصفه علامة لاغرفيلد المميزة - خلال مسار حياته، من مجموعة من السمات المميزة، فلم يشكّلها بين ليلة وضحاها أو بقرار واع كرس شهرته بمرور السنوات: «أنا لا أرتدي بذلة مثل شارلي شابلن، فقد خطرت لي فكرة تسريحة شعري ونظارتي الشمسية مع مرور الوقت، وتحوّلت، ببطء وتصميم، إلى صورة كاريكاتورية عن نفسي»¹² وخلال مسار تطويره لأسلوبه الخاص، برزت علامته المميزة: القفازات ذات الأصابع المفتوحة من الأعلى، والخصلة المغطاة بمساحيق التجميل والقبة العالية والنظارات الشمسية، وأحياناً، مروحة.

أما ترامب، فهو يسهّل مهمة رسامي الكاريكاتير بفضل تسريحة شعره التي لا تخطئها عين، وهي تسريحة تعكس شخصيته: فهي بلا ريب ليست بالتسريحة الجميلة، لكنها تستقطب الأنظار. يقول كاتب سيرته مايكل دانتونيو D'Antonio: «لكم أن تسخروا ما شئتم، ولكن هذه الخصلة المندفعة إلى الأمام، التي تطلب تسريحها جهداً كبيراً، وهذا البريق المصطنع في شعر ترامب، يجعله محط الأنظار فوراً، فمن دون هذه التسريحة، يمكن له أن يقف أمام البرج الذي يحمل اسمه دون أن يلاحظه أحد، ووجود هذه التسريحة يجعل الناس تتحلق حوله؛ لأن شعره يتمتع بقوة تستقطب الانتباه، حتى إذا لم يكن ترامب قد قرر منذ البداية تركيب لوحة إعلانات فوق رأسه»¹³.

سعى ألبرت أينشتاين، وعلى نحو واع، إلى تكوين صورته بوصفه عالماً أشعث الشعر لا يعبأ بهندامه، رجل غريب الأطوار لا يلقي بالاً لما يرتدي من ثياب، ويمقت الياقات الرسمية وربطات العنق، ولا يسرح شعره الطويل، ولا يرتدي جوارب، ويترك قميصه مفتوحاً. يقول كاتب سيرته الألماني يورغن نيفيه Jürgen Neffe: إن أينشتاين يناسب تماماً الصيغة المألوفة (للعالم البارز الطليعي)¹⁴ ويضيف أن أينشتاين كان «الموضوع المثالي للمصورين والصحفيين، ولكل الجهات التي تساعد على تحقيق الشعبية، وكانت تربطه بهؤلاء علاقة تكافلية غريبة»¹⁵ وعندما سئل أينشتاين يوماً عن مهنته، أجاب متهكماً: (عارض أزياء)¹⁶ وتقول إحدى الإشاعات: إنه بمجرد اقتراب المصورين من أينشتاين، كان يعبث بشعره بكلتا يديه؛ ليستعيد الصورة النموذجية للبروفيسور العالم الغريب الأطوار¹⁷.

وفي عام 1957م خضع وار هولاندي وار هول لعملية تجميل، وهو ما كان يُعد آنذاك أمراً غير مألوف، ثم بدأ يستخدم خصلات شعر مستعار، ويرتدي نظارات شمسية، ومع أنه كان يكسب أموالاً وفيرة، ويستطيع، من دون شك، شراء ملابس غالية الثمن وتأمين وسائل الترف، اعتاد أن يُجري تعديلات على بذلاته وأحذيته الجديدة قبل ارتدائها، بحيث تبدو مهترئة؛ لكي تناسب صورة الفنان الغريب الأطوار¹⁸. وكان وار هول يرتدي سترة جلدية سوداء وبنطال جينز أسود ضيقاً (وجوارب نسائية من النوع الذي يصل إلى الخصر)، وكنزات قطنية وأحذية طويلة الساق ذات كعب عالي، وأما خصلات شعره المستعار فكانت بلون فضي، وكان الأستوديو الذي يعمل فيه، واسمه

Factory، يغلب عليه اللون الفضي؛ لأن اللون الفضي كان العلامة المميزة لوار هول، ووصل به الأمر أحياناً حد استخدام مساحيق التجميل لإبراز شحوب لونه وقسمات وجهه السلافية¹⁹.

وستيف جوبز Steve jobs الرائد في عالم الحواسيب، أيضاً أحاط صورته العامة بعلامات مميزة واضحة للعيان، ففي العروض الترويجية لمنتجاته كان يرتدي بنطالاً قصيراً وحذاء رياضياً وكنزة صوفية تغطي الرقبة، وكان يملك ما يقارب مئة من هذه الكنزات التي اعتاد المصمم الياباني الشهير إيسيه مياكيه Issey Miyake أن يصممها له، وعلى المنوال نفسه، حوّل شوارزينغر وضع التصوير الذي يبرز العضلة ثنائية الرأس إلى علامته المميزة، وكان لشوارزينغر عضلاته ثنائية الرأس، ولكارل لاغرفيلد خصلة شعره ونظاراته الشمسية وقبته العالية، ولدونالد ترامب شعره، ولأندي وار هول شعره المستعار، ولألبرت أينشتاين مظهر العالم المخبول، ولكيم كارداشيان مفاتنا، وعندما حصلت كارداشيان على جائزة (سيدة الأعمال الريادية) لعام 2011م من مجموعة Women of the Year Awards، التي ترعاها مجلة Glamour، في لندن، تنامي الاهتمام ببعض مفاتنها إلى حد تصويرها بالأشعة؛ للتأكد من أنها حقيقية وخالية من أي أنسجة مزروعة²⁰ وكانت كيم تتجج دائماً في جذب الاهتمام عن طريق عرض صور مثيرة، وحصل يوماً أن صحيفة بريطانية محترمة مثل Daily Telegraph تحدثت عن صورة معينة اجتذبت قديراً هائلاً من الاهتمام: «في شهر أيلول/سبتمبر من عام 2014م تسببت مجلة Paper Magazine، المتخصصة في الأخبار الفنية والاجتماعية، في حصول أحد أهم الأحداث الثقافية في هذا العام، وربما في هذا العقد، وذلك عندما سعى العاملون فيها إلى (اقتحام الإنترنت) بصورة عارية لكارداشيان، فقد أثارت صورتها وهي توازن كأساً موضوعاً على مؤخرتها البديعة، المرفقة بوسم #BreakTheInternet، موجة صادمة من التشارك بالصورة في شبكة الإنترنت، وتلقى الموقع ما يزيد على خمسين مليون طلب لمشاهدة الملف في يوم واحد؛ أي ما يعادل 1% من كل حركة الإنترنت في الولايات المتحدة في ذلك اليوم»²¹.

وتقول إحدى القواعد الراسخة في عملية تسويق النفس: إن الشخص ليس مضطراً إلى الظهور بصورة أفضل، بل عليه أن يظهر بصورة مختلفة، وهذا لا يعني أن كيم كارداشيان ومادونا تفتقران إلى الجاذبية، ولكن هناك عشرات ألوف النساء في أمريكا يفقنهما جمالاً، وكان ستيفن هوكينغ أكثر جرأة: فقد تمكن من تحويل إعاقته إلى مزية، فعندما سئل: كيف تمكن من تحقيق الشهرة؟ أجاب: «السبب جزئياً هو أن العلماء، عدا أينشتاين، ليسوا نجومًا شعبيين معروفين على نطاق واسع، هذا إضافة إلى أنني مناسب تمامًا للصورة النمطية للبعقري الذي يعاني إعاقة، وأنا لا أستطيع التنكر بارتداء شعر مستعار ونظارة شمسية غامقة، فسوف يفضحني الكرسي المتحرك»²² ومع اقتراب موعد نشر كتاب هوكينغ: A Brief History of Time، أدرك الناشر القيمة التسويقية لإعاقة هوكينغ، فاختار لغللاف الكتاب صورة تُظهر هوكينغ جالساً على كرسي متحرك في مواجهة سماء مرصعة بالنجوم، لكن هوكينغ وصف الصورة بأنها (مخزية)²³ وظل الكتاب مدة مئة وسبعة وأربعين أسبوعاً على قائمة صحيفة New York Times للكتب الأكثر رواجاً، وظل مدة قياسية،

هي مئتان وثلاثة وسبعون أسبوعًا على قائمة صحيفة Times، في لندن، للكتب الأكثر رواجًا²⁴ وترجم إلى أربعين لغة، وبيعت منه عشرة ملايين نسخة في كل أنحاء العالم.

إن الظهور والتفرد لا يعنيان بالضرورة أن الشخص أفضل من غيره، لكنه يعني بالتأكيد أنه مختلف عنهم، والاختلاف يستوجب الاستفزاز، وهو فن أتقنه كل الأشخاص الذين يتناولهم الكتاب، وقد استندت شهرة وار هول بوصفه فنانيًا إلى قدرته على الاستفزاز واستقطاب الاهتمام، وفي عام 1964م كُلف وار هول بتنفيذ لوحة جدارية زيتية لجناح الولايات المتحدة في معرض World Expo في نيويورك، وكان المفروض أن تركز اللوحة الانتباه على الولايات المتحدة بوصفها الدولة المضيفة للمعرض، فقرر وار هول رسم ثلاثة عشر من أخطر المجرمين المطلوبين في البلاد، وفي أثناء التحضيرات الجارية لافتتاح المعرض، أعلن المسؤولون الحكوميون رفضهم استخدام صور المجرمين لتمثيل الولايات المتحدة، وقبل أسبوعين من الافتتاح أمهل فيليب جونسون Philip Johnson، وهو المهندس المعماري الذي صمم الجناح، وار هول أربعًا وعشرين ساعة لإزالة الصور المسيئة، ولكن وار هول قدم عرضًا مصادفًا، وهو إحلال خمس وعشرين صورة لروبرت موسىيس Robert Moses، رئيس شركة المعارض العالمية، محل صور المجرمين، ورُفض الاقتراح، فقرر وار هول تغطية صور المطلوبين الثلاثة عشر بدهان يحوي رقائق من الألومنيوم، وكانت النتيجة من دون شك استقطاب المزيد من الاهتمام.

ويدين ترامب بقدر كبير من شهرته إلى ازدرائه للأعراف الاجتماعية ورفضه الالتزام بقواعد الحديث اللائقة، وإلى عدم اعترافه بالمحرمات واحتقاره للاستقامة السياسية، ولكن مؤيديه رأوا في كل ذلك إطلاقًا للحريات، ومع أن ترامب ضُبط أكثر من مرة وهو يتقوه بالأكاذيب، إلا أن مؤيديه يصفونه بأنه صادق؛ لأنه يعبر دائمًا عما يفكر فيه: «بإمكاني تقديم إجابة متقنة، وسوف يكون كل شيء على ما يرام، ولن يكثرث بها أحد، ولن ينشرها أحد، أو بإمكاني تقديم إجابة صادقة، وسوف تتحول إلى مادة للتداول... أعتقد أن الناس ملوا الأشخاص الشرفاء سياسيًا»²⁵.

وكان كلاي يتعمد الاستفزاز في التعبير عن آرائه وفي تبجحه الصاخب، وكان على قناعة تامة بأن كثيرًا من مشاهدي المباريات يأتون فقط لمشاهدته؛ لأنه شاب ملون مزهو بنفسه، و«يتسبب في تشويه وجهه الوسيم»، وانتسب إلى جماعة (أمة الإسلام)، وهي منظمة ترفض الاندماج كليًا، وتواجه عنصرية البيض بعنصرية الملونين، خلافاً لحركة الحقوق المدنية التي يقودها مارتن لوثر كينغ الابن Martin Luther King Jr.، وقد احتل محمد علي عناوين الصحف؛ لرفضه الالتحاق بالخدمة العسكرية بسبب معارضته للحرب في فيتنام، ويُعدّ قوله: «لا يوجد نزاع بيني وبين الفيتكونغ» أشهر عبارة صدرت عنه في سياق رفضه الخدمة العسكرية لاعتبارات أخلاقية، وانتشرت هذه العبارة بين الناس، وطُبعت على القمصان القطنية في كل أنحاء أمريكا، وأصبحت أكثر عبارة يجري الاستشهاد بها بين العبارات التي صدرت عن محمد علي، وبهذه الكلمات انضم محمد علي إلى الجيل الراض للرافض للحرب في فيتنام في جميع أنحاء العالم خلال ستينيات القرن العشرين، وفي عام 1965م أعلنت المنظمة العالمية للملاكمة واللجنة الرياضية لولاية نيويورك عن تعليق

ترخيص محمد علي لممارسة رياضة الملاكمة، وقد حذا عدد من لجان الملاكمة الأخرى حذوهما، وجرى تجريد محمد علي من لقب بطل العالم²⁶ في شهر حزيران/ يونيو من عام 1967م وحُكم عليه بالسجن مدة خمس سنوات؛ لرفضه الخدمة العسكرية في جيش الولايات المتحدة، وهو حكم لم يضطر إلى تنفيذه؛ لأنه ألغي بعد مضي ثلاث سنوات.

واتخذ ألبرت أينشتاين، على غرار كثير من الناجحين في تسويق أنفسهم، موقف المتمرّد، وكان كل ما يفعله ينطلق من فكرة الاستفزاز، ولم يكن على استعداد للإذعان للأعراف السائدة إذا كانت في رأيه عبثية: «كان يتمرد ضد أي بنية ذات طبيعة تسلطية: ضد القواعد الصارمة في المدرسة وفي الجامعة، وضد إملءات الحياة البرجوازية، وضد العادات من نوع الأعراف الخاصة بالملابس، وضد التعسف في الدين وفي الفيزياء، وضد الروحية العسكرية العدوانية، وضد الشعور الوطني والأيدولوجيات الحكومية، والمديرين وأصحاب العمل»²⁷.

ولم يكن ستيف جوبز يتحدث بوصفه مديراً تنفيذياً رئيساً لشركة كبرى، وكان يتواصل مع الناس بوصفه سياسياً حالماً أو زعيم حركة ثورية، ولكنه لم يكن يخطط لتغيير العالم عن طريق السياسة، وإنما عن طريق التكنولوجيا، ووصف جوبز زبائن شركة Apple كما يلي: «الأشخاص الذين يشتررون (حواسيب Apple) يفكرون بأسلوب مختلف، فهم الأرواح المبدعة في هذا العالم، وهم يخططون لتغيير العالم، ونحن نصنع أدوات لأشخاص كهؤلاء... ونحن أيضاً سوف نفكر في أسلوب مختلف، ونخدم الأشخاص الذين كانوا يشتررون منتجاتنا منذ البداية؛ لأن كثيراً من الناس يعتقدون أنهم مجانيين، ولكننا نلمح عبقرية في هذا الجنون»²⁸.

أما مادونا فقد أدركت أن الاستفزاز وخرق الأعراف الاجتماعية يمثلان بعض مفاتيح تكوين هوية تتسم بعلامة مميزة، فكان شعار مادونا «أفضّل أن أشغل تفكير الناس على أن ينساني الناس»²⁹ وفي حين يخشى المشاهير الآخرون التغطية الصحفية السلبية، كانت مادونا - على غرار دونالد ترامب - تعتقد أن التغطية الصحفية السلبية يمكنها في الواقع أن تكون إيجابية، وأن توسّع قاعدة المعجبين، و«كانت تعتقد أنه مهما زاد وصف الصحافة لأسلوبها بأنه (مبتذل) ومهما علا صخب معارضة الأهل لمظهرها، فلن يؤدي ذلك إلا إلى تشجيع الأبناء الثائرين على تقليدها... ما من شك في أن نجاحها دعم الخطة الخاصة بإثارة الاهتمام التي وضعتها مادونا منذ طفولتها: افعل شيئاً يصدّم الناس، وإذا كان شائناً بما يكفي، فسوف يجعلهم يتحدثون عنك، ولم تكن تأبه بما يقال طالما أن الناس يتحدثون عنها»³⁰.

وكانت استفزازات مادونا للرأي العام تتمحور في معظمها حول الجنس، وتضمّن ذلك استخدامها للجنس وللدين في الموقع نفسه، وفي الفيديو المرافق لأغنيتها Like a Prayer وهي من أنجح أغنياتها، تقبل مادونا مسيحاً افتراضياً أسود اللون، وتظهر على جسدها ندوب أشبه بآثار المسامير التي تظهر على اللوحات المعتادة لجسد المسيح، وتنساب على وجهها دموع من الدم، وهي ترقص أمام حقل مليء بشموع مضاءة، وفي قناة MTV نُقل عرض الفيديو إلى وقت متأخر من الليل،

وعندما طلب الزعماء الروحيون في الكنيسة من رعيتهم مقاطعة شركة بيبسي، سارعت الشركة العملاقة التي تصنع المشروبات الغازية إلى تخصيص ميزانية سخية لإنتاج إعلان تجاري تلفزيوني تظهر فيه مادونا³¹.

وخلال عروضها المسرحية الماجنة، كانت غالبًا ما تؤدي على خشبة المسرح حركات مثيرة للغرائز، وخلال إحدى جولاتها الفنية العالمية التي شملت أمريكا الشمالية، هددت شرطة تورنتو باعتقالها بتهمة الفحش إذا استمرت في تقديم عرضها بالأسلوب نفسه الذي كان مقرراً³² وفي إيطاليا، طالبت مجموعات الضغط الكاثوليكية بمقاطعة حفلات مادونا³³.

وبلغت موجة الإثارة التي تحيط بمادونا ذروتها في شهر تشرين الأول/ أكتوبر من عام 1992م عندما أصدرت المغنية كتابًا يضم نصًا وصورًا مثيرة للشهوة يحمل عنوانًا استفزازيًا، وكان الكتاب موقعًا لعرض خيالات مادونا الشهوانية، وتجلّى ذلك في النص، وبدرجة أكبر في الصور، وتشرح مادونا في الكتاب سبب تأييدها للإثارة، وفوق كل ذلك، كان الكتاب تعبيرًا نصيًا وبصريًا عن ميل مادونا الطبيعي إلى الممارسات السادية والمازوخية، وقد وصفت صحيفة The Observer البريطانية الكتاب بأنه «التركيبة اليايسة لعجوز مدمنة على الفضائح»³⁴ كانت نتيجة الجدل العام الذي رافق صدور كتاب Sex وصوله بسرعة البرق إلى رأس قائمة الكتب الرائجة في صحيفة The New York Times³⁵.

ويقدم لنا مسار مهنة مادونا فكرة أخرى متبصرة وقيمة: عندما تتعرض شخصية عامة لوابل متزايد من النقد، يكمن الخطر دومًا في صدور رد فعل من جانب الشخصية التي جرى استفزازها يتسم بمزيد من التطرف والتحدي، وأما في حالة مادونا، فنلاحظ أن عبقريتها في مجال العلاقات العامة تتجلى في مواقف كهذه، فهي تترك تمامًا متى يترتب عليها أن تتراجع - أو، وهو الأفضل - كيف تجد الوسيلة لاستعادة مكانتها في قلوب محبيها³⁶ في أعقاب الفضيحة التي رافقت صدور كتابها، انطلقت مادونا في جولة فنية عالمية تنقلت خلالها بين أربع قارات، وأطلقت على الجولة اسم «عرض للفتيات» ووصف كاتب سيرتها، الصحفي الأمريكي راندي تارابوريلي Taraborrelli، العرض بقوله: «على الرغم من أنه يحمل طابعًا جنسيًا، إلا أنه أميل إلى أن يكون برنامج منوعات مسرحيًا خفيفًا، وليس محاولة وقحة لإحداث صدمة، ولم ينطو على مشاهد فاضحة لممارسات سادية ومازوخية كما كان يحدث خلال العامين الماضيين»³⁷.

ووصل كثير من الشخصيات التي تسوّق نفسها إلى الشهرة عن طريق فضائح وموضوعات مسيئة أو مستفزة، قبل أن تعود لاحقًا، وتحاول ترميم صورتها. وأوبرا وينفري Oprah Winfrey واحدة من تلك الشخصيات، فقد اكتسبت شعبيتها عبر برامجها الحوارية التي كانت تعالج موضوعات مبتذلة أشبه بمحتويات صحف الأخبار الخفيفة، وفي بلد يتكأف فيه الناس الاحتشام بطبيعتهم، مثل أمريكا، كانت الموضوعات اللاأخلاقية تعني نسب مشاهدات عالية، وهذا درس تعلمته أوبرا خلال سنوات بداية مهنتها بوصفها مذيعا في برنامج حوارى، وطبقته في السنوات المقبلة³⁸، ولم يكن

خيالها يعرف حدًا عندما يتعلق الموضوع بالجنس: رجال تعرضوا للاغتصاب؛ نساء حملن بأطفال من آبائهن؛ نساء تعرضن للاغتصاب وهن حوامل؛ مدرّسات مارسن الجنس مع تلاميذهن؛ ملكة جمال اغتصبها زوجها، وإلى ما هنالك³⁹.

وفي إحدى الحلقات، دعت أوبرا راقصة متعزية إلى برنامجها، وفي حلقة أخرى استضافت سيّدة لم تعرف معنى اللذة طوال ثمانية عشر عامًا من الزواج، وقابلت أوبرا امرأة أقامت علاقات مع خمسة وعشرين رجلًا في ليلة واحدة⁴⁰ واستضافت ثلاث ممثلات أفلام إباحية⁴¹.

وفي مرحلة لاحقة من مهنتها، حاولت التخلص من تلك الصورة، إذ صرحت: «كنت أقدم موضوعات تتعلق بعلاقات جنسية أفضل، ثم انتقلت إلى موضوع النظام الغذائي لخسارة الوزن، وفي التسعينيات من القرن الماضي أصبح الموضوع الراجح العائلة وقواعد التربية»⁴² وبدأت تقدم برامج تتناول موضوعات من نوع (كيف تؤسس لعائلة سعيدة تضم زوجة أب أو زوج أم) وتجربة تناول العشاء مع العائلة⁴³.

وأعدت أوبرا التفكير، من منظور نقدي، في نوع البرامج التي برعت في تقديمها في بداية مهنتها، واعترفت: «لقد ارتكبت خطأ بتقديم برامج تلفزيونية تافهة دون أن يخطر ببالي أنها تافهة»⁴⁴ وحوّلت وينفري مجال تركيزها تدريجيًا إلى موضوعات فكرية، حتى إنها أنشأت ناديًا لقراءة الكتب يحمل اسمها Opera's Book Club.

وهناك شخصية أخرى، من شخصيات الكتاب تصرفت بهذا الأسلوب، فقد لجأ محمد علي، في مرحلة لاحقة من مهنته إلى التخفيف من عنف تصريحاته السياسية تدريجيًا، ولم يعد يشير إلى البيض بتعبير الشياطين - كما اعتاد سابقًا - إلا فيما ندر، ومع أنه لم يتخلّ عن ولائه لزعيم أمة الإسلام، إيلجاه محمد Elijah Muhammad، فإنه لم يعد يتحدث طوال الوقت عن إخلاصه له كما كان يفعل سابقًا⁴⁵ وأقلع عن زيارة الجامعات لانتقاد حرب فيتنام، وتوقف عن إطلاق التصريحات السياسية النارية، و«أعطى الانطباع عن رجل كان، قبل كل شيء، سعيدًا بعودته إلى حلبة الملاكمة»⁴⁶.

ووصل الأمر بمحمد علي إلى حد إعلانه التراجع عن تصريحه السابق حول عدم وجود نزاع بينه وبين الفيتكونغ، وصرح بأنه متمسك بقراره في عدم الالتحاق بالخدمة العسكرية، ولكن «ما كان يجب أن أقول ما قلته عن الفيتكونغ، وكان ينبغي عليّ معالجة موضوع الالتحاق بالخدمة العسكرية بأسلوب مختلف، ولم يكن هناك داع لاستثارة غضب هذا العدد الكبير من الناس»⁴⁷ وتحول محمد علي، الذي كان بطلًا في نظر الطلاب اليساريين في ستينيات القرن العشرين، إلى مصدر إزعاج لكثير من مؤيديه السابقين بسبب استعراضه على الملأ دعمه للمرشح الرئاسي الجمهوري رونالد ريغان Ronald Regan، الذي كان شخصية مكروهة في صفوف اليساريين⁴⁸ وترسخت مصالحة محمد علي مع أمريكا عندما حصل عام 2005م على ميدالية الحرية الرئاسية، وهي أرفع تكريم

يُمنح لشخصية مدنية في البلاد، من رئيس الجمهورية جورج و. بوش George W. Bush الجمهوري⁴⁹.

ويشكو كل عباقرة تسويق النفس الذين يتناولهم الكتاب، دون استثناء، من أن الشهرة التي يسعون لاكتسابها لها جانبها السلبي أيضاً، ولكنهم اختاروا مسارهم بأنفسهم، ولم تكن الشهرة التي حققوها مجرد مصادفة، وكانت الأفكار البارعة التي طبقوها في مجال العلاقات العامة، لاجتذاب التغطية الإعلامية، أحد العوامل الرئيسية في تحقيق الشهرة.

وحقق أندري وار هول شهرته عن طريق صورته التي تُظهره علب حساء ضخمة تحمل اسم شركة Campbell، وعندما عُرضت الصور أمام العامة للمرة الأولى، وقد اصطفت على جدران صالة العرض، كأنها معروضة على أرفف مراكز التسوق، سخر الناس من وار هول في بادئ الأمر، ولكن وار هول ادعى أن لوحاته كانت تمثل فناً حتى لو لم تكن تبدو كذلك، وملاّت إحدى صالات العرض المنافسة واجهتها، من أعلاها إلى أسفلها، بعلب حساء Campbell، مرفقة بشعار «أحصل على اللعبة الحقيقية بثلاثة وثلاثين سنتاً!» واصطحب وار هول مصوراً إلى أقرب مركز تسوق، وجعله يلتقط صورة له وهو يوقع على (اللعبة الحقيقية)؛ أي على علب حساء Campbell. واختارت وكالة الأنباء المرموقة Associated Press إحدى الصور، ووزعتها في كل أنحاء العالم تقريباً⁵⁰.

وكان هوكينغ غالباً ما يخرج بأفكار تسويقية جديدة؛ بغية جذب الاهتمام لنظرياته العلمية، وربما كان العلماء الآخرون يرفضون تناول موضوعات من نوع السفر في الزمن، وحتى إذا تناولوا موضوعاً كهذا، فإنهم كانوا يقومون بذلك في مقالات علمية تنشر في مجلات أكاديمية، ولكن هوكينغ كانت لديه أفكار مختلفة، وفي الثامن والعشرين من شهر حزيران/يونيو، عام 2009م نظم هوكينغ حفلاً للمسافرين في الزمن في الكلية التي يدرس فيها؛ كلية Gonville & Caius في جامعة كامبريدج Cambridge؛ لعرض فيلم حول السفر في الزمن، ورُيّنت القاعة بالبالونات وبرايات تحمل عبارة «أهلاً بالمسافرين في الزمن». ولضمان ألا يحضر الحفل إلا المسافرون الحقيقيون في الزمن، قرر إرسال الدعوات بعد الحفل والإعلان عنه في برنامج التلفزيوني الذي أُذيع عام 2010م و«يوم الحفل، جلست في كليتي أنتظر وكلي أمل، لكن أحداً لم يأت، فشعرت بخيبة الأمل، ولكنني لم أشعر بالدهشة؛ لأنني كنت قد برهنت على أنه إذا كانت نظرية النسبية العامة صحيحة، وإذا كانت كثافة الطاقة إيجابية، فإن السفر في الزمن ليس ممكناً، وكان من دواعي سروري أن يتبين خطأ أحد افتراضاتي»⁵¹.

وفي مناسبة أخرى، احتل هوكينغ عناوين الصحف بسبب رهان علمي مع عالم الفيزياء كيب ثورن Kip Thorn وتراهن الرجلان على احتمال وجود ثقب أسود في منظومة Cygnus x - 1 وكان الرهان بحد ذاته مألوفاً، لكن الجائزة لم تكن كذلك بالتأكيد، فقد تعهد هوكينغ أنه إذا كسب ثورن الرهان فسوف يهديه اشتراكاً لمدة عام في مجلة Penthouse الخاصة بالرجال، و«خلال السنوات

التي أعقبت الرهان، أصبحت الأدلة على وجود ثقب سوداء مفعمة، بحيث أذعنث، وقدمت لكيب اشتراكًا في مجلة Penthouse، ما أثار حفيظة زوجته»⁵².

ولم يكن محمد علي أقل عبقرية، عندما كان الأمر يتعلق بوجود أخباره على صفحات الصحف والمجلات، وتجلي إبداعه العفوي بوضوح تام عندما تمكن، في بداية مهنته، من خداع العالم ودفعه لتصديق أنه يتدرب عادة تحت سطح الماء، وفي عام 1961م كلفت مجلة Sports Illustrated أحد المصورين، وهو فليب شولك Flip Schulke، بالتقاط صور لمحمد علي كلاي، وسأل كلاي المصور في أثناء اللقاء إن كان يعمل لدى مجلة أخرى؟ وعندما سمع أن الصور التي يلتقطها الشاب تظهر بانتظام في مجلة Life، وهي المجلة الأوسع انتشارًا في الولايات المتحدة آنذاك، تحمس، وطلب منه أن يلتقط له صورة تنشر في مجلة Life، فحاول المصور أن يشرح له أنه يعمل بموجب تكليف بمهمة محددة، ويجب عليه عرض الفكرة على المحررين في المجلة التي يعمل فيها، الذين سيرفضونها على الأرجح، ويجب ألا ننسى أن القصة حصلت في مرحلة مبكرة من حياة كلاي المهنية، ولكن كلاي لم يتوقف عن المحاولة، وسأل شولك عن عمله الآخر؟ وعندما أخبره شولك أنه مختص في التصوير تحت الماء، كشف له محمد علي (سرًا): «لم أخبر أحدًا بذلك قبلاً، ولكن أنا وأنجلو نخفي سرًا، فهل تعلم لماذا أصبحت أسرع ملاكم في الوزن الثقيل في العالم؟ أنا الوحيد بين ملاكمي الوزن الثقيل الذي يتدرب تحت سطح الماء».

ادعى كلاي أن سبب تدريبه تحت سطح الماء هو السبب نفسه الذي يجعل الرياضيين الآخرين يرتدون أحذية ثقيلة في أثناء التدريب: و«أعمر جسمي في الماء حتى الرقبة، وألکم بيدي تحت السطح، وعندما أخرج من الماء، ألكم بسرعة البرق؛ لعدم وجود مقاومة»⁵³ وقد شكك شولك في القصة في البداية، ولكن كلاي عرض عليه أن يحضر إحدى جلسات تدريباته تحت سطح الماء؛ لالتقاط صور حصرية لمجلة Life فنقل شولك الفكرة إلى المسؤولين في مجلة Life، وأعجب هؤلاء بفكرة نشر مقال عن برنامج تدريب كلاي غير المألوف تحت سطح الماء، وكان كلاي، من دون شك، قد لفق القصة من أساسها، ولكن نجاح تلك الحكاية التي لا تُصدّق؛ أي نشر صورة له في أوسع المجلات انتشارًا في الولايات المتحدة آنذاك، أكد فاعلية هذه المنهجية.

وكان أرنولد شوارزينغر، منذ مرحلة المراهقة، يتمتع بإحساس استثنائي ثاقب بالأساليب غير المألوفة لتسويق النفس، ففي يوم قارس البرد من شهر تشرين الثاني/نوفمبر، سار شوارزينغر في شارع للتسوق في مدينة ميونيخ الألمانية، وهو لا يرتدي سوى السروال القصير الذي يرتديه في جلسات التصوير، فاتصل مستشاره المهني، ألبرت بوسيك Albert Busek، ببعض الصحفيين من معارفه، وسألهم: «هل تذكرون شوارزينغر، الذي كسب مباراة حمل الحجارة؟ لقد أصبح بطل الكون لكمال الأجسام وهو موجود حاليًا في ساحة ستاكوس لا يرتدي سوى سرواله الداخلي»⁵⁴ وفي اليوم اللاحق كانت صورته تحتل صفحات الجرائد، وظهر في الصورة وهو يقف بسرواله القصير في ورشة بناء، محاطًا بمجموعة من عمال البناء الذين كانوا يتأملونه مشدوهين.

وخلال حقبة رئاسة جورج بوش الابن، عُيّن شوارزينغر في منصب «المسؤول الحكومي عن شؤون اللياقة Fitness Czar». ولم يكن هذا المنصب يتسم بأهمية خاصة، فقد كان يعمل مع الرئيس كثير من المسؤولين المماثلين الذين كان يُفترض فيهم تأييد قضايا مختلفة، ولكن لم يسبق لأحدهم أن تمكّن من استقطاب الاهتمام، وهنا أيضًا تجلّت عبقرية شوارزينغر في العلاقات العامة، فقال للرئيس بوش: «مهمتي يجب أن تكون الانطلاق للترويج»، فدهش بوش عندما أعلن شوارزينغر عن نيته السفر إلى الولايات الخمسين لتنفيذ واجباته بوصفه مسؤولاً عن اللياقة: «أنا أحب السفر ومقابلة الناس وإقناعهم، فهذا ما أتقنه»⁵⁵ وفي العادة، يرسل المكتب الصحفي في البيت الأبيض بيانًا صحفيًا موجزًا يُعلن فيه (مسؤول اللياقة) الجديد الذي عينه الرئيس، ومن ثم يغيب هذا البيان تحت أكوام التقارير الأخرى الواردة إلى غرف تحرير الأخبار في طول البلاد وعرضها، ولكن شوارزينغر اقترح على الرئيس بوش إصدار الإعلان من المكتب البيضاوي؛ لأنه من شأن ذلك، كما قال، إتاحة الفرصة للصحفيين التقاط الصور، ومن ثم يتبع الإعلان مؤتمر صحفي يوضح فيه شوارزينغر دوره الجديد، ويشرح الرئيس السبب الذي يجعل شوارزينغر الرجل المناسب تمامًا لهذا العمل⁵⁶.

والعامل الرئيس لنجاح العلاقات العامة هو إعداد مقتطفات معينة لا تُنسى، مأخوذة من مقابلات مسجلة، وتحمل رسائل تصل إلى صميم الأمور ودفع وسائل الإعلام لأداء الجزء الأكبر من جهود التسويق التي تود أنت القيام بها، و«صياغة» الأحداث بما يلائمك، ويُعد ستيف جوبز معلمًا لا يضاهي في فن استثارة عناوين صحف موجزة تأسر الاهتمام، على غرار الأميرة ديانا، وقد كانت ضربتها الموفقة مقابلة تلفزيونية تتناول زواجها الفاشل بالأمير تشارلز، وقضت الأميرة أسابيع في التدريب على إجاباتها في المقابلة التي بُنّت أخيرًا في الرابع عشر من تشرين الثاني/ نوفمبر عام 1995م، وفي الليلة التي كان مقرّرًا فيها بث المقابلة، بدت شوارع لندن مهجورة، وجلس ثلاثة وعشرون مليون بريطاني دون حراك، وقد تسمرت أنظارهم على أجهزة التلفزيون⁵⁷ وقد كان ما شاهدوه أداءً متقنًا عبّر عن كل الأفكار الملائمة، وكانت الأميرة كمن يقرأ نصًا مكتوبًا خاصًا بالعلاقات العامة طوّرت فيه رسائل معينة وصلت إلى صميم الأمور، ونجحت في إحداث التأثير المرغوب:

«أنا أفضل أن أكون ملكة على قلوب الناس...».

«كان هناك ثلاثة أشخاص ضمن الزواج...» (في إشارة إلى كاميليا باركر بويلز Camilla Parker Bowles، الزوجة الثانية للأمير تشارلز).

«المؤسسة التي تزوجت أحد أفرادها - قررت أني فاشلة...»⁵⁸.

(فيما يتعلق بدوافع خصومها): «بسبب الخوف على ما أعتقد، فقد كانت هناك امرأة قوية تحاول إنجاز أمر ما، ومن أين كانت تكتسب القوة اللازمة لمتابعة ما تقوم به؟»⁵⁹.

وسردت ديانا قصتها بأسلوب يجعل كل امرأة عانت الظلم تتعاطف معها، وعندما سئلت عن علاقتها بالضابط جيمس هيويت James Hewitt، تفادت الاعتراف بوجود علاقة حميمة، وتجاهلت ببراعة السؤال حول العلاقة الجسدية، وحولت الحديث إلى الجانب العاطفي، قائلة: «نعم، كنت أعبد. نعم، كنت أعشقه. لكنني شعرت بخذلان شديد»⁶⁰ وتجاوب معها الجمهور كما كانت تتوقع، وكسبت دعمهم عندما سهّلت لهم التعاطف مع مشاعر معاناتها وصراعها مع (المؤسسة)، التي (قررت) أن ديانا فاشلة، ومع أنها لم تكن أبدًا من الداعيات إلى الحركة النسوية، إلا أنها تطرقت إلى روحية الفكرة النسوية عندما وضعت أي انتقاد يوجّه إليها في سياق وضع العراقيل في وجه امرأة مستقلة وقوية «كانت تحاول إنجاز أمر ما» بطريقتها الخاصة، وحققت رسائل ديانا الصميمية التأثير المرغوب، وفي يوم الأربعاء الذي أعقب بث المقابلة، أظهر استطلاع أجرته صحيفة Daily Mirror أن اثنين وتسعين في المئة من المشاهدين أعجبوا بمقابلة ديانا التلفزيونية.

وأدرك عباقرة تسويق النفس، أيضًا، أنه من المهم إطلاق التصريحات غير المألوفة التي تتحرق وسائل الإعلام لإيرادها، وفي فيلم (Pumping Iron) شبّه أرنولد شوارزينغر عملية شد عضلاته في أثناء التدريب لتكبير حجمها بالقول: «يتدفق الدم إلى عضلاتك، هذا ما ندعوه بتكبير الحجم، وتشعر بعضلاتك تتصلب، وكأنك ستنفجر... هذا الشعور يرضيني تمامًا»⁶¹ وقال لاحقًا في معرض الشرح: «أدركت أنه علي القيام بأمر مثير لكي أفتع مشاهدي التلفزيون، ولكي أتميز عن غيري، وهكذا خطر لي القول: إن شد العضلات»⁶².

وعندما يتعلق الأمر بالمقابلات، يتبنى الأشخاص الذين يتناولهم الكتاب أساليب شديدة الاختلاف عن المقاربات المألوفة التي يتبناها الأشخاص البارزون لدى التعامل مع أسئلة الصحفيين، وكان وار هولندي وار هول، مثلًا، ضيفًا صعب المراس في المقابلات، والواقع أنه بذلك زاد من جاذبيته بوصفه محاورًا، واعتاد أن يرفض الإجابة عن الأسئلة أحيانًا بأن يكرر طرح السؤال بكل بساطة على محاوره بوصفه «إجابة». وأحيانًا، كان يبذل الأدوار، ويبدأ هو بمقابلة المذيع، وغالبًا ما كانت إجاباته تخلو من أي معنى، لكن هذا الجانب الغريب والمبهم والمفاجئ في شخصيته، هو بالضبط ما جعل منه ضيفًا تسعى وسائل الإعلام في كل أنحاء البلاد لإجراء مقابلات معه، وفي معظم الأحيان، كان يجيب عن الأسئلة، بكل بساطة، بعبارة: «لا أعرف». وفيما يلي بعض الأمثلة:

«ماذا يحاول الفن الشعبي أن يقول؟» - (لا أعرف).

«كيف بدأت بإخراج الأفلام؟» - (لا أعرف).

«ما دورك، وما وظيفتك عندما تخرج فيلمًا لوار هول؟» - «لا أعرف، أنا أحاول أن أفهم ذلك»⁶³.

وقد حوّل وار هول عاداته في تقديم إجابات جنونية ومفاجئة واستفزازية في المقابلات إلى إحدى علاماته المميزة، وفي سبعينيات القرن العشرين، طُلب من بعض الفنانين المرموقين إعطاء آرائهم في فنانين معروفين؛ لإضافتها إلى مجموعة مقتطفات فنية، وعندما سئل وار هول عن رأيه في

أهمية الفنان الانطباعي التجريدي بارنيت نيومان Barnett Newman، أجاب: «أعتقد أن كل ما أعرفه عن بارنيت هو أنه يتردد إلى الحفلات أكثر مني»⁶⁴ وعندما سئل عن رأيه في بابلو بيكاسو Pablo Picasso، قال: «الشيء الوحيد الذي أفهمه، وأشعر بأنه قريب مني فيما يتعلق بهذا الرجل هو ابنته Paloma... أنا مسرور لأن لديه ابنة رائعة مثل بالوما»⁶⁵.

عُرف أينشتاين أيضًا بإجاباته الخارجة عن المألوف التي كان يثير بها دهشة الصحفيين، وعندما طلب منه مراسل صحيفة New York Times تعليقًا على كتابه، أجاب باقتضاب: «ما ينبغي أن أقوله حول هذا الكتاب، موجود داخل الكتاب»⁶⁶ وكان ترامب يعتمد إطلاق تصريحات استفزازية؛ لعلمه أنها تضمن له اهتمام وسائل الإعلام، ويوضح فكرته بالقول: «هناك شيء تعلمته حول الصحافة، وهو أن الصحفيين توافقون دومًا للحصول على قصة جديدة، وكلما كانت القصة أكثر إثارة، بدت أفضل... والفكرة هنا هي أنك إذا كنت مختلفًا إلى حد ما، أو عنيفًا نوعًا ما، أو إذا قمت بأمور جريئة أو مثيرة للجدل، فسوف تكتب الصحافة عنك، وكنت على الدوام أسير الأمور بأسلوب مختلف قليلًا، أنا لا أكثر بالخلاف، والقضايا التي تهمني عادة ما تكون طموحة نوعًا ما»⁶⁷.

واللافت أن هؤلاء العباقرة في تسويق النفس هم مصدر كثير من الأقوال المأثورة والأمثال والقصائد القصيرة، فالجَمّ البليغة التي يتفوه بها كارل لاغرفيلد، غالبًا ما تحظى بالقبول، وتصبح شائعة، حتى خارج نطاق عالم الأزياء، وقلة من الناس فقط لم يسمعوا بالأمثال التي أطلقها والتي غالبًا ما يجري اقتباسها، وهي تتضمن ملاحظات لاذعة من نوع «إذا ارتديت بنطالًا رياضيًا، تفقد السيطرة على حياتك». وفي سبيل جذب الاهتمام، قام كثير من أولئك الشخصيات بنشر قصائد وأشعار قصيرة، بدءًا بعملاق الفكر ألبرت أينشتاين وصولًا إلى أسطورة الملاكمة محمد علي، الذي كان يعاني صعوبة في القراءة والكتابة.

وكان أحد أشهر أساليب محمد علي البارعة في مجال العلاقات العامة قدرته على التنبؤ بالجولة التي سيسقط فيها خصمه على أرض الحلبة، ولم يسبق لملاكم أن فعل شيئًا مماثلًا، وهو ما أثار مشاعر التشويق في نفوس الصحفيين وجمهور النظارة على السواء، وفي بداية مهنته، بدأ أيضًا بنظم أشعار قصيرة أصبحت فيما بعد علامته المميزة، فعلى سبيل المثال، قال يومًا لأحد الصحفيين:

«يجب الانتهاء من هذا الرجل

سوف أوقفه عند حده في الجولة الأولى».

“This guy must be done,

.68I’ll stop him in one”

وكان النقاد يبدون انزعاجهم من قيام محمد علي أحيانًا بمناوشات استعراضية طوال جولة كاملة، لا لشيء إلا لتحقيق نبوءته، ولكن محمد علي «كان يحب وسيلة التحايل الجديدة التي ابتكرها، ويجب

الاهتمام الزائد المرافق لسلوكه الذي يزداد جرأة، هذا إضافة إلى قناعته بأن الشهرة سوف تساعده على أن يحظى بفرصة أسرع لإحراز البطولة»⁶⁹ وأصبح أقرب إلى رجل استعراضى، وحول قدرته على التنبؤ بلحظة انهيار خصمه على أرض الحلبة إلى الشعار الدعائي الخاص به: «أنا الأعظم. أنا العظمة مزدوجة. لا أكتفي بأن أصرعهم بالضربة القاضية، أنا أختار الجولة التي سأصرعهم فيها. أنا الأجرأ، أنا الأجمل، الأكثر تفوقاً ومعرفة، أنا حاليًا الملاك الأبرع في الحلبات. أنا الملاك الوحيد الذي ينتقل من زاوية لأخرى ومن نادٍ لآخر، ويتناقش مع معجبيه. أتمتع بشهرة لم يصل إليها ملاكم في التاريخ. أتحدث مع الصحفيين إلى أن تؤلمهم أصابعهم من الكتابة»⁷⁰.

وكما يؤكد نموذج محمد علي، فلا يقتصر الأمر على شعور عباقرة تسويق النفس بثقة كبيرة في أنفسهم، لكنهم إلى جانب ذلك لا يجدون حرجًا، على الإطلاق، في التعبير عن شعورهم هذا على الملأ، ونحن جميعًا نعرف الآراء التي يتبجح بها ترامب على الدوام، وليس هناك من يخامرهم الشك في أن ترامب يعدّ نفسه الأعظم في كل المجالات: «أسف أيها الخاسرون والكارهون لي، لكن حاصل ذكائي يصل إلى أعلى المستويات، فأنتم جميعًا تعرفون ذلك! رجاء، لا داعي للشعور بأنكم حمقى أو للإحساس بالقلق، فهذا ليس ذنبكم»⁷¹.

وأما تصريحات أوبرا وينفري، التي تنثني فيها على نفسها، فهي لا تقلّ تبجحًا عن تصريحات محمد علي أو ترامب، فعلى سبيل المثال، قالت في إحدى المقابلات: «أنا قوية جدًا... قوية جدًا. أعرف أنه لا يوجد شيء يمكن لك - أو لأي شخص - إخباري به دون أن أكون على علم به. أنا أمثلك هذه الروح القوية التي ترشدني وتهديني... أنا أحب نفسي، أحبها فعلاً. ولو لم أكن أنا، لتمنيت أن أتعرف إلي»⁷² وذات يوم، رحّب لاغرفيلد بأحد الصحفيين مُظهرًا تعاطفه بالقول: «أنا نفسي كنت يومًا مجرد إنسان فإنّ مثلك»⁷³ فلا يوجد شخص ممن يتناولهم الكتاب رغب يومًا في أن يكون مجرد إنسان فإنّ مثل أي إنسان آخر، وكانوا يعتقدون أنهم كائنات خاصة منذ البداية. قال أحد العاملين لدى ستيف جوبز، وكانت تربطه به علاقة وثيقة: «هو يعتقد أن هناك عددًا قليلًا من الأشخاص، فقط، يتمتعون بطبيعة خاصة؛ أشخاص مثل أينشتاين، وغاندي، والمرشدين الروحيين الذين قابلهم في الهند، وهو واحد منهم. ووصل به الأمر حد التلميح أنه مستنير روحيًا»⁷⁴.

ولم تكن الشهرة التي حققتها الشخصيات التي ستفرون عنها في هذا الكتاب محض مصادفة، ولم تكن، بالتأكيد، الأثر الجانبي غير المقصود لإنجازاتهم الأخرى، وكان لدى كلّ منهم رغبة جامحة في الوصول إلى الشهرة، وتذكر إيريك بيل Erica Bell، صديقة مادونا، حديثًا دار بينهما حول ما تريده مادونا من الحياة أكثر من أي شيء آخر، وكان جواب مادونا الفوري: «أريد أن أصبح شهيرة، أريد أن أصبح محور اهتمام الناس». وعندما قالت لها صديقتها: إنها تحظى بشهرة واسعة، أجابت مادونا: «هذا لا يكفي. أريد أن أحظى باهتمام العالم بأسره. أريد من كل شخص في العالم لا أن يعرفني فحسب، ولكن أن يحبني، يحبني، يحبني»⁷⁵ وفي عام 2000م عندما كانت مادونا في أوج شهرتها، أدلت باعتراف: «ما زال لدي الهدف نفسه الذي حلمت بتحقيقه منذ أن كنت طفلة،

أريد أن أحكم العالم»⁷⁶ واعترفت في مناسبة أخرى قائلة: «لن يهنا لي بال قبل أن أصل إلى الشهرة»⁷⁷.

وكانت كل الشخصيات التي يتناولها الكتاب تسعى، باستمرار وبأسلوب واع، للاختلاط بأشخاص مشهورين آخرين؛ لأنها تدرك جيداً أن من شأن ذلك رفعها إلى مستوى أعلى من الشهرة، وطلب أينشتاين التقاط صورة له مع شارلي شابلن، وتزوج أرنولد شوارزينغر سيدة تنتمي إلى عائلة كنيدي المعروفة، وتزوجت كيم كارداشيان كانيه ويست Kanye West، أحد أشهر مؤلفي موسيقا الهيب هوب والموسيقا الشعبية في العالم، واعتراقاً من مجلة Time بتأثيره في الثقافة الشعبية، أدرجت اسمه على قائمتها التي تضم الأشخاص المئة الأكثر تأثيراً في العالم لعام 2005م ومن ثم في قائمة عام 2015م.

وكان وار هول مستمياً للوصول إلى الشهرة، وكانت الشهرة شغله الشاغل، وأصبح اسمه «مرادفاً لثقافة الشهرة لمجرد الشهرة»، كما قال أحد كتّاب سيرته⁷⁸ وكان منذ طفولته شغوفاً بمجلات السينما إلى حد لا يعرف الارتواء، فقد كان يجمع صور نجوم الأفلام السينمائية الموقّعة من قبلهم مع إهداء (شخصي)⁷⁹ وتحوّل ذلك الشغف إلى دوامة لا تهدأ، وسعى وار هول دون كلل للاختلاط بشخصيات معروفة مستعيناً بشهرته التي بدأت تتنامى، وهذا بدوره زاد من شهرته⁸⁰ وساعده على زيادة شهرته أنه كان يوافق على تنفيذ أعمال يكلفه بها أشخاص مشهورون، كما حصل عندما عمل لدى شركة التسجيلات الموسيقية العائدة لصديقه ميك جاجر Mick Jagger، من فرقة Rolling Stones. وكان وار هول هو من صمم الغلاف الغريب الخاص بألبوم الأغاني Sticky Fingers، حيث ظهرت على الغلاف صورة بنطال جينز، من الأمام والخلف، بسحاب مفتوح يكشف عن ملابس داخلية بيضاء بأسلوب مثير، و«استغل وار هول، ببراعة فائقة، شهرة أصدقائه وزبائنه لمصلحة شهرته، وهنا أيضاً أثبت موهبته المثيرة للإعجاب في تسويق نفسه»⁸¹.

وزاد وار هول من حضوره في أوساط المشاهير، في دوامة ساحرة من نجوم السينما والسياسيين وكبار مصممي الأزياء والموسيقيين المعروفين والمشاهير من جميع التوجهات، وأقام علاقات اجتماعية مع ليز تايلور Liz Taylor، وجاكي أوناسيس Jackie Onassis، وشيرلي ماكلين Shirley Maclaine، وبالوما بيكاسو، وهنري كيسنجر Henry Kissinger، وجيمي كارتر Jimmy Carter، وإيف سان لوران Yves St. Laurent، وديانا روس Diana Ross، وبيير كاردين Pierre Cardin، وجون لينون John Lennon⁸².

إلى ذلك، كان كل عباقرة تسويق النفس يكسبون أموالاً طائلة، ومع أنهم لم يصلوا جميعاً إلى مستوى ثراء أوبرا وينفري؛ أغنى مليارديرة عاصمية ملونة في العالم، كانوا جميعاً يكسبون أكثر من نظرائهم، وحتى أينشتاين وهوكينغ، اللذان لم يصبحا من دون شك بتراء ستيف جوبز أو مادونا أو كارل لاغرفيلد، تمكنا من كسب أموال تفوق ما يكسبه علماء الفيزياء الآخرون.

وعلى الرغم مما يحققه هؤلاء من ثراء وشهرة، فإنهم يحافظون دائماً على صورة عامة تجعلهم قريبين من الناس، وهم قريبون من الناس، فعلاً، من جوانب عدة، ويتذكر محرر أحد كتب ترامب أنه «كان لدى ترامب حافز يدفعه ليغدو اسماً معروفاً، وهكذا بذل جهداً للوصول إلى الشهرة، ولكن أسلوب حياته كان يفتقر إلى السحر والفتنة إلى حد يثير الدهشة... ولم يكن من نجوم المجتمع المعروفين في نيويورك أبداً، وكان يستمتع بالصعود إلى الطابق العلوي ومشاهدة التلفزيون، وكان مهتماً فقط بالشهرة وبمشاريع أعماله، والبناء، والعقارات، والقمار، والمصارعة، والملاكمة»⁸³ وكان أسلوب حياة ترامب ومجال اهتماماته، من أوجه عدة، يعينان أن ما يجمعه بالأمريكيين العاديين يفوق إلى حد كبير ما يجمعه بأفراد النخب الفكرية، فقد كان يفضل مشاهدة مباريات الملاكمة والمصارعة وبرامج تلفزيون الواقع على الانغماس في أجواء الثقافة الرفيعة، أو على قراءة كتاب أو الذهاب إلى المسرح، وهناك كثير من الأمريكيين من أفراد الطبقة العاملة يرغبون في التمسك بجذورهم؛ على أن يترافق ذلك بتنمية ثروتهم، وهذا ما يمثله ترامب بالتحديد؛ هذا الملياردير الذي يتكلم لغتهم، ويحب القيام بالأمر نفسه التي يقومون بها، خلافاً للمتقنين الذين يعدون أنفسهم أرقى منزلة منهم؛ لأنهم يقرؤون كتباً أدبية معقدة أو يهتمون بالفنون، ولا يهتم ترامب بالأمر التي تشغل بال المفكرين، بل على العكس، هو يمتلك دراية واسعة بالثقافة الشعبية.

وعلى غرار دونالد ترامب، كانت أوبرا وينفري، على الرغم مما تتمتع به من مال وشهرة، قادرة دائماً على إحداث الانطباع ليس فقط بأنها قريبة من الناس العاديين ومن مشكلاتهم، ولكن أيضاً بأنها في الواقع واحدة منهم⁸⁴ وهذا صحيح إلى حد ما، فالمشكلات التي واجهتها أوبرا في حياتها الشخصية، وخاصة فيما يتعلق بوزنها وأنظمتها الغذائية، وأيضاً في علاقاتها، كانت المشكلات نفسها التي كان كثير من مشاهديها يحاولون حلها بكل ما أوتوا من قوة.

وحتى لاغرفيلد، الذي غالباً ما كان يبدو متحفظاً ومتعجباً، مُتخذاً سيماء رجل نبيل من غابر الزمان، تمكن من إيجاد التوازن المناسب بين تصميم أزياء أنيقة غالية الثمن، وتصميم أزياء وعطر لسلسلة متاجر الأزياء السويدية H&M تباع في أسواق الجملة؛ أي إنه جمع بين الأجواء النخبوية وقيم المساواة بين البشر: «كان عشرة الآلاف شخص، الذين ينتمون إلى المستوى الأعلى من المجتمع، ضحية تكبرهم على الدوام، فلا شيء يناسبهم سوى البضائع الباهظة الثمن، ولكن المهم ألا ننظر إلى (الجماهير) نظرة فوقية، وعلينا تقديم خيارات ذات أثمان معقولة، وبإمكان المرء أن يشتري ثياباً رخيصة، وأن يبدو أنيقاً في الوقت نفسه»⁸⁵ وإن ستيفن هوكينغ لم يكن يجد حرجاً في الظهور في برامج تلفزيونية شعبية، وكان يحب إعطاء مقابلات للصحف الصغيرة التي تنشر أخباراً خفيفة، وهو ما أثار دهشة كثير من زملائه، وفي أثناء بحثه عن ناشر جديد لأحد كتبه، كان أحد الشروط التي رفض التنازل عنها هو شرط عرض الكتاب في المتاجر التي تبيع الكتب في المطارات في كل أنحاء أمريكا.

وقد يكون أحد الأسباب التي جعلت عباقرة تسويق النفس يحافظون على إمكانية التواصل مع الناس، على الرغم من نرجسيتهم الواضحة والتركيز المفرط على ذواتهم، هو أنهم ما زالوا يكتنون شعوراً

داخليًا بالتهكم على الذات، وما زالوا قادرين على الضحك على أنفسهم، أو يتظاهرون بذلك على الأقل، وكثيرًا ما ادعى لاغرفيلد أنه كان دائمًا أول من يضحك على نفسه انطلاقًا من قناعته بالفوائد العلاجية لعدم المبالغة في أخذ المرء نفسه على محمل الجد: «يمكن لأي شخص أن يبدو مضحكًا وغريب الأطوار في حالات معينة، وإذا ركزت انتباهك فسوف تلاحظ ذلك، طالما أنت صادق مع نفسك»⁸⁶.

واستنادًا إلى ما يقوله الأشخاص الذين يعرفون كثيرًا من شخصيات الكتاب عن كذب، فإن هؤلاء لم يصلوا بعد مرحلة النضوج، ويقال، مثلًا: إن ألبرت أينشتاين وستيف جوبز ومادونا ووار هولاندي وارهول ومحمد علي ظلوا، من جوانب معينة، أشبه بالأطفال إلى مراحل متقدمة من حياتهم كراشدين، وكانوا جميعًا يتوقون بشدة إلى أن يكونوا أحرارًا، وأن يعيشوا حياتهم دون قيود، ولم يكونوا على استعداد للانصياع للأعراف الاجتماعية، وقد وصفت المجلة الألمانية الإخبارية Der Spiegel لاغرفيلد بأنه «رائد لعصر تُعدّ فيه طريقة تقديم النفس والصورة الاجتماعية العامة كلّ شيء، وشخص راديكالي، وحر، وفريد من نوعه»⁸⁷ وبإمكاننا قول الشيء نفسه عن ستيف جوبز أو وار هولاندي وارهول أو أرنولد شوارزينغر.

أفضّل ألا أكشف في هذه المقدمة عن المزيد من أسرار عباقرة تسويق النفس، فاقروا الكتاب لتكتشفوا بأنفسكم سبب شهرة هؤلاء الأشخاص، ولقد تعمّدت ألا أكشف عن بعض أهم أسرارهم في هذه المقدمة، وعندما تقرأون الفصول الاثني عشر الآتية، قد ترغبون في تدوين تلك الأسرار؛ للاحتفاظ بها، وإذا كنتم ترغبون في أن تصبحوا من المشاهير، فلا شك في أنكم ستتعلمون الكثير من تلك الشخصيات الاستثنائية، على الرغم من أنه لا ينبغي تقليدهم حرفيًا.

وقد قمت بترتيب الفصول التي تتحدث عن الشخصيات بحسب تاريخ مولد كل شخصية، بدءًا بألبرت أينشتاين، الذي ولد عام 1879م وصولًا إلى كيم كارداشيان، التي ولدت بعده بمئة عام وواحد، وقد يكون من قبيل المصادفة، والأرجح أنه ليس كذلك، أن يبدأ الكتاب برجل كانت إنجازاته في مجاله (الفيزياء) أعظم من إنجازات أي شخصية أخرى في الكتاب، وأن ينتهي بكيم كارداشيان، وهي امرأة أتقنت فن تسويق النفس إلى حدٍّ أوجدت معه نموذجًا جديدًا لا يرتبط فيه الوصول إلى الشهرة بالمعايير التقليدية للإنجازات.

ألبرت أينشتاين الرجل الذي أخرج لسانه للعالم

وصف كاتبُ سيرة أينشتاين، يورغن نيفيه، عالمَ الفيزياء بأنه «أول نجم شعبي عالمي في مجال العلوم»⁸⁸. فالصورة الشعبية الشائعة عن أينشتاين «معروفة أكثر من صورة أي إنسان آخر»⁸⁹. ويعد اسمه حاليًّا مرادفًا لكلمة (عبقري) وفي كل مرة نصف أحدهم بأنه (أينشتاين) فإننا بذلك نستخدم الاسم بوصفه تعبيرًا موجزًا للإشارة إلى ذكائه الفائق، لا تكمن عبقرية هذا العالم الفيزيائي في صياغته لنظرية النسبية فقط، ولكنها تكمن أيضًا في إتقانه فن التسويق الذاتي أكثر من أي عالم آخر في عصره.

يوجه معظم العلماء عملهم بشكل حصري أو رئيس إلى علماء آخرين، فهم يلقون محاضرات في المؤتمرات، وينشرون أبحاثهم في مجلات علمية، ويدرك أي عالم ينجح في الوصول إلى جمهور أوسع أنه بذلك يمكن أن يستثير مشاعر الحسد بين زملائه ونظرائه ضمن الوسط العلمي، وإذا تجرأ أحدهم على كتابة أبحاثه بأسلوب يمكن فهمه بسهولة، يُنظر إلى تلك الأبحاث باستخفاف على أنها (علم شعبي) وهذا ما حصل مع أينشتاين، بالضبط، فقد استثار مشاعر الحسد بين زملائه «لم يسبق أن جرى الاحتفاء بأحد (منهم) على هذا النحو»⁹⁰.

وفي معظم الحالات، يكرس العلماء حياتهم لموضوعات معقدة إلى حد يستحيل معه على معظم الأشخاص العاديين أن يبدؤوا، حتى بفهم موضوع البحث، ولم يكن الوضع مختلفًا في حالة أينشتاين، فمع أنه كان يبهج الجماهير، وكانت الصحف تضع صورته على صفحاتها الأولى، إضافة إلى أنه كان موضوع الحديث المفضل لدى الجميع، لم يكن هناك من يأمل في فهم تعقيدات نظرياته الثورية، وتعليقًا على ظهوره المتكرر مع شارلي شابلن في أماكن عامة (مستفيدًا بذلك من إحدى وسائل تسويق النفس)، فسّر الأمر كالآتي: «يحييني الناس؛ لأنهم يفهموني جميعًا، وهم يحيونك؛ لأنه ليس هناك من يفهمك»⁹¹.

وتساءل أينشتاين في مقابلة مع صحيفة New York Times: «لماذا لا يفهمني أحد، ومع ذلك يحبني الجميع؟»⁹² أجاب عن السؤال في مقابلة صحفية أخرى بالقول: «تسألني إن كان حماس الجماهير لأفكاري ولنظريتي، التي لا يفهمونها ألبتة، يثير في نفسي انطباعًا مضحكًا لغرابته؟ أنا أجد ذلك مضحكًا لكني، في الوقت نفسه، أجد متعة في مراقبة هذه اللعبة، وأعتقد جازمًا أن غموض ما لا يستطيعون إدراكه هو ما يجعلهم أسرى هذا الافتتان الساحر»⁹³. وقد عبّر كاتب سيرته والتر إيزاكسون Walter Isaacson عن الفكرة بذكاء بالقول: «تنطوي النظرية على المزيج المدهش من

(ماذا؟) و(يا للغرابة!)، وهو مزيج يأسر خيال العامة»⁹⁴. وكان أينشتاين يقدر ذلك الجانب الطريف حتى إنه علّق قائلاً: إن كل سائق سيارة أجرة وكل نادل مشغولون بالجدل حول صحة نظريته عن النسبية⁹⁵.

وفي عيد ميلاده الخمسين، عام 1929م أبرق مراسل صحيفة New York Herald Tribune في برلين بكامل مخطوطة آخر أبحاث أينشتاين العلمية إلى مكتب التحرير الذي نشر المخطوطة⁹⁶ لكن قراء الصحيفة عجزوا عن فهم مضمون ولو مقطّعاً واحداً، وهذا ما أضفى السحر على المخطوطة، فبالنسبة إلى معظم الناس، أكدت لهم استحالة فهمهم لما كتب أينشتاين، أكثر من أي وقت مضى، أنه لا بد أن يكون أعظم العباقرة في كل الأزمان.

وكانت تلك الشعبية تبهج أينشتاين، وفي إحدى القصائد التي نظمها والتي تعدّ من علاماته المميزة تساءل من (المجنون) فعلاً هو أو المعجبون به؟⁹⁷:

«حيثما ذهبت، وحيثما حللت،

هناك دائماً صورة لي معروضة للأنظار،

على سطح مكتب، أو في الردهة الخارجية،

مربوطة حول عنق أحدهم، أو معلقة إلى الجدار.

الرجال والنساء، يلعبون لعبة غريبة،

يطلبون، يتوسلون: وقع اسمك هنا رجاء،

لا يتحملون الاعتراض من شخص واسع الاطلاع،

يطلبون بإصرار الحصول على قصاصة كتّبت عليها بضع كلمات على عجل،

أحياناً، عندما تحيط بي صيحات التحية اللطيفة،

أشعر بالحيرة بسبب ما أسمع،

أتساءل، لحظة، دون أن أكون على يقين،

إن كنت أنا المجنون أم هم؟

وبدأت موجة تقديس أينشتاين في تشرين الثاني/ نوفمبر من عام 1919م؛ أي بعد أربعة عشر عاماً، بالضبط، من نشر بحثه عن (النسبية الخاصة) وبعد أربع سنوات من انتهائه من بحثه حول (النسبية

العامة) فما كان سابقاً مجرد نظرية تأكد لأول مرة عن طريق القياسات العلمية في التاسع والعشرين من أيار/ مايو، عام م عندما قام السير آرثر إدينغتون Arthur Eddington Sir بقياس انحراف الضوء في أثناء الكسوف الشمسي، وبذلك أثبت بصورة تجريبية صحة نظرية أينشتاين، وفي السادس من تشرين الثاني/ نوفمبر، أعلنت النتائج في اجتماع مشترك، في الجمعية الملكية والجمعية الفلكية الملكية، في لندن، وقال يورغن نيفيه، كاتب سيرة أينشتاين، يشرح ما حصل: «ولد أينشتاين من جديد، بوصفه أسطورة وبصفته معبوداً وبوصفه أيقونة لعصر بكامله»⁹⁸.

ولكن اكتشاف أينشتاين العلمي وحده، الذي أعلن لأول مرة أمام جمهور حاشد بواسطة صحيفة the Times في لندن، في السابع من تشرين الثاني/ نوفمبر عام 1919م لا يكفي وحده لتفسير مشاعر التقديس التي أحاطت بأينشتاين خلال السنوات القليلة اللاحقة، ولم تكن وسائل الإعلام وحدها، التي تتعقب القصص، هي سبب شهرة أينشتاين، فقد لجأ أينشتاين إلى إستراتيجية علاقات عامة أكثر حيوية مما لجأ إليه أي عالم آخر ممن سبقوه، وبرهن على أنه أستاذ في فن «استغلال وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه، تماماً مثلما استغلته وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها، وكان في البداية أخرج، نوعاً ما، في التعامل مع الصحافة، لكنه غداً أكثر براعة مع الوقت... وساعده اتزانته في التعامل مع الصحافة والإذاعة وصناعة السينما على إيجاد ما يمكن أن يطلق عليه العاملون في مجال الإعلانات اسم علامة فارقة مميزة»⁹⁹.

ومن المهم في هذا السياق معرفة قصة الصورة التي أصبحت أشهر صورة التقطت لأينشتاين، وهي صورته وهو يخرج لسانه للعالم، وغدت الصورة علامته المميزة وموضوعاً شعبياً مفضلاً يظهر على الملصقات الإعلانية والأزرار التي تشبك على الصدر والقمصان القطنية، والتقطت الصورة يوم ميلاد أينشتاين الثاني والسبعين، وفي الصورة الأصلية يظهر أينشتاين محاطاً بشخصين، ويتجلى الجهد الواعي الذي بذله أينشتاين لتسويق نفسه، بوضوح، في طلبه قص الصورة بحيث يظهر فيها وحده، وبعد ذلك طلب نسخاً عدة من الصورة، وأرسلها إلى أصدقائه ومعارفه وزملائه¹⁰⁰.

يتساءل إيزاكسون: «لولا تلك الهالة من الشعر المشعث كأنه مشحون بالكهرباء، وتلك العينان الثاقبتان، هل كان سيصبح نجم الملصقات البارز في مجال العلوم؟»¹⁰¹ وهل كان سيغدو موضع تقديس لو أنه كان يشبه زميليه عالمي الفيزياء الألمانين، ماكس بلانك Max Planck أو نيلز بور Niels Bohr؟ مع ذلك، لم يكن مظهر أينشتاين مجرد مصادفة، لكنه كان نتيجة إستراتيجية بارعة لتسويق النفس.

وتعمد أينشتاين تكريس صورته بوصفه عالماً لا يكثرث ألبنة بالثياب والقبات وربطات العنق، ولا يسرح شعره الطويل المشعث، لم يكن يرتدي جوارب، ويترك أزرار قمصانه مفتوحة. يقول كاتب سيرته نيفيه: «أينشتاين يناسب تماماً الصيغة المألوفة للعالم البارز الطليعي»¹⁰² وبذلك كان «الموضوع المثالي للمصورين والصحفيين، ولكل الجهات التي تساعد على تحقيق الشعبية، وكانت

تربطه بهؤلاء علاقة تكافلية غريبة»¹⁰³ وعندما سئل أينشتاين يوماً عن مهنته، أجاب متهكماً: «عارض أزياء»¹⁰⁴. وتقول إحدى الإشارات: إنه بمجرد اقتراب المصورين من أينشتاين، كان يعبث بشعره بقلتا يديه؛ ليستعيد الصورة النموذجية للبروفيسور، العالم الغريب الأطوار¹⁰⁵.

زار أينشتاين يوماً موقع غراند كانيون Grand Canyon وأمضى بعض الوقت مع زعيم قبيلة هوبي Hopi الذي أطلق عليه، من باب المزاح، اسم «قربينا العظيم Great Relative»؛ للتعبير عن دور أينشتاين المزدوج بوصفه عضواً فخرياً في القبيلة وواضع نظرية النسبية (تلاعب بكلمة relative التي تعني القريب وتعني النسبي) «وإلى أينشتاين، دون أن يستحته أحد، على ارتداء غطاء الرأس المصنوع من الريش والوقوف أمام عدسات المصورين، فأصبح هدفاً لآلات تصويرهم»¹⁰⁶.

بذل أينشتاين ما بوسعه لتكريس صورته العامة وللفت الانتباه، ففي حين كان العلماء الآخرون يعلنون عن التطورات التي حققوها في مؤتمرات علمية متخصصة، كان أينشتاين يلقي محاضراته أمام جماهير محتشدة في كل أرجاء العالم. يقول نيفيه: «كان أينشتاين، على غرار أي مؤسس لدين جديد يجول في مهمة مقدسة للتبشير بعقيده ولجمع أتباع متحمسين، يلقي محاضراته في كل أنحاء العالم داخل قاعات احتشد فيها أعداد من الناس تفوق إمكانية استيعابها»¹⁰⁷. وكان ناجحاً في محاضراته لدرجة أن وزارة الخارجية الألمانية، في برلين، أعدت ملفاً يحمل عنوان (محاضرات البروفيسور أينشتاين خارج البلاد)¹⁰⁸.

وعلى سبيل المثال، قال السفير الألماني في اليابان، في إشارة إلى إحدى رحلات أينشتاين إلى تلك البلاد: «كانت رحلته إلى اليابان أشبه بموكب نصر». وفي رأي السفير «شارك كل الشعب الياباني، من الوجهاء في أرفع مقام إلى سائقي عربات الركشا، وعلى نحو عفوي ودون تحضيرات أو تكلف!»¹⁰⁹ وكانت محاضرات أينشتاين تستمر خمس ساعات. ومع ذلك، أضاف السفير: «كان كل شخص يريد، على الأقل، مصافحة أشهر رجل في ذلك العصر، وامتلات وسائل الإعلام بقصص عن أينشتاين، صادقة وكاذبة... وانتشرت الرسوم الكاريكاتيرية التي تصور أينشتاين، وتبرز غليونه القصير وشعره الكثيف المشعث، مع التلميح إلى ارتدائه ثياباً غير لائقة في بعض المناسبات»¹¹⁰.

ووصفت صحيفة Berliner Tageblatt بإسهاب إحدى زيارات أينشتاين إلى العاصمة الفرنسية: «هذا الألماني انتصر على باريس، ونشرت كل الصحف صورته، وظهرت أدبيات كاملة تتحدث عنه... غداً أينشتاين البدعة السائدة، والأكاديميون والسياسيون والفنانون والعمال ورجال الشرطة والعاملون في المطاعم والنشالون، يعرفون جميعاً مواعيد محاضرات أينشتاين، والعاملات في مقهى Café des Paris يسألن أصدقاءهن من الشباب المتأنقين إن كان أينشتاين يرتدي نظارات، وإن كانت ثيابه أنيقة؟ وكل باريس تعرف كل شيء عنه، وكان الباريسيون يتناقلون أي شيء عنه دون أن يكثرثوا إن كان حقيقة أو كذبة»¹¹¹.

وقد يكون الأمريكيون أكثر شعب في العالم تابع أينشتاين في كل تحركاته وكل ما قاله، بحماس منقطع النظير، وفي مدينة نيويورك، اصطفت الحشود في الشوارع وقد مدوا أيديهم ليلمسوا أينشتاين، وحظي باحتفاء كأنه أيقونة رياضية أو نجم سينمائي¹¹² وأثارت زيارات أينشتاين لأمريكا المشاعر الهستيرية نفسها التي استقبلت فرقة البيتلز بعد عقود في حقبة ستينيات القرن العشرين المضطربة، وكانت الفتيات يصرخن (أينشتاين... أينشتاين!)، وتجمعت مئات الشابات المتحمسات للترحيب به بالأبواق وآلات الخشخشة والأغاني وفرق مشجعات الرياضيين، وكل ما يخطر بالبال، وكان الصحفيون يلاحقونه في كل مكان يتوجه إليه في المدينة، و«مد أحدهم يده نحوه وهو يحمل ورقة كُتِبَ عليها معادلات، وشرع يحدق فيه كأنه حيوان غريب سيغريه الطعم، أو مخلوق فضائي يمكن أن يتصرف بطريقة غريبة»¹¹³.

وفي حديث أجراه أينشتاين مع أدولف أوكس Adolph Ochs، مالك صحيفة the New York Times قال: إنه يعدّ اهتمام الجماهير به «مرضاً نفسياً»¹¹⁴ لكنه كان يستمتع بالإثارة الناجمة عن ذلك، وحرص على إخبار أصدقائه بمدى السعادة التي شعر بها بعد زيارته مركز تسوق، حيث لم يقترب المعجبون منه كثيراً على ما يبدو: «عرفني جميع المارة في الشارع، وابتسموا لي»¹¹⁵ لكنه ألمح ضمناً في مناسبة أخرى إلى أن الهستريا كانت أكثر من أن يحتمل، والأرجح أنها كانت كذلك، وفي إحدى القصائد التي كتبها بأسلوبه المميز، عبر عن هذه الفكرة كالآتي:

«ألف رسالة وصلت بالبريد،

وكل صحيفة تروي حكايتها

ماذا يفعل شخص يعاني هذا الوضع؟

يجلس ويأمل بأن يُترك وشأنه»¹¹⁶.

وكان أينشتاين يتلقى طوفاناً من رسائل المعجبين وغريبي الأطوار ومن يُخيل لهم أنهم يساعدون الآخرين ودعاة نظرية المؤامرة، وقد كتب له أحدهم في رسالته يقول: «أخي الذي يبلغ السادسة عشرة يرفض أن يقص شعره، وهو معجب بك، وعندما نلح عليه بقص شعره يجيبنا بأنه ربما سيكبر، ويصبح أينشتاين آخر». وكتب آخر: «يجب أن أتكلم معك على انفراد، فأنا وريث يسوع المسيح، فتعال بسرعة رجاء». وتوسّل ثالث: «أخبرني رجاء هل ينبغي دراسة الفيزياء لإطالة العمر»¹¹⁷.

وكانت الصحف تنشر أحياناً قصصاً جرى اختلاقها بهدف زيادة الغموض المحيط بأينشتاين وإيجاد أساطير جديدة حوله وحول أعماله، وفي إحدى المرات، ادّعت صحيفة New York Times أن نظرية النسبية خطرت ببال أينشتاين عندما شاهد رجلاً يسقط من سطح بناء مجاور، وهكذا أوجدت القصة تشابهاً بين أينشتاين والسير إسحاق نيوتن Sir Issac Newton: «جاءه الإلهام مثلما جاء

نيوتن، ولكن عندما سقط رجل عن سطح بناء، لا عندما سقطت تقاحة على الأرض»¹¹⁸ لكن أينشتاين لم يكثرث، وكتب لصديق له يقول: إنه يتفهم، ويتقبل أسلوب عمل الصحافة، وأضاف أن المبالغة من هذا النوع ترضي، بكل بساطة، احتياجات معينة لدى قراء الصحيفة¹¹⁹.

ومع ذلك، لم تأت شهرة أينشتاين من تلقاء نفسها، ولكن هو من سعى إليها بكل نشاط. يقول كاتب سيرته والتر إيزاكسون: «كان كره أينشتاين للشهرة نظرياً أكثر منه فعلياً، والواقع أنه كان قادراً، وبسهولة، على تفادي كل المقابلات والتصريحات والصور والظهور في الأماكن العامة، والأشخاص الذين لا يحبون أن تسلط عليهم الأضواء لا يظهرون، كما ظهر أينشتاين وزوجته في نهاية المطاف، مع شارلي شابلن على السجادة الحمراء في حفل العرض الأول لأحد أفلامه»¹²⁰. وبعد أن تعرّف كاتب المقالات تشارلز بيرسي سنو C.P. Snow إلى أينشتاين شخصياً، علّق بالقول: إنه يستمتع بوجود المصورين والحشود، و«تنطوي شخصيته على أحد عناصر شخصية الإنسان الذي يحب استعراض نفسه وشخصيته؛ الممثل الذي يبالغ في حركاته في أثناء الأداء، ولولا وجود هذا العنصر، لم يكن ليوجد مصورون وحشود، فليس هناك أسهل من تفادي الشهرة، وإذا كان الشخص زاهداً فيها فعلاً، فإنه لا يحصل عليها»¹²¹.

كان أينشتاين يتمتع بإمكانات استثنائية بوصفه إنساناً عبقرياً في مجال تسويق النفس. يقول عالم الفيزياء فريمان دايسون Freeman Dyson: «على العلماء الذين يتحولون إلى أيقونات ألا يكونوا عباقرة فقط، عليهم، إلى جانب ذلك، أن يكونوا أشخاصاً يتقنون الأداء أمام الجموع، ويستمتعون بتهيل الناس لهم»¹²². وهنا يجب ألا ننسى أن الأشخاص الجديين آنذاك؛ أي قبل قرن تقريباً، - وخصوصاً العاملين في مجال العلوم - كانت تروعهم فكرة الشهرة، ويزدرون أي إنسان يسعى إليها بحماس.

كان أصدقاء أينشتاين وزملاؤه كثيراً ما يلومونه، ويحثونه على ممارسة قدر أكبر من ضبط النفس، لكنه كان يتجاهل اقتراحاتهم، وعندما أعلن أحد معارف أينشتاين، وهو كاتب قصص فكاهية ساخرة، أنه بصدد نشر كتاب يضم أحاديث أجراها معه، قام أحد أصدقاء أينشتاين المقربين بنصح العالم أن يسعى إلى منع نشر الكتاب فوراً؛ لأن الصحافة ستستغل الموضوع لدعم مزاعمها حوله من أنه «يهودي يقوم بالترويج لنفسه»¹²³. واتهم الصديق أينشتاين بأنه يتصرف كالأطفال، ويلتمس النصح من الأشخاص غير المناسبين (كزوجته مثلاً) عندما يتعلق الموضوع بأمور من هذا النوع¹²⁴.

وقد برر أينشتاين ولعه بترويج نفسه بالقول: إنه على الرغم من أن مبدأ تقديس الأشخاص لا يمكن تبريره أبداً، هناك جانب إيجابي فيما يتعلق بوضعه هو، ففي عصر مادي من هذا النوع، يبدو ميل الناس إلى رفع الأشخاص الذين تتركز طموحاتهم ضمن المجال الفكري والأخلاقي فقط، في مصاف الأبطال، تطوراً مقبولاً¹²⁵.

وأدى هوس أينشتاين بالترويج لنفسه إلى نشوء خلاف جدي بينه وبين أبراهام فليكسندر Abraham Flexner الذي أنشأ مؤسسة الدراسات العليا في جامعة برنستون، في الولايات المتحدة، وكان

فليكسنر هو من دعا أينشتاين، الذي كان آنذاك قد لجأ إلى أمريكا بعد تسلّم هتلر السلطة، للقدوم إلى جامعة برينستون، فبعث فليكسنر، الذي أزعجه ما لمسه من توق أينشتاين الشديد إلى الشهرة، رسالة شديدة اللهجة إلى زوجة أينشتاين، قال فيها: «هذا هو بالضبط الشيء الذي يبدو لي غير لائق بالبروفيسور أينشتاين، فسوف يؤثر ذلك سلبيًا في مشاعر الاحترام التي يكنّها له زملاؤه؛ لأنهم سيظنون أنه يسعى إلى الشهرة، وفي اعتقادي لا سبيل إلى إقناعهم أن الوضع ليس كما يتصورون»¹²⁶.

كان هناك سبب آخر لشعور فليكسنر بالقلق، وهو أن يستثير سلوك أينشتاين مشاعر استياء تتسم بطابع معاداة السامية، فعلى الرغم من كل شيء، يرى النموذج النمطي لمعاداة السامية في تسويق النفس وترويج الذات خاصيتين يهوديتين نموذجيتين، وكان فليكسنر قد دعا أينشتاين للقدوم إلى جامعة برينستون؛ لكي يتمكن هذا الأخير من القيام بأبحاثه في جو من السكينة والهدوء، وشعر بالسخط لأن ضيفه لم يتوقف عن السعي لاكتساب الشهرة وعن حضور المناسبات الاجتماعية والسياسية، ووصل الأمر بفليكسنر حد كتابة رسالة إلى رئيس الولايات المتحدة قال فيها: «شعرت بعد ظهر اليوم أنني مضطر إلى إخبار أمين مكتبك أن البروفيسور أينشتاين جاء إلى جامعة برينستون بهدف القيام بأبحاثه العلمية بعيدًا عن الأضواء، ولم يكن من الممكن أبدًا القبول بأي استثناء يؤدي إلى تسليط الأضواء عليه»¹²⁷.

ومضى فليكسنر أبعد من ذلك، فقد أصدر أمرًا - دون إعلام أينشتاين - بأن تُسلّم كل الدعوات التي يتلقاها العالم عن طريقه هو، وعندما اكتشف أينشتاين الأمر، شعر بالغضب، وكتب رسالة من خمس صفحات إلى صديقه الحاخام ستيفن وايز Stephen Wise، ووضع عنوان الإجابة على الرسالة كالآتي: «معسكر الاعتقال، برنستون»¹²⁸.

واتخذ أينشتاين، شأن كثير ممن ينجحون في تسويق أنفسهم، موقف المتمرد، وكان كل ما يفعله، تقريبًا، ينطلق من فكرة الاستقزاز، ولم يكن على استعداد للإذعان للأعراف السائدة إذا كانت في رأيه عبثية: «كان يتمرد ضد أي بنية ذات طبيعة تسلطية: ضد القواعد الصارمة في المدرسة وفي الجامعة؛ وضد إملاءات الحياة البرجوازية، وضد العادات من نوع الأعراف الخاصة بالملابس، وضد التعسف في الدين وفي الفيزياء، وضد الروحية العسكرية العدوانية، وضد الشعور الوطني والأيدولوجيات الحكومية، وضد المديرين وأصحاب العمل»¹²⁹.

وكانت إحدى الأدوات المهمة التي لجأ إليها أينشتاين في إستراتيجيته لتسويق النفس مئات الأقوال المأثورة والأشعار التي نظمها، والتي ما زال يجري اقتباسها من حين لآخر حتى يومنا هذا. يقول الشاعر الألماني تيودور فوننتين Theodor Fontane: «القول المأثور المناسب يختزل في جملة واحدة الحكمة المتضمنة في كتاب كامل»، وكان أينشتاين أستاذًا حقيقيًا في فن الأقوال المأثورة، فقد صاغ جملاً بليغة تنير الفكر عن طريق التلاعب بالعبارات بأسلوب مناسب ومفاجئ وذكي، للتعبير عن فلسفته في الحياة. وفيما يلي بعض الأمثلة عن ملاحظاته فيما يتعلق بموضوعات شتى:

«كل من يستهتر بالحقيقة في الأمور الصغيرة لا يمكن أن يكون موضع ثقة في الأمور الكبرى»¹³⁰.

«ما العلم سوى تنقية التفكير اليومي من الشوائب»¹³¹.

«الأطفال لا يلقون بالأل للتحارب الحياتية للوالدين، والأمم تتجاهل التاريخ. الدروس المؤلمة يجب أن نتعلمها دائماً من جديد»¹³².

«الزواج هو المحاولة الفاشلة لإطالة مدة حدث ناشئ عن مصادفة»¹³³.

وفيما يتعلق بالتحليل النفسي: «أفضل كثيراً البقاء في عتمة الجهل الناجمة عن عدم الخضوع للتحليل النفسي»¹³⁴.

وعندما طلب منه مراسل صحيفة The New York Times التعليق على أحد كتبه، أجاب باقتضاب: «ما ينبغي أن أقوله حول هذا الكتاب، موجود داخل الكتاب»¹³⁵.

وكان أينشتاين أيضاً واثقاً بنفسه إلى حد لا يصدق. يقول صديقه وطبيبه الدكتور غوستاف بكي Gustav Bucky: «كان (إلهًا) وكان يدرك ذلك»¹³⁶. فقد كانت لديه صورة إيجابية قوية عن الذات، حتى قبل أن يحقق إنجازاته العلمية العظيمة، وكان يتسم بالوقاحة الكافية لدفعه إلى إرسال نسخة شخصية من بحث علمي قديم إلى عالم فيزياء مرموق، وكتب مرة إلى عالم معروف آخر؛ لكي «يلفت نظره إلى أخطائه»¹³⁷.

وكانت التصرفات من هذا النوع تُعد خرقاً فاضحاً لأداب المهنة لا يرتكبه طالب حديث العهد بالتحريج، وفي أثناء محاولته الأولى إنهاء رسالة الدكتوراه، تشاجر مع الأستاذ المشرف عليه¹³⁸. ثم قام بتطوير (نظرية النسبية الخاصة) إلى حد ما، في أوقات فراغه، ولأنه كان يواجه صعوبة في إيجاد موطئ قدم لنفسه في مجال التنافس الأكاديمي للارتقاء، لم يجد بداً من القبول بعمل في مكتب لتسجيل العلامات التجارية، حيث كان يعمل ثماني وأربعين ساعة في الأسبوع¹³⁹.

وقد أكد كثير من المختصين في سيرة أينشتاين أن الرجل لم ينضج فعلاً من الوجهة العاطفية، ووصفه هاورد غاردنر Houard Gardner، أستاذ علم النفس في جامعة هارفارد، بأنه (الطفل الأبدي) وتوصل المحلل النفسي الألماني الأمريكي، إريك إريكسون Erick Erikson، إلى النتيجة نفسها، ووصف أينشتاين بـ (الطفل المنتصر)¹⁴⁰. وكان كاتب سيرته نيفيه يعتقد أن أينشتاين ظل محتفظاً بجزء من طبيعته الطفولية حتى آخر العمر، وهذه خصلة مشتركة بين أساتذة تسويق النفس الكبار الذين يتناولهم هذا الكتاب، مثل ستيف جوبز، ومحمد علي كلاي، ودونالد ترامب.

ومع مضي العمر زاد انغماس أينشتاين في المجال السياسي، وكان قبل كل شيء ملتزماً بالفكر الصهيوني وبحركة السلام، ولكن، حتى عندما أصبح ناشطاً سياسياً، كان يجد متعة بالغة في

معاكسة تيارات الأفكار العامة السائدة، ويستمتع باستفزاز من حوله بأرائه المثيرة للجدل، والسؤال هنا: هل كان نشاطه السياسي يمثل جزءاً من إستراتيجية تسويقه لنفسه، أم كان تسويق النفس مجرد وسيلة لغاية محددة، بمعنى لفت النظر إلى مكامن قلقه في عالم الواقع؟

وفيما يتعلق باكتشافاته العلمية، لا بد أن أينشتاين أدرك - والواقع أنه أدرك فعلاً - أنه، على الرغم من محاضراته ومقالاته التي لا تحصى، لن يتمكن من شرح النتائج المترتبة على نظرياته لأشخاص خارج نطاق العلماء، وأحياناً، كان لدى الناس أفكار سخيفة حول (نظرية النسبية) التي وصفها أينشتاين، فقد ربطها كثيرون، خطأً، بأشياء لا تربطها بها أي علاقة، ولم يكن من الغريب، من دون شك، أن يكون الناس قد سمعوا بعبارة (نظرية النسبية) دون أن يعرفوا عنها، وشكك بعضهم في هذه النظرية، التي لم يفهمها إلا قلة نادرة من الناس، في حين مجدها آخرون بوصفها عقيدة خلاص جديدة، واستغلوها لأغراضهم الخاصة، واحتقوا بها؛ لأنهم رأوا فيها إثباتاً لنظرياتهم وأيديولوجياتهم السياسية والفلسفية، وكان أينشتاين أذكى من أن تفوته فكرة استحالة شرح مضمون نظريته للسواد الأعظم من الناس. وهكذا، لم يكن أسلوبه في تسويق نفسه، على الأرجح، يرمي أساساً إلى إبراز اكتشافاته العلمية.

ولكن ماذا عن تصريحاته السياسية المثيرة للجدل؟ سيكون من الظلم تفسير تلك التصريحات على أنها وسيلة لاجتذاب المزيد من الشهرة، فقد كانت قضايا السلام والعدالة الاجتماعية والصهيونية هي الموضوعات الأبرز على قلب أينشتاين، وبكل صدق، ومع ذلك، أسهم نشاطه السياسي في تحديد معالم صورته العامة المميزة بدقة أكبر، وإبراز حضوره على الصعيد العام، وفي المقابل، ساعدت الصورة العامة لأينشتاين على نشر رسائله السياسية. إذًا، كان الأمران مفيدتين بالنسبة إلى أينشتاين: تسويقه لنفسه، ورسائله السياسية.

الأدوات التي لجأ إليها أينشتاين لتكوين علامته المميزة:

1. محاضرات ومناسبات ظهر فيها أمام الناس في كل أنحاء العالم، وسافر أينشتاين إلى بلاد عدة، وألقى محاضرات حول نظرياته العلمية واهتماماته السياسية.

2. علاقات ناشطة مع وسائل الإعلام: كان أينشتاين يُعنى بإنشاء علاقات وثيقة مع ممثلي وسائل الإعلام ومع الصحفيين، واستغل تلك العلاقات في علاقاته العامة وفي تسويق نفسه، وكتب ذات يوم لصديقه ماكس بورن Max Born يقول: «أنا مثل الرجل في القصة الخيالية الذي يحوّل كل ما يلمسه إلى ذهب، ولكن في حالتي يتحول كل شيء إلى صخب في الصحف»¹⁴¹.

3. الاستفزاز المقصود وخرق الأعراف المجتمعية. كان أينشتاين يحب استثارة مشاعر الحنق بأرائه الغريبة، ويعاكس الرأي العام السائد، وكان ذلك يستقطب حوله قدرًا كبيرًا من الاهتمام.

4. تكوين صورة مميزة حول مظهره ذي الطابع الشديد الخصوصية الذي عُني به أينشتاين، بحيث يناسب الصيغة المألوفة للعالم الغريب الأطوار اللامع الذكاء، وكان ذلك يتضمن، مثلاً، شعره

الطويل المشعّث وثيابه التي كان يتعمد إهمالها (كان مثلاً لا يرتدي جوارب).

5. الصور: وصف أينشتاين نفسه ساخراً بأنه «عارض أزياء»، ولجأ عامداً إلى الاستفادة من تأثير الصور الغربية لتكوين علامته المميزة. المثال المعروف هنا هو صورته وهو يخرج لسانه، التي أرسل نسخاً منها إلى أصدقائه ومعارفه؛ لأنها تُعبّر بإيجاز تام عن دوره بوصفه شخصاً مستفزاً.

6. الأقوال المأثورة: كانت أقواله المأثورة والأشعار التي نظمها تشكل جزءاً مهماً من أسلوب تواصله مع العالم عمومًا، وكانت وسائل الإعلام تلتقطها، وكانت تمثل فقرة رئيسة في إستراتيجية تسويقه لنفسه.

وارهولآندي وار هول من علبة حساء إلى شهرة عالمية

يُعدّ وار هولاآندي وار هول، استناداً إلى تحليل فريق التصنيف في موقع غوغل، واحداً من الأشخاص الخمس مئة الأكثر شهرة في كل العصور، وهو الفنان الوحيد الشهير عن حق خلال الأعوام الستين المنصرمة¹⁴²، وشغلت أعماله، حتى في أثناء حياته، عناوين الصحف؛ لأنها كانت تحطم الأرقام القياسية في صالات المزادات.

بدأ وار هول عمله في الأصل كمصمم رسومات دعائية، ولكن الإنجاز الذي أطلق مسار مهنته الفنية كان عرض اثنتين وعشرين علبة حساء Campbell، في صالة Ferus في لوس أنجلوس، في صيف عام 1962م، وكان عمله منذ البداية مرتبطاً بالإبداع في مجال العلاقات العامة، وعندما عُرضت صور علبة الحساء العملاقة أمام العامة للمرة الأولى، وقد اصطفت على جدران صالة العرض، كأنها معروضة على أرفف مراكز التسوق، سخر الناس من وار هول في بادئ الأمر، ولكن وار هول ادعى أن لوحاته تمثل فناً حتى إن لم تبدُ كذلك، وملأت إحدى صالات العرض المنافسة واجهتها، من أعلاها إلى أسفلها، بعلب حساء Campbell، مرفقة بشعار «احصل على العلبة الحقيقية بثلاثة وثلاثين سنتاً!» واصطحب وار هول مصوراً إلى أقرب مركز تسوق، وجعله يلتقط صورة له وهو يوقّع على «العلبة الحقيقية»؛ أي على علب حساء Campbell حقيقية، واختارت وكالة الأنباء المرموقة Associated Press إحدى الصور، ووزعتها في كل أنحاء العالم تقريباً¹⁴³.

ضمنت عبقرية وار هول التسويقة جعل صور علب الحساء التي صممها موضوعاً للنقاش بالفعل حتى قبل عرضها، فقد نُشر مقال حول رسامي الفن الشعبي الجدد (روي ليختنشتاين Roy Lichtenstein، وجيمس روزنكست James Rosenquist، ووار هول) في مجلة Time، بتاريخ الحادي عشر من أيار/ مايو من عام 1962م، ورافق المقال صورة لوار هول وهو يقف أمام صورة كبيرة لعلبة حساء، ويغرف الحساء بالملعقة من علبة Campbell حقيقية، وتصف كاتبة سيرته أني سبون Annett Spohn ما حصل بأنه «مزحة تسويقية من الدرجة الأولى، تُظهر مرة أخرى أن وار هول كان يتمتع بفهم عميق لقوانين الإعلانات، ويعرف كيف يستخدم تلك القوانين لتحقيق أهدافه»¹⁴⁴، وبعد ثماني سنوات؛ أي في عام 1970م بيعت إحدى لوحات علبة حساء Campbell التي صممها بأعلى سعر دُفع لقاء عمل فني أنجزه فنان أمريكي على قيد الحياة¹⁴⁵.

قال الناقد الفني المعروف جون بيرولت: John Perreault «بالنسبة إلى الملايين، وار هول هو تجسيد للفنان، فالبشرة الشاحبة كالأشباح، والشعر الأبيض الفضي والنظارات الغامقة والسترة الجلدية تتصافر جميعًا لتكوين صورة لا تُنسى، ولا سيما عندما تترافق بعنوانين صحف مثيرة... قد يؤكد بعضهم أن أعظم إنجاز فني لوار هول هو (وار هول أندي وار هول)»¹⁴⁶، وعرف وار هول، كما لم يعرف أي فنان آخر، كيف يجعل من نفسه علامة مميزة، وهذا هو الفن الذي أتقنه تمامًا.

وقد آمن وار هول بالقدرة الكلية لوسائل الإعلام، وعرف كيف يستخدمها بهدوء وثقة بالنفس، فقال في إحدى المقابلات: «لا يستطيع أحد النجاة من وسائل الإعلام؛ وسائل الإعلام تؤثر في الجميع، فإنها سلاح بالغ القوة، وقد تنبأ جورج أورويل George Orwell بفاعلية وسائل الإعلام عندما قال: الأخ الأكبر يراقبك في روايته الخيالية عام 1984»¹⁴⁷.

وركز وار هول جهوده على مهارته الأساسية، وبالنسبة إليه فقد كان ذلك يعني تسويق نفسه، وكان غالبًا ما يحيل إلى مساعديه تنفيذ أعماله الفنية، ومن ثم يقوم هو بتوقيعها، وتقول كاتبة سيرته أنيت سبون: «كان عظيمًا كعبقري في إحالته لأعماله إلى مساعديه، مثلما كان عظيمًا في فن التسويق»¹⁴⁸. وغالبًا ما كان من الصعب معرفة من الذي نفذ فعلاً عملاً من أعمال (وار هول) الفنية، وار هول أندي وار هول نفسه أو أحد مساعديه، ولم يكن وار هول في نهجه هذا يختلف عن فنان عصر النهضة الألماني لوكاس كراناش Lucas Cranach الأب أو المعلم الإيطالي العظيم ليوناردو دافنشي Leonardo da Vinci، وقد أُجبرت مؤسسة وار هول أندي وار هول للفنون البصرية على تشكيل مجلس خاص بها لتقرير أصالة الأعمال الفنية، وتوصل المجلس إلى أنه إذا كان تصوّر العمل الفني من بنات أفكار وار هول ومن ثم طلب من شخص آخر إعداد الشاشة الحريرية، وإذا أشرف بنفسه على عملية الإنتاج، وأكد أن النتيجة مطابقة لتصوره، يكون وار هول هو (مبدع) العمل الفني¹⁴⁹، لكن الوضع لم يكن بلا ريب على هذا النحو في كل مرة ظهر فيها اسم (وار هول) على عمل فني، ففي المقابلات التي كان يجريها وار هول، اعتاد القول: إن آخرين كانوا يرسمون الصور له¹⁵⁰، وأكد في مناسبات عدة أن العمل الفني لا ينبغي بالضرورة أن يكون من صنع الفنان نفسه، فبحسب الفنان إضافة توقيعه عليه بعد خروجه من خط التجميع¹⁵¹، فتلك كانت الفلسفة التي دفعته لإطلاق اسم Factory (المصنع) على الاستوديو الذي يعمل فيه، وكان عادة ما يترك تنفيذ بعض خطوات الإنتاج، أو أجزاء عدة من العمل أو العمل بكامله؛ لينفذها مساعده: «أعاد وار هول شرعة الممارسة التي كانت سائدة في عصر النهضة، المتمثلة في ترك أجزاء من العمل، أو العمل بكامله؛ لينفذه آخرون، ولكنه وسّع مجال هذه الممارسة، حتى صار بإمكان كلمة (صُنْع) عمل فني أن تعني ببساطة تصوّر الفنان للفكرة بخياله وموافقته على طريقة تنفيذها بأيدي مساعديه»¹⁵².

ولكن وار هول، من حيث الواقع، لم يؤسس منهجية الاستوديو الذي يعمل فيه (Factory) بحسب نظام المشغل أو المرسم (atelier) الذي كان سائدًا في عصر النهضة، بل كانت منهجيته نسخة عصرية، من نظام الاستوديو الشائع في هوليوود، ويشبّهه كاتب سيرته غاري إنديانا Gary

Indiana بمنتج الأفلام السينمائية إيرفنج ثالبرغ Irving Thalberg، الذي كان يخطط بطريقة حاسمة في تصميم العمل وفي النتيجة النهائية، ولكنه لم يكن يشارك في عملية صناعة العمل الفعلية¹⁵³، ويصف كاتب سيرته وين كويستنباوم Wayne Koestenbaum، بذكاء، مقارنةً وار هول للفن بأنها مزيج من أسلوب بيكاسو وأسلوب هنري فورد: Henry Ford «ازدادت إنتاجية وار هول بعد اكتشافه أن بإمكانه كسب المزيد من المال إذا أحال عمله إلى المساعدين لتنفيذه، بينما يبدأ هو في إنجاز عمل جديد، وتكمن في أساس هذا المنهج الملائم الفكرة المعقدة التي حوّلت وار هول إلى مزيج من بيكاسو وهنري فورد، وهي الإدراك أن بالإمكان تحويل مشغل الفنان إلى مصنع عن طريق مكننة صناعة النسخ وإبقاء اللمسة اليدوية في الحد الأدنى»¹⁵⁴، وحتى عندما كان الأمر يتعلق بموضوعات لوحاته، كان غالبًا ما يطلب من آخرين المشاركة في إلهامه بأفكار: «لم أكن أجد غضاضة في الطلب من أحدهم، حرفيًا أن يقترح علي (ماذا يجب أن أرسّم؟)»¹⁵⁵ وما كان يُطبّق على لوحاته، كان يُطبق أيضًا على أفلامه، وقد وصف أحد (نجومه الكبار) الجو العام في موقع التصوير على النحو الآتي: «لم يكن المهم من صوّر المشهد أو من (أخرج) المشهد، إذا كان أندي موجودًا في الغرفة، فهو إداً فيلم أندي». أخبرني النجم نفسه أن التوجيه الوحيد الذي كان يسمعه من أندي كان همسة في أذنه تقول: «مبالغة في الحكمة!»¹⁵⁶ وكان بعض أفلام وار هول يُظهر فقط شخصًا نائمًا ساعات طوالاً جرى تصويره من زاوية ثابتة لا تتغير.

وكان وار هول على الدوام يعطي الانطباع بأنه يرغب في أن يكون شخصًا لا ضرورة لوجوده، وفي المناسبات العامة التي تحتمّ عليه الظهور فيها، كان غالبًا ما يلجأ إلى إرسال بديل يشبهه ليحل محله، وهو الممثل آلان ميدجت Allen Midgette، وعندما دُعي وار هول لإلقاء سلسلة من المحاضرات في إحدى الجامعات، أرسل الممثل بدلًا عنه، وفي مناسبة أخرى، صرح بأن إنسانًا آليًا سيحل مكانه، و«كانت فكرة إرسال شبيه له ليحل مكانه، أو استنساخ نفسه، متوافقة تمامًا مع تأكيدات وار هول المتكررة بأنه بإمكان أي شخص تنفيذ لوحاته، وأنه بإمكان المرء معرفة كل شيء عنه بمجرد النظر إلى سطوح أعماله، وأنه لا يوجد شخص محدد خلف أي من اللوحات، وأما تصريحه الشهير بأنه يريد أن يكون آلة، فقد أكد تقنيات النسخ الآلية التي كان ينتج بها أعماله»¹⁵⁷ وأدركت الصحافة، دون شك، الحيلة البارة للبدل كما كان يتوقع عبقرى العلاقات العامة، وار هول، وبذلك أوجد قصة جديدة للصحافة لكي تنقض عليها.

وقد كان وار هول متقد الذكاء فيما يتعلق بضمان بقائه مركز الاهتمام، وكان الاستفزاز أحد أساليبه لتحقيق ذلك، وكُلف وار هول ذات يوم بتنفيذ لوحة جدارية زيتية لجناح الولايات المتحدة في معرض World Expo الذي أُقيم في نيويورك عام 1964م، وكان المفروض أن تركز اللوحة الانتباه على الولايات المتحدة بوصفها الدولة المضيفة للمعرض، وقرر وار هول رسم ثلاثة عشر من أخطر المجرمين المطلوبين في البلاد، وفي أثناء التحضيرات الجارية لافتتاح المعرض، أعلن المسؤولون الحكوميون رفضهم استخدام صور المجرمين لتمثيل الولايات المتحدة، وقبل أسبوعين من الافتتاح أمهل فيليب جونسون Philip Johnson، وهو المهندس المعماري الذي صمم الجناح، وار هول

أربعًا وعشرين ساعة لإزالة الصور المسيئة، وكان أحد الأسباب، كما زُعم، هو أن نيلسون روكفلر Nelson Rockefeller حاكم نيويورك، شعر بالخشية من أن تثير صور المجرمين (الذين كان معظمهم ينحدرون من أصول إيطالية) حفيظة كثير ممن صوتوا له، وبذلك يفقد دعمهم، وقد قدم وار هول عرضًا مضادًا، وهو إحلال خمس وعشرين صورة لروبرت موسيس Robert Moses، رئيس شركة المعارض العالمية، محل صور المجرمين، ورُفض الاقتراح، فقرر وار هول تغطية صور المطلوبين الثلاثة عشر بدهان يحوي رقائق من الألومنيوم، وكانت النتيجة من دون شك هي استقطاب المزيد من الاهتمام.

واكتشف وار هول، في بدايات مهنته بوصفه فنانًا، أن إثارة الجدل أسلوب ناجح لتحقيق الشهرة، وفي عام 1949م قدّم إلى معرض Pittsburgh Associated Artists صورة صبي يدس إصبعه في أحد منخريه، وكان التعليق المرافق للصورة: «أعطتني تلك المرأة وجهي، لكنني أستطيع دس إصبعي في / اختيار أنفي» (تلاعب بكلمة pick التي تعني يختار / ينظف أنفه بإصبعه) ولم يتوصل أعضاء اللجنة المكلفة بتقييم الصورة إلى قرار بشأن اعتبارها (مهمة) أو مجرد صورة بغیضة، ووُصِفَ رفض اللجنة النهائي للصورة بأنه «أول نجاح فضائي يحققه أندي»¹⁵⁸.

وكان وار هول إلى جانب ذلك عبقرياً في فن العلاقات العامة، ولا يتوقف عن التفكير في الكيفية التي يحوّل بها كل حدث في حياته إلى قصة تشغل وسائل الإعلام، وفي الثالث من حزيران/ يونيو من عام 1968م تعرض وار هول لمحاولة اغتيال كادت تقضي عليه، فقد أطلقت إحدى الناشطات المدافعات عن حقوق المرأة عليه النار من مسدسين، فأصيب برصاصات عدة، وقد قالت لاحقاً: إنها أطلقت عليه النار لأنه «يتمتع بسلطة أكثر مما ينبغي على حياتي»¹⁵⁹ وأصيب وار هول بجروح بالغة، وأعلن موته سريريًا، ولكنه تعافى بعد إجراء عملية جراحية استمرت ساعات عدة، وما إن غادر المستشفى حتى بدأ يفكر في كيفية تسويق محاولة الاغتيال ونتائجها بأسلوب مناسب لوسائل الإعلام، وتركت الجروح ندوبًا عدة على جسده، وطلب من مصور الوجوه الشهير ريتشارد أفيدون Richard Avedon تصوير الندوب، وطلب من رسامة الوجوه أليس نيل Alice Neel تلوينها، وكان تعليقه على جروحه أسطوريًا: «جسدي مليء بالندوب، وصرت أشبه بثوب من تصميم ديور Dior»¹⁶⁰.

وقد كان وار هول غريب الأطوار، فاستثمر هذه الصورة قدر استطاعته، وقال يومًا: «عندما كان يأتي أحدهم إلى الاستوديو، ومهما كان يبدو محترمًا، كنت أطلب منه خلع ثيابه وتصويره صورًا فاضحة، والأمر المثير للدهشة هم الأشخاص الذين كانوا يوافقون والأشخاص الذين كانوا يرفضون»¹⁶¹، وكان يسمح لرجال آخرين بمشاهدة ما يجري، وقد تتطور الأمور أحيانًا إلى أبعد من ذلك.

وعلى غرار العباقرة الآخرين في تسويق النفس، كان وار هول لا يوفر جهدًا في استخدام ملابسه ومظهره لإيجاد علامة فارقة مميزة له، وأدرك منذ بداية مهنته قيمة تقديم المرء لنفسه بصورة

دراماتيكية، فقد كان يرتدي دائماً كنزات سوداء بياقة تغطي الرقبة، وتظهر بوضوح شحوب وجهه وأنفه الأحمر البارز¹⁶² وفي عام م خضع وار هولاندي وار هول لعملية تجميل، وهو ما كان يُعد آنذاك أمراً غير مألوف، ثم بدأ يستخدم خصلات شعر مستعار، ويرتدي نظارات شمسية، ومع أنه كان يكسب أموالاً وفيرة، ويستطيع من دون شك شراء ملابس غالية الثمن وتأمين وسائل الترف، اعتاد أن يُجري تعديلات على بذلاته وأحذيته الجديدة قبل ارتدائها، بحيث تبدو مهترئة؛ لكي تناسب صورة الفنان الغريب الأطوار¹⁶³ وكان وار هول يرتدي سترة جلدية سوداء وبنطال جينز أسود ضيقاً (وجوارب نسائية من النوع الذي يصل إلى الخصر)، وكنزات قطنية، وأحذية طويلة الساق ذات كعب عالٍ، وأما خصلات شعره المستعار فكانت بلون فضي، وكان الأستوديو الذي يعمل فيه يغلب عليه اللون الفضي؛ لأن اللون الفضي كان العلامة المميزة لوار هول، وصل به الأمر أحياناً إلى حد استخدام مساحيق التجميل؛ لإبراز شحوب لونه وقسمات وجهه السلافية¹⁶⁴ وتحول فيما بعد إلى ارتداء الثياب بأسلوب جديد يميزه، وصار يرتدي سترات مخملية وقمصاناً أنيقة وربطات عنق وأحذية بكعب عالٍ، وغدا شعاره الجديد «عاد الجميع لارتداء الثياب الجميلة. وانتهت موجة مظهر الهيبى»¹⁶⁵.

وخلافاً لبعض الأشخاص الذين يسوّقون أنفسهم، المذكورين في هذا الكتاب - مثل محمد علي كلاي أو أرنولد شوارزينغر - لم يكن وار هول شخصاً صاخباً مفتحاً إلى أقصى حد على العالم الخارجي، وغالباً ما كان يوصف بأنه خجول، ووصفه أصدقاؤه وشركاؤه في المسكن، في بدايات شبابه، بأنه «غريب الأطوار كمن به مس، وإنسان لطيف وساحر، ولكنه خجول إلى درجة الإزعاج، وكان كل ما يقوله، تقريباً، في وجود مجموعة من الناس هو (مرحباً) وكان يقولها همساً، فقد كان يمضي ساعات طوياً جالساً في الشقة يرسم وكأنه إنسان آلي، بينما تدور الأحاديث حوله...» وكان شاباً صامتاً لا يتقوه بحرف»¹⁶⁶. ويقول مساعده فيتو جبالو: Vito Giallo «مع أنه كان أحياناً خجولاً ومنطوياً على نفسه، كان الجميع يرغبون في تبادل الحديث معه، وكان هو يكتفي بالإصغاء، وهكذا كان يتصرف دائماً، ولم يكن يتقوه بأي تعليق، ولم يكن لديه الكثير ليقدمه، ومع ذلك كان محبوباً من الجميع»¹⁶⁷. ولكن وصف وار هول بأنه (خجول) وحسب، لا يفيد حقه، فقد عبّر كويستنبوم بكلمات أدق عندما وصف التناقض والازدواجية بين الخجل وحب استعراض الذات، بوصفهما خاصيتين مميزتين لوار هول: «من وجهة نظر مراقبين معينين، كان وار هول يبدو شخصاً هادئاً وسلبيّاً وجامداً، فكأنه يحاول إخفاء شخصيته الحقيقية؛ وفي المقابل، كان يسخر من المبالغة في كشف الأمور (بوساطة متواطئين) واكتشفت خلال مقابلاتي مع مساعدي وار هول وجود تناقض قائم بين الحياء وحب استعراض الذات، وبدأت أتخيل أن هذه الازدواجية تعكس شخصية وار هول نفسه»¹⁶⁸.

وكان هذا التناقض إحدى السمات المميزة لوار هول، ففي المناسبات العامة أو في الأحاديث وجهًا لوجه، كان غالباً ما يلتزم الصمت، و«إذا لم يكن وار هول مولعاً بالكلام (مع أنه مولع به، عليك أن تسمعه وهو يتكلم بالهاتف؛ لتدرك أنه بطل الثرثرة)، فقد كان لديه هوس بكتابة ونشر كل شيء لا

يقوله في الأحاديث وجهًا لوجه، أو حتى بالهاتف»¹⁶⁹. وأسهم هذا التناقض، وهذه التوليفة الغريبة من الحياء وحب استعراض الذات، في تكوين صورة وار هول الغامضة التي تعدها هو بالرعاية على نحو واع، وكان الفنانون الآخرون يبذلون جهودًا مضنية لشرح أعمالهم الفنية وإخبار الناس بأفكارهم، ولكن وار هول رفض هذا السلوك، ومن بين الثورات الفنية الكثيرة التي أحدثها تحويله منتجات استهلاكية - مثل علبة حساء أو زجاجات الكوكا كولا - إلى موضوعات فنية أيقونية، ولم يتضح أبدًا إن كان وار هول يرغب في التعبير عن حبه أو كرهه لتلك المنتجات، أو كان ناقدًا يساريًا للروح الاستهلاكية الأمريكية الجامحة، أو كان مفتونًا بهذه الروح، أو ربما ناقدًا ومفتونًا في آن. يقول غاري إنديانا: «إن الشخصية التي أوجدها وار هول قدمت نفسها للناس بوصفها لغزًا غامضًا يلفه الجليد»¹⁷⁰.

وأكد وار هول أكثر من مرة أن فنه يعبر عن نفسه، وأنه لا ينطوي على أي معانٍ خفية. ويقول إنديانا: إن «فناني الفن الشعبي الحديث الآخرين كانوا يشعرون بسعادة غامرة عندما يشرحون أفكارهم، ويتحدثون عما يحاولون التعبير عنه في أعمالهم، ولكن وار هول، عندما أمسك عن تقديم تفسيرات من هذا النوع - أو بعبارة أدق، عندما صدرت عنه تعليقات مختصرة وهزلية ولاذعة ومتناقضة، بدل التصريحات الرنانة - أصبح النموذج النادر الذائع الصيت للفن الشعبي الحديث، والشخصية الوحيدة المشهورة الممثلة لهذا الفن على المستوى القومي، وعلى المستوى العالمي في نهاية المطاف»¹⁷¹. ويضيف إنديانا من باب الشرح أن أي تفسيرات لفن وار هول يمكن أن نعزوها فقط للناظر المتلقي للعمل الفني، حتى إن وار هول أصر على أنه لم يبدع أعماله لتعبر عن أي شيء، أو لتحمل أي معنى¹⁷².

ولم يكن وار هول يرغب في أن يصبح مشهورًا فقط في أوساط مثقفي النخبة الذين يتجادلون فلسفيًا فيما يود الفنان قوله عن طريق العمل الفني، أو حول الرسائل الخفية التي يمكن قراءتها في العمل الفني، أو حول ما يكشفه العمل الفني عن نفسية الفنان، وأدرك أن الوصول إلى الشهرة وكسب المال سيتحققان على نحو أسهل إذا أبدع أعمالاً فنية تعبر عن نفسها؛ لأن الأعمال الفنية يجب أن تكون جميلة بحد ذاتها دون أن نطالبها بأن «تعني» أي شيء، و«الواقع أن كل ما كشفت عنه تلك الأعمال هو أنه بإمكان علبة حساء أن نتناولها على عجل من فوق رف مركز التسوق، وأن تكون جميلة على ما هي عليه تمامًا، بشكلها العادي الذي لم يتغير»¹⁷³.

وفيما يتعلق بالمقابلات، كان وار هول محاورًا صعب المراس، والواقع أنه بذلك زاد من جاذبيته بوصفه محاورًا، وكان من عاداته أحيانًا التهرب من الإجابة عن الأسئلة بأن يكرر طرح السؤال بكل بساطة على محاوره بوصفه (إجابة)، وأحيانًا أخرى، كان يبدل الأدوار، ويبدأ هو بمقابلة المذيع، وغالبًا ما كانت إجاباته تخلو من أي معنى، ولكن هذا الجانب الغريب والمبهم والمفاجئ في شخصيته هو بالضبط ما جعل منه ضيفًا تسعى وسائل الإعلام في كل أنحاء البلاد لإجراء مقابلات معه، وقد جمع المحرر كينيث غولدسميث Kenneth Goldsmith، من مجموعة المقابلات المختارة "I'll be your mirror" التي أجريت مع وار هول، أمثلة عدة على التقلبات المفاجئة التي

غالبًا ما اتسمت بها المقابلات معه، ففي معظم الأحيان، كان يجيب عن الأسئلة، بكل بساطة، بعبارة: «لا أعرف». وفيما يلي بعض الأمثلة:

«ماذا يحاول الفن الشعبي أن يقول؟ - «لا أعرف».

«كيف بدأت بإخراج الأفلام؟ - «لا أعرف».

«ما هو دورك، وما هي وظيفتك عندما تخرج فيلمًا لوار هول؟» - «لا أعرف، أنا أحاول أن أفهم ذلك»¹⁷⁴.

وحول وار هول عادته في تقديم إجابات جنونية ومفاجئة واستفزازية في المقابلات إلى إحدى علاماته المميزة، وفي سبعينيات القرن العشرين، طُلب من بعض الفنانين المرموقين إعطاء آرائهم في فنانين معروفين آخرين لإضافتها إلى مجموعة مقتطفات فنية، وعندما سئل وار هول عن رأيه في أهمية الفنان الانطباعي التجريدي بارنيت نيومان Barnett Newman؟ أجاب: «أعتقد أن كل ما أعرفه عن بارنيت هو أنه يتردد على الحفلات أكثر مني»¹⁷⁵ وعندما سئل عن رأيه في بابلو بيكاسو Pablo Picasso؟ قال: «الشيء الوحيد الذي أفهمه، وأشعر بأنه قريب مني فيما يتعلق بهذا الرجل هو ابنته Paloma... فأنا مسرور لأن لديه ابنة رائعة مثل بالوما»¹⁷⁶، وعندما سئل عن جاسبر جونز Jasper Johns، رائد الفن الشعبي الحديث؟ فالإجابة الوحيدة التي خطرت بباله: «آه... يُعدّ وجبات غداء رائعة، ويطهو الدجاج بطريقة لذيذة، ويضع البقدونس داخل الدجاجة»¹⁷⁷ وأحيانًا كان يستغل المقابلات لمغازلة المحاور أو حتى ليقوم بمبادرات ذات طابع جنسي¹⁷⁸.

وكان رفض وار هول للانصياع للقواعد تجليًا للجانب الطفولي فيه، وعلى غرار كثير من العباقرة الآخرين في تسويق النفس، لم يتخلّ عن طفولته، يقول كتاب سيرته: «كان الوجدان العاطفي لطفل في الثامنة يؤثر سلبياً في ذكاء وار هول الذي لا يعرف حدًا، ولا يمكن من دون شك سوى الإقرار ببصيرته الثاقبة وبراعته؛ والإقرار أيضًا بافتقاره المروّع للنضوج، وكانت درايته بالناس تتناسب وعجزه عن الاحتفاظ بعلاقات ناضجة»¹⁷⁹ وكان وار هول، حتى بعد أن أصبح راشدًا، يتفادى قطع روابطه الطفولية، وبذلك تثبت نفسه في وضع طفولة مستمرة¹⁸⁰، واللافت أنه ظل يعيش في شقة مع والدته إلى حين وفاتها.

وكان وار هول مستميتًا في محاولة الوصول إلى الشهرة، وكانت الشهرة شغله الشاغل، وأصبح اسمه «مرادفًا لثقافة الشهرة لمجرد الشهرة»، كما قال أحد كتاب سيرته¹⁸¹، وكان منذ طفولته شغوفًا بمجلات السينما إلى حد لا يعرف الارتواء، فقد اعتاد جمع صور نجوم الأفلام السينمائية الموقّعة من قبلهم مع إهداء (شخصي)¹⁸²، وتحول ذلك الشغف إلى دوامة لا تهدأ: صار يسعى دون كلل للاختلاط بشخصيات معروفة مستعينا بشهرته التي بدأت تتنامى للالتقاء بالمشاهير، وهذا بدوره زاد من شهرته، وكان للحفلات دور بالغ الأهمية في حياته: «من جهة، كانت الدعوات تعبر عن مدى شعبيتك ومواكبتك لأحداث النزعات الدارجة في سياق المشهد الاجتماعي، ومن جهة أخرى، كانت

تلك الدعوات فرصة لوار هول لمقابلة المشاهير؛ حلمه الطفولي الكبير، وموضع تركيز حياته الدائم»¹⁸³.

وقد ساعد عمل وار هول مع أشخاص مشهورين على زيادة شهرته، وحصل عندما عمل لدى شركة التسجيلات الموسيقية العائدة لصديقه ميك جاجر Mick Jagger، من فرقة Rolling Stones، وكان وار هول هو من صمم الغلاف الغريب الخاص بألبوم الأغاني Sticky Fingers، حيث ظهرت على الغلاف صورة بنطال جينز، من الأمام والخلف، بسحاب مفتوح يكشف عن ملابس داخلية بيضاء بأسلوب مثير، و«استغل وار هول، ببراعة فائقة، شهرة أصدقائه وزبائنه لمصلحة شهرته، وهنا أيضًا أثبت موهبته المثيرة للإعجاب في تسويق نفسه»¹⁸⁴.

وقد زاد وار هول من حضوره في أوساط المشاهير، وفي دوامة ساحرة من نجوم السينما والسياسيين وكبار مصممي الأزياء والموسيقيين المعروفين والمشاهير من جميع التوجهات، وأقام علاقات اجتماعية مع ليز تايلور Liz Taylor، وجاكي أوناسيس Jackie Onassis، وشيرلي ماكلين Shirley Maclaine، وبالوما بيكاسو، وهنري كيسنجر Henry Kissinger، وجيمي كارتر Jimmy Carter، وإيف سان لوران Yves St. Laurent، وديانا روس Diana Ross، وببير كاردان Pierre Cardin، وجون لينون John Lennon¹⁸⁵، ومن جهة، كان وار هول واحدًا منهم، ولكن من جهة أخرى، حافظ دائمًا على مسافة بينه وبينهم، واعتاد أن يحمل معه آلة تصوير ومسجل كاسيت؛ لتسجيل الصور والصوت.

وعند اختيار وار هول الأفكار الرئيسية لأعماله الفنية، حرص دائمًا على أن يأخذ في الحسبان الوقع الذي ستحدثه في وسائل الإعلام، وفي أول معرض كبير شارك به في نيويورك، عرض صورًا لمارلين مونرو Marilyn Monroe وإيفيس بريسلي وحوادث (حوادث سيارات، مثلًا)، واختار مونرو وبريسلي؛ لأنهما كانا معبودي ملايين الأمريكيين ومعروفين من قبل الجميع، وأظهر براعة فائقة في اختيار التوقيت المناسب لإعداد صورته وعرضها، وبعد أيام قلائل من وفاة مارلين مونرو في الرابع من آب/ أغسطس عام 1962م حصل على صورة دعائية للممثلة تعود إلى خمسينيات القرن العشرين، وبكل بساطة قص الصورة لإزالة الجزء الأسفل من الصدر، ثم أعد شاشة حريرية من هذا النموذج الذي لم يعدل فيه شيئًا.

وفي مرحلة متقدمة من مهنته، قبل تنفيذ عدد كبير من الصور التي كلفه بها أشخاص مشهورون رغبوا في الحصول على صورة لهم أبدعها وار هول، وقد لا يبدو مبلغ 25 ألف دولار أمريكي سعرًا عاليًا اليوم، ولكن إذا عدلنا المبلغ بحسب معدل التضخم يصبح السعر 165 ألف دولار أمريكي للصورة بالقيمة الحالية، ومنذ بداية سبعينيات القرن العشرين، كان وار هول ينفذ ما بين 50 - 100 صورة من هذا النوع في العام، وكان عدد كبير من الصور لشخصيات مشهورة، وإذا كان بإمكان الشخص دفع المبلغ، فلم يكن لدى وار هول مانع من صنع صور لزبائن غير معروفين¹⁸⁶.

وقد سببت منهجيته الارتزاقية الجشعة تنامي مشاعر الازدراء له في عالم الفن، ولم يرَ النقاد في تنويعات وارهول التي لا تنتهي ومجموعاته المتواصلة سوى ركود فني، و«كان كثير من الرسومات التي نفذها بناء على طلبات الزبائن تتسم بقبح بغيض مرسوم على عجل ودون إتقان، كتل عشوائية هامة من الألوان ولطخات سميكة من ضربات فرشاة اعتباطية»¹⁸⁷، والواقع أن وارهول فقد الكثير من طاقته الإبداعية بعد محاولة الاغتيال، وكان وضعه بوصفه فنناً موضع تشكيك دائم، ولكن «وهج شهرة وارهول لم يخبُ أبداً»¹⁸⁸.

الأدوات التي لجأ إليها وارهول لتكوين علامته المميزة:

1. خرق متطرف للقواعد العامة المقبولة: رسمَ علبَ حساء هائلة الحجم، وادّعى بكل طيش أن تلك اللوحات فن.

2 أفكار مبدعة في مجال العلاقات العامة: عندما عرضت صالة منافسة علب حساء حقيقية للسخرية من فن وارهول، طلب من مصورين التقاط صور له وهو يوقع علب الحساء الأصلية في مركز تسوق قريب، وانتشرت الصورة في كل أنحاء العالم.

3 فنان أشبه بالآلة، وأستديو الفنان أشبه بالمصنع: كثير من أعماله الفنية نفذها مساعدوه، ثم وقّع عليها هو لدى خروجها من خط الإنتاج، وركّز اهتمامه على كفاءته الأساسية: تكوين صورة له لتصبح علامته المميزة.

4 عندما كان يدعى إلى المحاضرات والحفلات، كان أحياناً يرسل شبيهاً له ليحل محله؛ ليضمن المشاركة في الأحاديث حتى في حال غيابه.

5 الاستقزاز: عندما طُلب منه تقديم عمل فني لجناح الولايات المتحدة في معرض World Expo، رسم على الجدران صور ثلاثة عشر مجرماً من أخطر المجرمين المطلوبين في الولايات المتحدة، وفي رد فعل على الفضيحة التي أعقبت ذلك، رش الصور بدهان فضي، وبذلك عاد ليصبح موضوع الأحاديث.

6 استغل كل جانب من جوانب حياته لتسويق نفسه، حتى الندوب: فبعد تعرضه لمحاولة اغتيال، غطت جسده الجروح التي سببتها الرصاصات، فقرر تصوير جسده المشوه من قِبَل مصور مشهور، ومن ثم تلوين الصورة من قِبَل رسامة الوجه أليس نيل.

7 كان وارهول مهووساً بالمشاهير، فقد سعى لمعاشرتهم، وبذلك زاد من شهرته.

8 خرق القواعد في أثناء المقابلات: كان وارهول عادة ما يعطي إجابات مفاجئة تماماً في أثناء المقابلات، وكان أحياناً يبدأ بإدارة الحوار مع المحاور أو بالقيام بمبادرات ذات طابع جنسي، أو أنه كان، وبكل بساطة، يعطي إجابات لا معنى لها.

9 حوّل مظهره إلى معلم أساسي من معالم علامته المميزة، فعلى سبيل المثال، كان يرتدي شعرًا مستعارًا فضي اللون يتماشى مع اللون الذي اختاره لعلامته المميزة.

وقد كرّس وارهول بعناية صورته بوصفه شخصًا مبهمًا غامضًا متناقضًا: الرجل الذي يذهب إلى الكنيسة كل أحد، ومع ذلك يصور أفلامًا إباحية، والفنان الذي يدّعي أن أعماله نفذها آخرون، وقد جعلته شخصيته، التي كانت مزيجًا غريبًا من الخجل الشديد وحب الاستعراض المفرط، علامة مميزة لا تخطئها العين.

كارل لاغريفيلد أنا ونفسي وذاتي

يعرّف كثير من الأشخاص أنفسهم بذكر مهنتهم، ولكن كارل لاغريفيلد يصف نفسه بأنه (شخص محترف) أي في مقابل تعبير «شخص غير مضطر إلى العمل»¹⁸⁹، عمل لاغريفيلد في العديد من المهن لدرجة أنه سيكون من غير العدل تعريفه بمهنة واحدة فقط منهم، وقد قال يوماً في إحدى المقابلات: إنه لا يوجد بعد توصيف لعمل يغطي كل المهن التي مارسها، ويصف بول سانر Paul Sahner، في سيرة حياة لاغريفيلد، إتقان هذا الرجل لكثير من المجالات المهنية بالقول: «يغيّر مهنته كالحرباء، فهو مصمم أزياء، ومكتشف أفضل الموديلات، ومصوّر، ومهندس تصميم داخلي، وصانع عطور، ورجل أعمال رياضي، وصانع أفلام صامتة، وسيد ومالك صالة عرض، ومؤلف، وجامع تحف خزفية، ومعلم في مجال الإعلانات، ورجل علاقات عامة، وناشر، وبنّاء كتب»¹⁹⁰. فإن لاغريفيلد كان لاغريفيلد، وهو لا يشبه أحداً قبله ولا بعده، فقد أسس نفسه كعلامة تجارية واتخذ النرجسية ديناً له، وكان شعاره، كما يقول سانر: «نفسي وذاتي وأنا»¹⁹¹، ويضيف لاغريفيلد في معرض الشرح أنه، خلال مسار حياته، حوّل نفسه إلى صورة كاريكاتورية، وإلى صورة تجريدية: «لم أعد كائناً بشرياً، فأنا تجريد، وأنا الدمية، وأنا الرجل الذي يحرك هذه الدمية، وهذا هو الوضع الذي أرتاح له، والمشكلات الدنيوية لا تعنيني كثيراً»¹⁹²، وذات يوم، رحّب بأحد الصحفيين مُظهرًا تعاطفه بالقول: «أنا نفسي كنت يوماً مجرد إنسان فإن مثلك»¹⁹³، ولكن هذا بالضبط ما لم يرغب أبداً في أن يكونه، مجرد إنسانٍ فإن مثل أي إنسانٍ آخر، ف «لم أعد أشعر أنني كائن بشري»¹⁹⁴.

وكانت تلك العبارات تبدو شديدة الغرابة لو أنها صدرت عن شخصٍ آخر، ولكننا نتقبلها عندما تصدر عن لاغريفيلد، وربما بسبب إحساسه الفائق بالسخرية من الذات، وشعر بالفخر عندما اتبع نظاماً غذائياً أنقص فيه أربعين في المئة من وزنه، لكنه قال لاحقاً: «عندما أقف أمام المرأة عارياً، تعكس لي صورة أشبه بهيكل عظمي يستخدمه طالب الطب في دروس التشريح»¹⁹⁵، وكثيراً ما ادعى لاغريفيلد أنه كان دائماً أول من يضحك على نفسه انطلاقاً من قناعته بالفوائد العلاجية لعدم المبالغة في أخذ المرء نفسه على محمل الجد: «يمكن لأي شخص أن يبدو مضحكاً وغريب الأطوار في حالات معينة، وإذا ركزت انتباهك فسوف تلاحظ ذلك، طالما أنت صادق مع نفسك»¹⁹⁶.

ولم يكن يخشى أن يواجهه أي شخص بإحدى عباراته السابقة، أو يشير إلى تضارب أقواله من حيث المنطق، فحصّن نفسه من الانتقادات بالتأكيد أكثر من مرة بأن ما يقوله يُعدّ ملزماً له لحظة قوله فقط: «رجاء، لا تأخذوا ما أقوله على محمل الجد، وإذا قلت شيئاً ما اليوم، فقد لا أتذكره غداً، وغداً سأكون شخصاً مختلفاً تماماً»¹⁹⁷.

ولكن فكرة أن يكون لاغريفيلد، فعلاً، راعباً في ألا يأخذه الناس على محمل الجد بهذا القدر، وألا يهتموا كثيراً بأرائه، تظل موضع شك، ففيما يتعلق به، السخرية من الذات التي يتظاهر بها هي أقرب إلى كونها إستراتيجية لتسويق النفس، حيث أتاح له ذلك إظهار مستوى من الغطرسة والتكبر لا يمكن قبوله من شخص آخر، وأعلن أنه إذا كان سيكتب يوماً سيرته الذاتية، فسوف يكتبها باللغة الإنجليزية، وصمم بعناد على أنه لن يسمح لأحد بترجمتها: «إذا كان الناس في فرنسا أو ألمانيا يرغبون في قراءة سيرتي الذاتية، لكنهم لا يتقنون اللغة الإنجليزية، أود أن أقول لهم: إن هذا الكتاب إذًا، ليس موجهًا إليهم!»¹⁹⁸، وصرح في مناسبة أخرى أنه يسافر دائماً في طائرات خاصة؛ لأن هناك شركات تدفع تكاليف معظم رحلاته، و«إذا لم أكن، من وجهة نظر أحدهم، أستحق السفر بطائرة خاصة، فلا حاجة بي للذهاب إليه، وأنا أتصرف دون استئذان فيما يتعلق بهذا الأمر، وهذا يؤكد أيضاً أن الشركات تقدّرني، وتقدّر عملي»، وإلا كان يفضل البقاء في منزله ومطالعة كتاب، أو عدم القيام بشيء¹⁹⁹.

إذًا، فمن هو كارل لاغريفيلد؟ ولد في هامبورغ عام 1933م، ولكنه يحيط بتاريخ ميلاده الحقيقي بالغموض، فقد ذكر يوماً أنه عندما كان مجرد طفل، كثيراً ما قيل له: «أنت فريد من نوعك». واعترف، دون ذرة من التواضع، كما هو معهود منه: «والأرجح أنني كنت أصدق ذلك أيضاً»²⁰⁰ وعندما التحق بالمدرسة، كان يرغب في أن يكون مختلفاً عن زملائه في الصف، حتى لو أدى ذلك إلى تعرضه للسخرية من جانبهم، وعندما شكا لوالدته يوماً سخرية زملائه منه، قالت له: «هل سبق لك أن نظرت في المرأة؟ الخطأ خطوك». فأقرّ لاغريفيلد: «كانت على حق، إذ كانت قصات شعر الصبيان الآخرين قصيرة، أما أنا فكانت أفضل قصات الشعر الغريبة والشعر الطويل الغزير المموج»²⁰¹، وكان يرغب في أن يكون مختلفاً عن زملائه في الصف، الذين كانوا يأتون إلى المدرسة، في زمن ما بعد الحرب، مرتدين أسماً بالية. أما لاغريفيلد، فقد كان يرتدي سترات خيطة خصيصاً له، وقمصاناً نظيفة مرتبة بقبّات منشأة، وأربطة عنق حريرية²⁰²، وكان بإمكانه الحصول على ثياب كهذه، فقد كان ابن عائلة ثرية تعمل في مجال الصناعة، وفيما بعد مارس رياضة كمال الأجسام، وصار يستعرض نفسه على شاطئ البحر؛ لإظهار جسده وعضلاته المتناسقة²⁰³.

ولكن نظراً لولعه بالحلوى، ازداد وزنه كثيراً في مرحلة لاحقة من حياته، ووصل إلى أكثر من مئة كيلوجرام، واحتفى كثيراً بالعلاج الذي ساعده على الإقلال من وزنه - أنقص 42 كيلوجراماً خلال ثلاثة عشر شهراً²⁰⁴ - وقد جعل من ذلك حدثاً عاماً يشاركه فيه العالم بأسره، ولم يكن يفعل أي شيء في الخفاء، وكان يشارك العالم كله في كل شيء، حتى في نظامه الغذائي لإنقاص الوزن، وقرر مشاركة طبيبه في تأليف كتاب حول نظامه الغذائي، وشعر مدير مشغله أرنو ميلارد بالدهشة: «لا أدري ما هو قصده الحقيقي: هل يريد تأليف كتاب رائع، أم وضع نفسه في مركز اهتمام وسائل الإعلام؟ أنا لا أستطيع أن أتخيل مصمم أزياء في مكانته تستثيره فكرة نشر كتاب يحكي تفاصيل نظامه الغذائي»²⁰⁵، ولكن كتاب لاغريفيلد أصبح كتاباً رائجاً، وتقاطر الصحفيون؛ لإجراء مقابلات

معه عن صيغة نظامه الغذائي. يقول ميلارد، الذي عمل مع لاغريفيلد خمسة عشر عامًا: «هو يتذمر منهم من باب التظاهر فقط، لكنه يحب أن يُحاط بطوفان وسائل الإعلام حيثما ذهب»²⁰⁶.

وكان لاغريفيلد، على غرار العباقرة الآخرين في فن تسويق النفس، يتظاهر بالانزعاج من وسائل الإعلام، وغالبًا ما كان يدعي أنه لا يابه ألبته بما يقوله الناس عنه، وهذا ليس صحيحًا من دون شك، فقد كان يشتري كل الصحف التي تنشر مقالات عنه، ويقرأها، وسعى لكسب ود الصحفيين، كما يفعل بعض المشاهير القلائل، ويذكر بول سانر، الذي كان آنذاك رئيس تحرير المجلة الألمانية Bunte، المتخصصة في الإشاعات التي تلاحق المشاهير، كيف دعاه لاغريفيلد إلى بلدة بيارتز Biarritz الفرنسية، وكيف تأثر عندما سلمه السائق الذي حضر لاستقباله في المطار رسالة مكتوبة على ورق أصفر زاهٍ: «إن مجرد فكرة أن يجد كارل الوقت، على الرغم من مشاغله، للتحضير لإقامتي معه بهذا الأسلوب الحميم، لهي دليل على سجاياه الاستثنائية بوصفه مضيئًا، فهو يفكر في كل شيء، مثل المسؤول عن الاحتفالات في بلاط ملك الشمس (الملك الفرنسي لويس الرابع عشر) ويؤدي الدورين بنفسه»²⁰⁷.

وقد كَوّن لاغريفيلد صورته العامة - علامة لاغريفيلد المميزة - خلال مسار حياته، من مجموعة من السمات المميزة، ولم يشكّلها بين ليلة وضحاها أو بقرار واعٍ، إذ كرس شهرته بمرور السنوات: «أنا لا أرتدي بذلة مثل شارلي شابلن، وخطرت لي فكرة تسريحة شعري ونظارتي الشمسية بمرور الوقت، تحوّلت، ببطء وبتصميم، إلى صورة كاريكاتورية عن نفسي»²⁰⁸.

وخلال مسار تطويره لأسلوبه الخاص، برزت علامته المميزة: القفازات ذات الأصابع المفتوحة من الأعلى، والخصلة المغطاة بمساحيق التجميل، والقبة العالية، والنظارات الشمسية، وأحيانًا، مروحة، وبفضل هذه الصور الأيقونية سهّل لاغريفيلد، دون شك، الأمر على رسامي الكاريكاتير، ولكن العلامة المميزة للاغريفيلد كانت تعني أكثر بكثير من مجرد مظهر خارجي، فقد اشتهر لاغريفيلد أيضًا بأقواله الوقحة وأسلوب حديثه المميّز، وكان لاغريفيلد، كما يقول سانر، المعلم الأكبر للألحان المنقطعة، و«يلفظ كلماته بسرعة، وكثيرًا ما يغيّر الإيقاع من السرعة إلى البطء، وأحيانًا، ترقص عباراته على ألحان بوسانوفيا bossa nova، وتبدو أحيانًا أخرى أشبه بالألحان الريفية»²⁰⁹.

وفي مطلع خمسينيات القرن العشرين، انتقل لاغريفيلد إلى باريس، وعمل في دور أزياء عدة، بما فيها دار بالمان Balmain وباتو Patou وغلوي Ghloe. وفي ثمانينيات القرن العشرين، كانت النقلة النوعية في مهنته عندما عُيّن في منصب المدير الإبداعي والمصمم الرئيس في دار شانيل Chanel. وكانت الشركة التي أسستها كوكو شانيل Coco Chanel، قد تحوّلت آنذاك إلى صورة عفا عليها الزمن، وقد منح لاغريفيلد تلك العلامة التجارية روحية أسطورية، وحوّّل الشركة إلى مصدر تأثير دولي قوي في عالم الأزياء، يساوي مليارات الدولارات. قال لاغريفيلد: «أنا من جعلت دار شانيل تتخذ صورتها الحالية، ومن دوني، كانت دار الأزياء هذه ستقفل أبوابها منذ زمن طويل. قال لي الوريث الأخير، الذي جاء لمقابلتني: إما أن تتسلّم الدار، أو أضطر إلى إقفالها»²¹⁰.

لكننا إذ نختزل شخصية لاغرفيلد في مصمم أزياء لبعض الدور ذات العلامات التجارية الأكثر ترفاً في العالم، نسيء إليه؛ لأن وضع قائمة بكل الأعمال التي نفذها لاغرفيلد يتطلب فصلاً بكامله، فمصمم لعبة بشكل دب لشركة Steiff، وأقلاماً لشركة Faber - Castell، وكمية محدودة من زجاجات Diet Coke، وأساور وقلادات ومشابك صدر لشركة Swarovski، وعطر Chloe الشهير للنساء، ومجموعة من العطور الخاصة به التي تحمل اسمه، وعمل مصمماً للأزياء المسرحية وأزياء الأوبرا، ومصوراً، ومصمم حملات دعائية لشمبانيا Dom Pérignon، ولنموذج سيارة Phaeton لشركة فولكسفاغن، وأسس دار نشر خاصة به، واشتهر بمجموعات الكتب التي يمتلكها، والتي كانت تضم ثلاث مئة ألف كتاب، وتمكن لاغرفيلد من إيجاد التوازن المناسب بين تصميم أزياء أنيقة عالية الثمن، وتصميم أزياء وعطر لسلسلة متاجر الأزياء السويدية H&M تباع في أسواق الجملة؛ أي إنه جمع بين الأجواء النخبوية وقيم المساواة بين البشر: «كان عشرة الآلاف شخص، الذين ينتمون إلى المستوى الأعلى من المجتمع، ضحية تكبرهم على الدوام، فلا شيء يناسبهم سوى البضائع الباهظة الثمن، ولكن المهم ألا ننظر إلى (الجماهير) نظرة دونية، وعلينا تقديم خيارات ذات أثمان معقولة، وبإمكان المرء أن يشتري ثياباً رخيصة، وأن يبدو أنيقاً في الوقت نفسه»²¹¹.

وقد كانت الحرية هي القيمة الأهم بالنسبة إلى لاغرفيلد، ففي بداية حياته المهنية، حقق أمراً غاب عن ذهن كثير من المصممين قبله، وهو العمل لدور أزياء عدة في الوقت نفسه. يقول سانر: «سرعان ما أصبح الرجل الذي يستطيع العمل مع أيِّ مكان، وهذه ميزة يُحسد عليها؛ لأنها لم توهب إلا لعدد قليل من الناس، فقط». وصف سانر منهجية لاغرفيلد الانتقائية كالتالي: «معطف من وبر الجمل من أجل Max Mara، نعم، هذا من دواعي سروري، وبر الجمل هو النسيج المفضل لديّ، ومعطف فرو من أجل دار Fendi، مدهش، فأنا أحب اللعب المحشوة بشكل حيوانات، ومجموعة من أجل دار Patou، لا بأس، فهذا أيضاً رائع في ثياب رياضة الغولف، وبذلة للسيدة التي تفضل علامة Chloe، رائع وجاهزة تقريباً»²¹².

وتمكن لاغرفيلد من إبداع الكثير؛ لأن النموذج الذي يعمل على أساسه يمنحه الحرية للتركيز على ما يتقنه أكثر من أي شيء؛ التصميم، وكان يترك باقي الأعمال ليقوم بها الآخرون، وهكذا تمكن من جني أموال أكثر مما كان سيجني إذا كان يملك علامة تجارية خاصة به، أو حتى إذا كان مصمماً يعمل حصرياً لمصلحة شركة واحدة، و«بوجود عدد لا يحصى من العقود والتراخيص ومن شبكات العلاقات، يتمكن (لاغرفيلد) من جعل الآخرين يرفعون الحمل عن كاهله، وبذلك يُبقي لهيب الإبداع مشتتاً داخله، فهو يصمم الحقائب، والأحذية، والأقمشة، وورق الجدران، والكؤوس، والمنسوجات الصوفية، والفرو، والملابس الباهظة الثمن والملابس الرخيصة الثمن؛ تصاميم تحمل اسمه أحياناً، وتحمل أسماء آخرين في غالب الأحيان»²¹³.

وبالنسبة إلى لاغرفيلد، فقد كان الإبداع أمراً طبيعياً، و«كلما مارست العمل أكثر، ازدادت الأفكار التي تخطر ببالك، مثل عازف البيانو، فكلما عزف مدة أطول، ازدادت قدرته على الارتجال بصورة

طبيعية، وإذا ظللت أرسم مخططات طوال الوقت، فسوف يتفتق ذهني عن أفكار جديدة»²¹⁴، وكانت الأفكار تخطر في باله بسهولة، هذا صحيح، ولكن في المقابل، لم يكن هو يخلد إلى الراحة في انتظار أن يأتيه الإلهام، وقد روى يوماً أنه كان يبحث عن فكرة جديدة لتصميم ثوب سباحة، وجلس وقرّر ألا يبرح مكانه قبل أن يضع خمسين تصميمًا لثياب سباحة، وكانت التصاميم الخمسون جاهزة بعد ثلاث ساعات، ومع ذلك تابع العمل²¹⁵.

وكان الانضباط والتمسك الدائم بأخلاقيات العمل من أهم خصال لاغرفيلد، مع أنه كان يعيش وسط أجواء تسعى دائماً إلى المتعة، حافلة بالإغواء والمغريات، ولم يضعف لاغرفيلد أمام تلك الإغراءات، ولم يدخن، ولم يتعاط المخردرات، ونادراً ما كان يشرب الكحول، والأرجح أنه كان يدرك أنه في حاجة للانضباط الذاتي؛ لأنه شعر بأن لديه استعداداً طبيعياً للإدمان، ففي أوقات معينة من حياته، كان من عادته أن يشرب لبيترات عدة من Diet Coke يومياً، ويأكل كميات كبيرة من الحلوى.

وقال مصمم الأزياء ولفغانغ جوب Wolfgang Joop في حديثه عن لاغرفيلد: «علينا أن نأخذ نصيحته بجدية: يجب التحكم في مشاعرنا وميولنا للإدمان، وإلا أصبحنا ضحية الظروف المحيطة بنا، وفي نهاية المطاف، تحوّل كثيرون من المحيطين بنا إلى ضحايا، وأما كيفية تحقيق الانضباط والحفاظ على الاتزان، فهو يُظهر لنا ذلك بامتياز، وفيما يتصل بهذا الشأن، فلاغرفيلد هو أعظم ظاهرة صادفتها في حياتي، فهو رجل مبدع»²¹⁶.

وتوفي أصدقاء كثيرون له؛ لإصابتهم بمرض نقص المناعة المكتسب (الإيدز)، وعانى آخرون من نتائج الإفراط في تعاطي المخردرات، ولاحظ هو كل ذلك، وامتنع عن كل ذلك بانضباط صارم، وعندما كان يريد أن يمدح أشخاصاً آخرين، كان يثني على قدرتهم على ضبط النفس، وعلى سبيل المثال، فعندما وصف إحدى العارضات اللواتي اكتشفهن، وهي كلوديا شيفر Claudia Schiffer، قال: إنها، وخلافاً للعارضات الأخريات، تتمتع «بانضباط صارم» و«الأخريات مسليات أكثر، لكنهن أقل انضباطاً»²¹⁷. وتحوّل هذا الانضباط تدريجياً إلى سمة أساسية في علامة لاغرفيلد المميزة، فلا يمكن أن نتخيل هذا الرجل وهو يتصرف بأسلوب لا مبالٍ فيما يتصل بأي شيء، وقد أصبح تعليقه في أحد البرامج الحوارية في التلفزيون الألماني، وهو: «إذا ارتديت بنطالاً رياضياً، تفقد السيطرة على حياتك»، عبارة جرى اقتباسها أكثر من أي ملاحظة ذكية أخرى صدرت عنه، و«يقول لي الناس: «أنت ألماني، وأنت تتمتع بالكثير من الانضباط النفسي...» أنا أسوأ من ذلك. أنا فاشيستي - ذاتي، ديكتاتور أمارس الضغط على نفسي، وفيما يتعلق بي، فأنا لا أتحمّل الديمقراطية، ولا نقاش في هذا الأمر، فأنا أصدر الأوامر، وهذا أيضاً لا يسبب لي الكثير من المعاناة، فالأوامر هي الأوامر، انتهى الموضوع»²¹⁸.

ولكن من الخطأ الاعتقاد أن قوة إرادة لاغرفيلد التي لا تُقهر تعني أنه كان يُجبر نفسه على العمل؛ لأنه كان في حاجة إلى الانضباط ليقاوم المغريات، للالتزام بنظامه الغذائي، وكان حريصاً على

سريان هذا الانضباط داخل مشغله، حيث كان يشرف على كل شيء بصرامة أقرب إلى الروح العسكرية، وكان مدير المشغل حريصًا على الالتزام بإرشادات لاغرفيلد بكل دقة، وأما الضغط الذي يُسببه اقتراب الموعد الأخير للإنجاز، فكان قاسيًا إلى حد الألم²¹⁹.

ومع ذلك، صرح لاغرفيلد أكثر من مرة بأن التصاميم تتشكل في ذهنه بصورة طبيعية: «أنا لا أعرف ما المقصود بعبارة المعاناة من الإجهاد، أنا أعرف فقط ما ينبغي ارتداؤه، فأنا أعمل في مجال الأزياء»²²⁰. وإذا كان الانضباط يعني التزام الشخص بأداء أمور لا يستطيع تحملها، لم يكن لاغرفيلد في حاجة إلى هذا النوع من الالتزام في مجال عمله، وقد قال يومًا: «نحن، على أي حال، نمارس عملاً يمتعنا طوال اليوم، والتصميم بالنسبة إلي أمر طبيعي مثل التنفس»²²¹ وكان يفكر في عمله حتى في أثناء نومه، وكان يحلم، ويسجل أفكاره عندما يستيقظ، وروى يومًا كيف رأى مجموعة كاملة من الأزياء في منامه: «رأيت في المنام مجموعة كاملة، وفي الصباح المقبل، رسمت التصاميم بكاملها، وسار كل شيء على ما يرام»²²².

فما الذي كان يدفع لاغرفيلد للعمل على هذا النحو؟ هل هو المال، كما قال بعضهم؟ لكنه أصبح من أثرى أثرياء باريس، ولطالما صرح علنًا أنه يحب كسب المال، أم هو السعي للشهرة أو للاعتراف بمقدراته؟ «أنا ألقى احتفاء أكثر مما يلقاه غاليلانو Galliano والآخرين، ولا يستطيع أحد الوصول إلى مستوى نجاحي، ولا يستطيع أحد مجاراتي، فلم أعد أستطيع عبور الطريق؛ إذ يستوقفني الراغبون في الحصول على توقيعي في كل مكان، وتصلني الرسائل من كل أنحاء العالم تحوي طلبات للحصول على توقيعي، وهذا لا يصدق.» وبعد أن قال ذلك، سارع إلى قول ما يقوله معظم المشاهير في مواقف مماثلة بأن الاهتمام الذي يلقاه يسليه، مدعيًا أنه لا يفهم سبب هوس الناس به²²³.

وعندما يدعي لاغرفيلد أنه لا يفهم سبب الإثارة المحيطة به وبعلامته المميزة، فإن صدقه هنا يعادل صدق العباقرة الآخرين في فن تسويق النفس، الذين يتحدث عنهم الكتاب، والذين يدعون الشيء نفسه، ويذكر ميلارد أنه دخل يومًا بصحبة لاغرفيلد إلى متجر Diesel، وتوجهت كل الأنظار إليه، و«أخيرًا، جرّوت مجموعة من اليابانيين المبتسمين على الاقتراب منه، وقد غطوا أفواههم بأيديهم، وجهزوا الأقلام، وسرعان ما حذا حذوهم زبائن آخرون كانوا خائفين في البداية، فغمزني كارل، وقال: «انظر، حتى الشباب يعرفوني! هذا ليس بالأمر السيئ، أليس كذلك؟»²²⁴.

وما من شك في أن أي شخص مشهور يشعر أحيانًا بأنه منهك بسبب الإثارة الحيطه به، وبسبب فقدان الخصوصية المرافقة لها، ولكن لاغرفيلد، والنجوم الآخرين الذين يتمتعون بمكانته، يتقبلون تلك التبعات؛ لأنهم لا يحتملون البديل: السقوط عبر شقوق التاريخ كأبي كائن مجهول، وعدم إمكانية تمييزهم عن الجماهير، حتى إن لاغرفيلد برر قراره بعدم إنجاب الأطفال بالقول: إنه كان دائمًا يعدّ نفسه عينة فريدة على نحو مطلق؛ ولذلك فهو لا يشعر بأدنى رغبة «في استنساخ هذا الفرد»²²⁵.

وكان لاغرفيلد، في سعيه لجذب اهتمام وسائل الإعلام، يعتمد القيام بتصرفات غير مقبولة والتفوه بتصريحات استفزازية مثيرة للجدل، وفي عام 1993م جعل كلوديا شيفر تسير على ممر العرض، وهي ترتدي ثوباً زُين صدره بآيات من القرآن الكريم، وثارَت احتجاجات شديدة؛ لأن المسلمين اعتبروا هذا التصرف استخفافاً بالقرآن الكريم وبحياة الرسول صلى الله عليه وسلم، ولتهدئة موجة النقمة، جرى تقديم اعتذار، وبعد التفكير في الأمر، قال لاغرفيلد: «الفضائح لا تؤذي إلا من ليس في حياتهم أي فضيحة»²²⁶.

وفي حين سعى لاغرفيلد إلى التسبب في إحداث ضجة بتصريحاته الاستفزازية، فإنه فهم روحية العصر بطريقته الخاصة، وصاغها على صورته، وإذا جعلت من مخالفة الرأي العام السائد، على الدوام، مبرر وجودك، فلن تكون من الناجحين، لا في مجال الأعمال، ولا في عالم الأزياء، ويمكن أن نقول الشيء نفسه عن الأشخاص الذين يسايرون الرأي العام السائد على الدوام، وتكمن البراعة في أن تكون دائماً السبّاق إلى أداء شيء ما، وألا تتوقف عن ابتكار نفسك من جديد، والحفاظ في الوقت نفسه على جوهر لا تخطئه العين لعلامتك المميزة، و«لكن ذلك يضعك في مواجهة تحدي الإبقاء على شخصيتك دون التخلي عن التطور مع روحية العصر؛ لأن خلق شيء جديد دون تكرار نفسك يترك في النفس وقعاً أكبر»²²⁷.

وتناولت مجلة Der Spiegel الإخبارية الألمانية، في نعيها لكارل لاغرفيلد، الظاهرة المسماة لاغرفيلد: «ابتكر نفسه، وحولها إلى شخصية فنية، إلى أن أصبح علامة عالمية مميزة». وكان «رائد عصر نُعدّ فيه طريقة تقديم النفس والصورة الاجتماعية العامة كلَّ شيء، وهو شخص راديكالي، وحر، وفريد من نوعه»²²⁸.

ولم يكن يبالي بوصفه أنه نرجسي، والواقع أنه لم يكن يحاول، إلا بالكاد، إخفاء نزعاته النرجسية، ويروي ميلارد أن لاغرفيلد كان غالباً لا يبالي حتى بالنظر إلى زملائه حين يحدثهم، وعندما كان يجيب أحدهم، كان ينظر إلى نفسه في المرآة الموجودة خلف كتفي محدثه، وحتى في أثناء جلسات تجربة تصاميم الثياب، كان كل ما يهمله هو نفسه، و«لم تكن عيناه الثاقبتان، كعيني النسر، في حاجة إلى أكثر من جزء من الثانية لاتخاذ قرار بشأن تصميم ما، ولسوء الحظ، ولأن هذا المصمم، وعلى الرغم من جرفيته الممتازة، كان يعطي الانطباع بأنه لا يهتم لشيء ولا لشخص عدا مظهره الشخصي». وكان يعدّ التقاط أي صورة للتصاميم مناسبة للتقاط صورة شخصية له، وبعد كل جلسة تصوير، كانت تحط على طاولة المدير المسؤول عن الاتصالات في مكتبه، صورة شخصية جديدة لكارل ليقيم بتوزيعها على الصحفيين²²⁹.

وعندما سئل لاغرفيلد ذات يوم إن كان يفكر في إنشاء مؤسسة خيرية؟ أجاب بأنه لن يكسب شيئاً من ذلك المشروع: «كل ما يمثلني يبدأ، وينتهي معي»²³⁰، وفي اعتقادي أنه لو جرؤ أي شخص مشهور آخر على التعبير عما يعده لاغرفيلد أموراً بدئية، فسوف يواجه التأنيب؛ لكونه إنساناً أنانياً لا يعرف الرحمة: «أريد أن أعيش حياة مريحة، وحياة خالية من المشكلات أنا بدايتي ونهايتي، وأنا

من يقرر ماذا أود أن أحقق، ولست مضطراً إلى مراعاة مشاعر أحد، ولا لتحمل مسؤولية أحد»²³¹، وهل يمكن القول: إن الناس كانوا يغفرون له التفوه بتصريحات من هذا النوع؛ لأنهم في قرارة أنفسهم يحملون مشاعر مماثلة دون أن يجروا على التصريح بها؟ وقد يظن بعضهم أن لاغرفيلد لا يمكن، في الواقع، أن يعني ما يقول، وأن تلك العبارات ما هي سوى إحدى تعليقاته الذكية التي يقصد بها الاستفزاز، ولا يمكن أخذها على محمل الجد، ناهيك عن فهمها حرفياً.

ويمكن إيجاز منهجية لاغرفيلد في الحياة في مبدئين اثنين: حرية دون حدود، ودافع لا يُقاوم للتطور المتواصل، وقد قال يوماً: «السعادة هي مسألة نظام وانضباط، وأنا حصيلة ما رسمته أنا وما تخيلته أنا، وما أردته وما قررت القيام به»²³².

وكيف ضمن لاغرفيلد ألا يملّ الناس حضوره المتواصل في كل مكان، كما يحصل مع كثير من المشاهير الآخرين؟ قد يكون أحد التفسيرات هو أنه كان يعيد ابتكار نفسه باستمرار، وبذلك لم يتحول إلى شخص مثير للملل، وكان مسيرًا بقوة مشاعر القلق المثمرة، أو، كما هو: «أنا لا أشعر بالرضا أبدًا، ولا أتوقف عن التفكير أن بإمكانني تحقيق الأفضل... عرض أفضل، مجموعة أزياء أفضل، وهناك دائمًا إمكانية أن يحصل كل شيء بصورة أفضل»²³³.

وثمة تفسير آخر، وهو أن لاغرفيلد، وعلى الرغم من كل المقابلات التي أجراها عن طيب خاطر، تمكّن من إبقاء شيء ما طي الكتمان، وكانت النظارات الشمسية تعني أيضًا أنه لا يمكن لأحد رؤية ما بداخله فعليًا، فالرجل الذي كان يعلق المرايا في كل مكان ليتمكن من رؤية نفسه طوال الوقت، بذل ما بوسعه من جهد لإخفاء عينيه: «مرآة الروح»، ولا يمكن تصنيف لاغرفيلد انطوائيًا مما أنجزه - فلا يوجد توصيف واحد لعمل ما يفعله - ولا من الآراء التي كان يصرح بها، والتي كان يحيلها إلى سياقها النسبي خلال دقائق من التعبير عنها، وفي حالة الأشخاص الآخرين، يبدأ هؤلاء في الحديث عن الماضي مع التقدم في السن، ولكن لاغرفيلد كان يعتقد أن ذلك يوقع الكآبة في النفس، وقد صرح يوماً أن الإنسان إذا كان يظن أن أفضل أيام حياته قد ولّت، فالأجدر به أن ينتحر: «أنا أفكر في المستقبل فقط، والأرجح أن عملي هو السبب، وأنا لا أعرف الثياب التي صممتها أمس، هذا لا يعني»²³⁴.

الأدوات التي لجأ إليها لاغرفيلد لتكوين علامته المميزة

1 بوصفه مصممًا، صمم أيضًا صورته العامة، بما في ذلك مظهره الخارجي: القفازات ذات الأصابع المفتوحة من الأعلى، والخصلة المغطاة بمساحيق التجميل، والقبة العالية، والنظارات الشمسية، وأحيانًا مروحة، وقد علّق يوماً بالقول: إنه حوّل نفسه إلى صورة كاريكاتيرية.

2 كانت تعليقاته الذكية وأقواله الغريبة: «إذا ارتديت بنطالاً رياضياً، تفقد السيطرة على حياتك» متميزة إلى حد يمكن معه التعرف إليها بسهولة.

3 لم يكن يجد حرجًا في نرجسيته، فعلى العكس، احتفى بها إلى أقصى درجة، وعندما مزج نرجسيته بالسخرية من نفسه (التي قد تكون مجرد تصنع)، جعل الإفراط في الأنانية وحب الذات أمرًا مقبولًا.

4 تحوّل إيقاع كلامه المتقطع إلى علامة مميزة لا تخطئها عين.

5 كان لاغرفيلد يحتفي بحريته المطلقة وفردانيته، وجمع بين حرية عدم الانصياع لأوامر أحد وانضباط ذاتي صارم.

6 حافظ على غموضه، وهو تأثير عزّزته النظارات الشمسية التي كان يرتديها؛ لإخفاء عينيه.

7 جمع بين السلوك النخبوي المفرط وأجواء النبلاء القدامى والرغبة في تقبّل الثقافة الجماهيرية (صمم ثيابًا بأثمان معقولة لشركة H&M).

4

ستيفن هوكينغ سيد علم الكون

بدأ ستيفن هوكينغ دراسة الرياضيات والفيزياء عام 1959م في أكسفورد Oxford، حيث مسقط رأسه، وفي عام 1962م نال درجة البكالوريوس، وفي عامه الأخير من الدراسة في أكسفورد، وبعد أن فقدَ توازنه مرتين، ووقع على الأرض دون سبب واضح، أحس بأن شيئاً ما لم يكن على ما يرام في وضعه الصحي، وشعر بالقلق، وذهب إلى الطبيب الذي قدم له نصيحة واحدة: «توقف عن شرب البيرة»، وبعد التخرج في أكسفورد، انتقل هوكينغ إلى كامبردج Cambridge لإعداد رسالة الدكتوراه في الكوزمولوجيا cosmology (بنية الكون ونشوؤه وتطوره)، واستمرت صحته في التدهور: «في عيد الميلاد، عندما ذهبت للتزلج على بحيرة St. Albans، فقدت توازني، ووقعت، ولم أستطع النهوض، فلاحظت والدتي تلك المشكلات، فأخذتني إلى طبيب العائلة الذي أحالني إلى اختصاصي، وبعد عيد ميلادي الحادي والعشرين بمدة وجيزة دخلت المستشفى لإجراء الفحوص»²³⁵.

خضع هوكينغ، وكان ابناً لباحث في طب المناطق المدارية ولعالمة اقتصاد، أسابيع لفحوص من مختلف الأنواع، ولم يخبره الأطباء بما كان يشكو منه، ولكنه أدرك أنه كان مصاباً بمرض غير قابل للشفاء يمكن أن يقضي عليه خلال بضع سنوات.

وفي نهاية المطاف، أخبره الأطباء بأنه مصاب بالتصلب الوحشي الضموري amyotrophic lateral sclerosis (ALS)، وهو داء يصيب خلايا الدماغ والحبل الشوكي، ويجعلها تضمر في البداية، ثم تتندّب وتفسو، وعرف أن الأشخاص المصابين بهذا المرض يفقدون تدريجياً قدرتهم على التحكم في حركاتهم وفي الكلام والأكل، وفي نهاية المطاف، في التنفس، فأصدر أطباؤه تكهنات كارثية حول مراحل تطور المرض، وأخبروه بأنه لن يعيش أكثر من عامين، والواقع أنه عاش خمسين عاماً بعد ذلك²³⁶.

وكان خبر مرضه، من دون شك، بمنزلة صدمة هائلة، وفي البداية، عاش هوكينغ مرحلة كآبة حادة، تعمقت، بينما كان يقضي ساعات في الاستماع إلى أوبرات فاغنر Wagner بأعلى صوت، و«اختبأ هوكينغ في غرفته في كمبريدج، وكان يقضي الوقت في الاستماع للموسيقا وقراءة روايات الخيال العلمي ومعاناة كوابيس مرعبة، وفقد اهتمامه برسالة الدكتوراه»²³⁷، ولكن عندما يعود بذاكرته إلى تلك المدة، يكتشف أن خبر مرضه أثر فيه إيجابياً. يقول هوكينغ: «كانت أحلامي في تلك المدة مشوشة، فقبل تشخيص وضعي الصحي، كنت أشعر بالملل من الحياة، ولم يكن يبدو لي أن هناك ما يستحق القيام به، ولكن بعد خروجي من المستشفى بمدة وجيزة، رأيت في المنام أنه

سيجري إعدامي، وأدركت فجأة أن هناك الكثير مما يستحق بذل العناء من أجله، وأستطيع القيام به إذا تم إرجاء تنفيذ الحكم»²³⁸.

واكتشف، ولدهشته البالغة، أنه بات يستمتع بالحياة أكثر من ذي قبل، وكان السبب جزئيًا هو أنه عرف الحب لتوه، وأدرك عندها أنه إذا كان سيتزوج، فعليه أن يجد عملاً، ويُنهي رسالة الدكتوراه، «وهكذا بدأت أعمل للمرة الأولى في حياتي، وكانت المفاجأة أنني أحببت العمل»²³⁹.

واعترف هوكينغ أنه كان كسولاً في أثناء دراسته في أكسفورد، وهو يقر أيضًا أن مقرراته الدراسية كانت سهلة، وأنه اعتاد على سقوط الأشياء في حضنه، لكنه بعد تشخيص مرضه، أغرق نفسه في أبحاثه، وساعدته تلك الأبحاث، وزوجته جين التي اقترن بها عام 1965م على اكتشاف معنى الحياة.

وأظهر هوكينغ بذلك إحدى الصفات الرئيسية المميزة التي يشترك فيها مع كثير من الشخصيات العظيمة، وهي القدرة على تحويل وضع مؤلم إلى وضع مؤاتٍ، وعلى اكتساب القوة حتى من الأزمات التي تقصم الظهر، فبدل الاكتفاء بنذب حظه والشكوى من إعاقته، سرعان ما رأى في تلك الإعاقة ميزة عظيمة: «لم أكن مضطراً إلى تدريس الطلاب الذين لم يتخرجوا ولإلقاء المحاضرات عليهم، ولم أكن مضطراً إلى المشاركة في لجان مملة تهدر الوقت، وهكذا تمكنت من تركيز نفسي تمامًا لأبحاثي»²⁴⁰، وكان رأي هوكينغ أن الأشخاص الذين يعانون إعاقة يجب أن «يركزوا على الأشياء التي لا تحول إعاقتهم دون القيام بها، وألا يتحسروا على الأشياء التي يعجزون عن أدائها»²⁴¹، ويرى كاتب سيرته مايكل وايت Michael White وجون غريبن John Gribbin أن هوكينغ ما كان ليصل إلى تلك القمم الشاهقة بهذه السرعة لو أنه كان ملزماً بقضاء أوقات طويلة في جلسات اللجان أو في المؤتمرات أو في الإشراف على احتياجات الطلاب²⁴².

وسرعان ما فرض هوكينغ اسمه في الأوساط العلمية، ففي عام 1974م تنبأ بأن الثقوب السوداء تصدر إشعاعاً حراريًا، وصار يُعرف لاحقًا باسم إشعاع هوكينغ، وفي العام نفسه، انتُخب زميلًا في الجمعية الملكية الذائعة الصيت، ولم يكن آنذاك قد وصل إلى مرتبة أستاذ professor، فقد كان مجرد مساعد متواضع في مجال الأبحاث، وبعد ثلاث سنوات، رُقي إلى منصب أستاذ: «منحني عملي في مجال الثقوب السوداء الأمل في أننا سنتوصل إلى نظرية تفسر كل شيء a theory of everything»²⁴³، وتبع ذلك سلسلة من الاكتشافات المهمة التي حصل هوكينغ بسببها على كثير من الأوسمة والجوائز العلمية.

وكان هوكينغ، العالم العظيم دون ريب، ويعي جيدًا مكانته في الأوساط العلمية: «بالنسبة إلى زملائي، أنا مجرد عالم فيزيائي آخر، ولكن بالنسبة إلى العامة ربما أكون قد تحولت إلى أشهر عالم في العالم»²⁴⁴، ولا نستطيع تفسير شهرة هوكينغ انطلاقًا من اكتشافاته العلمية فقط، وخصوصًا لأن النتائج الحقيقية لتلك الاكتشافات كانت - كما في حالة أينشتاين - تستعصي على أفهام معظم الناس، وكان هوكينغ معروفًا في أوساط العامة أكثر من كثير من حاملي جائزة نوبل، مع أنه لم ينل هذه الجائزة، والسبب على الأرجح هو أن تعليمات منح الجائزة تقضي بأن يكون أي اكتشاف جدير

بالاختيار للحصول على الجائزة قد تم إثباته تجريبيًا، ولم يكن هذا ممكنًا في مجال الفيزياء النظرية الذي يعمل فيه هوكينغ، وكانت نظرياته وتنبؤاته تستند إلى حسابات رياضية، ولكن لم يكن بالإمكان إثباتها تجريبيًا.

وفيما يتصل بمكانة هوكينغ في الأوساط العلمية، فقد كان على حق، فبالنسبة إلى زملائه، لم يكن بالتأكيد العالم الاستثنائي الذي كان الناس يتصورونه، وعلى سبيل المثال، في المسح الذي أجرته مجلة Physics World لعلماء الفيزياء في الألفية الماضية، لم يرد اسمه على قائمة أهم عشرة علماء فيزياء أحياء²⁴⁵.

في المقابل، كان عامة الناس - وهوكينغ نفسه كما يُفترض - يحملون تصوّرًا مختلفًا تمامًا؛ تصوّرًا يتمشى مع الدور الصغير الذي أداه في أحد أجزاء فيلم Star Trek: the Next Generation، حيث ظهر في لعبة بوكر افتراضية مع أشهر عالمين في التاريخ، إسحاق نيوتن Isaac Newton وألبرت أينشتاين²⁴⁶. إذًا، كيف أصبح هوكينغ، الذي كان يعي تمامًا أن زملاءه لا يرون فيه سوى عالم فيزياء ضمن علماء كثيرين، أشهر عالم في عصره؟ يقدم هوكينغ الإجابة في سيرته الذاتية: «السبب جزئيًا هو أن العلماء، عدا أينشتاين، ليسوا نجومًا شعبيين معروفين على نطاق واسع، هذا إضافة إلى أنني مناسب تمامًا للصورة النمطية للعبقري الذي يعاني إعاقة، وأنا لا أستطيع التنكر بارتداء شعر مستعار ونظارات شمسية غامقة، فسوف يفضحني الكرسي المتحرك»²⁴⁷.

ولكن لا يوجد عالم، مهما كانت أبحاثه تمثل اختراقًا علميًا، يمكن أن يتحول إلى شخصية مشهورة وأيقونة ثقافية عالمية دون أن يسعى بنشاط إلى تحقيق الشهرة، على الأقل إلى حد ما، حتى لو كان على غرار هوكينغ يعيش على كرسي متحرك أو يعاني مرضًا نادرًا؛ لأن تحقيق نوع الشهرة التي يتمتع بها هوكينغ يتطلب جهدًا نشيطًا لتكريس صورة عامة، كما لاحظنا في حالة أينشتاين.

وقد اختار هوكينغ مجال بحثه في بداية حياته المهنية، وكان خيارًا بالغ الذكاء، واستند قراره إلى واقع أن فيزياء الجسيمات الأولية كانت، آنذاك، مجالًا يحظى بالاعتبار سريع التغير، إضافة إلى أنه كان يجذب معظم الأدمغة العلمية الأفضل في العالم، وفي المقابل، كان مجال الكوسمولوجيا والنسبية العامة عالقين، حيث كانا في ثلاثينيات القرن العشرين²⁴⁸ وأدرك هوكينغ أنه من الأسهل له جذب الاهتمام بأبحاث جديدة، وبدأ يرسخ مكانته بوصفه مرجعًا موثوقًا في موضوع كان يأسر خيال الجميع؛ الثقوب السوداء، فالثقب الأسود هو منطقة زمكانية (Spacetime) تكون فيها الجاذبية قوية، بحيث لا يمكن لأي شيء - لا مادة ولا ضوء ولا معلومات - أن ينبعث منها، ويمكن أن يتشكل الثقب الأسود عند موت نجم هائل الحجم عندما يفقد لب النجم ثباته، في نهاية حياته، وينهار بفعل قوة الجاذبية نحو الداخل فوق نفسه إلى أن يصل إلى حجم صفر وإلى كثافة لا متناهية يُطلق عليها اسم المتفردية Singularity.

ويقول كاتب سيرته مايكل وايت وجون غريبن: «كان (هوكينغ) يتحول إلى رائد فضاء الثقب الأسود، عالقي داخل جسدٍ معوق، ينفذ إلى غوامض الكون بعقلٍ أينشتاين معاصر، دون أي تفكير في

العواقب، وعندما وصلت فكرة الثقوب السوداء إلى وعي العامة، أخذت هالة القداسة التي كانت قد بدأت تحيط به في كمبريدج، في أواخر ستينيات القرن العشرين، تتوسع لتتجاوز حدود الانعزال الذي يعيش فيه علماء الفيزياء، وظهرت مقالات صحفية وبرامج وثائقية تلفزيونية تتحدث عن الثقوب السوداء، وتحول ستيفن هوكينغ إلى الرجل الذي يود الجميع مقابلته»²⁴⁹، وكما حصل مع أينشتاين، كانت وسائل الإعلام والناس عمومًا مدفوعين بالطبيعة الغامضة لنظرياته التي كانت تستعصي على فهم الأشخاص العاديين، وأسهم في تعميق التأثير العام لأفكاره لأن تلك الرسائل الكوسمولوجية مصدرها رجل يعاني مرضًا غامضًا؛ رجلًا يتواصل مع البشر العاديين بواسطة صوت غريب مصنّع بواسطة الحاسوب.

ونتيجة مرض هوكينغ، ومع تطور هذا المرض، ازداد تلغثه في الكلام، وبدأ حتى أولاده يجدون صعوبة في فهم ما يقول، وبعد إصابته بنوبة التهاب رئوي، اضطر الأطباء إلى إحداث فتحة في الرغامى؛ لإنقاذ حياته، ومنذ ذلك الحين فقد القدرة على الكلام نهائيًا. في البداية، كانت وسيلته الوحيدة للتواصل هي تهجئة الكلمات، عن طريق رفع حاجبيه عندما يشير أحدهم إلى الحرف المطلوب من الحروف الموجودة على لوحة خاصة بالتهجئة²⁵⁰، وبدأ فيما بعد استخدام برنامج حاسوب ومركّب صوت إلكتروني. Speech synthesizer وكان يوجد جهاز خاص يسمح له باختيار مجموعات من الكلمات والحروف التي يحولها مركّب الصوت الإلكتروني إلى كلمات منطوقة، ومع مرور الوقت، أصبح أكثر مهارة في استخدام هذه المنظومة، ومع أن المنظومة المذكورة لم تكن تنتج أكثر من خمس عشرة كلمة في الدقيقة، فإن مقدرة هوكينغ على التواصل أصبحت أفضل مما كانت عليه قبل عملية فتح الرغامى²⁵¹. يقول كاتب سيرته جويل ليفي Joel Levy: إن صوت هوكينغ المركب إلكترونيًا، أصبح إحدى علاماته المميزة، حتى إنه طلب تسجيله بوصفه علامة تجارية²⁵².

وعلى الرغم من إتقان هوكينغ لاستخدام مركّب الصوت الإلكتروني، لجأ إلى ابتكار طرق أخرى للتواصل، بدت أحيانًا أكثر مباشرة، فقد كان، وهو المشهور بأنه لا يحتمل الحمقى، يدوس على أصابع قدم محاوره بعجلات كرسيه المتحرك كلما تفوه هذا الأخير بكلمة تزعجه، وإذا شعر أن بقاءه مع شخص ما مضيعة للوقت، كان يستدير بكرسيه، فجأة، ويغادر الغرفة²⁵³.

ولم تتحقق شهرة هوكينغ دون رغبة منه، ولم تتحقق من دون شك على الرغم منه، فعلى العكس، كان يتلاعب بأسطورة حياته، وكان - على غرار أينشتاين - عبقرًا في تسويق نفسه، واعتاد، مثلًا، القول: إنه ولد في الثامن من كانون الثاني/يناير، 1942م؛ أي بعد ثلاث مئة عام من وفاة غاليليو Galileo. وعلى الرغم من أنه كان دائمًا يضيف أن ما يقارب من مئتي ألف طفل آخرين ولدوا في اليوم نفسه، ظل يوم ميلاده يمثل جزءًا من أسطوره التي صنعها بنفسه²⁵⁴.

وحتى عندما وصل الأمر إلى كتبه الأولى، التي ألّفها لقراء الأدبيات العلمية، ولم يكتبها - كما فعل في المؤلفات التي نشرها لاحقًا - بوصفها أدبيات علمية شعبية، رفض أن يتصرف بوصفه عالمًا

تقليدياً، فقبل نشر كتابه الثالث *Superspace and Supergravity*، حصلت مشادات عنيفة بينه وبين دار النشر حول غلاف الكتاب، وطلب هوكينغ من دار النشر استخدام صورة ملونة لرسم مأخوذ عن السبورة الموجودة في مكتبه؛ لتكون القميص الخارجي للكتاب، للطبعتين بالغلاف الكرتوني والغلاف الورقي²⁵⁵، فرفضت الدار، وقال المسؤولون: إنه لم يسبق لهم استخدام صورة ملونة لغلاف كتاب من نوع كتاب هوكينغ، وأصرروا على أنه لا يمكن تبرير الكلفة هنا بالنظر إلى الطبيعة العلمية للكتاب وإلى أرقام المبيعات المتوقعة، وادّعوا أن الغلاف بحد ذاته لن يكون له أي تأثير في عدد النسخ التي ستباع، فهدد هوكينغ بسحب كتابه كلياً إذا لم توافق دار النشر على استخدام الغلاف الذي يرغب فيه، وفي نهاية المطاف، انتصر رأي هوكينغ²⁵⁶.

وبعد أن وضع هوكينغ عددًا من المؤلفات العلمية، قرر البدء في تأليف كتب علمية شعبية، ويُقال: إن دوافع مالية، بما في ذلك ارتفاع كلفة توفير الرعاية اليومية له، أدت دورًا مهمًا في قراره هذا²⁵⁷، والأرجح أن ذلك صحيح، ولكن كان هناك دافع أكثر أهمية لدى هوكينغ، وهو رغبته في أن يصبح مشهورًا عالميًا، وليس فقط في الأوساط العلمية، ولكن في أوساط أوسع: «إذا كنت سأبذل وقتًا وجهدًا لتأليف كتاب، فإني أريد أن يصل الكتاب إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص»²⁵⁸.

وقد قرر هوكينغ أن يؤلف كتابًا يلقي رواجًا، فأوضح لوكيل أعماله أنه يريد تأليف كتاب يمكن أن يُباع في مخازن بيع الكتب في المطارات، وأجاب هذا الأخير أنه لا يمكن تحقيق ذلك، فالكتاب يمكن أن يُباع بأعداد كبيرة إلى الأكاديميين والطلاب، ولكن كتابًا من تأليف هوكينغ لا يمكن أن يلقي رواجًا في موقع تباع فيه كتب جيفري آرشر Jeffrey Archer²⁵⁹.

وخلافًا لكثير من العلماء الآخرين، كان هوكينغ يصغي بعناية إلى نصائح محرريه، وفي إحدى الجلسات الأولى التي جرت فيها مناقشة كتاب هوكينغ الموجّه إلى السوق الشعبية، قال له المحرر: «ستيفن، الكتاب ما زال تقنيًا إلى حد كبير. ستيف، انظر إلى الموضوع كالاتي: كل معادلة في الكتاب سوف تخفض أرقام مبيعاته إلى النصف». ولم يفهم هوكينغ، الذي كان قد أمضى يومه في التعامل مع المعادلات الرياضية، فحوى الاعتراض، ورغب في معرفة السبب الذي دفع المحرر ليقول شيئًا كهذا، فقال المحرر: «اسمع، عندما يرى الناس كتابًا في المخزن، يقلّبون صفحاته ليقرروا إن كانوا راغبين في قراءته، وكتابك يحوي معادلات في كل صفحة من صفحاته، وعندما يرى الناس تلك المعادلات سوف يقولون: هذا كتاب مسائل حسابية، ويعيدونه إلى الرف»²⁶⁰، فاتباع هوكينغ نصيحة المحرر، ولكنه قرر لاحقًا ألا ينشر كتابه الجديد عن طريق دار النشر التي كان يتعامل معها سابقًا - وهي دار النشر الأكاديمية Cambridge University Press - ولكن عن طريق ناشر أرحب مجالًا يمكن أن تصل كتبه إلى جمهور أوسع، إضافة إلى تقديمه دفعة أولية أكبر ونسبة من أرباح المبيعات أكثر سخاء. تفاوض هوكينغ ووكيل أعماله مع دار نشر كبرى عدة، وتوصل أخيرًا إلى اتفاق مع دار Bantam الأمريكية، وكان أحد الأشياء التي ساعدت على إتمام الصفقة تأكيد دار النشر أن الكتاب سيكون متوافرًا في كل مخازن بيع الكتب في المطارات في

أمريكا، فـ «راققت الفكرة لهوكينغ. هذا إضافة إلى أن قيام إحدى أكبر دور النشر في العالم بإصدار كتابه أثارت في نفسه مشاعر سرور بالغ»²⁶¹.

ولا يحب المؤلفون، غالبًا، المحررين الذين يطلبون منهم إجراء تعديلات عدة على كتبهم، وإن المؤلفين لا يحبون، من دون شك، المحررين الذين يطلبون إعادة كتابة النص بكامله، وبالنسبة إلى هوكينغ، الذي لم يكن قادرًا على الكتابة بنفس سرعة المؤلفين الآخرين، كانت إعادة الكتابة بهذا الشكل الموسّع تتطلب الكثير من الوقت والجهد، ولكنه كان مصممًا على تأليف كتاب يلقي رواجًا، وبذل كل ما يملك من جهد لتأليف أفضل كتاب يمكنه تأليفه، وأقنعه محرره الجديد بإعادة كتابة نص الكتاب، بحيث يستطيع فهمه حتى القراء من خارج الوسط العلمي، وقال هوكينغ، مستعيدًا ذكرى تلك الأيام: «في كل مرة كنت أرسل إليه فصلًا أعدت كتابته، كان يعيده إلي مع قائمة طويلة بالاعتراضات والأسئلة التي يريد مني إيضاحات بشأنها، وكنت أحيانًا أتصور أن هذه العملية ستمضي إلى ما لا نهاية، ولكنه كان على حق: كانت النتيجة كتابًا أفضل بكثير»²⁶².

وحرص المحرر في دار النشر الأكاديمية السابقة على تنبيه هوكينغ: «يجب أن تتأكد من أنك لا تمنع في استخدام أساليب التسويق إذا كان الهدف هو كسب المال وبيع كثير من نسخ الكتاب»، وعندما سأله هوكينغ: ماذا يقصد؟ أجاب المحرر: «أنا لا أستبعد أن يلجؤوا إلى تسويق الكتاب تحت شعار «أليس المعوقون رائعين؟ عليك متابعة الموضوع واعيًا بما يمكن أن ينتظرك»²⁶³.

وُنشر الكتاب في الولايات المتحدة تحت عنوان *A Brief History of Time* ولم يكن في حاجة إلى أساليب تسويق بدائية من النوع المذكور لكي يحقق رواجًا هائلًا يتجاوز توقعات الناشر بكثير، وظل الكتاب مدة مئة وسبعة وأربعين أسبوعًا على قائمة صحيفة *New York Times* للكتب الأكثر رواجًا، وظل مدة قياسية، وهي مئتان وثلاثة وسبعون أسبوعًا على قائمة صحيفة *Times* في لندن للكتب الأكثر رواجًا²⁶⁴، وفي ألمانيا ظل مدة واحد وأربعين أسبوعًا على قائمة الكتب الرائجة في مجلة *Spiegel*، وترجم إلى أربعين لغة، وبيعت منه عشرة ملايين نسخة في كل أنحاء العالم.

لماذا نجح الكتاب بهذا الشكل؟ لم يكن هوكينغ واثقًا تمامًا، وكان رأيه أن معظم المراجعات التي نشرت حول الكتاب، وعلى الرغم من أنها أثنت عليه، لم توضح المضمون بما يكفي، واتبعت كلها المسار نفسه، إذ بدأت بإبراز معاناة هوكينغ مرضًا خطيرًا، وبأنه يعيش على كرسي متحرك، ولا يمكنه تحريك أصابعه إلا بالكاد، ثم أشارت إلى أن هوكينغ، مع ذلك، ألف كتابًا يتناول السؤال الأهم في كل العصور: من أين أتينا وإلى أين نحن ذاهبون؟ وإن الاستنتاجات التي توصلت إليها تلك المراجعات اتبعت النمط نفسه²⁶⁵.

وأظهر هوكينغ، بقراره عدم حذف الجملة النهائية، إحساسًا ثاقبًا بفكرة التسويق وأرقام المبيعات. إلى ذلك، أدرك أنه «ما من شك في أن القصة التي تثير المشاعر الإنسانية والتي تروي كيف تمكنت، على الرغم من إعاقتي، من أن أصبح عالم فيزياء نظرية، كانت عاملاً مساعدًا»²⁶⁶، وتطرق هوكينغ بوضوح، في سيرته الذاتية، إلى الاتهام القائل: إن ناشره استغل مرضه، دون حياء، وإن

هوكينغ تواطأ معه عندما سمح بوضع الصورة التي تُظهره جالسًا على الكرسي المتحرك على خلفية سماء مرصعة بالنجوم - التي وصفها هو بأنها (مخزية) 267 - على الغلاف الأمامي للكتاب، وأنكر هذا الادعاء بصورة قطعية، وقال في معرض الشرح: إن عقده مع دار النشر لا يمنحه الحق في التحكم في تصميم الغلاف، «لكني تمكنت من إقناع الناشر باستخدام صورة أفضل على الطبعة البريطانية بدل تلك الصورة المخزية التي عفا عليها الزمن الموجودة على غلاف الطبعة الأمريكية، ورفضت دار Bantam تغيير الصورة الموجودة على غلاف الطبعة الأمريكية؛ لأن الجمهور الأمريكي، كما تقول، أصبح الآن يطابق بين الصورة والكتاب» 268.

ولكن تبرير هوكينغ للأمر لا يبدو، ولسوء الحظ، صحيحًا تمامًا، فلو أنه كان معارضًا للغلاف المقترح، لقاومه بشدة، ويُظهر أسلوب تعامله مع دار النشر التي كان يتعامل معها سابقًا أنه كان راغبًا في التهديد بإلغاء نشر الكتاب إذا لم تلتزم دار النشر بالغلاف الذي اقترحه هو، وإنه من المعروف عن هوكينغ أنه، عندما يتعلق الأمر بالمفاوضات مع دار النشر، يصبر بحزم على فرض رأيه، وتجدر الإشارة هنا إلى أنه لا يحاول الادعاء، في سيرته الذاتية، أن دار النشر اختارت الغلاف على الرغم من إرادته. إلى ذلك، لا يدعي هوكينغ إطلاقًا أنه حاول ثني دار النشر عن استخدام صورة الكرسي المتحرك على الغلاف، فالتفسير الوحيد الذي قدمه يتعلق باللغة القانونية في عقده مع الناشر، وهذه سمة شائعة في معظم عقود النشر التي تمنح الناشر الحق في تصميم غلاف الكتاب.

وعلق محرر هوكينغ على تلك الاتهامات بالقول: إن صورة الكرسي المتحرك، على أي حال، تنطوي على استغلال لوضع هوكينغ، فـ «من الواضح أن كاتب تلك المراجعة لا يعرف ستيفن لكي يتصور أنه بالإمكان استغلاله، ولا يمكن لأحد استغلال ستيفن هوكينغ، فهو قادر تمامًا على رعاية مصالحه»، وفي مناسبة أخرى، علّق المحرر بالقول: «كان وجود هوكينغ على غلاف كتابه يُعدّ نصرًا لرجل في وضعه الجسدي» 269.

ودحض هوكينغ أيضًا الادعاء القائل: إن كثيرًا من الأشخاص اشتروا الكتاب، لكنهم لم يقرؤوه، وأشار إلى أكوام الرسائل التي تلقاها من القراء، والتي كانت حافلة بالأسئلة والتعليقات المفصلة التي تدل على «أنهم قرؤوا الكتاب على الرغم من أنهم لم يستوعبوا كل ما ورد فيه». وأضاف: إن أشخاصًا غرباء يستوقفونه في الشارع ليعبروا عن مدى استمتاعهم بقراءة الكتاب. والنتيجة، كما يقول هوكينغ: «هناك نسبة، على الأقل، من الأشخاص الذين يشترون الكتاب يقرؤونه فعلاً» 270. ولكن، وفيما يتصل بعالم في مكانة هوكينغ، لا يمكن اعتبار مسار الجدل على هذا النحو، مقتنعًا تمامًا؛ لأن هوكينغ، شأن أي مؤلف، يرغب دون شك لا أن يُشتري كتابه فحسب، ولكن أن يُقرأ، وأن يُفهم. والأهم من ذلك كله، أن القصة بكاملها، المتعلقة بنشر كتاب هوكينغ Brief History of Time ونجاحه الساحق، تثبت بما لا يدع مجالًا للشك إحساس هوكينغ المرهف بشأن تسويق النفس.

ولا يلجأ أغلب العلماء إلى تأليف كتب علمية شعبية، وينطبق هذا بصورة خاصة على علماء الرياضيات والفيزياء، ولم يحقق كتاب هوكينغ تلك الدرجة من الرواج بمحض المصادفة، ولكن لأن هوكينغ كان راغبًا في القيام بأي شيء وكل شيء يمكنه القيام به ليُجعل منه كتابًا رائجًا، وأنهى علاقته مع دار النشر الأكاديمية الموثوقة التي كان يتعامل معها، وذهب إلى دار نشر ذات توجهات عامة؛ لأنه أحب فكرة عرض كتابه في مخازن الكتب الموجودة في المطارات في كل أنحاء أمريكا، وأعاد كتابة النص أكثر من مرة، على الرغم مما سبب له ذلك من مصاعب، وحذف من الكتاب كل ما يمكن أن يجعله أعلى من مستوى جمهور القراء من خارج الأوساط العلمية، ووافق على الغلاف الذي تمحور حول إعاقته، وأظهره على كرسي متحرك.

وإلى ذلك، حرص هوكينغ على الانخراط بصورة فاعلة في حملة التسويق، وفي أثناء وقت إعداد الكتاب للنشر، شعر بعض المحيطين به بالدهشة أحيانًا عندما كان يرغب في إجراء مقابلات مع مراسلي صحف تنشر أخبارًا خفيفة، مثل Sunday Mirror²⁷¹. وبعد مدة وجيزة من نشر الطبعة البريطانية من الكتاب، بدأ الناس يستوقفون هوكينغ في الشارع؛ للإعجاب عن إعجابهم به، وكان ذلك يشعره بسعادة غامرة²⁷²، وقال يومًا: «أنا مسرور؛ لأن كتابًا علميًا ينافس في الرواج مذكرات نجوم الغناء الشعبيين»²⁷³.

وكان كتاب A Brief History of Time كتاب هوكينغ الأول والأوفر نجاحًا، بما لا يقاس، بين كتبه التي ألفها خصيصًا للقراء من خارج الأوساط العلمية، وألف فيما بعد، أو شارك في تأليف اثني عشر كتابًا علميًا شعبيًا، بما في ذلك كتاب للأطفال ألفه بمشاركة ابنته، ولقي كثير من تلك الكتب رواجًا، ولكن لم يحقق أي منها النجاح الباهر الذي حققه أول كتاب له نُشر على نطاق واسع²⁷⁴.

ولكن الإثارة التي أحاطت بهوكينغ وكتابه كان لها أيضًا جانب معاكس، فقد قال كثير من علماء الفيزياء: إن هوكينغ أخطأ عندما مزج الاستنتاجات العلمية المثبتة والمقبولة بتصويراته الشخصية المثيرة للجدل، دون أن يشرح للقراء الفرق بين الاثنين، وقال آخرون: إن إضافة سيرة موجزة لكل من غاليليو، ونيوتن، وأينشتاين في آخر الكتاب، تدل على مشاعر الغرور التي تداعب هوكينغ، فشعر هؤلاء أن هوكينغ، ضمنياً، تصرف بأسلوب متعطر، عندما رفع مكانته الخاصة إلى مستوى شخصيات لامعة من هذا الوزن²⁷⁵.

ورسمت نزعاً هوكينغ لدمج الاستنتاجات العلمية بتصويراته وآرائه الشخصية، الممزوجة بميله للتعبير عن آرائه الخاصة حول موضوعات تتصل بالشأن العام، نموذج النجاح لكتبه المقبلة، ففي كتاب Brief Answers to the Big Questions مثلاً، يسبر هوكينغ الموضوعات الآتية بشيء من التفصيل:

- هل هناك إله؟

- هل هناك حياة ذكية أخرى في الكون؟

- هل السفر في الزمن ممكن؟

- هل سيستمر بقاؤنا على كوكب الأرض؟

- هل يجب علينا استعمار الفضاء؟

- كيف نصوغ المستقبل؟

ولم تكن إجاباته عن كثير من هذه الأسئلة تستند إلى الاستنتاجات العلمية إلا فيما ندر، وأما رأيه القائل: إننا لن نتمكن من البقاء على كوكب الأرض؛ لأن اصطدام الأرض بكويكب asteroid، مثلاً، يمكن أن ينهي الحياة على الأرض، فليس جديدًا ألبتة، والواقع أنه معارف شائعة، إلى حد ما. وانطلاقًا من الأخطار التي يواجهها كوكب الأرض، يصف هوكينغ اضطرار الجنس البشري إلى استعمار أجرام فضائية أخرى بأنه أمر محتوم.

ويخمن هوكينغ أن بعض الباحثين سوف يستغلون علم الهندسة الوراثية لاستيلاء جنس من «الكائنات البشرية الخارقة superhumans»، والنتيجة أن هوكينغ يتنبأ بنشوء مشكلات سياسية كبيرة بين هؤلاء والمخلوقات البشرية التي «لم يطلها التحسين»، والتي لن يعود بإمكانها منافسة الكائنات المذكورة، «والأرجح، أن المخلوقات البشرية التي لم يطلها التحسين سوف تنقرض تدريجيًا، أو تتلاشى أهميتها، وسوف يحل محلها جنس من الكائنات التي تصمم نفسها بنفسها، وتُجرى على نفسها تحسينات بمعدلات تتنامى باستمرار»²⁷⁶. وأسهم هذا المزج بين العلم والخيال العلمي، إلى حد كبير، في شعبية هوكينغ، ووضعه هو وكتبه على الصفحات الأولى للصحف والمجلات في كل أنحاء العالم.

وكان هوكينغ، على غرار أينشتاين، غالبًا ما يدلي بأرائه حول الشؤون السياسية، وكانت تلك الآراء متوافقة عمومًا مع روح العصر، من حيث المدافعة عن البيئة، والتوجه اليساري: «كوكب الأرض يصبح أصغر من أن يتسع لنا، ومواردنا المادية تُستنزف بمعدلات تنذر بالخطر، ولقد منحنا كوكبنا هدية كارثية تتمثل في التغير المناخي»²⁷⁷.

وانطلاقًا من قناعة هوكينغ بأن التغير المناخي كان يسير نحو الأسوأ، وضع مقياسًا زمنيًا للكارثة الوشيكة بقيم تتصاغر باستمرار، وأعلن عام 2016م أن كارثة قريبة ووشيقة ستلحق بكوكب الأرض خلال الألف أو عشرة الآلاف عام القادمة، وفي عام 2017م حذر من أن تغير المناخ قد يحول الأرض إلى كرة نارية تصل فيها درجة الحرارة إلى 250 درجة مئوية، وتهطل عليها أمطار حمضية - كبريتية، خلال الأعوام الست مئة القادمة، وفي العام المقبل، خفّض العد التنازلي إلى قرن واحد لا أكثر، ولن يتوافر للجنس البشري أكثر من مئة عام قبل أن يجد نفسه مضطرًا لاستعمار كوكب آخر²⁷⁸، وبدأ هوكينغ منذ تسعينيات القرن العشرين في تطوير سيناريوهات ليوم القيامة، ولكن تركيز نبوءاته المحذرة من نهاية العالم كان يختلف بمرور السنوات، وأحيانًا كان التركيز

ينصب على فيروسات الحاسوب أو الهندسة الوراثية، ثم تحوّل إلى حرب نووية أو اصطدام جرم سماوي بكوكب الأرض، قبل أن يستقر رأيه أخيرًا، على الذكاء الصناعي الخبيث.

والواقع أن هوكينغ لم يُجر أي أبحاث حول الموضوعات المذكورة، ولكن عندما تصدر تحذيرات صارمة من إنسان يمكن اعتباره العالم الأشهر في العالم، فلا بد أن تصغي الناس باهتمام، وهذا أيضًا ما يجعل الناس تصغي بإعجاب إلى كل كلمة يتقوه بها نجوم هوليوود والمشاهير الآخرون؛ لأننا إذا أخذنا في الحسبان المنزلة والصيت اللذين يتمتع بهما أولئك المشاهير، فإن وسائل الإعلام ستكون سعيدة بتخصيص تغطية واسعة شبه دائمة لكل ما يقولونه وما يفعلونه، على الرغم من افتقارهم للدراسة والمعرفة اللتين تؤهلانهم للتعليق على موضوعات تخصصية.

وكان هوكينغ غالبًا ما يخرج بأفكار تسويقية جديدة؛ بغية جذب الاهتمام لنظرياته العلمية، وربما كان العلماء الآخرون يرفضون تناول موضوعات من نوع السفر في الزمن، وحتى إذا تناولوا موضوعًا كهذا، فإنهم كانوا يقومون بذلك في مقالات علمية تنشر في مجلات أكاديمية، ولكن هوكينغ كانت لديه أفكار مختلفة، ففي الثامن والعشرين من شهر حزيران/يونيو، عام 2009م نظم هوكينغ حفلًا للمسافرين في الزمن في الكلية التي يدرس فيها، كلية Gonville & Caius في جامعة كامبريدج Cambridge؛ لعرض فيلم حول السفر في الزمن، ورُيّنت القاعة بالبالونات وبريات تحمل عبارة: «أهلاً بالمسافرين في الزمن». ولضمان ألا يحضر الحفل إلا المسافرون الحقيقيون في الزمن، قرر إرسال الدعوات بعد الحفل والإعلان عنه في برنامج التلفزيوني الذي أُذيع عام 2010م، وفي «يوم الحفل، جلست في كليتي أنتظر وكلّي أمل، لكن أحدًا لم يأت، فشعرت بخيبة الأمل، لكنني لم أشعر بالدهشة؛ لأنني كنت قد برهنت على أنه إذا كانت نظرية النسبية العامة صحيحة، وإذا كانت كثافة الطاقة إيجابية، فإن السفر في الزمن ليس ممكنًا، وكان من دواعي سروري أن يتبين خطأ أحد افتراضاتي»²⁷⁹.

وفي مناسبة أخرى، احتل هوكينغ عناوين الصحف بسبب رهان علمي مع عالم الفيزياء كيب ثورن Kip Thorn، فقد تراهن الرجلان على احتمال وجود ثقب أسود في منظومة Cygnus x - 1، وكان الرهان بحد ذاته مألوفًا، ولكن الجائزة لم تكن كذلك بالتأكيد، فقد تعهد هوكينغ أنه إذا كسب ثورن الرهان فسوف يهديه اشتراكًا لمدة عام في مجلة Penthouse الخاصة بالرجال، و«خلال السنوات التي أعقبت الرهان، أصبحت الأدلة على وجود ثقب سوداء مُفجّمة، بحيث أذعنّت وقدمتُ لكيب اشتراكًا في مجلة Penthouse، ما أثار حفيظة زوجته»²⁸⁰.

وحتى عندما كان هوكينغ يخطئ، كان قادرًا على تخطيط حدث اعترافه بالخطأ، بحيث يمثل ظهورًا له في وسائل الإعلام الرئيسية يزيد من شعبيته، وفي أثناء مؤتمر عقد عام 2003م شبّهه عالم الفيزياء الذي يخالفه الرأي، ليونارد سوسكايند Leonard Susskind، بجندي تائه في الأدغال لم يدرك بعد أن الحرب التي يشارك فيها قد وضعت أوزارها، وكان بذلك يشير إلى جدل جرى بين هوكينغ وعالم الفيزياء المذكور حول مصير المعلومات التي تسقط داخل الثقب الأسود، وكان

الخلافاً لهذا الشأن قائماً منذ أكثر من عشرين عاماً، و«في العام المقبل، أعلن أن هوكينغ أصبح جاهزاً لإصدار تصريح، فجرى تقديم هذا الحدث والترحيب به على نطاق واسع بوصفه سيكون على الأرجح اعترافاً علنياً بتغيير رأيه، وأعلن هوكينغ، بالأسلوب الاستعراضي الذي يميزه، أنه سيصدر تصريحه في مؤتمر يعقد في دبلن، فتقاطرت وسائل الإعلام العالمية إلى الموقع، وذلك أثار ذهول كثيرًا من العلماء». وسلّم هوكينغ، من حيث الأساس، بأن خصومه العلماء كانوا على حق، وقدم إلى العالم الذي كان قد راهنه حول تلك المسألة العلمية دائرة معارف خاصة برياضة البيسبول، ولأن هوكينغ أضاف إلى اعترافه بالخطأ كلمة (ولكن) بارزة، اعتبر بعض زملائه أداءه «محيراً في أفضل الأحوال، وفي أسوأ الأحوال حركة بارعة استأثرت بواسطتها بالمؤتمر لتعزيز صورته العامة»²⁸¹، وربما كان هوكينغ على خطأ في إحدى نظرياته، ولكن اعترافه بالخطأ، الذي جرى تخطيطه، بحيث تحوّل إلى مناسبة عامة، برهن ثانياً على عبقريته في مجال تسويق النفس: تمكّن من تحويل خطأ علمي إلى حدث إعلامي يتمحور حوله.

وأصبح هوكينغ، تدريجياً، نجماً فائق الشهرة ضمن أوساط الطبقة المترفة، ولم يعد يكرس الجزء الأكبر من وقته للنشاط العلمي، ولكن للمشاريع ذات الطابع الشعبي وللظهور في مناسبات عامة حول العالم، وبعد عام 2000م كان يسافر معظم الوقت بطائرات خاصة، ولم يكن يتوقف عن السفر، وفي عام 2007م أثار ضجة عندما قام بطيران مكافئي Parabolic flight تتعدم في أثنائه الجاذبية (تتمثل فيه ظروف السقوط الحر لبضع دقائق) أتاح له، وهو رجل مقيد إلى كرسي متحرك في حياته العادية، تجربة حالة انعدام الوزن مدة أربع دقائق²⁸²، ورستخت مناسبات الظهور التي لا تحصي في برامج تلفزيونية شعبية، في كل أنحاء العالم، مكانته بوصفه أشهر عالم على سطح الأرض والأسرع في تعرّف الناس إليه، وهي مكانة جعلت منه أيضاً الموضوع المثالي لكثير من الأفلام الوثائقية، ويظهر اسم هوكينغ في عناوين ثمانية أفلام وثائقية أو مسلسلات ناجحة، بما فيها مسلسل Stephen Hawking: Master of the Universe (ستيفن هوكينغ: سيد الكون)، الذي بُثّ عام 2008م، ويقول أحد كتّاب سيرته: «قد لا يكون هوكينغ أعظم عالم كوزمولوجي منذ عصر أينشتاين، أو حتى عالم يشغل المرتبة العليا في صفوف علماء الفيزياء المعاصرين»، لكنه «شكّل ظاهرة في مجال نشر الكتب، وقابل بابوات الفاتيكان ورؤساء جمهوريات، وملاّ قاعات الاحتفالات بالجماهير، مثل أي نجم من نجوم موسيقا الروك، وجال في كل أنحاء العالم، واختبر الشعور بانعدام الجاذبية والطيران بالمنطاد، وظهر بوصفه ضيف شرف في أكثر المسلسلات التلفزيونية شعبية في العالم، ومثّل نجوم السينما شخصيته على الشاشة الفضية»²⁸³، فقد كان دون أدنى شك عبقرياً؛ عبقرياً في مجال تسويق النفس.

الأدوات التي لجأ إليها ستيفن هوكينغ لتكوين علامته المميزة:

1 قرر هوكينغ العمل في مجال لم يكن يضم كثيراً من المنافسين، حيث يمكنه لفت الانتباه بسهولة أكبر، وعندما بدأ حياته العملية، كان معظم علماء الفيزياء الموهوبين يختارون مجال فيزياء

الجسيمات الأولية، ولكن هوكينغ قرر العمل في مجالي الكوزمولوجيا والنسبية العامة، وهما مجالان لا يعمل فيهما سوى عدد ضئيل من العلماء.

2 حوّل هوكينغ وضعًا غير مؤاتٍ - إعاقة - إلى ميزة، فقد ظهرت صورته وهو جالس على كرسيه المتحرك على غلاف الكتاب الذي لقي أكبر رواج بين كتبه، وحتى إنه سجل الصوت المركّب الخاص به بوصفه علامة تجارية، وعندما كان الأمر يتعلق بالدعاية لنفسه والتعامل مع وسائل الإعلام، كان يُبرز الجانب «الذي يثير المشاعر الإنسانية» من قصته.

3 لم يكن يكثر إذا شعر زملاؤه بالحسد أو اتهامه بأنه يتصرف بما يرضي متطلبات (العلوم الشعبية). وكان يرغب في التمتع بالشعبية وبذل ما بوسعه من جهد لتأليف كتاب حول العلم يمكن للقارئ العادي فهمه، وكان مصممًا على تأليف كتاب رائج يحقق أرقام مبيعات عالية، وعندما كان يفاوض دور النشر المحتملة، كان يصر على شرط توافر الكتاب في مخازن الكتب الموجودة في المطارات في كل أنحاء أمريكا.

4 أدرك هوكينغ الأهمية الكبرى للعلاقات العامة الفعالة، وكان يجري مقابلات حتى مع الصحف التي تنشر أخبارًا خفيفة، ويشارك بوصفه ضيف شرف في أفلام ومسلسلات تلفزيونية.

5 لم يكن هوكينغ متواضعًا أبدًا، فقد ضمّن في أحد كتبه سيرة موجزة لكل من غاليليو، ونيوتن، وأينشتاين، وكان دائمًا يعطي الانطباع بأنه يعدّ نفسه على قدم المساواة مع أعظم العلماء في التاريخ، وفي أحد أجزاء فيلم *The Next Generation: Star Trek*، مثلًا، ظهر وهو يلعب البوكر مع إسحاق نيوتن وألبرت أينشتاين، وكان يحرص دائمًا على ترداد أنه ولد في الذكرى الثلاث مئة لوفاة غاليليو.

6 طوّر هوكينغ، بمساعدة جرة مركزية من الخيال، قصصًا تستأثر بالاهتمام من أجل وسائل الإعلام، فقام مثلًا، بدعوة المسافرين في الزمن إلى حفل، ولكنه أرسل الدعوات بعد انتهاء الحفل؛ لضمان ألا يأتي سوى المسافرين الحقيقيين في الزمن. ومن دون شك لا داعي للقول: إنه أعلن الحدث على التلفزيون، وكان يتراهن علنًا مع علماء فيزياء آخرين، ويستحوذ على القدر الأكبر من الاهتمام بسبب اختياره غير المألوف لجوائز كسب الرهان، وكان إحداها اشتراكًا لمدة عام في مجلة *Penthouse*.

7 كان يحول الهزائم إلى انتصارات في مجال العلاقات العامة، وحتى حين كان يُجبر على الإعلان عن خسارته لأحد رهاناته العلمية، كان يخطط إعلان استسلامه بصورة حدثٍ إعلامي كبير يثير أكبر قدر ممكن من اهتمام وسائل الإعلام.

محمد علي أنا الأعظم!

انتقل من كونه أكثر رياضي مكروه إلى أكثر رياضي محترم في الولايات المتحدة، فقد غدا أيقونة قومية. كان محمد علي أشهر رياضي في القرن العشرين وبطل العالم، بلا منازع، في الوزن الثقيل ثلاث مرات، والواقع أن إنجازاته في مجال الملاكمة كانت فعلاً استثنائية، ولكنها لم تمثل العامل الحاسم في شعبيته المذهلة، فقد كان محمد علي كلاي، في المقام الأول، عبقرياً في مجال تسويق النفس.

كان اسمه السابق كاسيوس كلاي الابن Cassius Clay Jr.، وهو يتمتع بالشهرة قبل المباراة التي جرت عام 1964م والتي انتزع فيها اللقب من بطل العالم في الوزن الثقيل سوني ليستون Sonny Liston، الذي لم يكن يجاربه أحد، فقبل عام من ذلك الانتصار، خصصت مجلة Time (التي كانت توزع عشرة ملايين نسخة) الصفحة الأولى بكاملها لكلاي، وظهرت على غلاف مجلة Time صورة لمحمد علي وهو يرفع رأسه متباهياً بوضع التحدي وقد فتح فمه، وظهر فوق رأسه زوج من قفازات الملاكمة ويمسك بكتاب شعر، في إشارة إلى القصائد القصيرة التي كان ينظمها، وجاء في المقال الرئيس في المجلة: «كاسيوس كلاي هو هرقل الذي يكافح لإنجاز المهمات الاثنتي عشرة المطلوبة، وهو جيسون Jason الساعي للعثور على جزء الصوف الذهبية، وهو غالاهاد Galahad، وسيرانو Cyrano، ودارتنيان D' Artagnan، وعندما يقطب حاجبيه، ترتعش فرائص الرجال، وعندما يبتسم يغمى على النساء، وألغاز الكون ما هي سوى ألعاب طفولية بالنسبة إليه. محمد علي يخشخش الرعد، ويسبق البرق»²⁸⁴. وعندما نشر المقال، كان كلاي لا يزال في بداية مسيرته المهنية، ولكنه حتى في ذلك الحين، كان يريد أن يعرف العالم أنه الأعظم والأجمل، وأنه لا يوجد من يستطيع إلحاق الهزيمة به، أبداً.

وقد كُشِفَ تحليلٌ حاسوبي مفصل للأفلام التي تسجل مبارياته، أنه أصاب خصومه في %61.4 من اللكمات التي كان يوجّهها لهم خلال المرحلة الأولى من مسيرته المهنية، بين العامين - 1960 1967م خلال المرحلة الثانية، وفي 1970م وما بعد أصاب خصومه في %50 فقط من اللكمات التي كان يوجّهها لهم، وقارن التحليل نفسه نسبة اللكمات التي كان الملاكمون الرئيسيون في القرن العشرين يصيبون بها خصومهم بنسبة اللكمات التي كان خصومهم يصيبونهم بها، وانطلاقاً من هذا المعيار، تربح في المكانة الأعلى الملاكم المعاصر، فلويد ميويذر الابن Floyd Mayweather Jr.، وهو ملاكم ولتر Welter (يتراوح وزنه بين 147 - 136 باونداً) فقد سجل مجموع نقاط بلغت نسبتها %25.2 إيجابياً، وسجل جو فريزر Joe Frazer معدلاً يثير الإعجاب، نقاط بنسبة %18.9

إيجابي. أما محمد علي، فقد سجل نتيجة أسوأ بكثير، زيادة /نقصان، نفاط بنسبة 1.7% سلبي، وحتى عند إضافة عوامل أخرى في التحليل الإحصائي، مثل عدد لكلمات الطاقة الحركية Power Punches التي تصل إلى الخصم، لم يُصنّف محمد علي ضمن أفضل ملاكمي الوزن الثقيل في تاريخ رياضة الملاكمة.

وبعد أن أجرى كاتب سيرته جوناثان إيغ Jonathan Eig تحليلًا لكل مبارياته، قدم تقييمًا أمينًا: «هذا الرجل الذي أطلق على نفسه لقب (الأعظم) بدا وبكل المعايير الإحصائية في مستوى دون المتوسط في الجزء الأكبر من إنجازاته المهنية»²⁸⁵، وطرح إيغ أيضًا أسئلة مهمة أخرى: «هل كان الحكام يحتسبون له جولات لم يستحقها بسبب أسلوبه الذي يخطف الأبصار، ولأن لكلمات خصومه بدت كأنها عاجزة عن إيقاع الأذى به؟ هل كان يكسب الجولات لمجرد أنه محمد علي العظيم؟»²⁸⁶ وإذا توخينا الصدق، كانت بعض انتصاراته موضع خلاف، ونحن نعرف في مجالات الرياضة الأخرى، أن الحكام ليسوا دائمًا بمنأى عن التأثير بشهرة الرياضي النجم وبجاذبيته الجماهيرية، وكان السبب الحقيقي الذي أتاح له فرصة المشاركة في المباراة التي حصل فيها على اللقب هي عبقريته في تسويق نفسه. يقول إيغ: «لو أنه كان ملاكمًا عاديًا فاز بسبع عشرة مباراة، ولم يسبق له أن خسر أي مباراة، يواجه منافسًا لم يصل بعد إلى القمة، لما كان قد حظي بفرصة المشاركة في مباراة الحصول على اللقب». ولكن كلاي لم يكن كالملاكمين الآخرين، فقد كان تبجحه وعادته في التنبؤ بدقة بالجولة التي سيُسقط فيها خصومه على أرض الحلبة، عاملين لا يقلان أهمية عن وسامة وجهه، ولكن الأهم من ذلك كله أن إيغ يعزو الفضل في الصعود السريع لنجم محمد علي إلى أنه «أصبح مذيع إعلانات تجارية محنًا في عصر جديد للتسويق»²⁸⁷.

وإذا عدنا بالذاكرة إلى السنوات السابقة لصعود محمد علي إلى حلبة الملاكمة، نجد أنه لم يكن تلميذًا موهوبًا، وكان يواجه صعوبة في القراءة والكتابة، وفي عام 1957م أجرى اختبارًا لحاصل الذكاء، وكانت النتيجة دون المتوسط بكثير، فقد كان كل ما حصل عليه في المدرسة الثانوية مجرد «شهادة دوام»، وهي أدنى درجة أمكن للمدرسة منحه إياها²⁸⁸. وتخرج بترتيب 376 وكان الصف في ذلك العام يضم 391 طالبًا²⁸⁹. وفي الجزء الخاص بالكفاءة العقلية، من فحص الأهلية للخدمة العسكرية، فشل محمد علي في المحاولتين الأولى، ولم يصبح مؤهلًا للخدمة العسكرية، إلا بعد أن جرى خفض المعدل الأدنى مع اتساع نطاق حرب فيتنام²⁹⁰. وفي عام 1990م حين كان قد بلغ الثامنة والأربعين، اعترف بأنه لم يقرأ كتابًا في حياته²⁹¹.

وكان الشيء الوحيد الذي يحبه كلاي في المدرسة هو الفرصة التي كانت توفرها له للظهور أمام جمهور، يتذكر تلك الأيام، فيقول: «كان أكثر ما أحب في المدرسة لفت الأنظار واستعراض نفسي أمام الناس، وسرعان ما أصبحت التلميذ الأكثر شعبية في المدرسة»²⁹².

كان محمد علي يحتاج إلى ما بين عشرين إلى ثلاثين دقيقة لقراءة مقال لا يتطلب من القارئ العادي أكثر من أربع أو خمس دقائق²⁹³، ولكنه كان يتمتع بموهبة لا تصدق في مجال العلاقات العامة،

حتى إنه وضع منذ مطلع شبابه خطة محكمة التفاصيل لإستراتيجية إعلامية خاصة به، ولمنهجية تعامله مع الصحف ومع الصحفيين²⁹⁴.

وتجلى إبداعه في التعامل مع وسائل الإعلام، على نحو كامل، عندما تمكن في بداية حياته المهنية من خداع العالم بأسره ودفعه لتصديق أنه يتمرن عادة تحت سطح الماء، وفي عام 1961م كلفت مجلة Sports Illustrated أحد المصورين، وهو فليب شولك Flip Schulke، بالتقاط صور لمحمد علي كلاي، فسأل كلاي المصور في أثناء اللقاء إن كان يعمل لدى مجلة أخرى؟ وعندما سمع أن الصور التي يلتقطها الشاب تظهر بانتظام في مجلة Life، وهي المجلة الأوسع انتشارًا في الولايات المتحدة آنذاك، تحمس وطلب منه أن يلتقط له صورة تنشر في مجلة Life، فحاول المصور أن يشرح له أنه يعمل بموجب تكليف بمهمة محددة، ويجب عليه عرض الفكرة على المحررين في المجلة التي يعمل فيها، فهم سيرفضونها على الأرجح، ويجب ألا ننسى أن القصة حصلت في مرحلة مبكرة من حياة كلاي المهنية، ولكن كلاي لم يكف عن المحاولة، وسأل شولك عن عمله الآخر؟ فعندما أخبره شولك أنه مختص في التصوير تحت الماء، كشف له محمد علي سرًا: «لم أخبر أحدًا بذلك قبلاً، ولكن أنا وأنجلو نخفي سرًا، فهل تعلم لماذا أصبحت أسرع ملاكم في الوزن الثقيل في العالم؟ أنا الوحيد بين ملاكمي الوزن الثقيل الذي يتدرب تحت سطح الماء». ادعى كلاي أن سبب تدريبه تحت سطح الماء هو السبب نفسه الذي يجعل الرياضيين الآخرين يرتدون أحذية ثقيلة في أثناء التدريب، حيث «أغمر جسمي في الماء حتى الرقبة، وألکم بيدي تحت السطح، وعندما أخرج من الماء، ألكم بسرعة البرق لعدم وجود مقاومة»²⁹⁵ فشكك شولك في القصة في البداية، ولكن كلاي عرض عليه حضور إحدى جلسات تدريباته تحت سطح الماء؛ لالتقاط صور حصرية لمجلة Life، ونقل شولك الفكرة إلى المسؤولين في مجلة Life، فأعجب هؤلاء بفكرة نشر مقال عن برنامج تدريب كلاي غير المؤلف تحت سطح الماء، وكان كلاي، من دون شك، قد لفق القصة من أساسها، ولكن نجاح تلك الحكاية التي لا تُصدّق، بمعنى نشر صورة له في أوسع المجالات انتشارًا في الولايات المتحدة آنذاك، أكد فاعلية هذه المنهجية.

ويقول نيل ليفر Neil Leifer، وهو مصور رياضي غطى أنشطة محمد علي ومبارياته أكثر من مرة: إن «محمد علي كان حلم أي مصور... كان يعرف كيف يتخذ وضعيات التصوير، وأعتقد أن غروره هو ما كان يدفعه للتركيز على آلة التصوير... ولم يكن المصور ليخطئ وهو يصور محمد علي، فمجرد ظهوره كان يُنَجح الصورة»²⁹⁶. ويتذكر ديك شاب Dick Schaap، وهو من أشهر المحررين الرياضيين في الولايات المتحدة آنذاك، أن كلاي كان يمنح مقابلات أكثر «من أي شخص آخر في تاريخ العالم، ولا أستطيع أن أتخيل أي شخصية، في مجال السياسة أو الأعمال، تحدثت مع هذا العدد من الناس، ولهذا العدد من المرات ولمدد طويلة بهذا الشكل، مثله»²⁹⁷.

ويقول مايك كاتز Mike Katz، وهو صحفي مشهور في مجال الرياضة كان يعمل لمصلحة صحيفة The New York Times: إنه لا يصدق «أنه كان هناك في التاريخ رياضي يرحب بالتعامل مع وسائل الإعلام بهذا القدر من الانفتاح، مثل محمد علي، وكان يحب أن يكون موضع

اهتمام: يشعر حينذاك بالقوة والانتعاش». وأضاف أن محمد علي، إذا لم يكن محاطاً بالناس، يمكن أن يبذل ما في وسعه من جهد ولو لَلْفَتَ نظر قطة، و«لكنه كان يتعاون مع وسائل الإعلام، ويفهمها جيداً كأى شخص آخر سبق أن عرفته»، وكان يخصص وقتاً حتى لأبسط وسائل الإعلام ووكالات الأنباء، ويضيف كاتز: «كان يمكن أن يقضي وقتاً مع طالب في الصف العاشر، من المدرسة الثانوية المحلية، ويجري معه مقابلة لصحيفة المدرسة بقدر الوقت الذي يمضيه مع المحرر المسؤول عن رياضة الملاكمة في صحيفة «The New York Times»²⁹⁸.

ويقول إد شويلر Ed Schuyler، العامل في وكالة Associated Press، الرائدة في مجال الأخبار: إنه لم يسبق أن كان هناك رياضي من نخبة الرياضيين «يمكن لوسائل الإعلام الوصول إليه بسهولة أكثر من محمد علي، وكان مركز تدريبه مفتوحاً على الدوام، وكان بإمكانك تغطية أخباره أربعاً وعشرين ساعة في اليوم... فما إن يرى مايكروفون، أو في اللحظة التي يبدأ فيها اثنان أو ثلاثة منا في تدوين ملاحظاتهم، تشعر وكأنك أدت مفتاحاً، وأضيت الأنوار»²⁹⁹.

وبدا كلاي، منذ المراحل الأولى من حياته المهنية، بارتداء قمصان قطنية بيضاء مطبوع عليها اسمه باللون الأحمر، وكان الملاكمون الآخرون دائماً يكتبون أسماءهم على ظهور أردبتهم، وفي ليلة المباراة فقط، و«قد تكون هذه المرة الأولى التي يبتكر فيها رياضي أمريكي ملابس خاصة به تحمل اسمه، وتكون علامة مميزة له لارتدائها في أنشطته اليومية العادية، وكان قد بدأ يبرز بوصفه واحداً من أمهر مرّوجي النفس في كل المجالات الرياضية»³⁰⁰.

ولم يكف كلاي عن الخروج بأفكار جديدة لحركات بارعة في مجال الدعاية، فقبل مدة طويلة من خوض أول مباراة للحصول على اللقب، صنع نسخة عن صحيفة غير موجودة في الواقع، وعرضها في مركز للتسوق في ساحة Time Square، في نيويورك، وكانت تحمل عنواناً رئيساً ابتكره بنفسه: «كاسيوس يوقع عقد المباراة مع باترسون Patterson»، وشرح كلاي هدفه من تلك الحركة قائلاً: «سوف يصدقون في موطني أن الأمر حقيقي»³⁰¹، وكان معروفاً بتبجحه: (أنا الأعظم) وبحب تعظيم نفسه، وجاء يوماً إلى جلسة قياس الوزن الأخيرة قبل المباراة، وقد غطى فمه بشريط ورقي لاصق، وكانت مزحة دفعت حتى خصمه للابتسام³⁰².

وقبل مباراته الأولى مع سوني ليستون للحصول على بطولة العالم، جال كلاي في حافلة باللونين الأبيض والأحمر مزدانة بلافتات كتب عليها بأحرف كبيرة: (أنا الأعظم)، و(الملاكم الأكثر حيوية في العالم)، و«سوني ليستون سوف يسقط في الجولة الثامنة»³⁰³. وفي إحدى الليالي، اتصل كلاي ببعض الصحفيين والمسؤولين في محطات إذاعية طالباً منهم القدوم إلى منزل سوني ليستون إذا كانوا راغبين في قصة مثيرة، وفي الساعة الواحدة صباحاً، استقل كلاي حافلته، وذهب إلى منزل ليستون، وتوقف عند الحاجز الحجري للشارع، وبدأ يصرخ متحدياً بطل الملاكمة في الوزن الثقيل، قائلاً: «سوف أقضي عليك تماماً الآن في هذه اللحظة!»³⁰⁴.

وكان أحد أشهر أساليب محمد علي البارعة في مجال العلاقات العامة قدرته على التنبؤ بالجولة التي سيسقط فيها خصمه على أرض الحلبة، ولم يسبق لملاكم أن فعل شيئاً مماثلاً، وهو ما أثار مشاعر التشويق في نفوس الصحفيين وجمهور النظارة على السواء، وفي بداية مهنته، بدأ أيضاً في نظم أشعار قصيرة أصبحت فيما بعد علامته المميزة، فعلى سبيل المثال، قال يوماً لأحد الصحفيين:

«يجب الانتهاء من هذا الرجل

سوف أوقفه عند حده في الجولة الأولى».

“This guy must be done,

I’ll stop him in one”³⁰⁵.

وفي مباراة أخرى جرت في بداية مسيرة كلاي الرياضية، تنبأ بأن خصمه سيسقط على أرض الحلبة في الجولة السادسة، وكان النقاد يبدون انزعاجهم من قيام محمد علي أحياناً بمناوشات استعراضية طوال جولة كاملة، لا لشيء سوى لتحقيق نبوءته.

ولكن كلاي «كان يحب وسيلة التحايل الجديدة التي ابتكرها، ويحب الاهتمام الزائد المرافق لسلوكه الذي يزداد جرأة، هذا بالإضافة إلى قناعته بأن الشهرة سوف تساعد على أن يحظى بفرصة أسرع لإحراز البطولة»³⁰⁶، وأصبح أقرب إلى رجل استعراضية، وحوّل قدرته على التنبؤ بلحظة انهيار خصمه على أرض الحلبة إلى الشعار الدعائي الخاص به: «أنا الأعظم، أنا العظمة مزدوجة، لا أكتفي بأن أصرعهم بالضربة القاضية، أنا أختار الجولة التي سأصرعهم فيها، أنا الأجرأ، أنا الأجمل، والأكثر تفوقاً ومعرفة، أنا حالياً الملاكم الأبرع في الحلبات، أنا الملاكم الوحيد الذي ينتقل من زاوية لأخرى ومن نادٍ لآخر، ويتناقش مع معجبيه، وأتمتع بشهرة لم يصل إليها ملاكم في التاريخ، وأتحدث مع الصحفيين إلى أن تؤلمهم أصابعهم من الكتابة»³⁰⁷.

وكان كلاي، من جهة، يعطي الانطباع بأنه إنسان عدائي شديد التبجح، ولكن من جهة أخرى كانت تصريحاته تترافق بوميض وقح في عينيه وبجرعة قوية من الدعابة، وهذا سبب شعبيته، وقبل مباراته مع ليستون، مثلاً، قال: «أنا لا أريد أن أكون بطل العالم وحسب، فسوف أصبح بطل الكون بأسره، وبعد أن أقضي على سوني ليستون تماماً، سوف أقضي على أولئك الرجال الخضر الصغار في كوكبي جوبيتر والمريخ، ولن يخيفني مظهرهم، فلا يمكن أن يكونوا أقبح من سوني ليستون»³⁰⁸.

وعندما حانت جلسة قياس الوزن الأخيرة قبل مباراته مع ليستون - كانت جلسات قياس الوزن الأخيرة قبل مباريات البطولة روتيناً مملاً - جن جنون كلاي، وأخذ يتشدد بالكلمات، ويهذي بعنف، ويضرب الأرض بعكاز إفريقية خاصة بالمشي، وتطلب الأمر ستة رجال أقوىاء للسيطرة عليه، أو هذا ما بدا؛ للحيلولة دون ملاحظته لليستون خلال جلسة الوزن، وظن معظم المراقبين أن كلاي فقد

السيطرة على نفسه وعلى توازنه العاطفي، وأنه سينهار تمامًا قبل صعوده إلى الحلبة لمواجهة ليستون، ولكن صحفيًا كان يراقب ما حصل عن كثب، فلاحظ أن تصرفات كلاي لم تكن سوى عرض جرى إعداده بدقة، وأن معظم ما حصل بدا كأنه مخططٌ ومعدُّ سلفًا³⁰⁹.

ومثلما نجح شوارتزغر في الترويج لرياضة كمال الأجسام في ثمانينيات القرن العشرين - بداية في الولايات المتحدة، ومن ثم في كل أنحاء العالم - كذلك شد كلاي أنظار العالم إلى رياضة الملاكمة في ستينيات القرن العشرين، ومع ذلك، اعتاد كلاي أن يعدّ نفسه نجمًا في عالم الترفيه أكثر منه رياضياً، وكان يعي هذه الفكرة جيدًا حتى في بداية حياته المهنية: «لم أعد أشعر أنني أمارس الملاكمة، فهذا عالم الاستعراض»³¹⁰. ويقول كاتب سيرته، جوناثان إيغ: إن كلاي كان «أعظم مروج للذات عرفته رياضة الملاكمة طوال تاريخها»³¹¹.

وفي عام 1963م فعل محمد علي ما لم يفعله ملاكم آخر قبله، فقد أصدر كتابًا يضم مختارات من نصوص مناجاة ذاتية وقصائد مكرّسة في معظمها لتمجيد عظمته: «عظمتي لا تعرف حدًا، فأنا أثير الإعجاب حتى في نفسي... ومن الصعب أن تكون متواضعًا عندما تصبح عظيمًا بقدر عظمتي... يجب أن يسقطوا جميعًا في الجولة التي أختارها ... وأنا القدوة المثالية للأطفال: أنا وسيم، وأعيش حياة نظيفة، وأنا مثقف، ومهذب، ومتواضع»³¹².

وهناك كثير من الشخصيات البارزة التي يتناولها هذا الكتاب تُعدّ في رأي أناس عرفوها عن كثب شخصيات تتسم بنرجسية واضحة، ولم تصل إلى سن النضوج العاطفي، وهذا ينطبق على كلاي، فيصفه جيرري أيزنبرغ Jerry Izenberg، وكان آنذاك من أشهر الصحفيين الرياضيين في الولايات المتحدة، بالقول إنه: «يحب الناس ضمن جماعات، قد يستأثرون باهتمامه بوصفهم أفرادًا لمدة وجيزة، ولكن معظم تفاعله مع الناس يتمحور حول نفسه، لا بأسلوب بغيض، ولكن بأسلوب طفولي»³¹³.

ومن بين أهم العلامات المميزة الواضحة لمحمد علي - منذ بداية حياته المهنية وحتى نهايتها - الأشعار والقصائد القصيرة التي كان في البداية ينظمها بنفسه، وهي تُنسب إليه بقدر ما أصبحت أشعار ألبرت أينشتاين أو كارل لاغرفيلد وأقوالهما المأثورة تشكّل جزءًا لا يتجزأ من الصورة العامة لكل منهما، وفي عام 1963م انضم بنديني براون Bundini Brown إلى الفريق المحيط بكلاي، وكان بنديني يعدّ نفسه كاتبًا، وأظهر موهبة عظيمة في نظم قصائد لكلاي تتسم بالبراعة والظرف، وكان بنديني هو من صاغ العبارة التي أصبحت أشهر شعار لكلاي: «أحوم برفق مثل فراشة، وألسع مثل نحلة»، ولخص بنديني أسلوب كلاي بهذه العبارة البليغة التي سرعان ما تحولت إلى اقتباس يردده الناس في كل مكان، وكرر كلاي هذه العبارة آلاف المرات خلال حياته المهنية³¹⁴ ومع أن شعارات كلاي وقصائده بدت عفوية وتلقائية، فإنها نادرًا ما كانت كذلك، ويقول كاتب المقالات ويلفر شيد Wilfer Sheed: «كنت أمل أن تكون تلك الشعارات الطريفة من بنات أفكاره، تخطر بباله في أثناء تنقلاته، لكنني اكتشفت أنه يحمل في ذاكرته مخزونًا هائلًا منها»³¹⁵.

وكان كلاي يتعلم بسرعة، ويلتقط الأفكار من نجوم رياضيين آخرين، وشارك ذات مرة في برنامج حوارى إذاعي مع غورجياس جورج Gorgeous George، أشهر مصارع محترف في عصره، وكانت الرياضة تدر عليه مالا وفيرا، ولكنه كان يستنفد من المال والطاقة في تسويق نفسه أكثر مما كان يستنفد في المنافسة على حلبة المصارعة، وبعد إجراء المقابلة الإذاعية المشتركة، شاهد كلاي غورجياس جورج في مباراة مصارعة داخل صالة لا يوجد فيها موطئ لقدم، فقال كلاي: «شاهدت خمسة عشر ألف شخص جاؤوا لمشاهدة هذا الرجل وهو يتلقى ضربا مبرحا، فقلت في نفسي: إن حديثه هو السبب، وهذه فكرة رائعة!»³¹⁶.

وقد كان كلاي يعتمد الاستفزاز في التعبير عن آرائه وفي تبجحه الصاخب، وهو على قناعة تامة بأن كثيرا من مشاهدي المباريات يأتون فقط لمشاهدته، فهو شاب ملون مزهو بنفسه و«يتسبب في تشويه وجهه الوسيم». وفي مرحلة لاحقة من حياته المهنية، أصبح ناشطا سياسيا يجاهر برأيه، وداعية صريحا للحقوق المدنية، ومعارضًا لحرب فيتنام، مع أن أيًا من تلك القضايا لم تكن تعني له شيئًا في بداية مهنته بوصفه ملاكمًا، فشعر زعماء حركة الحقوق المدنية، في الولايات المتحدة، بخيبة أمل لأن كلاي لم يُظهر الكثير من الاهتمام بقضيتهم، حتى إنهم كانوا يشعرون بالغضب بسبب عاداته في استخدام نماذج عنصرية نمطية في الملاحظات الصادرة عنه للحط من قدر الملاكمين السود الآخرين³¹⁷. وكان كلاي، في ذلك الوقت، نادرًا ما يُعبّر عن آرائه الشخصية في القضايا السياسية أو العرقية³¹⁸.

ومع ذلك، انتسب كلاي إلى (أمة الإسلام) وهي منظمة ترفض الاندماج كليًا، وتواجه عنصرية البيض بعنصرية الملونين، وذلك كان خلافاً لحركة الحقوق المدنية التي يقودها مارتن لوثر كينغ الابن Martin Luther King Jr، ويُنظر إلى كلاي حاليًا على أنه مناصر لقضية منح المساواة للأمريكيين من أصول إفريقية ودمجهم في المجتمع، ولكن ذلك ليس صحيحًا، فالواقع أنه يحمل أفكارًا خاصة به فيما يتعلق بالعزل العنصري: «في الأدغال، نجد أن الأسود تعيش مع الأسود، والنمور تعيش مع النمور، والطيور الحمراء ترافق الطيور الحمراء، والطيور الزرقاء ترافق الطيور الزرقاء»³¹⁹. وكان يعتقد أن عقد تحالف عالمي بين غير البيض من شأنه أن يؤدي في نهاية المطاف إلى انتصارهم على الأقلية القفقاسية³²⁰.

وتعرّض كلاي للانتقاد من مارتن لوثر كينغ الابن، المدافع عن قضية منح المساواة للأمريكيين من أصل إفريقي، الذي قال: «عندما انضم إلى حركة (المسلمين السود) وأطلق على نفسه اسم كاسيوس إكس Cassius X أصبح نصيرًا للعزل العنصري، وهذا ما نقاومه نحن»³²¹ ووصل الأمر بكلاي حدًا دَفَع الأمريكيين للشعور بحيرة تامة، عندما أثنى على آراء العزل العنصري الصادرة عن جورج والاس George Wallace، وهو سياسي من غلاة الجناح اليميني³²².

وكان هناك كثير من المناوئين - السود والبيض على السواء - لكلاي، الذي أصبح عضوًا في حركة (أمة الإسلام) وغيّر اسمه إلى محمد علي، في شهر آذار/ مارس من عام 1964م³²³. ويقول كاتب سيرته جوناثان إيغ: «في عام 1965م ربما كان كلاي أكثر رجل مكروه في أمريكا»³²⁴.

واشتهر محمد علي برفضه الالتحاق بالخدمة العسكرية وبمعارضته للحرب في فيتنام، ولكن أسبابه لاتخاذ مثل هذه الخطوة الجريئة تغيرت بمرور الوقت، وأثر ذلك في مصداقيته سلبيًا، ففي إحدى المناسبات، شرح سبب رفضه بالقول: إن الولايات المتحدة دولة مسيحية، وإن دينه يمنعه من القتال في حرب لمصلحة (الكفار): «يحرم علينا القرآن الكريم تقديم مساعدة من أي نوع»³²⁵.

ويُعد قوله: «لا يوجد نزاع بيني وبين الفيتكونغ» أشهر عبارة صدرت عنه في سياق رفضه الخدمة العسكرية لاعتبارات أخلاقية، وانتشرت هذه العبارة بين الناس، وطُبعت على القمصان القطنية في كل أنحاء أمريكا، وأصبحت أكثر عبارة يجري الاستشهاد بها بين العبارات التي صدرت عن محمد علي، وبهذه الكلمات انضم محمد علي إلى الجيل الراض لحرب فيتنام في جميع أنحاء العالم خلال ستينيات القرن العشرين، وأصبح في نظر بعض الناس بطلاً، ولكن الكثير من الأمريكيين رفضوه، وتجاهلوه؛ لاستيائهم من موقفه الخالي من الوطنية، ودعا آرثر دالي Arthur Daley، الصحفي في The New York Times، إلى مقاطعة محمد علي قائلاً: إن على الناس رفض مشاهدة مبارياته، شخصياً أو على التلفزيون، و«كان بإمكان كلاي أن يصبح أكثر الأبطال الرياضيين شعبية»³²⁶.

وفي عام 1965م أعلنت المنظمة العالمية للملاكمة واللجنة الرياضية لولاية نيويورك عن تعليق ترخيص محمد علي لممارسة رياضة الملاكمة، وحذا عدد من لجان الملاكمة الأخرى حذوهما، وجرى تجريد محمد علي من لقب بطل العالم³²⁷ في شهر حزيران/ يونيو من عام م، وحُكم عليه بالسجن مدة خمس سنوات؛ لرفضه الخدمة العسكرية في جيش الولايات المتحدة، وهو حكم لم يضطر إلى تنفيذه؛ لأنه ألغي بعد مضي ثلاث سنوات.

وإضافة إلى صدام محمد علي مع الدولة، نشأ خلاف بينه وبين حركة (أمة الإسلام)، التي شعر أعضاؤها بغضب شديد عندما صرح محمد علي بأنه يرغب في العودة إلى حلبة الملاكمة؛ لكي يكسب بعض المال، ولم يبدُ استياء زعيم الحركة إيلجاه محمد من قرار محمد علي منطقيًا، فقد كان قد وافق سابقًا على أنشطة محمد علي الرياضية، هذا إضافة إلى أن ابنه أيضًا كان يكسب أموالاً طائلة من الرياضة، ولم يتوقف محمد علي عن إعلان ولائه لأمة الإسلام، ولكن إيلجاه محمد علّق عضويته في نهاية المطاف³²⁸. وفي الرابع من نيسان/ إبريل من عام 1969م وقّع إيلجاه محمد علي على البيان الآتي: «السيد محمد علي لن يُعرَف، بعد الآن، في منظمنا بالاسم المقدس محمد علي، فسوف ندعوه باسم كاسيوس كلاي، ونحن نجرده من هذا الاسم إلى أن يبرهن أنه جدير به»³²⁹. وعلى الرغم من هذا التصريح، احتفظ محمد علي باسمه، وأكد ولائه لأمة الإسلام ولعقيدته، وكل ما يمكن أن يقال في هذا الشأن هو أن مدة الانقطاع القسري عن مهنة الملاكمة ثلاث سنوات (- 1967م)، بعد أن تم تجريده من حزامه ومن ترخيص ممارسة الملاكمة، كانت في الواقع عاملاً

إيجابياً بالنسبة إليه، كما قال المؤرخ جيم جاكوبز Jim Jacobs: «من بعض الجوانب، كان إبعاد محمد علي عن ممارسة الملاكمة أفضل ما حصل له». وقبل انقطاعه القسري عن ممارسة الملاكمة، كان جزء كبير من الأمريكيين قد بدؤوا بمهاجمة محمد علي وانتقاده، و«الأسوأ من ذلك أنهم ملّوا سماع ترهاته»، وأوجد إبعاد محمد علي فسحة له لإعادة الارتباط بالناس، حتى إنه تحول إلى رمز حتى بالنسبة إلى الأشخاص الذين لم يكن لديهم سابقاً أي اهتمام بالملاكمة³³⁰.

ولم يوقف محمد علي حملة العلاقات العامة حتى خلال مدة إبعاده القسري عن الحلبة، ولكنه تبنى مقاربة مختلفة، فجال في كل أنحاء البلاد لإلقاء الخطب حول كثير من الأحداث، ويقول جاكوبز: «كان، نوعاً ما، أشبه بمرشح رئاسي يضع الأسس للمؤتمرات الحزبية المستقبلية وللانتخابات الأولية»³³¹.

وإثر عودته إلى حلبة الملاكمة بعد انقطاع دام ثلاث سنوات، كان المزاج العام قد تغير لمصلحته، فعلى الرغم من إبعاده هذه المدة الطويلة عن ممارسة الملاكمة، صار يتلقى أجوراً أكثر بكثير، وأصبح الرياضي الأعلى أجراً في العالم، فقد حصل مقابل مباراته مع بطل العالم جو فريزر، التي وُصفت بأنها «مباراة القرن»، على مليونين ونصف مليون دولار أمريكي، مضمونة، وهذا أجر يفوق بمراحل أي أجر سبق أن حصل عليه ملاكم، ويعادل بالقيمة الحالية خمسة عشر مليون دولار أمريكي³³².

وقبل مباراة محمد علي الأسطورية مع فريزر، استعاد عاداته القديمة في التنبؤ بنتيجة المباراة، ولكن مع تغيير بسيط، فقد قام بحركة علاقات عامة بارعة جديدة، لا تخلو من مزاح: «أعلن أنه سيقوم قبل خمس دقائق من بدء المباراة، وفي بث تلفزيوني حي، بسحب ورقة من مظروف، وسوف تضم الورقة رقم الجولة التي يتنبأ بأنه سيهزم فريزر فيها بالضربة القاضية»³³³.

وفي جلسة قياس الوزن الأخيرة قبيل المباراة، وصف محمد علي فريزر، وهو رجل أسود أيضاً، بأنه أمل الرجل الأبيض، و«عزل فريزر عن مجتمع السود، وكان لا يكف عن مساواته بتركيبة قوة البيض، وعن التفوه بعبارات من نوع «أي شخص أسود يشجع جو فريزر يعدّ خائناً»، ووصل به الأمر، في برنامج حوار تلفزيوني، حد القول: لا أحد يتمنى النجاح لجو فريزر سوى الأشخاص البيض الذين يرتدون البذلات، والأشخاص الذين يشغلون منصب عمدة المناطق في ألاباما، وأعضاء منظمة الكوكلاس كلان Ku Klux Klan، وأنا أقاتل من أجل الإنسان البسيط في أحياء الأقليات»³³⁴.

وظل فريزر طوال حياته يشعر بالاستياء من دعايات محمد علي الظالمة، و«يطلق عليّ اسم العم توم (بطل قصة كوخ العم توم) ويقول: إنني بطل الرجل الأبيض، وكل ذلك كذب وافتراء لتأليب الناس ضدي، وكان بذلك يساعد نفسه ولا يساعد السود»³³⁵، ولجأ محمد علي إلى هذا الأسلوب لا في مباراته مع فريزر فقط، ولكن في كل مرة واجه فيها ملاكماً أسود.

وفي الثلاثين من تشرين الأول/ أكتوبر من عام 1974م واجه محمد علي جورج فورمان George Foreman في زائير، وهي مباراة قُدِّر لها أن تدخل سجلات تاريخ الملاكمة تحت اسم (شجار في الأدغال The Rumble in the Jungle) وقبل حصول المباراة، ذهب محمد علي إلى زائير في جولة علاقات عامة لكسب سكان البلاد إلى صفه، وفي أثناء الرحلة الجوية إلى زائير، أخبره مستشاروه بأن بعض أساليب هجومه على فورمان قد لا تلقى في إفريقيا النجاح الذي يمكن أن تلقاه في الولايات المتحدة؛ فغالبية سكان زائير مسيحيون، وقلّة منهم فقط ستفهم المقصود بعبارة العم توم، التي كان يستخدمها محمد علي عادة للإشارة إلى خصومه السود بازدراء، وفكر محمد علي لوهلة، ثم سأل مستشاريه عن الجهة التي يكرها سكان زائير؟ وعندما أجابوه بأن شعب المستعمرة البلجيكية السابقة يكرهون البلجيكين أكثر مما يكرهون أي شعب آخر، عرف ما ينبغي له أن يفعل، وعندما وصل إلى زائير، قال بصوت هادر: (أنا الأعظم)، وأتبع قوله هذا بسرعة بعبارة: (جورج فورمان بلجيكي)، وكان محمد علي قد وصف فورمان، وهو ملاكم أسود مثله، بأنه أمل الرجل الأبيض، وفي تلك اللحظة، وخلال دقائق من هبوط الطائرة على أرض المطار في زائير، كان قد وصمه بأنه الكولونيالي الذي اضطهد شعب الكونغو، ومضى أبعد من ذلك، إذ أضاف أن فورمان «يضطهد الشعوب السوداء»³³⁶ وحوّل محمد علي مباراة بين ملاكمن من السود، إلى معركة ضد شخص زعم أنه يضطهد الشعوب السوداء، تمامًا مثلما وصف ستيف جوبز المنافسة بين شركتي Apple وIBM بأنها صراع بين الخير والشر³³⁷. وفي مقابلة تلفزيونية جرت قبل المباراة، ادعى محمد علي: «إذا ربح هو، فسوف نظل عبيدًا للسنوات الثلاث مئة القادمة، وإذا ربحنا أنا، تحررنا»³³⁸.

ولكن محمد علي أساء أحيانًا تقدير الأثر الذي قد تتركه تصريحاته التي تتسم بالمغالاة، وخصوصًا عندما سببت له ملاحظة قالها قبيل المباراة مع فورمان مشكلةً جديدةً: «أنتم جميعًا، يا من لا تأخذوني على محمل الجد، وتظنون أن جورج فورمان سوف يصرعني؛ عندما تصلون إلى إفريقيا، سوف يضعكم شعب موبوتو في القدر، ويطهونكم، ويأكلونكم»، فأثار ذلك غضب الحاكم الديكتاتوري للبلاد، موبوتو سيسسي سيكو Mobutu Sese Seko، ولأسباب مفهومة، فقد أنفق أموالًا طائلة لجعل المباراة تجري في زائير، وكان يريد استغلال هذا المشهد العالمي؛ لإبراز اسمه واسم بلاده، وبعد يومين من تصريح محمد علي، استدعى وزير خارجية موبوتو مديري فريق محمد علي، ووجه لهم ولمحمد علي تأنيبًا قاسيًا، قائلاً: «أخبروا السيد محمد علي، رجاء، أننا لسنا أكلي لحوم بشر، فنحن لا نأكل الناس، ولقد نظمنا هذه المباراة لتشجيع التجارة وللنهوض ببلدنا، وملاحظات السيد محمد علي تؤدي إلى تخريب صورتنا»³³⁹. وكسب محمد علي المباراة في الجولة الثامنة بالضربة القاضية، وهو باستعادته بطولة العالم أثبت خطأ القاعدة التي يُفترض أنها راسخة، القائلة: إن «الأبطال لا يعودون إلى موقعهم أبدًا» ولم يتمكن أحد قبله من استعادة لقب البطولة سوى فلويد باترسون Floyd Patterson.

وخلال السنوات المقبلة، لجأ محمد علي، إلى التخفيف من عنف تصريحاته السياسية تدريجيًا، ولم يعد يشير إلى البيض بتعبير الشياطين - كما اعتاد سابقًا - إلا فيما ندر، ومع أنه لم يتخلّ عن ولائه

لزعيم أمة الإسلام؛ إيلجاه محمد Elijah Muhammad، فإنه لم يعد يتحدث طوال الوقت عن إخلاصه له كما كان يفعل سابقاً³⁴⁰.

وأقلع عن زيارة الجامعات لانتقاد حرب فيتنام، وتوقف عن إطلاق التصريحات السياسية النارية، و«أعطى الانطباع عن رجل كان، قبل كل شيء، سعيداً بعودته إلى حلبة الملاكمة»³⁴¹ وكما قال لاعب كرة القدم الأسطوري جيم براون Jim Brown: «عندما عاد محمد علي بعد مدة الإبعاد، أصبح حبيب أمريكا، وكان ذلك أمرًا مفيداً لأمريكا؛ لأنه ساعد على تقارب السود والبيض، ولكن محمد علي الذي أحبته أمريكا في نهاية المطاف لم يكن محمد علي الذي أحببته حباً جمًّا، ولم أعد أحمل له الشعور نفسه؛ لأن المحارب الذي أحببته لم يعد موجوداً، فقد أصبح، إلى حد ما، جزءاً من المؤسسة»³⁴².

ووصل الأمر بمحمد علي حد إعلانه التراجع عن تصريحه السابق حول عدم وجود نزاع بينه وبين الفيتكونغ، وصرح بأنه متمسك بقراره بعدم الالتحاق بالخدمة العسكرية، ولكن «ما كان يجب أن أقول ما قلته عن الفيتكونغ، وكان ينبغي لي معالجة موضوع الالتحاق بالخدمة العسكرية بأسلوب مختلف، ولم يكن هناك داع لاستثارة غضب هذا العدد الكبير من الناس»³⁴³، وكرّر التعبير عن أسفه مرات عدة، حتى إنه عدّل موقفه السابق، الراض للخدمة العسكرية لأسباب أخلاقية، بالإعلان أنه سيقاتل إذا تعرضت أمريكا لأي هجوم³⁴⁴.

وتحول محمد علي، الذي كان بطلاً في نظر الطلاب اليساريين في ستينيات القرن العشرين، إلى مصدر إزعاج لكثير من مؤيديه السابقين بسبب استعراضه على الملأ دعمه للمرشح الرئاسي الجمهوري رونالد ريغان Ronald Regan، الذي كان شخصية مكروهة في صفوف اليساريين³⁴⁵، وترسخت مصالحة محمد علي مع أمريكا، عندما حصل عام 2005م على ميدالية الحرية الرئاسية، وهي أرفع تكريم يُمنح لشخصية مدنية في البلاد، من رئيس الجمهورية جورج و. بوش George W. Bush الجمهوري³⁴⁶.

والواضح أن محمد علي لم يكن وحده من تغير، فقد كانت الولايات المتحدة قد تغيرت أيضاً، فعاد محمد علي وروحية العصر الأمريكية للتلاقي مجدداً، ويدين محمد علي بالكثير من شعبيته الراسخة إلى كونه لم يتمرد ضد التيار العام السائد، وحسب، ولكنه أصبح أيضاً جزءاً من التيار العام السائد الجديد، وفي ستينيات القرن العشرين، كان محمد علي شخصية رئيسة في حركة الاحتجاج، وداعية صريحاً للحقوق المدنية ومناوئاً شرساً لحرب فيتنام، وفيما يتصل بكونه مدافعاً عن قضية الأمريكيين من أصل إفريقي ومعارضاً لحرب فيتنام، كان يلقي الإعجاب والاحتقار بالقدر نفسه، ولكن ما إن انتهت المعركتان المذكورتان، وبرزت أمريكا جديدة في سبعينيات القرن العشرين وثمانينياته، وجد محمد علي أنه من الأسهل التكيف مع روحية العصر الجديدة والتصالج مع بلاده، وتصالج بلاده معه، واعترف يوماً بأن «مبارياتي في حلبة الملاكمة كانت لمجرد كسب الشعبية، ولم

أحب الملاكمة في حياتي، ولم أجد متعة في إيذاء الناس وطرحهم أرضًا، ولكن هذا العالم لا يعترف إلا بالقوة، والثروة، والشهرة، وبحسب هذا الترتيب»³⁴⁷.

الأدوات التي لجأ إليها محمد علي لتكوين علامته المميزة:

1 الإفراط في التبجح: حتى تباهي دونالد ترامب لم يكن ليشبه تصريحات محمد علي في تعظيم نفسه (أنا الأعظم، أنا الأجل،... وإلى ما هنالك). وكان يعي جيدًا أن كثيرًا من المشاهدين الذين كانوا يحضرون مبارياته الأولى، كانوا يأتون فقط لرؤية الشاب الأسود المزهو بنفسه: «وهو يتسبب في تشويه وجهه الوسيم».

2 جهد دعائي لا يكل: لا يوجد إلا فيما ندر رياضي آخر منح مقابلات بهذا العدد مثل محمد علي، أو أتاح نفسه بهذا الشكل لوسائل الإعلام منذ بداية مسيرته المهنية في مجال الرياضة، فقد أصبح مشهورًا حتى قبل المباراة التي فاز فيها ببطولة العالم لأول مرة.

3 إبداع في العلاقات العامة: لضمان نشر صور له في مجلة Life، اخترع قصة تدريبه تحت سطح الماء، وكان قبل كل مباراة، يتنبا بالجوالة التي سيصرع فيها خصومه بالضربة القاضية، وبذلك كان يزيد عنصر التشويق في أجواء المباراة، وحول جلسات قياس الوزن قبل المباريات إلى مشاهد إعلامية.

4 في بداية مهنته بوصفه ملاكمًا، حول قصائده وأشعاره القصيرة إلى رموز دعائية مميزة له: «أحوم برفق مثل فراشة، وأسع مثل نحلة».

5 الاستفزاز: لم يكن يخشى استقطاب الآراء أو استفزاز الناس عند التعبير عن آرائه (السياسية) علنًا، وزادت استقامته، التي لا تعرف التنازلات، من شعبيته.

6 قدم مبارياته بصورة معارك في سبيل تحرير السود، وحتى في مبارياته التي واجه فيها ملاكمين سودًا، كان يحط من قدرهم، وينعتهم بالعم توم أو (بطل الرجل الأبيض)، وقبل مباراته مع جورج فورمان، صرح: «إذا ربح هو فسوف نظل عبيدًا للسنوات الثلاث مئة القادمة، وإذا ربحت أنا، تحررنا».

7 كان يقاوم تيار الأفكار العامة السائدة، لكنه تماشى مع روحية العصر، وتكيف مع المواقف والأعراف الاجتماعية المتغيرة، معرضًا نفسه لمشاعر خيبة أمل في نفوس معجبيه.

6

ترامب

ترامب: جائزة العقارات، جائزة النساء، جائزة الرئاسة

دونالد ترامب يستقطب الانتباه، فقد يكون حاليًا أكثر رجل مكروه في العالم، ومع ذلك تمكن في تشرين الثاني/نوفمبر من عام 2020م من الحصول على أصوات 2.74 مليون أمريكي؛ أي أكثر مما حصل عليه في انتخابات عام 2016م وحصل منافسه جو بايدن Joe Biden على 2.81 مليون صوت، والأرجح أن معظمها لم يكن لمصلحة بايدن، ولكن ضد ترامب.

واستقطب ترامب الانتباه قبل وقت طويل من دخوله معترك السياسة، وبغض النظر عما فعله في حياته، فإن كل ما يفعله يعزز شهرته، ويزيدها، ومع أن بعض شركاته خسرت أموالًا طائلة، عرف دائمًا كيف يسوق اسمه، ويستغل شهرته، ويحوّلها إلى مكاسب مالية، ولجأ، في حالات كثيرة، إلى (تأجير) اسمه للشركات، ولكن عندما تخسر الشركات لا يتوقف هو عن جني المال بوصفه صاحب الترخيص، ويقول كاتب سيرته كرانيش Kranish وفيشر Fisher: إن «دونالد ترامب عاش حياته بحسب مبدأ يقول: إن كل اهتمام، سواء أكان تملقًا أم ناقدًا أو ما بينهما، إنما يُراكم الأمور لمصلحته، وإن الصورة العامة لشخصيته هي التي تحدد علامته المميزة، وإنه هو بشخصه علامته المميزة»³⁴⁸.

ويختلف ترامب عن معظم الأثرياء، فالأثرياء غالبًا ما يحرصون على حماية خصوصيتهم، وظل الأخوان كارل وثيو ألبريخت Karl and Theo Albrecht، مؤسسًا لسلسلة مراكز التسوق Aldi، أغنى أغنياء ألمانيا لسنوات عدة، ولكنهما حرصا على عدم الظهور ولو حتى في صورة، وكانا يرفضان الظهور في مقابلات، إلا فيما ندر، وظلت حياتهما الخاصة مغلقة بالغموض، وعاشا في عزلة تامة، على غرار كثير من الأثرياء الآخرين، وترامب، في المقابل، «كان الملياردير النادر المثال الذي يتفادى الخصوصية، والذي يدعو المصورين إلى التركيز على الجدار الموجود في مكتبه الذي عُلق عليه مؤهلاته الدراسية، وكان يعرض ثروته متباهيًا، وينفق المال بأسلوب يلفت الأنظار، ويستغل وسائل الإعلام لكي يُبقي اسمه في صفحات الإشاعات وصفحات الأعمال وصفحات الرياضة والصفحات الأولى»³⁴⁹.

ويقول كاتب سيرته مايكل دانتونيو: «منذ عقود، لم يَسعَ أحد بهذا الإلحاح للاستحواذ على اهتمام الشعب الأمريكي أكثر من هذا الرجل»³⁵⁰. وفي ثمانينيات القرن العشرين، أظهر استطلاع أجرته مؤسسة Gallup في الولايات المتحدة أن ترامب يحتل المركز السابع بوصفه أكثر الرجال إثارة

للإعجاب في العالم، ولم يسبقه في الترتيب سوى بابا الفاتيكان، والزعيم الشعبي البولوني ليخ فاليسا Lech Walesa، ورؤساء الجمهورية الأربعة الذين كانوا آنذاك على قيد الحياة³⁵¹.

ويبدو أن ترامب لم يكن يأبه كثيرًا بما تكتب عنه الصحف، فكل ما يهمه فعليًا هو أن تكتب عنه الصحف، ويمكن أن تنتوع الموضوعات - مال، وسياسة، ونساء، وما إلى هنالك - وإن اللهجة التي يصاغ بها المقال ليست بذات أهمية، وانصب اهتمامه الفعلي على نشر المقالات، بحيث تكون واضحة للعيان، فهو يبدأ يومه، ومنذ عقود، بتصفح مجموعة من قصاصات الصحف التي ورد ذكره فيها، وقبل أن يصبح ترامب الرئيس الخامس والأربعين للولايات المتحدة الأمريكية، بزمن طويل، كانت علاماته المميزة مشهورة في كل أنحاء العالم، ولا تخطئها عين في أمريكا لحظة رؤيتها، وتُظهر المسوح الإحصائية أن 96% من الأمريكيين كانوا يعرفون اسمه³⁵²، وكانت أهم مكونات علامة ترامب المميزة، ولا تزال:

النجاح: يجسد ترامب الحلم الأمريكي الذي ترتبط به كل الفقرات الواردة فيما يلي، وسواء أكان ترامب يشتري ملكيات ذات قيمة تذكارية، أم يغوي النساء الجميلات، أو يحقق أرقام مشاهدة عالية في البرامج التلفزيونية، أو يتسلّم منصب رئيس الولايات المتحدة: يؤكد كل ذلك أن اسم ترامب مرادف للنجاح الذي لا يعرف حدًا. يقول دانتونيو: «لم يسبق لأحد في عالم الأعمال - لا بيل غيتس Bill Gates، ولا ستيف جوبز، ولا وارن بوفيه Warren Buffett - أن ظل يتمتع بشهرة ترامب طوال هذه المدة من الزمن، فاسم ترامب، الذي ارتبط في البداية بتطوير لافت للعقارات في مانهاتن، خلال سبعينيات القرن العشرين، سرعان ما أصبح مرادفًا للنجاح إذا قيس بمعيار الثروة وحيوة الرفاهية»³⁵³، وهذا ما جعل ترامب يرفض قبول هزيمته في الانتخابات عام 2020م فضلًا ترويج أسطورة التزوير على الاعتراف بخسارته.

المال: في حين يشعر أصحاب الملايين والمليارات، غالبًا، بالسعادة عندما يتمكنون من تفادي اهتمام مجلات مثل Forbes، التي تنشر قوائم سنوية تضم أسماء أغنى الشخصيات في أمريكا، يتصل ترامب بمحرري المجلة بانتظام؛ لإخبارهم بأن ثروته تفوق ما ورد في المجلة، والواقع أن معارك ترامب مع المجلة المذكورة لم تتوقف. يقول هارولد سينكر Hatold Seneker، المحرر في مجلة Forbes: «قاعدتنا في العمل، التي تنطلق من التجربة، هي تقسيم الرقم الذي يقوله (ترامب) على ثلاثة»³⁵⁴، ففي عام 1999م قال ترامب: إن المبلغ الذي قدرته مجلة Forbes، البالغ 1.6 مليار دولار كان أقل من الواقع بثلاثة مليارات تقريبًا. ويقول محررو المجلة: «نحن نحب دونالد، فهو يعاود الاتصال بنا، وهو من يدفع فاتورة الغداء عادة، حتى إنه يقدر قيمة ثروته الصافية بـ4.5 (مليار دولار). ولكن مهما بذلنا من جهود، لا نستطيع إثبات ذلك»³⁵⁵.

وكان ترامب دائمًا يقدر أصوله على أنها تساوي أكثر من الأرقام التي تظهر في التصنيفات السنوية؛ لأنه يمنح علامة ترامب المميزة قيمة مالية عالية جدًا، وشرح ذات يوم، الفرق بين التقديرين المتضاربين لثروته الصافية، وكان أحد التقديرين 6 مليارات دولار، وكان الآخر 3.5

مليار دولار، بالتتويه بقيمة علامة ترامب المميزة، فاستناداً إلى ما يقوله ترامب، كانت قيمة اسمه آنذاك تبلغ 2.5 مليار دولار³⁵⁶، ومع أن اسم ترامب لم يرد في تصنيف الهيئة الاستشارية Interbrand للأسماء التي تشكل علامة مميزة والتي تتمتع بأعلى قيمة عالمية، بيّن ترامب في شهادة خطية قدمها عام 2010م أن التقديرات المستقلة حددت قيمة اسمه بثلاثة مليارات دولار، وهو ما يجعل اسمه الفقرة الأعلى قيمة في مجال استثماراته³⁵⁷؛ لأن قيمة أي من ممتلكاته أو استثماراته الأخرى لا تصل إلى هذا الحد، وبإمكاننا أن نفترض الآن أن خروج ترامب المخزي من البيت الأبيض، خفض إلى حد كبير قيمة علامته المميزة، هذا إذا كان لها حالياً أي قيمة على الإطلاق (بالنسبة إلى زوار الفنادق، مثلاً).

النساء الجميلات: كان ترامب، الشاب الثري، جذاباً للنساء، وكان يُعنى، بانتظام، بتكريس صورته بوصفه رجلاً تتعارك من أجله النساء، وكان وجود الجميلات برفقته، بما في ذلك العارضات والفائزات في مسابقات ملكات الجمال (التي كان ينظمها بنفسه)، دليلاً على نجاحه، و«ظل سنوات عدة يتصل بكتاب أعمدة الإشاعات ليطلب منهم تقييم بطله آخر غزواته العاطفية، ويُفضّل أن يكون التقييم على مقياس يتراوح بين 10 - 1»³⁵⁸، حتى إنه اعتاد الاتصال بالصحفيين تحت أسماء مزيفة (ميلر أو بارون) والتظاهر بأنه مدير الدعاية لدى ترامب، وفي إحدى المناسبات، وبعد انفصال ترامب عن زوجته الثانية مارلا مايلز Marla Maples، اتصل بصحفي ليخبره بأن (مديره) لديه قائمة كاملة بأسماء نساء جميلات؛ ليختار من بينهن بطله علاقته العاطفية المقبلة، وقال (ميلر) مدير الدعاية المزعوم: «هناك نساء مهمات جميلات يتصلن به طوال الوقت»، و«عدّد بضعة أسماء، بما فيهم اسم مادونا، ويقول الصحفي: «ذكر أسماء كل النساء المثيرات في هوليوود تقريباً»³⁵⁹، ثم أضاف مدّعي شخصية ترامب، متبجحاً: «إن ترامب، حتى عندما كان يعيش مع مايلز، كان لديه ثلاث صديقات أخريات»³⁶⁰.

ويقول ترامب في كتابه Think Big and Kick Ass in Business and Life: «جميلات، مشهورات، ناجحات، متزوجات، حصلت عليهن جميعاً، سرّاً، وأهم الأسماء في العالم، ولكني، خلافاً لجيرالدو Geraldo، لا أفصح الأسرار، ولو فعلت ذلك فسوف تباع من هذا الكتاب عشرة ملايين نسخة (وقد يباع منه هذا العدد على أي حال)»³⁶¹. وادّعى أن النساء المذكورات كن أجمل نساء العالم: «كنت قادراً على مواعدتهن جميعاً؛ لأنني أتميز بشيء لا يوجد لدى كثير من الرجال، ولا أدري ما هو، ولكن النساء أحبينه على الدوام»³⁶².

استقطاب الاهتمام، والتصريحات الوقحة: لم يحاول ترامب، أبداً، إرضاء الجميع، وغالباً ما كان يعتمد الاستفزاز في تصريحاته؛ لأنه يعرف أن ذلك سيلفت انتباه وسائل الإعلام، ويقول: «هناك شيء تعلمته عن الصحافة، وهو أن الصحفيين تواقون دوماً للحصول على قصة مناسبة، وكلما كانت القصة أكثر إثارة، بدت أفضل... الفكرة هنا هي أنك إذا كنت مختلفاً إلى حد ما، أو عنيفاً نوعاً ما، أو إذا قمت بأمور جريئة أو مثيرة للجدل، فسوف تكتب الصحافة عنك، وكنت على الدوام أسير

الأمر بأسلوب مختلف قليلاً، وأنا لا أكثرث بالخلاف، والقضايا التي تهمني عادة ما تكون طموحة نوعاً ما»³⁶³.

وأسهمت هذه الإستراتيجية، إلى حد كبير، في نجاحه في الانتخابات، عام 2016م، ومع تطور حملة الانتخابات، أصبحت تصريحات ترامب أكثر استفزازاً وتطرفاً؛ لأنه كان واثقاً أن ذلك سيؤدي إلى تغطية إعلامية هائلة، وكان على حق، فلم يحظَ أي مرشح آخر باهتمام وسائل الإعلام مثل ترامب، ولكن السلبية التي طغت على التغطية الإعلامية، لم تُفقد بريق جاذبيته في صفوف قاعدته السياسية، وعلى العكس، فبالنسبة إلى مؤيديه، كانت التقارير الناقدة دليلاً على أن (المؤسسة) التي كانوا يكونون لها كراهية شديدة كانت عازمة على إعاقة وصول ترامب إلى البيت الأبيض، ومن جهة، كان ترامب ينزعج كثيراً من التقارير السلبية، ولكنه من جهة أخرى، شعر بأنها قد تكون ذات فائدة بالنسبة إليه، كان ذلك درساً تعلمه مذ كان مقاولاً في مجال العقارات: «الطريف في الأمر هو أنه حتى القصة الناقدة، التي قد تسيء إليك شخصياً، يمكن أن تكون ذات فائدة قيّمة لأعمالك»³⁶⁴.

ورأى ترامب جانباً إيجابياً حتى في العناوين الرئيسية الفاضحة التي تتحدث عن طلاقه من زوجته الأولى إيفانا، ومع أن والده اشتكى من أنه كاد يصاب بجلطة بسبب القصة، وأن أولاده عاشوا معاناة قاسية نتيجة لها، قال ترامب لمجلة News Week: إن الفضيحة كانت «ذات فائدة عظيمة لمشاريع الأعمال»³⁶⁵.

تجاهل الاستقامة السياسية: تستند صورة ترامب إلى استعداده لقول ما يفكر فيه كثيرون دون أن يجرؤوا على قوله، وفي الولايات المتحدة، أدت (الاستقامة السياسية) وما زالت، دوراً أساسياً، فهناك كثير من الأشخاص الذين يعتقدون أنهم لا يستطيعون الكلام بحرية في موضوعات معينة؛ لأنهم إن فعلوا ذلك، فسوف يوصمون بأنهم عنصريون أو متحيزون لجنس دون آخر أو مصابون برهاب الإسلام أو رهاب المثليين، حتى إن سلف ترامب، الرئيس باراك أوباما، مثلاً، اضطر إلى الاعتذار عندما أبدى تعليقاً إيجابياً عن مظهر سيدة تعمل نائباً عاماً؛ لأن المجاملة لم تكن صائبة من الوجهة السياسية. وفي المقابل، كان ترامب يتجاهل، بكل وقاحة، قواعد الحديث اللائقة، ويرفض الاعتراف بالمحرمات التي تحكم الاستقامة السياسية، ولكن مؤيديه رأوا في كل ذلك إطلاقاً للحريات، ومع أنه ضُبط أكثر من مرة وهو يتفوه بالأكاذيب، يصفه مؤيدوه بأنه صادق؛ لأنه يعبر دائماً عما يفكر فيه: «بإمكاني تقديم إجابة متقنة، وسوف يكون كل شيء على ما يرام، ولن يكثرث بها أحد، ولن ينشرها أحد، أو بإمكاني تقديم إجابة صادقة، وسوف تتحول إلى قصة مثيرة... أعتقد أن الناس ملوا الأشخاص الشرفاء سياسياً»³⁶⁶.

الرفاهية: كان ترامب يستمتع، على الدوام، بالتباهي بأسلوب حياته المرفهة، وكان يحيط نفسه بالذهب، في حين قد يرى أشخاص آخرون في ذلك تعبيراً عن ذوق سقيم، وعلى الرغم من أنه، على الصعيد الشخصي، لم يكن يكثرث كثيراً بالرحلات في القوارب، اشترى أحد أكبر اليخوت في العالم

بمبلغ 29 مليون دولار، ثم جدّده بما يتناسب مع نوقه، بكلفة 8 ملايين دولار، وتضمنت التجديدات طلي المغاسل، وحتى البراغي، بالذهب³⁶⁷.

والواقع أن الأمور التي يراها المثقفون والعاملون في مهن مكتبية مثيرة للاشمئزاز، تثير إعجاب كثير من الأمريكيين العاديين، فالعمال الكادحون والمهاجرون لا يملون قراءة مقالات حول ترامب، ويقول الصحفي جورج راش George Rush: «كان بالنسبة إليهم تجسيدًا للحلم الأمريكي، فالاستهلاك المفرط المنافي للذوق السليم لا يُعدّ أمرًا سيئًا بالنسبة إلى كثير من سكان نيويورك، وكانت تصرفاته كوميدية نوعًا ما، وكنت أشعر دائمًا أن دونالد مشارك في تلك الطُرف، وهو يدرك أنه يتجاوز الحدود، ولكن هذا هو الجو الذي يستطيب العيش فيه»³⁶⁸.

رجل شعبي: شعر كثير من المراقبين السياسيين المحنكين بالدهشة إزاء تماهي أفراد من الطبقة الدنيا مع رجل ملياردير، ولكن هؤلاء الأشخاص العاديين يشعرون بأن هوة أوسع تفصلهم عن المثقفين الذين يزينون أحاديثهم بالكلمات الطويلة الرنانة، ويفخرون بأنهم يقرؤون الصحف بانتظام.

والواقع أن صورة ترامب العامة أكثر فتنة وسحرًا من أسلوب حياته الحقيقية، ويقول محرر أحد كتبه: «إنه» كان لدى ترامب حافز يدفعه ليغدو اسمًا معروفًا، وهكذا بذل جهدًا للوصول إلى الشهرة، ولكن أسلوب حياته كان يفتقر إلى السحر والفتنة إلى حد يثير الدهشة، فهو منضبط تمامًا من بعض الأوجه، ولا يدخن، ولا يشرب الكحول، ويعيش في المبنى الذي يضم مشاريعه، ولم يكن من نجوم المجتمع المعروفين في نيويورك، أبدًا، وكان يستمتع بالصعود إلى الطابق العلوي ومشاهدة التلفزيون، وكان مهتمًا فقط بالشهرة وبمشاريع أعماله؛ البناء، والعقارات، والقمار، والمصارعة، والملاكمة»³⁶⁹، وكان أسلوب حياة ترامب ومجال اهتماماته، من أوجه عدة، يعنينا أن ما يجمعه بالأمريكيين العاديين يفوق إلى حد كبير ما يجمعه بأفراد النخب الفكرية، فقد كان يفضل مشاهدة مباريات الملاكمة والمصارعة وبرامج تلفزيون الواقع على الانغماس في أجواء الثقافة الرفيعة، أو على قراءة كتاب أو الذهاب إلى المسرح، فهناك كثير من الأمريكيين من أفراد الطبقة العاملة ممن يرغبون في التمسك بجذورهم؛ على أن يترافق ذلك بتنمية ثروتهم، وهذا ما يمثله ترامب بالتحديد، فهذا الملياردير الذي يتكلم لغتهم، ويجب القيام بالأمور نفسها التي يقومون بها، خلًا للمثقفين الذين يعدّون أنفسهم أرقى منزلة من الآخرين؛ لأنهم يقرؤون كتبًا أدبية معقدة أو يهتمون بالفنون، ولا يكثر ترامب بالأمور التي تشغل بال المفكرين، بل على العكس، هو يمتلك دراية واسعة بالثقافة الشعبية، وعندما كانت الممثلة كريستين ستيوارت تعيش علاقة عاطفية، كتب يقول: إنها «خانت صديقها كالكلبة»، ونصح المغنية كيت بيرري Kate Perry أن تحذر المغني جون ميير John Mayer؛ لأنه «يواعد الفتاة، ثم يتحدث عما حصل بينهما»، ويقول دانتونيو: «يدرك ترامب، بوصفه نجمًا تلفزيونيًا، أهمية مجارة التيارات والأزياء السائدة؛ لكي يظل في المقام المناسب»³⁷⁰. وفي نهاية المطاف، أصبح ترامب مشهورًا لا بوصفه رجل أعمال أو بوصفه سياسيًا، ولكن بوصفه مضيفًا في برنامج تلفزيوني ترفيهي ومقدم برامج الواقع، مثل برنامج The Apprentice (المبتدئ).

العقارات: كان ترامب غالبًا ما يختار، حتى نوع العقارات التي يبنيتها، أو يشتريها، بحيث يسهم في تكوين علامته المميزة، وفي حين جمع والده ثروته من بناء شقق بمعايير عالية وعملية في الوقت نفسه لأسر الطبقة المتوسطة في بروكلين، انجذب ترامب إلى مانهاتن، واشترى أملاكًا، مثل فندق بلازا، بأسعار خيالية؛ لأن صورة المبنى، بواجهته المبنية على طراز عصر النهضة، كانت أهم بالنسبة إليه من ربحية الفندق، والواقع أن فندق نيويورك بلازا يمثل أسطورة، وهو الفندق الوحيد في الولايات المتحدة الذي أُدرج في السجل الوطني للمواقع التاريخية، كانت الفقرة الأولى في سجل الزوار النبلاء في الفندق رجل الأعمال «السيد والسيدة ألفريد ج. فاندربلت Mr. and Mrs. Alfred G. Va'nderbilt وخدامهما»؛ وقد ظهر الفندق بوصفه خلفية لعدد لا يحصى من الأفلام والمسلسلات التلفزيونية، هذا ما جعل ترامب يرغب في الحصول عليه، مع أن الاستثمار لم يكن منطقيًا من وجهة نظر رجال الأعمال.

واعترف ترامب بنفسه، قائلًا: «لا أستطيع أبدًا تبرير الثمن الذي دفعته، مهما نجح فندق بلازا»³⁷¹، وكان هدفه الوحيد الحصول على (غنيمة) تعزز صورته، وأضاف: «ما قمت به هو إعطاء نيويورك الفرصة لامتلاك فندق يتفوق على الفنادق الأخرى! أنا ملتزم بجعل فندق بلازا الفندق العظيم الوحيد في نيويورك، وربما أعظم فندق في العالم»³⁷²، ولكن نظرة نلقيها عن كثب، تكشف عن سخافة كلماته: كان يعطي نيويورك (الفرصة) لتكون موقعًا لفندق فخم كان موجودًا هناك في الأصل منذ زمن طويل، ويجب أن «تحصل» المدينة على الفندق، مع أن ترامب أصبح للتو مالكًا للفندق.

ولا يوجد مستثمر عقارات عاقل يدفع مثل هذا الثمن الباهظ الذي دفعه ترامب: «لتسديد دفعات الفائدة، فقد كان ينبغي أن تمتلئ كل غرف البلازا، التي يبلغ عددها 814 غرفة، كل ليلة من ليالي العام، بمعدل سعر يبلغ 500 دولار، وهو أكثر من ضعف السعر الذي كان يطلبه الفندق من زواره»³⁷³، والواقع أن الفندق تكشّف عن استثمار خاسر، واضطر ترامب إلى أن يتخلى عن نصفه تقريبًا لدائنيه، مع حق بيع الفندق بكامله مقابل خفض دفعات الفائدة الباهظة، ولم يتمكن المستثمرون من البدء في الحصول على أرباح إلا لاحقًا، عن طريق تحويل الغرف المشرفة على حديقة Central Park وعلى الجادة الخامسة، وعددها 450 غرفة، إلى مجموعة شقق يبلغ عددها 150 شقة مملوكة لساكنيها، واقتصر الفندق على 348 غرفة مشرفة على الشارع رقم 58، الأقل جاذبية، وعلى غرار مشكلات ترامب بسبب فندق بلازا، واجه أيضًا مشكلات في بعض الاستثمارات الأخرى التي كان قد اشتراها بأسعار باهظة إلى حد يتجاوز المعقول؛ لأسباب تتعلق بالصيت والجاه.

لكنه حقق نجاحًا أكبر في سلسلة من الممتلكات التي كان يزيّن بها اسم «ترامب» المكتوب بأحرف ذهبية ضخمة، مع أنها لم تكن ملكًا له، وكان يحصل على أجور تراخيص عالية يدفعها له المالكون لقاء امتياز استخدام اسمه، وهذا ما سمح له بالاستفادة من أرباح علامة اسمه المميزة التي استطاع تكوينها على الرغم من كثير من حالات الإفلاس التي واجهها، وبالنسبة إلى الأشخاص غير

المطلعين على دخائل الأمور، بدا الأمر كأن ترامب كان يملك، أو أنه طوّر، كل العقارات التي تحمل اسمه، وكان هو أحياناً يوحى بهذا الانطباع على الرغم من عدم صحة ذلك³⁷⁴، وكان ذلك مجال أعمال ممتاز بالنسبة إلى ترامب، فقد أتاح له كسب المال بوصفه صاحب الترخيص، حتى عندما كان شركاؤه المحليون يواجهون مشكلات مالية خطيرة³⁷⁵.

المبالغة في إطراء نفسه: لم يُضبط ترامب يوماً، وهو يدلي بتصريح يعبر عن شيء أقل من الواقع، وفي حين توجد أمثلة لا تحصى عن تصريحات له يقول فيها: إنه الأعظم، والأفضل؛ أفضل من أي شخص آخر في العالم أو في تاريخ البشرية، وفيما يلي بعض هذه التصريحات: «ليس هناك من يبني جدراناً أفضل مني»³⁷⁶، و«ليس هناك من يحترم النساء أكثر مني»³⁷⁷، و«لا يوجد في تاريخ هذه البلاد شخص يعرف عن البنى التحتية أكثر مما يعرف دونالد ترامب»³⁷⁸، و«لا يوجد في الجيش من هو أهم مني أو أفضل مني»³⁷⁹، و«أنا أعرف عن داعش أكثر مما يعرف الجنرالات، صدقوني»³⁸⁰، و«لا أحد يفهم في التجارة أكثر مني»³⁸¹، و«لا أحد يعرف عن الوظائف كما أعرف أنا!»³⁸²، و«لا يوجد من يدرك أهوال السلاح النووي أكثر مني»³⁸³، و«أعتقد أنه لا يوجد من يعرف عن الضرائب أكثر مما أعرف، ربما في تاريخ العالم»³⁸⁴، و«أسف أيها الخاسرون والكارهون لي، لكن حاصل ذكائي يصل إلى أعلى المستويات، أنتم جميعاً تعرفون ذلك! رجاء، لا داعي للشعور بأنكم حمقى أو للإحساس بالقلق، هذا ليس ذنبيكم»³⁸⁵، حتى إنه تبجح ذات يوم بالقول: «أنا شخص من الدرجة الأولى»، ثم أضاف: «أنا أسافر فقط في الدرجة الأولى»³⁸⁶. وعندما كان يواجه انتقادات - في هذه الحالة انتقاده بأنه عنصري - كان دائماً يجيب بالصيغ القسوى: «عندما يتعلق الأمر بالعنصرية، أنا أقل الناس عنصرية»³⁸⁷، وفي أعقاب انتخابات عام 2020م التي خسرها، وصل به الأمر حد الادعاء أنه لم يسبق لرئيس جمهورية في تاريخ الولايات المتحدة أن حقق فوزاً ساحقاً وكاسحاً بهذا الشكل، فصدقه كثير من مؤيديه، على الرغم من أن أكثر من 60 محكمة في الولايات المتحدة رفضت النظر في الدعاوى القضائية التي تقدم بها يزعم فيها حدوث تزوير في الأصوات.

وشرح ترامب الفلسفة الإعلامية الكامنة خلف مبالغاته كالاتي: «المبدأ الحاسم في الأسلوب الذي أُلجأ إليه للترويج، هو التظاهر بالشجاعة، وأنا ألعب على وتر خيال الناس وأهوائهم، وأحياناً قد لا تراود الأشخاص أفكار طموحة، ومع ذلك، لا يفقدون شعورهم بالإثارة إزاء الأشخاص الذين تراودهم مثل هذه الأفكار؛ ولهذا فإن قدرًا بسيطاً من المغالاة لا يضير ألبتة، ويرغب الناس في التصديق بأن شيئاً ما هو الأهم والأعظم والأكثر إثارة للإعجاب، وأنا أدعو ذلك بالمغالاة الصادقة»³⁸⁸.

ما من شك في أن وصف ترامب لتصريحاته بأنها تنطوي على «قدر بسيط من المغالاة» ما هو إلا تعبير ملطّف عن الواقع، لا علاقة له مطلقاً بالتزام الصدق، ولكن من الواضح أنه كان يعتمد على فكرة أن الناس لن يصدقوا كل ما قاله دون تمحيص، وإنما سيصدقون أنه «لا بد من وجود ولو ذرة

من الحقيقة فيما قال»؛ ولأن أي شخص قد يلجأ أحياناً للمبالغة، حتى دون أن يصل حد مبالغت ترامب في تصريحاته، فإن الناس يفترضون أن هذه التصريحات تنطوي على عنصر - ولو ضئيلاً - من الحقيقة، وإلى ذلك، يستطيع الأشخاص الضعفاء التماهي مع شخص يمتلك هذا القدر من الشجاعة الصفيقة التي تمكّنه من قول الأشياء التي تدور في ذهن هؤلاء دون أن يجروا على التصريح بها علناً.

وكان منافسو ترامب - مقالو العقارات الآخرون - غالباً ما يسخرون منه مع أن المدى الذي يصل إليه في التفاخر كان يروعهم³⁸⁹، وكانوا على ثقة من أنه لم يكن أبداً المستثمر العقاري الأهم والأعظم في نيويورك، ناهيك عن كونه كذلك في الولايات المتحدة، كما يصنف نفسه، ولكن ترامب لم يكن ليهتم كثيراً برأي منافسيه، وكان اهتمامه منصباً على أمر مختلف تماماً؛ وهو جذب أقصى درجة من الاهتمام.

القيام بأمر يفرض الآخرون القيام بها: كان ترامب مستعداً للقيام باستغلال أي وسيلة تجعل اسمه يحتل عناوين الصحف، وكان يقوم بأمر يتحرّج رجال الأعمال الرياديون أو السياسيون الآخرون من القيام بها، فعلى سبيل المثال، عندما دعاه صديقه فانس ماكماهون Vince McMahon، متعهد مباريات المصارعة، للمشاركة في حدث يُقام مرة واحدة، تحت عنوان (معركة أصحاب المليارات) *The Battle of the Billionaires*، بإشراف شركة WWE العالمية التي تنظم مباريات المصارعة، لم يفوّت ترامب الفرصة، فاختار مصارعاً، وهو بوبي لاشلي Bobby Lashley، الذي كان أشبه بكتلة من العضلات الحديدية تزن 140 كيلوجراماً؛ ليمثله في مواجهة المصارع الذي اختاره ماكماهون، وهو رجل من ساموا Samoa يدعى أوماغا Umago يزن 180 كيلوجراماً، وكان الرهان أنه في حال خسارة ترامب، فسوف يحلق له ماكماهون شعر رأسه أمام 82 ألف شخص من المشجعين المهتاجين، وبالنسبة إلى ترامب، كانت نتيجة مشاركته في الحدث مثمرة تماماً، فكما يقول في كتاب *Think Big and Kick Ass in Business and Life*: «نشرت صحيفة *New York Times* مقالاً رئيساً تحدثت فيه عن النجاح الكبير الذي تحقّق.... وأثار الحدث ضجة هائلة»³⁹⁰.

الفشل جزء لا يتجزأ من قصة النجاح: أفلس كثير من شركات ترامب، وفي مطلع تسعينيات القرن العشرين، كاد يفلس تماماً، فتدخلت المصارف في النهاية لإنقاذه، ولم يلجأ ترامب أبداً إلى إخفاء النكسات التي تعرض لها، والواقع أنه جعلها جزءاً لا يتجزأ من قصة نجاحه، وبذلك انتحل بعض عناصر الملاحم البطولية الكلاسيكية التي يكون فيها البطل مجبراً على قهر عقبات تبدو مستحيلة؛ سعياً لتحقيق نصر نهائي أكثر إثارة للإعجاب؛ أي كما يقول الفيلسوف والخطيب الروماني ماركوس توليوس سيسرو Marcus Tullius Cicero، في عبارته الشهيرة: «كلما ازدادت الصعوبة، كان المجد أعظم.» ويعترف ترامب، في كتابه *Think Big and Kick Ass in Business and Life*، الذي اشترك في تأليفه مع بيل زانكر Bill Zanker: «كدت أخسر كل شيء في مطلع التسعينيات، لكنني تجاوزت كل الصعاب، وحافظت على بقائي، وحققت النجاح

والازدهار»³⁹¹، وكان يسير يوماً في الشارع مع زوجته، آنذاك؛ مارلا، فأشار إلى رجل مشرد، وقال لها: «الشحاذ الجالس هناك يساوي 900 مليون دولار أكثر مما أساوي أنا... لأنني مديون بمبلغ 900 مليون دولار، وأما هو فله مال في جيبيه على الأقل»³⁹²، وكان آنذاك يمر بمرحلة عصيبة: «أنا أكنّ احتراماً عميقاً للأشخاص الذين عانوا أوقاتاً من الشدة، ثم تجاوزوا الأمر، وقد كنت واحداً من هؤلاء في مطلع التسعينيات، ومررت ببأوقات قاسية تعلمت منها الكثير عن نفسي، ثم تجاوزتها لأصبح أعظم وأفضل وأقوى»³⁹³. والواقع أنه حتى الحالات التي واجه فيها الإفلاس أصبحت جزءاً لا يتجزأ من علامة ترامب المميزة، التي تجسد في عيون المعجبين به الحلم الأمريكي، من أن أي شخص يمكنه تحقيق أي شيء، ولكن ترامب لم يلتزم بهذا المبدأ في أعقاب هزيمته في انتخابات عام 2020م، فبدل الاعتراف بالهزيمة وتحمل المسؤولية الشخصية عن خسارته، أنكر هذه الخسارة، وبذلك ارتكب ما يمكن اعتباره أكبر خطأ في حياته.

وكان ترامب يلجأ دائماً إلى كل وسيلة إعلام متوافرة؛ صحافة، وتلفزيون، ومحاضرات، ووسائل التواصل الاجتماعي، والكتب، وإلى ما هنالك؛ لإيصال رسائله بوضوح، وكانت أول مرة ظهر فيها في وسائل الإعلام، أو هذا ما يدعيه، في تقرير صحيفة محلية حول مباراة بيسبول، وكان آنذاك طالباً في السنة الأولى: «ترامب يكسب المباراة للأكاديمية العسكرية في نيويورك NYMA» ويستعيد تلك الذكرى لاحقاً بالقول: «شعرت بالسرور؛ لرؤية اسمي منشوراً في الصحيفة، فما عدد الأشخاص الذين تُنشر أسماءهم؟ لا أحد، وكانت المرة الأولى التي يظهر فيها اسمي في صحيفة، وشعرت بأن الأمر كان مذهلاً»³⁹⁴. ويقول كاتب سيرته دانتوينو: إنه بالإمكان اعتبار «لمسة الشهرة الأولى» هذه الشرارة «التي ستضيء حياة ترامب بكاملها في نهاية المطاف... ورسّخت الشهرة وضع دونالد بوصفه شاباً استثنائياً، ويُظهر تقدير ترامب العميق لهذه التجربة أنه كان يدرك أن عدداً كبيراً من الأشخاص يرغبون في الشهرة، ولكن جميعهم، تقريباً، يفشلون في الوصول إليها»³⁹⁵.

وعلى الرغم من ندرة مطالعات ترامب، فقد نشر عددًا كبيراً من الكتب التي ألفها له آخرون، وهنا انحصر دوره في متابعة شؤون التسويق والترويج لتلك الكتب، وكان يتعامل مع عملية طرح كتاب جديد كأنها حملة انتخابية، وكان يلجأ إلى نشر إعلانات في الصحف تشغل صفحات كاملة للترويج لنفسه ولكتبه³⁹⁶.

ووصلت شهرة ترامب إلى مستوى جديد تماماً مع نجاح برنامجه التلفزيوني The Apprentice (المبتدئ)، وصار لديه برنامج تلفزيوني خاص به، وثبت أنه رابع أيضاً بفضل حصته في ملكية البرنامج، التي بلغت 50%، بوصفه أحد منتجي البرنامج، وكان البرنامج مجرد إعلان مطول عن إمبراطورية ترامب وأسلوب حياته، وقال في مقدمة البرنامج، التي تُظهر مقارنة بين ترامب في سيارته الفخمة ورجل مشرد يجلس على مقعد حديقة: «أنا أهم مقاول عقارات في نيويورك، وأنا أملك أبنية في كل أنحاء المدينة، وأملك وكالات للعارضات وحفل ملكة جمال الكون وطائرات وملاعب غولف وكازينوهات ومنتجعات خاصة، مثل Mar - a - Lago... لقد أتقنت فن عقد

الصفقات، وحوّلت اسم ترامب إلى علامة مميزة من أرقى مستوى»³⁹⁷، وقدم ترامب البرنامج التلفزيوني أربعة عشر موسماً، وثبتت مكانة برنامج The Apprentice بوصفه واحداً من أنجح البرامج التي تُعرض بموجب امتياز في التلفزيون الأمريكي، وأدرج البرنامج ضمن قائمة أفضل عشرة برامج منذ أول موسم، واجتذب ثلاثين مليون مشاهد في حلقة الأخيرة³⁹⁸، وسمح البرنامج لترامب بالظهور بصورة أكثر (إنسانية): «ملياردير يتمتع بالطف والتعاطف، يمزح أحياناً ومن ثم يغير رأيه فجأة»³⁹⁹.

واستغل ترامب النجاح الشعبي المتنامي لجني الأموال، ووسّع دائرة التراخيص في شركته ليضيف منتجات من كل الأنواع تحمل اسم ترامب: من الفنادق إلى الثياب، ومن الأثاث إلى النظارات، ومن تقديم استشارات مالية إلى شركة طيران، وحتى فرشاة أسنّة، وبحلول عام 2016م كان ترامب يحصل على دخل من خمسة وعشرين ترخيصاً من مختلف الأنواع⁴⁰⁰. وفي حال نجاح المنتجات والشركات التي يؤجّر ترامب اسمه لها، ينعم هو بأمجاد النجاح، وفي حال الفشل، كان يؤكد أن لا علاقة له بالمنتجات، وأنه صاحب امتياز الاسم فقط.

وبإمكاننا أن نعزو نجاح ترامب إلى أنه كان يلجأ دائماً إلى إستراتيجية تعتمد على كل وسائل الإعلام لزيادة شعبيته، فإلى جانب الصحف والتلفزيون والكتب، أضاف المحاضرات أيضاً، كظهوره مثلاً ضيف شرف في ندوات توجيهية يديرها الكاتب طوني روبرنز Tony Robbins كانت تدر عليه 100 ألف دولار لقاء كل حلقة⁴⁰¹، وعندما قرر ترامب الانخراط في الحياة السياسية لم يكن من حيث الأساس، مدفوعاً بموقف سياسي معين أو بالانتماء لبرنامج سياسي محدد، فقد اعتاد تغيير رأيه في كل القضايا، من سياسة الضرائب إلى مسألة الحد من امتلاك السلاح إلى الإجهاض، وخلال السنوات 2012 - 1999م غير الأحزاب التي كان ينتمي إليها سبع مرات⁴⁰²، وكانت تقلبات مواقفه أشبه بتقلبات الطقس، وفي مطلع التسعينيات من القرن الماضي، مثلاً، كان يؤيد العودة عن تخفيضات الضرائب التي قررها رونالد ريغان Ronald Reagan ورفع المعدل الأعلى للضرائب إلى 50 أو 60%⁴⁰³.

وكان في هذه الحالة يناصر سياسات الجناح اليساري التقليدية، وهي السياسات التي ترتبط عادة بجورج سوروس George Soros ووارين بافيت Warren Buffett، وبعض أصحاب المليارات الأمريكيين الآخرين، وعندما كان أحد المؤهلين ليكون مرشح حزب الإصلاح للرئاسة، بدأ يدعو إلى عدد من السياسات التي كان اليسار السياسي يناصرها عادة: «في ذلك المزيج الذي شكّل برنامجه السياسي، أدخل ترامب عناصر من يسار القائمة السياسية، بما في ذلك ضريبة باهظة يدفعها الأثرياء مرة واحدة للحد من العجز الفيدرالي، وسياسة قبول الجنود المثليين في الجيش، وضمان صحي شامل يموله رب العمل مع تقديم مساعدات للفقراء»⁴⁰⁴.

إدأ، على الرغم من تغيير قناعاته، ظلت قدرته على تسويق نفسه ثابتة، وخلال حملة انتخابات عام 2016م استخدم وسائل التواصل الاجتماعي، وخصوصاً موقع تويتر، بأسلوب أفضل من أي من

منافسيه، وبدا كأن الرسائل القصيرة وترامب خُلقا لبعضهما، وسمح له موقع تويتر بالالتفاف على وسائل الإعلام التي تنتقده والتواصل مباشرة مع مؤيديه، إذ أتاح له منصة لإرسال رسائله القصيرة الاستقزازية التي ثبت أنها أكثر فاعلية من المقابلات والبيانات الصحفية التي اعتاد السياسيون إصدارها، وهذا ما جعل ترامب يتلقى ضربة موجعة عندما ألغى موقع تويتر Twitter حسابه في الأسابيع القليلة التي سبقت انتهاء مدة رئاسته؛ لأن الموقع حملّ ترامب مسؤولية تحريض مؤيديه على اقتحام مبنى الكابيتول (مقر الكونغرس) وسرعان ما حذت منصات تواصل اجتماعي أخرى، مثل You Tube، حذو تويتر.

ولم يشهد العالم إلا نادرًا، هذا إذا شهد، رجل أعمال رياديًا أو سياسيًا كرس نفسه على هذا النحو المتواصل للعلاقات العامة وللسعي إلى الشهرة والشعبية قبل أي شيء آخر، وعندما سئلت زوجته السابقة؛ إيفانا: ماذا كان في اعتقادها دافع زوجها السابق؟ فلم تجد جوابًا في البداية، وقالت أخيرًا: «أعتقد أنه يريد لفت انتباه الناس»⁴⁰⁵.

وقد كان كل شيء، بالنسبة إلى ترامب، يمثل عاملاً يساعده على لفت انتباه الناس، حتى تسريحة شعره كانت علامة مميزة لا تخطئها عين تعكس شخصيته، فهي ليست جميلة من دون شك، ولكن لا يمكن أن تخطئها عين، وهي قبل كل شيء، لافتة للأنظار، ويقول كاتب سيرته دانتونيو: «لكم أن تسخروا ما شئتم، ولكن هذه الخصلة المندفعة إلى الأمام، التي تطلب تسريحها جهدًا كبيرًا، وهذا البريق المصطنع في شعر ترامب، تجعله محط الأنظار فورًا، ومن دون هذه التسريحة، يمكن أن يقف أمام البرج الذي يحمل اسمه دون أن يلاحظه أحد، فوجود هذه التسريحة يجعل الناس تتحلق حوله؛ لأن شعره يتمتع بقوة تستقطب الانتباه، حتى إذا لم يكن هو قد قرر منذ البداية تركيب لوحة إعلانات فوق رأسه»⁴⁰⁶.

ومع أن ترامب، كان خلال مراحل معينة في حياته، رجلًا واسع الثراء (على الرغم من أنه لم يكن بالثراء الذي ادّعاه)، وأنه وصل في نهاية المطاف إلى أقوى منصب سياسي في العالم، وهو منصب رئيس الجمهورية الأمريكي، لم تكن تطلعاته تتركز بصورة أساسية على المال أو النفوذ، ولم يكن المال والنفوذ بالنسبة إليه غاية بحد ذاتهما، وإنما مجرد وسيلة للصراع للوصول إلى شهرة لا يوازيها شيء في الحياة، وعندما بدأ العالم بأسره يتحدث عن ترامب يوميًا، عندها فقط، كان قد حقق هدفه فعليًا.

الأدوات التي لجأ إليها ترامب لتكوين علامته المميزة:

1 استقطاب الانتباه والاستقزاز: كان لا يتوقف عن الاستقزاز بتصريحات وقحة؛ لكي يظهر اسمه في عناوين الصحف، وكان مجرد فكرة أن تكتب الصحافة عنه أهم من الأشياء التي تكتبها.

2 كان لا يتوقف عن تزويد وسائل الإعلام بعناوين جديدة حول حياته الخاصة.

3 فرض نفسه بوصفه شخصًا (رابحًا) نقيضًا للشخص (الخاسر)، وكان يؤكد مكانته بوصفه شخصًا رابحًا بالتباهي بعرض عناصر نجاحه: الثروة، والنساء الجميلات، والرفاهية، والذهب، وكان حتى في استثماراته العقارية، يهتم بالصيت أكثر من اهتمامه بالربحية (كما في صفقة شراء فندق بلازا في مانهاتن).

4 المغالاة ومدح الذات إلى حد المبالغة: يبالغ ترامب في أقواله إلى حد كبير بأمل إقناع مؤيديه أن هناك «بعض الحقيقة فيما يقول»، على الرغم من أنهم لا يصدقون كل كلمة دون تمحيص، ويعرفون أنه بإمكانه لِي عنق الحقيقة أحيانًا.

5 يتجاهل ترامب الاستقامة السياسية عامدًا، وهكذا يرى فيه مؤيدوه رجلًا شجاعًا يجرؤ على قول حقائق يتفادى الآخرون قولها.

6 على الرغم من الثروة التي يملكها، يقدم نفسه على أنه رجل الشعب الذي يهتم بالبرامج التلفزيونية وبرامج الواقع والمراهقات والمصارعة والملاكمة، وإلى ما هنالك، لكنه لا يكثرث للأدب أو الثقافة الرفيعة.

7 استغل حالات الفشل الماضية لينسج منها حكايته البطولية، وكان يبرر كل نكسة يصاب بها بأنها دليل على قدرته الإبداعية على تجاوز أسوأ الأزمات والخروج منها أقوى مما كان، ونجح هذا الأسلوب معه، على الأقل إلى أن هُزم في انتخابات عام 2020م، عندما بدا كأنه فقد قدرته على فهم مزاج الناس، وبدل التسليم بالهزيمة، أنكرها وادعى زورًا، أن منافسه جو بايدن ربح الانتخابات نتيجة تزييف واسع النطاق لأصوات المقترعين، وبذلك جرت (سرقة) الأصوات المؤيدة لترامب.

8 حوّل تسريحة شعره إلى علامة مميزة واضحة للعيان يمكن تمييزها فورًا.

أرنولد شوارزينغر بطل كمال أجسام، وممثل، وسياسي - المهن الثلاث لعقري في مجال العلاقات العامة

كشفت استطلاع للرأي، أجري عام 1993م أن أرنولد شوارزينغر كان الرجل الذي يرغب معظم الأمريكيين في تجاذب أطراف الحديث معه في أثناء رحلة جوية طويلة، وكان الخيار الوحيد الذي جاء قبله امرأة؛ أوبرا وينفري، ومن ثم جاء بعده بأشواط الرئيس الأمريكي آنذاك بيل كلنتون Bill Clinton والمغنية مادونا⁴⁰⁷.

يقول أرنولد شوارزينغر في سيرته الذاتية (الاستدعاء الكامل): «لم أكن راغبًا في أن أكون مثل أي شخص آخر، وكنت أرى في نفسي شخصًا خاصًا فريدًا من نوعه، ومختلفًا عن الناس العاديين، مثل هانز Hans أو فرانز Franz (بطلي مسلسل كوميدي)»⁴⁰⁸، ويقول مارك هوجر Mark Huger، كاتب سيرة هذا الشخص الذي يمثل تجسيدًا للحلم الأمريكي آتيا من مقاطعة ستايريا Stayria، في النمسا: «كان دائمًا يرغب في أن يكون مختلفًا عن الآخرين، ولم يتقبل أبدًا فكرة الانسجام مع العالم المحيط به، وهكذا أوجد لنفسه أجواء تتكيف معه، بدل أن يتكيف هو مع الظروف»⁴⁰⁹.

وكان أرنولد منذ طفولته شغوفًا بالرياضة، مع أنه لم يكن شديد الحماس للرياضات الجماعية؛ لأنها لا تسمح له بالبروز، كما في الرياضات الفردية: «كنت لا أحب موقف الفوز في مباراة ما دون أن أحظى بفرصة التميز في عيون الناس بصفتي الفردية»⁴¹⁰، ويضيف: «أسوأ ما يمكن أن أكون عليه هو الشبه بالآخرين، وأكره هذا الشعور، وهذا ما دفعني، في المقام الأول، للتوجه إلى ممارسة رياضة كمال الأجسام، والفكرة هنا هي مواجهة الخطر وحدك لا ضمن فريق كامل»⁴¹¹.

وحقق شوارزينغر كل ما وصل إليه بفضل العلاقات العامة، فهو يقول في سيرته الذاتية: «كلما أنهيت تصوير فيلم، كنت أشعر أنني لم أنجز سوى نصف العمل؛ لأن كل فيلم كان يحتاج إلى من يتعهده بالرعاية في السوق، وبإمكانك إنتاج أعظم فيلم في العالم، ولكن إذا لم تُعَلَّنْ عنه جيدًا، ولم يسمع به الناس، لن تحصل على شيء، وهذا يسري على الشعر، والرسم، والكتابة، والاختراعات»⁴¹²، ويضم التاريخ أمثلة عدة على فشل فنانيين عظام في جني المال من أعمالهم؛ لأنهم لم يدركوا أهمية العلاقات العامة، ولم يتقنوا فن البيع. يقول شوارزينغر: إن فنانيين من وزن بيكاسو، مثلًا، اضطروا إلى تنفيذ رسم تخطيطي أو إلى الرسم على طبق؛ لدفع ثمن وجبة في مطعم؛ واليوم تساوي أعمالهم ملايين الدولارات، و«هذا لن يحصل لأفلامي، وهذا يسري على كمال الأجسام، وعلى السياسة، ففي كل ما فعلته في حياتي، كنت دائمًا أدرك ضرورة تسويقه»⁴¹³.

وقد أنجز شوارزينغر في المهن الكثيرة التي عمل بها كل ما يمكن إنجازها، وكان الشاب ذو النشأة المتواضعة في قرية نمساوية عازماً على أن يصبح أشهر أبطال كمال الأجسام في العالم، وهذا ما حصل، فقد حصل على لقب السيد أوليمبيا Mr. Olympia، أعلى لقب في رياضة كمال الأجسام، سبع مرات، وفيما بعد وضع نصب عينيه هدفاً آخر، وهو أن يصبح أحد أعلى نجوم أفلام الإثارة أجراً في العالم، وأصبح فعلاً واحداً من أشهر نجوم هوليوود في عصره، وأعلاهم أجراً، بعد أن تجاوز العقبات الصعبة التي كانت تحول دون تحقيق هدفه، وانتُخب مرتين حاكماً لولاية كاليفورنيا، حيث يوجد أهم اقتصاد في العالم، والأرجح أنه كان يود أن يصبح رئيس الولايات المتحدة، ولكن ذلك لم يكن وارداً؛ لأنه وُلد خارج الولايات المتحدة.

ويعبر شوارزينغر عن أنه منذ أن كان في العاشرة من عمره، تولدت لديه قناعة تامة بأنه إنسان متميز هياه القدر للعظمة: «كنت أدرك أنني سأكون الأفضل في أمر ما - على الرغم من أنني لم أكن أدري ما هو - وأدرك أن هذا الأمر سيجعلني شهيراً»⁴¹⁴، وكان أسوأ ما يمكن أن يتصوره شوارزينغر هو أن يعيش حياة عادية كالحياة التي كان والده يريده أن يعيشها، ويقول: «بكل تلك الرغبة التي تعتلج في نفسي والدافع الذي يحركني، لم أكن أبداً إنساناً عادياً، فالأشخاص العاديون يمكن أن يشعروا بالسعادة في حياة منتظمة، وأما أنا فكنت مختلفاً؛ كنت أشعر بأن الحياة تنطوي على ما هو أكثر من معيشة رتيبة نمضيها في الكدح»⁴¹⁵.

وبدت له النمسا بلداً ريفياً لا يتسع لطموحاته، فقد كانت أمريكا هدفه منذ ذلك الحين، فقد شاهد يوماً صورة بطل كمال الأجسام الإنجليزي ريبغ بارك Reg Park، الذي كان ممثلاً في الوقت نفسه، فصمم أن يحذو حذو بارك، وصار يرى في رياضة كمال الأجسام سبيلاً يوصله إلى عالم الأفلام السينمائية: «سوف يعرفني الناس في كل أنحاء العالم من خلال الأفلام، وسوف تجلب لي الأفلام المال... وأجمل الفتيات، وهو جانب بالغ الأهمية»⁴¹⁶، وخلافاً لكثير من الشبان الآخرين الذين تداعب مخيلاتهم أحلام مماثلة، كرس أرنولد، الشاب اليافع، إرادته الفولاذية لتحقيق أهدافه التي أصبحت أشبه بهاجس يشغل كيانه بالكامل، فقد كان، منذ مرحلة المراهقة، يتمتع بإحساس استثنائي ثاقب بالأساليب غير المألوفة لتسويق النفس، إضافة إلى المساعدة التي كان يقدمها له، وبكل براعة ومهارة، مدربه في مدينة ميونيخ؛ ألبرت بوسيك Albert Busek، وفي يوم قارس البرد من شهر تشرين الثاني/نوفمبر، سار شوارزينغر في شارع للتسوق في مدينة ميونيخ وهو لا يرتدي سوى السروال القصير الذي يرتديه في جلسات التصوير، فاتصل بوسيك ببعض الصحفيين من معارفه، وسألهم: «هل تذكرون شوارزينغر، الذي كسب مباراة حمل الحجارة؟ لقد أصبح بطل الكون لكمال الأجسام، وهو موجود حالياً في ساحة ستاكوس لا يرتدي سوى سرواله الداخلي»⁴¹⁷ وفي اليوم المقبل كانت صورة شوارزينغر تحتل صفحات الجرائد، فظهر في الصورة وهو يقف بسرواله القصير في ورشة بناء، محاطاً بمجموعة من عمال البناء الذين كانوا يتأملونه مشدوهين.

وبعد أن هاجر شوارزينغر إلى أمريكا، وهو في الحادية والعشرين من عمره، حقق النقلة النوعية في حياته بمساعدة مدربه الجديد جو وايدر Joe Weider، الذي كان الشخصية الأهم في مجال

رياضة كمال الأجسام في أمريكا الشمالية، وجمع وايدر ثروته من بيع المكملات الغذائية. يقول شوارزينغر: إن وايدر «نسج أسطورة كاملة حولي: من أني آلة ألمانية، موثوقة بالكامل، لا مجال فيها للقصور في الأداء، تعمل دون كلل، وكان عازماً على استخدام خبرته ونفوذه لبيع الحياة في هذه الآلة؛ لكي تتجول هنا وهناك، مثل فرانكنشتاين Frankenstein، وكنت أجد كل ذلك مسلياً، ولم أكن أمانع أن يعدّني وايدر أحد إبداعاته؛ لأن ذلك يعني أنه يحبني، وهذا يناسب تماماً هدفي المتمثل في أن أصبح بطل العالم»⁴¹⁸.

آنذاك، كانت رياضة كمال الأجسام رياضة غير معروفة إطلاقاً - أكثر مما هي عليه حالياً - كانت «ديناً ثانوياً لدين ثانوي»⁴¹⁹. وخلافاً لما هي عليه اليوم، لم تكن صالات كمال الأجسام من المعالم المتوافرة في كل مكان من مدن العالم، الكبيرة والصغيرة، ويقول مارك هوجر في سيرة شوارزينغر: «كان التدريب لتنمية العضلات يُعدّ آنذاك رياضة الرجال المخبولين غريبي الأطوار، الذين كانوا يريدون أن تكون صدورهم أكبر من صدور صديقاتهم، وأن تكون أذرعهم بحجم أفعالهم، فتنمية العضلات أشبه بعرض في سيرك منها برياضة»⁴²⁰.

وبدأ شوارزينغر يكسب البطولات، واحدة تلو الأخرى، ومع ذلك لم تكن الانتصارات تتسم بأهمية خارج النطاق الضيق لمجال كمال الأجسام، ولكن شوارزينغر، خلافاً لكثير من أبطال كمال الأجسام، لم يقنع بذلك الوضع، وأخذ على عاتقه مهمة جعل رياضة كمال الأجسام رياضة شعبية في أمريكا: «كلما زادت شعبية هذه الرياضة، زادت فرص نجاحي في أن أصبح رجلاً ذا شأن»⁴²¹.

وقد لجأ شوارزينغر في سبيل تحقيق أحلامه إلى أساليب لم تخطر ببال أحد قبله، فأقام علاقة صداقة مع مصوّر نجح في إقناع متحف Whitney Museum of American Art في نيويورك باستضافة عرض حي لكمال الأجسام وللفنون يحمل عنوان Articulate Muscle: The Male Body in Art. وفي الخامس والعشرين من شباط/ فبراير، من عام 1976م تموضع شوارزينغر، وبطلان آخران في كمال الأجسام، فوق منصة دوارة «يرافقها عرض بصري للشرائح الضوئية المنزلة التي تعرض منحوتات رودان Rodin ومايكل أنجلو Michelangelo، بينما وقف في الصالة ثلاثة آلاف شخص من زوار المعرض يتأملون المشهد مذهولين، وكان العرض أفضل حدث استضافه المتحف من حيث عدد الحضور... أثار ذلك حماس صحيفة New York Time «The»⁴²².

وبذل شوارزينغر ما بوسعه من جهد لإنشاء علاقة وثيقة مع الصحفيين، ليس فقط الصحفيين الذين يكتبون لمجلات كمال الأجسام ذات نسبة التوزيع المتدنية، ولكن أيضاً الصحفيين العاملين في مجلات مثل Life، حيث يمكن له الوصول إلى ملايين القراء، وعارض مدربه؛ وايدر، في البداية فكرة هذا النوع الجديد من الاهتمام⁴²³، ولكن شوارزينغر كان مصمماً على سحب رياضة كمال الأجسام من النطاق المحصور الذي كانت تقبع فيه، وقال: إن أبطال كمال الأجسام طالما اشتكوا من أن الصحفيين كانوا دائماً سلبيين فيما يتصل برياضتهم، ويروجون عنها قصصاً سخيّة، «هذا

صحيح، من الذي كان يتحدث إلى الصحافة؟ هل جلس أحدهم، وشرح للصحفيين طبيعة رياضتنا؟»⁴²⁴ وكانت العلاقات العامة هاجسًا يسكن أفكار شوارزينغر، وذلك ما دفعه يومًا إلى القول: إنه مثلما أن أهم ثلاثة أشياء في مجال العقارات، هي الموقع، والموقع، والموقع، كذلك فإن «شعارنا كان العرض الترويجي، والعرض الترويجي، والعرض الترويجي»⁴²⁵.

وكان شوارزينغر، منذ بداية مهنته، يتمتع بإحساس استثنائي فيما يتصل بالعلاقات العامة، ولكنه لم يعتمد فقط على هذا الإحساس، فوظف مستشارين مختصين في العلاقات العامة، وتؤكد كوكي لوميل Cookie Lommel كاتبة سيرته مدى الأهمية التي يوليها لاحترام الناس وللاحتفاظ بهذا الاحترام بالنسبة، ولكي يتمكن من كسب هذا الاحترام وظف فريقًا لإدارة العلاقات العامة كان الأفضل في هذا المجال في الولايات المتحدة⁴²⁶.

وتنامت شهرة شوارزينغر، وصار يتلقى دعوات للمشاركة في البرامج الحوارية التي تزداد على النطاق الوطني، حتى إنه استغل الصورة النمطية لأبطال كمال الأجسام، من أنهم أشخاص حمقى بعضلات مفتولة؛ لأن تصرفاته التي تتسم بالظرف وموهبته في الأداء في برامج التسلية، أتاحت له أن يفاجئ الناس، ويكسب ودهم بسهولة، و«بدأ المشاهدون يرون بطل كمال الأجسام يبدو عاديًا في ثيابه الكاملة، يمكنه الحديث، ويتمتع بخلفية تثير الاهتمام، ولديه قصة يرويها، وفجأة أصبح لهذه الرياضة وجه وشخصية دفعا الناس للتفكير: لم أكن أتصور أن هؤلاء الأشخاص ظرفاء! هذا ليس غريبًا، هذا رائع!»⁴²⁷.

ومع أن أنشطة شوارزينغر في مجال العلاقات العامة كانت تؤدي تدريجيًا إلى إخراج رياضة كمال الأجسام من الحيز الضيق الذي كانت محصورة فيه، اتضح له أن كمال الأجسام لن تسمح له بالوصول إلى شهرة وشعبية ممثل في هوليوود. إلى ذلك، كان شوارزينغر قد حقق كل ما يمكن لرياضة كمال الأجسام منحه إياه، وهكذا قرر أن يبدأ مهنة ثانية، وهي التمثيل في الأفلام السينمائية: «أحببت فكرة البقاء جائعًا في الحياة وعدم البقاء في مكان واحد إطلاقًا، وعندما كنت في العاشرة من عمري، رغبت في إتقان أمر ما يجعلني معروفًا في كل أنحاء العالم، والآن أريد أن أقتن شيئًا آخر لكي يعرفني الناس ثانية، وأكثر من ذي قبل»⁴²⁸.

وقد بدأ، للوهلة الأولى، كأن كل الظروف اجتمعت لتعاكسه، وكانت الإجابة التي تلقاها مرة بعد أخرى هي أن هناك شبه استحالة أن يتمكن أوروبيون من إيجاد موطن لهم في هوليوود، وتتضاعف درجة الاستحالة بالنسبة إلى شخص بتركيبته الجسدية يتكلم الإنجليزية بلكنة مقاطعة ستايرا الواضحة، إضافة إلى اسمه الذي لا يستطيع الأمريكيون نطقه، وقيل له مرات عدة: «انس الموضوع، فشكل جسمك غريب، ولكنك في الكلام غريبة، ولن تحقق أي نجاح هنا. أرنولد، فرصتك ضئيلة في هذه المهنة نحن لا نعرف أحدًا جاء من أوروبا - تعرف ما أعني، من بلد يتكلم الألمانية أو من إيطاليا أو من أي بلد - وتمكن من الارتقاء إلى مستويات عالية، أو حقق نجاحًا كبيرًا في هذا البلد»⁴²⁹، وكان ذلك صحيحًا، على الأقل بالنسبة إلى الممثلين الذكور.

وكان المنتجون والمخرجون يرون في شوارزينغر، في أفضل الأحوال، مجرد رجل مفتول العضلات لا أكثر، وممثل بإمكانه القيام بأدوار صغيرة لا تتطلب الكثير من الحوار في أفلام ذات كلفة متواضعة، وفي أول فيلم له - وكان فاشلاً - وهو Hercules in New York، قضى شوارزينغر تسعين دقيقة، وهي مدة الفيلم، في عرض عضلاته، بينما تنساب الحكمة حوله بأسلوب مخبول⁴³⁰، وفشل الفيلم، وأدرج في موقع International Movie Database على قائمة أسوأ مئة فيلم في التاريخ⁴³¹، ولكن شوارزينغر، كما هو معهود منه، لم يثبط فشل الفيلم عزيمته.

تركز فيلمه المقبلان Pumping Iron & Stay Hungry، أيضاً على جسده بصورة رئيسية، ولكن شوارزينغر كان قد تعلم كيف يسوق فيلماً، واعتمد في تسويق نفسه على أقوال استفزازية غريبة كانت وسائل الإعلام تسعد باقتباسها مراراً وتكراراً، ففي فيلم Pumping Iron، شبه أرنولد شوارزينغر عملية شد عضلاته في أثناء التدريب لتكبير حجمها بالوصول إلى الذروة في العملية الجنسية: «يتدفق الدم إلى عضلاتك، فهذا ما ندعوه تكبير الحجم، وتشعر بعضلاتك تتصلب، وكأنك ستنفجر... هذا الشعور يرضيني تماماً، مثل الشعور بالوصول إلى قمة اللذة»⁴³² وقال لاحقاً في معرض الشرح: «أدركت أنه علي القيام بأمر مثير؛ لكي أقنع مشاهدي التلفزيون، ولكي أتميز عن غيري، وهكذا خطر لي القول: إن شد العضلات أفضل من ممارسة الجنس»⁴³³.

وخاطر شوارزينغر بتوظيف كل إمكاناته في العلاقات العامة للترويج لأفلامه، وراقب عن كثب أسلوب عمل بوبي زارم Bobby Zarem، المشرف على شؤون الدعاية والإعلانات الخاصة بالصحفيين في نيويورك، فقد: «علمني أن البيانات الصحفية العادية كانت مضيعة للوقت، ولا سيما إذا كنت تحاول لفت انتباه مراسلي التلفزيون»⁴³⁴. وبدلاً من ذلك، كان زارم يتواصل مع الصحفيين شخصياً، ويحيك قصصاً تناسب كل منها صحفياً بعينه، و«اشتهر بوبي باقتراحاته الطويلة القديمة الطراز والمكتوبة بخط اليد، فجعلني أقرأ رسالة من أربع صفحات موجهة إلى محرر مجلة Time يشرح له فيها السبب الذي يحتم على المجلة نشر تقرير رئيس حول رياضة كمال الأجسام... كانت مهمة بوبي ترويج فيلم Pumping Iron، لكن تعريف الناس بي شغل صفحة من كتابه»⁴³⁵.

وفي أثناء عملية تسويق شوارزينغر لنفسه، كان يحوّل العوائق إلى مزايا: «عندما كنت أسوق لفيلم Pumping Iron ولرياضة كمال الأجسام، كنت أسوق نفسي في الوقت نفسه»، واعتاد الناس سماع لكنته وطريقته الخاصة في الكلام، و«كان التأثير عكس ما حذرني منه مديرو الأعمال في هوليوود، وكنت أحوّل حجمي، ولكنني واسمي الغريب إلى ميزات بدل أن تظل سمات غريبة تنفر الناس مني، وقبل مضي وقت طويل، صار بإمكان الناس التعرف إلي دون أن يروني، عن طريق اسمي وصوتي فقط»⁴³⁶.

وحتى بعد أن ألف شوارزينغر - بالاشتراك مع كاتب آخر - كتابه الأول، Arnold: The Education of a Bodybuilder أصر على استخدام أساليب غير مألوفة في التسويق والترويج على نطاق واسع، فقد قال للناشر: «لن يشتري الناس هذا الكتاب ما لم نخبرهم بوجوده، وإلا فكيف

سيعرفون؟ إذا كنت تريد أن يحقق الكتاب نجاحًا كبيرًا، لا ترسلني إلى ست مدن فقط، فسوف نذهب إلى ثلاثين مدينة، وسوف نقوم بذلك في غضون ثلاثين يومًا»، وشكك الناشر في الفكرة بدايةً: «ثلاثون مدينة في غضون ثلاثين يومًا! هذا جنون!» أجاب شوارزينغر أن من المهم الذهاب إلى مدن لا يزورها النجوم عادة: «بهذه الطريقة سوف نحظى بوقت أطول في البرامج الصباحية»⁴³⁷.

وفي أثناء رحلة ترويجية للكتاب، كان على شوارزينغر السفر بالطائرة من أتلانتا إلى برمنغهام في ألاباما، فلاحظ في أثناء الرحلة وجود مجموعة من الكتاب المفعمين بالنشاط كانوا في طريقهم لحضور منتدى أدبي في جامعة ألاباما، وقد كان أحد أفراد المجموعة من معارف شوارزينغر، فسأله هذا الأخير عن موضوع المنتدى؟ فأجاب صديقه: إنهم سيناقشون موضوعات أدبية وفنية وسياسية، فسأله شوارزينغر ثانية وقد أصيب بالذهول: «هل تعني أنهم لن يناقشوا كيفية ترويج كتبهم؟ عليهم أن يدعوني إلى ذلك المنتدى، وسوف أعلمهم كيف يروجون كتبهم»⁴³⁸. يقول كاتب سيرته أندروز Andrews: «كان تسويق نفسه يتحول إلى هوس ومهارة أساسية في شخصيته»⁴³⁹.

وكان كل شيء بالنسبة إلى شوارزينغر خاضعًا لعملية تكوين صورته العامة: «هذا صحيح، أنا من يتحكم في صورتي، وإذا لم أكن أنا من يتحكم فيها، فمن سيكون إدا؟ اعتاد الناس أن يدفعوا بكل شيء إلى الصحافة، ويريد الواحد منهم الظهور بصورة مدير تنفيذي جدي في الأستوديو أو رجل أعمال ذكي أو فنان حساس، والسياسيون يفعلون ذلك طوال الوقت، ويحاول كل شخص تكوين صورة عامة لنفسه»⁴⁴⁰.

وبعد أن ترك شوارزينغر رياضة كمال الأجسام، وجّه كل طاقته إلى مهنته بوصفه ممثلًا سينمائيًا، وخطّ لهذا التغيير في مهنته، بحيث أدى إلى تعزيز حضوره المتسارع في مجاله الجديد، وأثمر هذا الأسلوب في الشهرة الواسعة التي حققها فيلم له لأول مرة، Conan the Barbarian. و«كان أمرًا مختلفًا عن كون المرء بطل كمال أجسام؛ لأن ملايين الأشخاص سيشاهدون هذا الفيلم، في حين لا يحظى أكبر عرض حي لكمال الأجسام بأكثر من خمسة آلاف مشاهد، ولا يتجاوز أكبر عدد من مشاهدي العرض في التلفزيون مليونًا أو مليوني شخص، وحقق هذا الفيلم نجاحًا كبيرًا». ويتذكر شوارزينغر الإثارة التي شعر بها عندما علم أن «المجلات والصحف في كل أنحاء العالم سوف تنشر مراجعات للفيلم»⁴⁴¹، وظهر «في كل البرامج الحوارية الوطنية والمحلية التي استطاع أصحابها حجز موعد معي... أجريته مقابلات مع صحفيين من كبريات المجلات والصحف إلى أصغرها شأنًا»⁴⁴².

وقد تبنى شوارزينغر منظورًا عالميًا، وأكد مرارًا وتكرارًا أن «العالم هو السوق الذي يجب أن تتوجه إليه»⁴⁴³. وكان المسؤولون عن التسويق في الأستوديو يخططون لترويج فيلم Conan على نطاق عالمي، ليس فقط في الولايات المتحدة، ولكن في إيطاليا وفرنسا أيضًا، وقال لهم شوارزينغر: «لا بأس، ولكن إذا نظرتم إلى الكرة الأرضية، تجدون أن هناك بلدانًا أخرى غير إيطاليا وفرنسا، ثم

سألهم: لماذا لا نعمل بأسلوب أكثر منهجية؟ نمضي يومين في باريس، ويومين في لندن، ويومين في مدريد، ويومين في روما، ومن ثم نتوجه شمالاً، ولنقل: إننا سنذهب إلى كوبنهاجن، وإلى ستوكهولم، وبعدها إلى برلين، فأين الخطأ في ذلك؟»⁴⁴⁴ فوافق مسؤولو الاستوديو في نهاية المطاف على السماح له بترويج الفيلم في خمسة أو ستة بلدان: «شعرت أن ذلك سيكون خطوة جبارة إلى الأمام»⁴⁴⁵.

وعندما كان شوارزينغر يقرأ نصوص الأفلام المعروضة عليه، كان يقيّمها دائماً من منظور عالمي، وخلافاً لما كان شائعاً في هوليوود التي كانت تحقق معظم أرباحها على الصعيد المحلي، فقد كان أول سؤال يطرحه شوارزينغر: «هل يتوجه هذا الفيلم إلى جمهور عالمي؟»، وحتى عندما كان الأمر يتعلق بمسائل تبدو ثانوية في الظاهر، كان يتناولها من منظور عالمي: «السوق الآسيوية لا تحب الوجه المغطى بالشعر، فلماذا سأربي لحية لأداء هذا الدور؟ هل من مصلحتي خسارة كل تلك الأموال؟»⁴⁴⁶.

ويقول شوارزينغر: إن الممثلين والمؤلفين الآخرين يتمنعون عن الانخراط في أنشطة العلاقات العامة، وإجابتهم التقليدية هي: «لا أريد أن أبدو كالعاهرات؛ فأنا مبدع، ولا أريد مشاركة البائع، وأنا لا أكرهت أبداً بالمال»⁴⁴⁷. ويضيف شوارزينغر أن كثيراً من الممثلين والمؤلفين والفنانين يعدّون التسويق أمراً لا يليق بمكانتهم، و«مهما كان نوع المهنة التي تمارسها، فإن عملية البيع هي جزء من هذه المهنة»⁴⁴⁸.

ولم يكن شوارزينغر يرغب في البقاء طوال حياته أسير دور واحد - لا دور بطل كمال أجسام، ولا دور نجم الإثارة في الأفلام التي تنطوي على مشاهد عنف مفرط، وشعر بأن لديه فرصة الوصول إلى جمهور أوسع وكسب المزيد من التعاطف إذا لجأ لاستغلال أحد مواطن قوته - حس الفكاهة الذي يتمتع به، وكان حس الفكاهة هذا قد أصبح أحد علاماته الفارقة المميزة في أفلام الإثارة، و«كان حس الفكاهة هو ما جعلني أتميز بين الممثلين الآخرين البارزين في مجال أفلام الإثارة، مثل ستالون Stallone وإيستوود Eastwood ونوريس Norris، وكانت الشخصيات التي أمثلها ساخرة نوعاً ما، وكنتُ عادة أروي طُرفاً قصيرة»⁴⁴⁹، وتحولت تلك الطُرف التي كان يعتمد تردادها دون أن يرسم على وجهه أي تعبير، إلى علامته المميزة، وشعر هو أن الفكاهة التي تُقدّم دون إبداء انفعال كانت تلطّف من عنف الانتقادات الموجهة إلى أفلام الإثارة من أنها تركز فقط على العنف، و«ساعدت (الفكاهة) على تقريب الفيلم إلى أعداد أكبر من المشاهدين»⁴⁵⁰.

ولم يعد شوارزينغر يرغب في حصر أدواره في دور بطل أفلام الإثارة الذي لا يملك سوى عضلاته، وفي كل مرة كان يشاهد فيها فيلماً فكاهياً، كان يقول في نفسه: «بإمكاني تمثيل هذا الفيلم!» ولكن لم يحصل أن عرض عليه أحد تمثيل دور فكاهي، فقرر هو أن فيلمه المقبل سيكون فكاهياً⁴⁵¹، وكانت تلك بالنسبة إليه الخطوة المنطقية المقبلة التي تتيح له الظهور بصورة مختلفة

بوصفه ممثلاً سينمائياً، وليس مجرد Conan

أو Cyborg، بطل فيلم The Terminator، ذلك الكائن الخيالي القاتل ذو الإمكانيات الاستثنائية، وقد قال: «أنا أومن بالتطور بأسلوب منهجي، وأنا لا أفكر أن باستطاعتي الآن أداء أدوار فكاهية فقط لمجرد أن المسؤولين في الاستوديو سينفذون ما أريد؛ لأنني أتمتع بالنفوذ»⁴⁵².

وقد قابل شخصيات كوميدية رائدة في هذا المجال، وطوّر مفهومًا واقعيًا للفكاهة ولتوقيت الكوميديا، وأخيرًا، أوصله الفيلم الكوميدي الطويل Twins، الذي مثل فيه دور شقيق داني ديفيتو Danny de Vito، إلى التيار العام السائد، وأغنى مخزونه الفني من الأدوار التي مثلها، ودرّ عليه أكثر من كل أفلام Terminator (قال في سيرته الذاتية: إن فيلم Twins (التوعم) كان، بحلول عام 2012م قد درّ عليه 35 مليون دولار، وما من شك في أن هذا الرقم تضاعف ملايين عدة منذ ذلك الوقت)⁴⁵³.

وبعد أن ترسخت مكانة شوارزينغر بوصفه أحد نجوم هوليوود، عينه الرئيس جورج هـ. و. بوش في منصب «المسؤول الحكومي عن شؤون اللياقة Fitness Czar»، ولم يكن هذا المنصب يتسم بأهمية خاصة، فقد كان يعمل مع الرئيس كثير من المسؤولين المماثلين الذين كان يُفترض فيهم تأييد قضايا مختلفة، ولكن لم يسبق لأحدهم أن تمكّن من استقطاب الاهتمام، وهنا أيضًا تجلت عبقرية شوارزينغر في العلاقات العامة، فقد بذل من الجهد في أداء هذا الدور ما يفوق بكثير ما يمكن أن يبذله أي شخص آخر في موقعه، فقد قال للرئيس بوش: «مهمتي يجب أن تكون الانطلاق للترويج»، فدهش بوش عندما أعلن شوارزينغر عن نيته السفر إلى الولايات الخمسين؛ لتنفيذ واجباته بوصفه مسؤولاً عن اللياقة: «أنا أحب السفر ومقابلة الناس وإقناعهم، فهذا ما أتقنه»⁴⁵⁴، ففي العادة، يرسل المكتب الصحفي في البيت الأبيض بيانًا صحفيًا موجزًا يُعلن فيه «مسؤول اللياقة» الجديد الذي عينه الرئيس، ومن ثم يغيب هذا البيان تحت أكوام التقارير الأخرى الواردة إلى غرف تحرير الأخبار في طول البلاد وعرضها، ولكن شوارزينغر اقترح على الرئيس بوش إصدار الإعلان من المكتب البيضاوي؛ لأنه من شأن ذلك، كما قال، إتاحة الفرصة للصحفيين للتقاط الصور، ومن ثم يتبع الإعلان مؤتمر صحفي يوضح فيه شوارزينغر دوره الجديد، ويشرح الرئيس السبب الذي يجعل شوارزينغر الرجل المناسب تمامًا لهذا العمل⁴⁵⁵.

ولكن كل ذلك لم يكن كافيًا، فقد اقترح شوارزينغر تنظيم عرض للياقة في حديقة البيت الأبيض، وأكد أن العرض سيكون احتفالًا كبيرًا، و«أشبه بالرابيع من تموز/ يوليو»⁴⁵⁶، وجرى الحدث في الأول من أيار/ مايو من عام 1990م، ونُقِلَ بالبيت التلفزيوني، وقد وصل الرئيس في الساعة السابعة وتسع عشرة دقيقة صباحًا؛ لأن ذلك هو الوقت الذي تبلغ فيه معدلات المشاهدة لبرامج الأخبار الصباحية وبرنامجي Today و Good Morning America حدودها القصوى، ويقول شوارزينغر: «كنت حتى ذلك الحين قد ظهرت في كثير من البرامج التلفزيونية الصباحية، ولم أكن أعير اهتمامي لوقت ظهوري على الهواء، ولكنني بدأت، منذ تلك اللحظة، أصرّ على الظهور في وقت قريب من الساعة السابعة والنصف»⁴⁵⁷.

وكانت العلاقات العامة، بالنسبة إلى شوارزينغر، الأداة الصالحة لحل أي مشكلة في أي وضع، وبعد إجرائه عملية في القلب، تضاعف عدد النصوص التي تعرض عليه؛ لأن المسؤولين في هوليوود صاروا يشككون في إمكانية مناسبتها للتمثيل؛ ولأن تكاليف التأمين كانت باهظة، وأنداك قام شوارزينغر من جانبه بتنشيط ماكينة علاقاته العامة، فصار يحرص على ظهور صورته في الصحف وهو يمارس رياضة الجري على شاطئ البحر، ويتزلج على الثلج، ويرفع الأثقال، بحيث يرى العالم بأسره أنه استعاد صحته على أفضل وجه⁴⁵⁸، لكنه كان قد قرر سلفاً خطوته المقبلة، ففي بداية حياته المهنية، كانت تراوده أحياناً فكرة الانخراط في العمل السياسي، وفي مقابلة أجراها مع المجلة الإخبارية الألمانية Stern، عام 1977م سئل عن مخططاته؟ فأجاب: «بعد أن تفرض وجودك في هوليوود، ماذا يمكن أن يكون طموحك المقبل؟ النفوذ على ما أعتقد، فبإمكانك أنذاك التحول إلى السياسة لتصبح حاكم ولاية أو رئيس جمهورية أو شيئاً من هذا القبيل»⁴⁵⁹، ولأنه ليس من مواليد أمريكا، لا يمكنه من دون شك أن يصبح رئيساً للجمهورية، ولكن إعفاء حاكم ولاية كاليفورنيا من منصبه هياً له الفرصة للتحول إلى مجال السياسة.

وسارع شوارزينغر إلى تخطيط إستراتيجية صالحة للعلاقات العامة، حتى قبل أن يطلع عن كذب على القضايا السياسية: «كان علينا تفادي محاولة كسب ود الصحافة والتوجه، بدل ذلك، إلى الناس، وعندما كنت أظهر على شاشة التلفزيون، كنت أفضل الظهور في برامج ترفيهية تبث على المستوى الوطني، مثل برامج مقدمي برامج التلفزيون المشهورين جيه لينو Jay Leno، أو أوبرا، أو ديفيد ليترمان David Letterman، أو لاري كينغ Larry King، أو كريس ماثيوز Chris Mathews، لا في برامج محلية سخيفة... قبل كل شيء، يجب أن تكون الحملة عظيمة»⁴⁶⁰.

وضرب شوارزينغر بالقواعد السياسية عرض الحائط، عندما أعلن ترشيحه لمنصب حاكم كاليفورنيا من خلال البرنامج الشعبي Tonight Show، وبعد ذلك، ولكي يتفادى الأسئلة المتعلقة بأهليته الاقتصادية للمنصب، ضم المستثمر المرموق وارين بافيت Warren Buffett إلى فريق مستشاريه، مع أنه كان ديمقراطياً معروفاً، وأن شوارزينغر كان على لائحة مرشحي الحزب الجمهوري، وأراد بهذه الخطوة التعبير عن عدم اكترائه بالسياسات التقليدية التي تعتمد على المحازبين⁴⁶¹، ونجح شوارزينغر باستمرار في كسب النقاط في المؤتمرات الصحفية والبرامج الحوارية، بفضل ما يتمتع به من حس الفكاهة وسرعة البديهة، وفي أحد المؤتمرات الصحفية التي حضرها شوارزينغر وبافيت، وجّه أحد الصحفيين السؤال الآتي: «يقول وارين بافيت: إن عليك تغيير التعديل الدستوري المعروف باسم Prop 13 وزيادة الضريبة على الممتلكات، فما رأيك في ذلك؟» أجاب شوارزينغر: «أولاً، أنا أخبرت وارين أنه إذا ذكر Prop 13 أمامي مرة أخرى، فسوف أجبره على أداء تمرين إمالة الجسم وتجليسه خمس مئة مرة». وتعالق الضحكات لمصلحته، وأما بوفيه، الذي لم يكن راغباً في إفساد الأجواء، فقد رسم على وجهه ابتسامة عريضة، وبعد ذلك، أضاف شوارزينغر أن الضرائب على الممتلكات لن تزيد تحت أي ظرف⁴⁶².

وفي المناظرات التلفزيونية، لم يلتزم شوارزينغر بموقف حزبه دون تفكير، واتبع نصيحة مدير حملته الانتخابية بأن يتصرف على طبيعته، وأن يكون لطيفًا ومرحًا، و«عندما كان التوتير يسود الأجواء، وبيدأ الحاضرون في الصراخ على بعضهم، كنت أتفوه بكلمة شائنة تدفع الحاضرين للضحك»⁴⁶³، ويمكن للحملات الانتخابية الأمريكية أن تنسم بالسفالة أحيانًا، فالمتنافسون يبحثون عن أي تفاصيل يمكن أن تشوه صورة الخصم، من أي مرحلة كانت من حياته المهنية أو، وهو الأفضل، حياته الشخصية، وكان شوارزينغر قد اتهم بالتحرش بالنساء وبالإدلاء بملاحظات إيجابية حول هتلر، وفيما يتصل بتلك الاتهامات، اتبع القاعدة الآتية: إذا كانت التهمة زائفة، كان ينكرها بشدة، وإذا كانت حقيقية كان يقر بها، ويعتذر عنها، إذا تطلب الأمر⁴⁶⁴.

وكان شوارزينغر يدرك أن الصورة أبلغ من ألف كلمة، فاستغل قوة الصور لتوجيه رسائل تمس صميم الأمور، وتلفت الانتباه، وكان يومًا في سكرامنتو يتحدث إلى ما يقارب عشرين ألف شخص أمام مبنى الكابيتول، فوقف على الدرج، وألقى خطبة قصيرة، ثم عزفت الفرقة الموسيقية لحناً، ورفع هو مكنسة كبيرة، و«كانت تلك اللحظة المخطط لها لالتقاط الصورة: شوارزينغر جاء إلى هنا لتنظيف المبنى»⁴⁶⁵، وجالت الصورة في كل أنحاء العالم.

وأطلق شوارزينغر على الحافلة الخاصة بحملته في كاليفورنيا اسم (العذاء Running Man) (في إشارة إلى أحد أفلامه وإلى وضعه آنذاك بوصفه مرشحًا). وفي إحدى محطات الحملة، رمى سيارة بطابة ممزقة؛ ليرمز إلى ما سيفعله برسم تسجيل سيارة خصمه في حال نجاحه في الانتخابات⁴⁶⁶.

وفي عام 2003م انتخب شوارزينغر حاكمًا لكاليفورنيا بفارق كبير في الأصوات، وأعيد انتخابه بعد خمس سنوات، وأظهر قدرة فائقة على التكيف مع الوضع، فعندما كان يسيء تقدير مزاج الناس، لم يكن يتوانى عن تصحيح مساره تصحيحًا جذريًا، ولخص في نهاية سيرته الذاتية أهم قواعد النجاح والدروس التي اكتسبها من الحياة، وتقول إحدى تلك القواعد: «مهما كان نوع المهنة التي تمارسها، فإن عملية البيع هي جزء من هذه المهنة... بإمكانك أن تنجز أروع الأعمال، ولكن إذا لم يعرف الناس ماذا أنجزت، لن تحصل على شيء! ينطبق الشيء نفسه على العمل في السياسة: فلا يهم إن كنت تعمل في مجال السياسة البيئية أو التربوية أو التنمية الاقتصادية، الأهم من ذلك كله أن تجعل الناس واعي لجهودك»⁴⁶⁷.

وقالت عنه مجلة News Week الأمريكية: «تسويق النفس بالنسبة إلى شوارزينغر طبيعي مثل ثنيه لذراعه؛ لإبراز العضلة ثلاثية الرؤوس»، وقال هذا النجم يومًا لمجلة Cigar Aficionado: «عليك أن تعرّف العالم بإمكاناتك»⁴⁶⁸، ولكن تسويق النفس لم يكن بالنسبة إليه مجرد وسيلة لتحقيق أهداف محددة، فقد كان تكوين علامته المميزة شرطًا أساسيًا للحرية، وقال في إحدى المقابلات التي أجراها عام 1977م: «ما أريده هو الشعور بالحرية المطلقة، وأريد أن أكون قادرًا على القيام بأي شيء ولو لمرة واحدة، وهذا يعني أنني يجب أن أنشئ اسمًا وصورة عامة، بحيث يصبح كل ما أفعله مقبولًا، ولتحقيق ذلك أنا في حاجة إلى اسم رنان؛ اسم يعرفه الجميع»⁴⁶⁹، وكان شعاره الدائم طوال

حياته: «ابقَ جائعًا»، فهذا يعني قبل كل شيء جوعه إلى التميز والشهرة: «كن جائعًا للنجاح، وجائعًا لصنع علامتك المميزة، وجائعًا كي يراك الناس ويسمعوا صوتك، وكي تتمتع بالتأثير»⁴⁷⁰.

الأدوات التي لجأ إليها شوارزينغر لتكوين علامته المميزة:

1 اختار رياضة كمال الأجسام بوصفها رياضة مناسبة له، حيث يسهل عليه أن يشغل الموقع الأول، ومن ثم أضفى عليها طابع الشعبية، وجعل من جسده علامته المميزة.

2 في كل المهن التي مارسها، كان مفتاح نجاحه فكرة المبيعات، وكان شعاره الدائم: «مهما كان نوع المهنة التي تمارسها، فإن عملية البيع هي جزء من هذه المهنة... بإمكانك أن تنجز أروع الأعمال، ولكن إذا لم يعرف الناس ماذا أنجزت، لن تحصل على شيء!». «.

3 في مهنته بوصفه ممثلًا، حوّل نقاط ضعفه المفترضة - شكل جسده غير المألوف، واسمه الذي يصعب نطقه، ولكنته الغريبة - إلى رمز مميز في دعايته.

4 تحولت تصريحاته اللافتة (الاستفزازية أحيانًا) التي كانت تصبح أقوالاً رائجة، ودعاياته الطريفة القصيرة، إلى علامته المميزة، فقد قال يومًا: إن شد عضلاته كان أشبه بوصوله إلى ذروة المتعة، وكان يلجأ دائمًا إلى استخدام عبارات من أفلامه تتحول إلى ما يشبه الشعار: (سأعود، أراك لاحقًا يا عزيزتي).

5 «العالم هو السوق الذي يجب أن تتوجه إليه»: كان شوارزينغر يرى الأمور بمنظور عالمي، خلافًا لكثير من الأمريكيين آنذاك، وعندما كان الأمر يتعلق بأفلامه أو بكتبه، اعتاد أن ينظم رحلات يجول فيها العالم، ويزور عددًا من المدن قدر الإمكان.

6 يمتاز شوارزينغر بأنه يتعلم بسهولة، وكان يرى في عباقرة تسويق النفس الآخرين، وخصوصًا محمد علي، قدوة له، ويتعلم منهم قدر استطاعته.

7 على الرغم من أن الصحفيين لم يعتادوا احترام رياضة كمال الأجسام، وكانوا يعدّونها رياضة مضحكة، لم يرَ فيهم شوارزينغر أعداء له، وبذل الوقت الكافي في شرح أبعاد تلك الرياضة لهم بكل صبر وبأسلوب طريف.

8 كان يسعى دائمًا لتحويل أي حدث إلى مناسبة توفر له أقصى دعاية ممكنة، وعندما عينه رئيس الجمهورية الأمريكي في منصب المسؤول الوطني عن رياضة كمال الأجسام، لم يقبل بالاكتماء ببيان صحفي عادي، وحوّل الإعلان عن تعيينه في المنصب إلى حدث إعلامي كبير.

أوبرا وينفري الحلم الأمريكي يُبعث حيًا

وصفت مجلة Forbes أوبرا وينفري بأنها واحدة من أغنى عشر نساء عصاميات في أمريكا، واسمها هو من دون شك الاسم الأشهر بين الأسماء العشرة الشهيرة، وأثنت عليها مجلة Life بوصفها «أقوى امرأة في أمريكا»، ووصفتها مجلة Time بأنها واحدة «من أكثر الشخصيات تأثيرًا في القرن العشرين»⁴⁷¹، وفي عام 2003م ظهر اسم أوبرا لأول مرة في قائمة مجلة Forbes لأصحاب المليارات، فقد آنذاك كان في العالم بأسره 476 مليارديرًا فقط، وكانت هي أول مليارديرة عصامية من أصول إفريقية⁴⁷²، وتقدر ثروتها حاليًا بـ 2.7 مليار دولار، إضافة إلى أنها وصلت، في الولايات المتحدة على الأقل، إلى مستوى من الشهرة لا تتمتع به عادة إلا زوجات رؤساء الجمهورية، بمن فيهن هيلاري كلينتون Hilary Clinton، التي لم يكن ليقدّر لها أن تصبح مرشحة لرئاسة الجمهورية، لولا أنها كانت يومًا السيدة الأولى، ولم يحصل أن وصلت أي سيدة أمريكية إلى هذه الدرجة من الشهرة بجهدا الخاص، مثل أوبرا.

وقد نشأت أوبرا وينفري في ظروف متواضعة جدًّا، مع أن كاتبة سيرتها كيتي كيلي Kitty Kelly تقول: إن وينفري تبالغ في وصف فقر أسرتها المدقع في الأسطورة التي ألّفها لاحقًا⁴⁷³، وكان هدفها الدائم منذ نعومة أظفارها الوصول إلى الشهرة، وعندما طُلب منها في المدرسة الثانوية ملء استمارة من نوع: «أين سأكون بعد عشرين عامًا؟»، التي لا بد أن يملأها أي شاب أو شابة في مرحلة من حياتهما، وضعت أوبرا علامة على الخانة التي تحوي كلمة (مشهورة)⁴⁷⁴، ويشهد كثير من الأشخاص الذين عرفوا أوبرا منذ أن كانت فتاة صغيرة ومن ثم شابة يافعة، أن الرغبة في النجومية والثراء كانت الدافع الذي يحركها⁴⁷⁵، وكانت الثروة بالنسبة إليها هي الوسيلة الرئيسة لِّلْفَتِ الأَنْظَارِ، إذ «في هذا المجتمع لا يصغي إليك أحد ما لم ترتد بعض المجوهرات الثمينة وتمتلك بعض المال والنفوذ وسبل الحصول على ماتريد»⁴⁷⁶.

وقد اكتشفت موهبتها في الإلقاء أمام الجمهور، وبدأت تشتهر عن طريق قراءة مقاطع من الكتاب المقدس في كنائس الأمريكيين من أصل إفريقي الموجودة حول مدينة ناشفيل، إضافة إلى فوزها في دورة مباريات المناظرة في ولاية تينيسي⁴⁷⁷، وكانت تشارك في أي مباراة تظن أنها ستبرزها، وتقربها من الشهرة التي تحلم بها.

وبعد فوزها بلقب «فتاة منع الحرائق»، مثلًا، صاحبت بمصوري الصحف المتجمعين حولها لانتقاط صورتها: «أنا هنا، أين آلة التصوير؟ أنا هنا، تعالوا لرؤيتي»⁴⁷⁸.

وحصلت انطلاقها الأولى في مجال التلفزيون عام 1974م - كانت لا تزال في العشرين من عمرها - وذلك بفضل محطة تلفزيونية في ناشفيل⁴⁷⁹، وكانت ناشفيل آنذاك تشغل المرتبة الثلاثين في قائمة أكثر المجالات التلفزيونية اتساعاً في الولايات المتحدة؛ أي إنها كانت موقعاً ممتازاً لتدريب شخصية مثل أوبرا بدأت للتو عملها في مجال التلفزيون، ولكن مسيرة حياتها المهنية بدأت في الانطلاق فعلياً في عام 1976م في محطة تلفزيونية في مدينة بالتيمور، وكُلفت بمهمة القيام بزيارات يومية لأحياء عدة في بالتيمور؛ لمقابلة سكان تلك الأحياء. وكالعادة، كان تقييم أوبرا لدورها ينطلق أساساً من مدى زيادة الشعبية التي سيحققها لها، وقالت للصحفيين: «العمل جيد بالنسبة إليّ من منظور العلاقات العامة، وهذه طريقة رائعة لتقديمي إلى المدينة»⁴⁸⁰.

وسرعان ما جرت ترقية أوبرا إلى موقع مذيعه مشاركة في نشرات الأخبار المسائية، ولكن ارتباكها كان واضحاً، فقد قرأت ذات يوم تقريراً عن التصويت غيابياً (in absentia) في ولاية كاليفورنيا بما يوحي بأن المقصود بكلمة (Inabsentia) اسم مدينة قرب سان فرانسيسكو؛ لأنه لم يسبق لها، كما بدا واضحاً، أن سمعت بهذا التعبير اللاتيني، فشرع زملاؤها بالدهشة عندما بدأت تضيف ملاحظاتها الشخصية إلى الموضوعات الإخبارية، وتعلق أحياناً: «يا إلهي، هذا مروع». ويقول أحد زملائها: «أدركت منذ البداية أن الأمر لن ينجح، فقد كانت أوبرا قليلة الخبرة وذات معارف محدودة في مجال القضايا العالمية، وخصوصاً الجغرافيا، إلى حد لا يسمح بتعيينها... في منصب تعمل فيه مع أهم شخصية في مجال الأخبار في بالتيمور (جيرري تيرنير Jerry Turner)»⁴⁸¹. ولسوء الحظ، فقدت منصبها الرفيع بوصفها مذيعه مشاركة في نشرات الأخبار بعد ثمانية أشهر فقط⁴⁸².

وقد أنزلت مرتبتها إلى «مراسلة لأنشطة نهاية الأسبوع»، وهي، باعتراها، أدنى مرتبة في التسلسل الهرمي للمكتب الإخباري⁴⁸³، وكانت القصص الرئيسية التي صار يُطلب إلى أوبرا تغطيتها تتضمن أحداثاً من نوع عيد ميلاد بيبغاء الكوكاتو في حديقة الحيوانات المحلية⁴⁸⁴، ولكنها كانت على الأقل لا تزال في المكتب الإخباري، وعندما اختيرت لتكون المذيعة في برنامج صباحي جديد، هو People Are Talking، شعرت بأنها وصلت أخيراً إلى الحضيض، ويتذكر مديرها آنذاك ما حصل: «كانت تريد فعلاً أن تكون ضمن طاقم الأخبار، وكانت تدرك أن الأخبار هي أهم ما في التلفزيون آنذاك، وتعدّ البرامج النهارية سقوطاً فعلياً، وفشلاً، وشرعت تبكي، وتوسلت إلي: أرجوك لا تفعل هذا بي، فهذا أدنى درجة في الحضيض... كنت أعرض عليها عملاً حقيقياً، والراحة أنها لم تكن تملك خياراً آخر»⁴⁸⁵. وقد بذل المدير العام للمحطة، بيل بيكر Bill Baker، ما في وسعه من جهد ليجعل عملها الجديد أكثر قبولاً لديها، بما في ذلك وعداً بزيادة الراتب وبتخصيص ميزانية أكبر للإنتاج، فوافقت أخيراً، ولكنها غادرت المكتب والدموع تترقرق في عينيها⁴⁸⁶.

ولكن يُسجّل لأوبرا أنها استفادت من الوضع إلى الحد الأقصى، وعندما نسترجع الأحداث الماضية، نجد أن ما بدا انتقاصاً من مركزها المهني ثبت في النهاية أنه كان فرصة لتعزيز مسيرتها المهنية، وبدأ بث برنامج People Are Talking في الرابع عشر من آب/ أغسطس، عام 1978م وبعد أن قابلت أوبرا ممثلين شاركا في مسلسلها التلفزيوني المفضل All My Children، قالت: إنها

شعرت بأنها عثرت أخيراً على موقعها في التلفزيون، و«انتهى البث على الهواء، فأدركت في تلك اللحظة أن ذلك هو ما يُفترض بي القيام به... هذا هو عملي، وهذا ما ولدت من أجله... عمل أشبه بالتنفس، وهو أكثر عمل طبيعي أقوم به»⁴⁸⁷، ولم تكن أوبرا، خلافاً للمذيع المشارك معها في تقديم البرنامج، تهتم كثيراً بتكريس صورة رصينة تتمتع بحرفية عالية⁴⁸⁸، فبالنسبة إلى بعض الصحفيين، لا يوجد ما يفوق أهمية التمتع بالاحترام الفائق، وخصوصاً من جانب نظرائهم، ولكن أوبرا، في المقابل، كانت معنيّة بصورة أساسية بـ (التواصل) مع مشاهديها، وكانت إحدى أهم النصائح التي قُدمت لها هي أن تلجأ دائماً لطرح أول سؤال يخطر ببالها، مهما كان نوعه، واتبعت أوبرا هذه النصيحة دائماً، وفي أحد البرامج، مثلاً، سألت توعمين ملتصقين: ماذا يحدث عندما يشعر أحدهما ليلاً بالحاجة إلى الذهاب إلى الحمام، فقد أثارت فضولها معرفة إن كان أحد التوعمين الآخر يشعر أيضاً بالحاجة إلى الذهاب إلى الحمام⁴⁸⁹.

وبدأت المرحلة الثانية من حياة أوبرا المهنية عام 1983م عندما باشرت العمل في مدينة شيكاغو، التي تشغل الموقع الثالث في قائمة أكثر المجالات التلفزيونية اتساعاً في الولايات المتحدة، ومنذ اللحظة التي أطلقت فيها أوبرا برنامجها في شيكاغو، لم تغب لحظة عن وسائل الإعلام المحلية من خلال سلسلة من المقابلات لا حصر لها، وفي أواخر عام 1985م وصفتها صحيفة Chicago Tribune بأنها «الشخصية المشهورة التي تنعم بأكبر قدر من الاحتفاء في المدينة»⁴⁹⁰، ولم تكن التصريحات التي تنثني فيها على نفسها تقلّ تبجحاً عن تصريحات محمد علي كلاي أو دونالد ترامب، فعلى سبيل المثال، قالت في إحدى المقابلات: «أنا قوية جداً... قوية جداً، وأعرف أنه لا يوجد شيء يمكن لك - أو لأي شخص - إخباري به دون أن أكون على علم به مسبقاً، وأنا أمتلك هذه الروح الداخلية التي توجهني وتهديني... أنا أحب نفسي، أحبها فعلاً، ولو لم أكن أنا، لتمنيت أن أتعرف إلي»⁴⁹¹، وكانت تلك هي المرحلة التي بدأت فيها وسائل الإعلام الوطنية تبث مواد رئيسة عن أوبرا، وبالنظر إلى النجاح الذي حققه برنامجها، سرعان ما جرى اختياره لبيت في وسائل الإعلام على المستوى الوطني، فوُقت أكثر من مئة محطة في كل أنحاء الولايات المتحدة عقوداً لبث برامجها، وحصلت أوبرا لأول مرة على مبلغ إضافي لتشجيعها على توقيع العقد، وكان مليون دولار⁴⁹².

وسرعان ما أصبحت أوبرا مشهورة إلى درجة دفعت المخرج ستيفن سبيلبرغ Steven Spielberg إلى إعطائها دوراً في فيلمه The Color Purple، ولو أنه كان مجرد دور ثانوي، ومع أن الفيلم وممثليه رُشِّحوا لإحدى عشرة جائزة أوسكار، فإنهم عادوا إلى منازلهم يومها خالي الوفاض بعد فشلهم في الحصول على أي من الجوائز المرجوة⁴⁹³، فشعرت أوبرا بالغضب من سبيلبرغ؛ لأنه رفض وضع اسمها بأحرف كبيرة على مدخل دار العرض، أو وضع صورتها على الملصقات الإعلانية، وكان رفض سبيلبرغ مفهومًا للجميع عدا أوبرا؛ لأن توفير هذا القدر الكبير من الدعاية لممثلة ثانوية لم تكن آنذاك معروفة بما يبهر ذلك، لم يكن ليبدو أمراً مألوفاً⁴⁹⁴.

ولكن دور أوبرا في الفيلم، إضافة إلى بث برنامجها على المستوى الوطني، عزز شعبيتها إلى حد هائل، ودعتها مجلة People للظهور على غلاف عدد شهر كانون الثاني/يناير، لعام 1987م، وخلال العقدَيْن المقبلين، وظهرت أوبرا على اثني عشر غلافًا، وهو رقم لا يصدق وأقل بغلافين فقط من أسطورة السينما إليزابيث تايلور Elizabeth Taylor⁴⁹⁵، وورد في مجلة Variety أن أوبرا جنت أكثر من واحد وثلاثين مليون دولار عام 1987م ما جعل منها أعلى مذيعات البرامج الحوارية التلفزيونية أجرًا، وصار أجرها يفوق أجر المذيع المخضرم جوني كارسون Johnny Carson، الذي كان أجره السنوي على برنامج The Tonight Show يبلغ عشرين مليون دولار⁴⁹⁶، ولكن كل ذلك كان أقل بكثير من طموح أوبرا، وكانت تريد إنتاج برنامج خاص بها يُعرض في أوقات الذروة، وبيعه إلى الشركات بنفسها، على غرار بيل كوسبي Bill Cosby⁴⁹⁷.

وكان برنامجها يحقق أعلى نسبة مشاهدة، عندما يغطي موضوعات مبتذلة أشبه بمحتويات صحف التابلويد الصفراء الفضائحية، وفي بلد يتكأ فيه الناس الاحتشام بطبيعتهم، مثل أمريكا، كانت الموضوعات اللاأخلاقية تعني نسب مشاهدة عالية، وهذا درس تعلمته أوبرا خلال سنوات بداية مهنتها بوصفها مذيعة في برنامج حوارِي، وطبقته في السنوات المقبلة⁴⁹⁸، ولم يكن خيالها يعرف⁴⁹⁹.

ودعت يومًا إلى برنامجها أفراد مستعمرة عراة، وجلس هؤلاء على المنصة عراة؛ لكي تجري أوبرا مقابلة معهم دون أن تُظهر على شاشة التلفزيون سوى وجوههم، ومع ذلك كان مشاهدو البرنامج يدركون أنها تقابل مجموعة من الأشخاص العراة أمام جمهور الاستوديو، الذين كانوا يرون مقدمة المشهد كاملة، وكان ذلك ينطوي على إثارة كافية؛ لضمان النجاح في نسب المشاهدة⁵⁰⁰، وفي حلقة أخرى، استضافت سيدة لم تعرف اللذة الجنسية طوال ثمانية عشر عامًا من الزواج، وأعقبت ذلك مقابلات مع امرأة شاذة أقامت علاقات مع خمسة وعشرين رجلًا في ليلة واحدة⁵⁰¹، واستضافت ثلاث ممثلات أفلام إباحية تحدثن عن تجاربهن مع الرجال⁵⁰²، وناقشت في برنامجها موضوعات من نوع تعدد الزوجات والثياب المثيرة، إضافة إلى ربات منزل مومسات ونساء يعانين الحساسية من أزواجهن⁵⁰³، ولم تفرغ جعبة أوبرا من الموضوعات أبدًا، وكان جمهورها، كما بدا واضحًا، على استعداد لمشاهدة المزيد من تلك الموضوعات، ولكن مستوى الموضوعات لم يكن دائمًا وضيعةً بهذا الشكل، فقد تجاوز الجمهور بحماس، أيضًا، مع البرامج التي تتحدث عن النظم الغذائية والعلاقات.

وهناك موضوع آخر يُعدُّ من الموضوعات المميزة لأسلوب أوبرا، وهو استغلال الأطفال جنسيًا، فقد تحولت أوبرا إلى موضوع للأخبار على المستوى الوطني، عندما قابلت سيدة تحدثت عن تجربة استغلالها جنسيًا في طفولتها، وكان رد فعل أوبرا الكشف عن تعرضها هي الأخرى للتجربة نفسها، عندما كانت في التاسعة من العمر⁵⁰⁴، ولكن أسرتها ادعت أن أوبرا اخترعت القصة - مثلما

اخترعت أشياء كثيرة تتعلق بطفولتها ومطلع شبابها - لزيادة شعبية برنامجها⁵⁰⁵، وكما هو الحال غالباً، لا يمكن عملياً لشخص خارج نطاق العائلة معرفة الطرف الصادق.

وأجرت كلية هارفارد للأعمال مسحاً للموضوعات التي نوقشت في حلقات برنامج أوبرا الحوارية خلال السنوات الست الأولى لبث البرنامج على المستوى الوطني، فأظهرت النتائج أن أوبرا كانت تركز بصورة رئيسة على الضحايا «ضحايا الاغتصاب، وعائلات ضحايا الخطف، وضحايا الاستغلال الجسدي والعاطفي، والمراهقون ضحايا الإدمان على الكحول، والنساء ضحايا الإدمان على العمل، والحب الاستحواذي، والندوب النفسية التي تصيب الأطفال، وناقشت أوبرا موضوعات علاج الأزواج والزوجات والعشيقات، والخيانة الزوجية في صفوف رجال الأعمال دائمي السفر، وعالم المخلوقات الفضائية، وبطاقات التاروت tarot cards (كشف الطالع)، ومحضري الأرواح والظواهر النفسية الخارقة الأخرى»⁵⁰⁶.

ويقول خبير الدعاية أندي بيرمان Andy Behrman، الذي عمل عن كثب في البرنامج: «كانت حلقات السنوات الأولى من برنامجها مكرّسة في معظمها لموضوعات جنسية مبتذلة، شبيهة بموضوعات صحف الفضائح، التي تحظى بنسب مشاهدة عالية جداً، إضافة إلى حلقات حول كيفية الحصول على رجل والاحتفاظ به، ومن دون شك كيفية إنقاص الوزن، فقد كان ذلك فعلياً كل ما يههما، ويهم الدائرة المحيطة بها، وخلافاً للإعلامي الدكتور فيل دوناھيو Phil Donahue، لم يكن لدى هؤلاء أي اطلاع على القضايا التي تشغل الناس أو على الشؤون السياسية، أو العالم من حولهم، ولم يكثرثوا لذلك»⁵⁰⁷، وعندما جاءت أوبرا إلى شيكاغو، كان فيل دوناھيو أكبر منافس لها بوصفه مقدم برامج حوارية، وتوقع كثيرون أنها لن تتمكن مطلقاً من منافسته، ولكن صحيفة Chicago Tribune قالت: «تُحقّق (وينفري) نسب مشاهدات أعلى بسبب برامجها المثيرة للجدل التي تتحدث عن الضعف الجنسي لدى الرجال، والنساء اللواتي يعاملن رجالهن معاملة الأطفال، والرجال الذين يديرون ظهورهم لزوجاتهم في سرير النوم، في حين يحاول دوناھيو مواجهتها بناطقين باسم الجناح اليميني وبجرائم الحاسوب»⁵⁰⁸. وتقول كاتبة سيرتها كيتي كيلي Kitty Kelly: «كان المتعصبون غريبو المنظر والأشخاص الذين يعترفون بإدمانهم على الأفلام الإباحية والساحرات، الذين تستضيفهم أوبرا، التي كانت آنذاك في الرابعة والثلاثين، يحققون لها نسب مشاهدة عالية جداً مقارنة بفيل دوناھيو، الذي كان آنذاك في الثانية والخمسين، ببرنامج الذي وصفه الكاتب ديفيد هالبرستام Halberstam David يوماً بأنه (أهم معهد للدراسات العليا في أمريكا)، والذي كان يشرح للملايين التغييرات التي تطرأ على المجتمع والأعراف الاجتماعية الحديثة»⁵⁰⁹.

وكانت أوبرا تتوجه إلى مشاهدين مختلفين عن مشاهدي دوناھيو - كانت تتوجه إلى جمهور المشاهدين - ولم يكن مشاهدوها يكثرثون كثيراً بالموضوعات التي تخاطب العقل أو بالسياسة الدولية، ففي حين كان دوناھيو غالباً ما يستقبل سياسيين، وبينهم جيمي كارتر Jimmy Carter ورونالد ريغان وبييل كلينتون، كانت أوبرا ترفض، من حيث المبدأ، هذا النوع من المقابلات التي تعالج موضوعات ثقافية رفيعة؛ لأنها ترى أنها تدمر نسب المشاهدة، وبدلاً من ذلك، كانت تسعى

لتأمين المقابلات ذات الطابع الحصري، التي لا تخطر في بال مقدمي البرامج الحوارية الآخرين، بما في ذلك مقابلة أجرتها مع مايكل جاكسون، الذي لم يكن قد منح لأحد مقابلة حية منذ أربعة عشر عامًا، وجلست أوبرا مع (ملك الأغاني الشعبية King of Pop) الذي ابتكر لنفسه أسلوبًا خاصًا، في مزرعته نيفرلاند Neverland بينما كان تسعون مليون شخص في كل أنحاء أمريكا يشاهدون واحدة من أروع حلقاتها على شاشة التلفزيون⁵¹⁰، ومع كل مقابلة مع شخصية شهيرة، كانت تتنامى شهرة أوبرا نفسها.

وبمرور الوقت، أصبح برنامجا كلٍّ من دونا هيو ووينفري أكثر شبهاً ببعضهما، من بعض الأوجه على الأقل، وبدأ دونا هيو، تحت ضغط المطالبات بتحقيق نسب مشاهدة عالية، في التركيز على موضوعات «صحف الفضائح»؛ لأنه كما قال: «لا أريد أن أموت بطلاً»⁵¹¹، وفي الوقت نفسه، كان التركيز الرئيس لبرنامج أوبرا يتحول أيضًا، فقد صرحت عام 1989م بقولها: «كنت أقدم موضوعات تتعلق بعلاقات جنسية أفضل، ثم انتقلت إلى موضوع النظام الغذائي لخسارة الوزن، وفي التسعينيات أصبح الموضوع الرائج العائلة وقواعد التربية»⁵¹²، وبدأت تقدم برامج تتناول موضوعات من نوع «كيف تؤسس لعائلة سعيدة تضم زوجة أب أو زوج أم»، و«تجربة تناول العشاء مع العائلة»⁵¹³.

وفي مرحلة لاحقة من حياة أوبرا المهنية أعادت التفكير، من منظور نقدي، في نوع البرامج التي برعت في تقديمها في بداية مهنتها، واعترفت: «لقد ارتكبت خطأ بتقديم برامج تلفزيونية تافهة دون أن يخطر ببالي أنها تافهة»⁵¹⁴، وكانت وينفري ترغب في رفع مستوى برامجها بالتركيز على أمور أكثر تحديًا، بما في ذلك، مثلًا ترويج الكتب، إضافة إلى نسب المشاهدة، أصبحت الصورة العامة مهمة بالنسبة إلى أوبرا، فقد كانت تريد التخلص من سمعتها بأنها تقدم «برامج تلفزيونية تافهة»، ولكن هذا التغيير في موضوعات البرامج كان ينطوي على خطر خسارة مكانتها بوصفها مقدمة البرامج الحوارية الأولى في أمريكا، وبعد أن تقدم عليها جيرري سبرينغر Jerry Springer في نسب المشاهدة ستة وأربعين أسبوعًا من أصل سبعة وأربعين، صرحت وينفري، وهي تشعر بالإحباط: «أنا أقدم كتبًا، أما هم فإنهم يقدمون شيئًا أكثر إثارة»⁵¹⁵.

وقد قررت أوبرا إعادة ابتكار نفسها للقيام بدور المرشدة الروحية التي تغذي النفوس بالدوافع، فأطلقت في أواخر تسعينيات القرن العشرين برنامجًا سمّته تلفزيون (غيّر حياتك) (Change Your television (Life))، وأعدت تعريف دورها بوصفها مقدمة برامج تلفزيونية بصورة كلية: «يعرفني العالم بأني مقدمة برنامج حوارى، ولكني أدرك أنني أكثر من ذلك بكثير، فأنا روح متصلة بالروح الكبرى»⁵¹⁶، وجعلت من نفسها تجسيدًا للحلم الأمريكي، فهي امرأة قهرت الصعاب، وتجاوزت طفولة جرى استغلالها ومن ثم انطلقت لتنشئ لنفسها مهنة لا سابق لها، ولتصبح أول مليارديرة عاصمية ملونة، وحين تطرقت إلى موضوع حياتها الشخصية، أوجدت بذلك دافعًا لملايين الأشخاص، ليس فقط في أمريكا، ولكن في دول أخرى كان برنامجها يعرض فيها، وبعبارة أبسط، ألهمت الناس رسالة مفادها: «إذا استطعتُ أنا، تستطيع أنت أيضًا»⁵¹⁷.

وفي المقابل، اشتكى النقاد اليساريون، المعادون للرأسمالية، من أن قصص النجاح الشبيهة بقصة أوبرا توجد لدى الناس الوهم بأنه بإمكانهم تحقيق النجاح بجهودهم الخاصة، فقط، دون مساعدة من أحد وشقّ طريقهم من بدايات متواضعة إلى القمة، عن طريق العمل الجاد فقط: «في عصر تقلصت فيه سيطرة الناس الفعلية على الظروف المادية لحياتهم مع تعاظم قوة الرأسمال على نحو متصاعد، وقد ارتقت أوبرا وينفري إلى مرتبة الأيقونة الثقافية للتيار العام السائد في أمريكا عن طريق إخبارنا أنه باستطاعتنا تحقيق أي شيء نركز اهتمامنا عليه، ونعمل بجد لتحقيقه، فهذا وعد أشبه بلعبة اليانصيب»⁵¹⁸.

وكانت أوبرا، في رأي أولئك النقاد اليساريين، محظوظة فحسب، ولكن أوبرا رفضت ادعاءتهم قائلة: «إن الحظ مسألة استعداد»، وأوضحت بما لا يدع مجالاً للشك أن النجاح الفردي، في رأيها، لا علاقة له بظروف خارجية أفضل أو أسوأ، «عندما تبحث عن الإجابات خارج نفسك، فإنك تبحث في الموقع الخاطئ»⁵¹⁹، وأصبحت تدريجياً داعية إلى المسؤولية الذاتية والنجاح، وكانت رسائل النجاح الرئيسية، الخاصة بأوبرا، تقول:

«... كل ما يحدث لك، سواء أكان جيداً أم سيئاً، أنت من تسببه لنفسك، وهذه فكرة آمنتُ بها سنوات، فحواها أن الطاقة التي تبثها أنت في العالم تعود إليك دائماً»⁵²⁰.

«هذا ما يعنيه البرنامج، وكان يعنيه منذ واحد وعشرين عاماً، وهو الإمساك بزمام المسؤولية في حياتك، مدرّكاً أن كل خيار اتخذته أوصلك إلى حيث أنت حالياً، والخبر المفرح هو أن كل شخص يتمتع بالقوة التي تساعد على البدء في التغيير اليوم، بغض النظر عن المرحلة التي وصلت إليها في حياتك»⁵²¹.

«كانت الرسالة هي نفسها دائماً: أنت مسؤول عن حياتك»⁵²².

وتنامى اهتمام الباحثين ببرنامج أوبرا الحوارية، وأخضعوه لتحليلات علمية، وأجرت الباحثة ماريان جانيت كروسبي Marianne Jaenette Crosby تحليلاً في العمق لمضمون خمس حلقات من عام 1998م وخمس حلقات تعود إلى المدة بين 2009 - 2007⁵²³. واستناداً إلى نتائج التحليل، كان أحد (الأطر) الأكثر تكراراً هو «أوجد ظروفك بنفسك»⁵²⁴، الذي مثل أحد العناصر العامة الناظمة الموجودة في كل حلقات البرنامج الحوارية التي تم تحليلها، و«يقول مفهوم هذا الإطار: إن كل إنسان يتمتع بالسيطرة على حياته إضافة إلى سيطرته التامة على وضعه الراهن»⁵²⁵، وتبيّنت أوبرا فلسفة مساعدة الذات، الواردة في كتاب The Secret، وروجت هذه الفلسفة بين جمهور مشاهديها، وأصبح الكتاب، بفضل موافقة أوبرا الأكيدة عليه، من الكتب الرائجة التي حققت أفضل المبيعات، وكانت وينفري، من حيث الأساس، تقول لكل شخص من جمهورها: إنه لا يوجد سبب يحول - كما عبّرت هي عن الفكرة - دون «الحصول على العمل والحب ونوع الحياة، الذي ترغب فيه»⁵²⁶.

وكانت البرامج الحوارية واحدة من الوسائط الكثيرة التي لجأت إليها أوبرا لترسيخ مكانتها وتوسيع إمبراطورية أعمالها، وشاركت في عدد لا يحصى من المنتديات الخاصة بالتنمية الشخصية في طول البلاد وعرضها، وفي نهاية المطاف، صارت تنظم منتدياتها الخاصة تحت عنوان (عش الحياة الأفضل)، التي اجتذبت آلاف الحضور، ومعظمهم من النساء⁵²⁷.

وفي نيسان/ إبريل من عام 2000م بدأت في نشر مجلة O,The Oprah Magazine، التي كانت مزيجًا من القصص الأسرة وأفكار لتمكين الذات والإشاعات ومبادئ عبادة الشخصية، ولقيت المجلة نجاحًا ساحقًا جعل أوبرا أكثر شعبية من ذي قبل، وخلال السنة الأولى حققت المجلة توزيعًا مدفوع الثمن وصل إلى 2.5 مليون نسخة⁵²⁸، وكانت صورة أوبرا على غلاف أول عدد من المجلة، واستمر الأمر على هذا المنوال طوال السنوات التسع المقبلة، وكانت تضع صورتها على غلاف كل عدد⁵²⁹.

وكانت أوبرا طوال حياتها تحلم بالظهور على غلاف مجلة Vogue، وعندما برزت الفكرة، أخبر محررُ المجلة أوبرا، التي أمضت مدة طويلة من حياتها تعاني زيادة الوزن، أن عليها إنقاص وزنها عشرين باوندًا إذا كانت ترغب في ظهور صورتها على الغلاف، فوعده أوبرا بإنقاص عشرين باوندًا، على الأقل، من وزنها قبل اليوم المحدد لالتقاط الصورة، وانتسبت إلى مخيم لإنقاص الوزن عن طريق نظام مكثف، واتبعت نظامًا غذائيًا صارمًا، وبذلت مجهودًا شاقًا في التدريب؛ لكي تتمكن من الظهور على غلاف Vogue، وفي شهر تشرين الأول/ أكتوبر من عام 1998م احتلت مجلة Vogue أرفع المجلات، وهي تحمل صورة أوبرا على غلافها، وبيع من المجلة 900 ألف نسخة؛ أي أكثر من أي عدد سابق في تاريخ المجلة الذي يعود إلى مئة وعشر سنوات⁵³⁰، ويقول صديقها ستيدمان غراهام Stedman Graham: إن غلاف مجلة Vogue كان يعني لها الكثير، فهو: «بمنزلة ذروة كل ما كانت تسعى من أجله... فمن مشكلة زيادة الوزن وصولًا إلى هذه المرحلة، يمكن اعتبار ما حصل أعظم انتصار يمكن أن يحققه إنسان»⁵³¹، ومرت أوبرا خلال سنوات حياتها بدورات متكررة من أوقات إنقاص وزنها، ومن ثم لاستعادة كل الوزن الذي أنقصته، وعلى غرار لاغريفيلد، أشركت أوبرا، جمهورها بتفاصيل فقدانها للوزن، ونشرت سلسلة من كتب الأنظمة الغذائية واللياقة، وبعد أحد أنظمتها الغذائية الشهيرة، أنقصت سبعة وستين باوندًا، ولكي تُظهر لجمهورها حجم الوزن الذي فقدته، سحبت سبعة وستين باوندًا من الدهون الحيوانية إلى داخل الأستديو على عربة حمراء صغيرة، ولإيصال فكرتها بوضوح، حاولت رفع الحقيبة المملوءة بالدهون الزجاجية: «حجم ضخم أليس كذلك؟ هذا يدهشني، لا أستطيع رفعه، لكني كنت أحمله معي، حيثما ذهبت كل يوم»⁵³².

وكانت تلك الحلقة الأكثر نجاحًا في سيرة وينفري المهنية في البرامج الحوارية، فقد شاهدها %44 من جمهور البرامج التلفزيونية النهارية⁵³³، وعندما ذكرت أوبرا سر نجاح نظامها الغذائي، وهو مسحوق Optifast، هرع مليون مشاهد إلى أجهزة الهاتف، وانهالت المكالمات على الخط الساخن المجاني الذي خصصته الشركة للطلبات⁵³⁴، وظلت وسائل الإعلام الوطنية ذاهلة أيامًا، إزاء فقدان

أوبرا لهذا الوزن، حتى إن الأطباء وخبراء التغذية والمعلقين صاروا يجرون نقاشات حول مزايا نظامها الغذائي⁵³⁵.

وبعد اتباع أوبرا النظام الغذائي المذكور، أعلنت أنها لن تستعيد الوزن الذي فقدته، ولكنها كانت سابقاً قد قالت ذلك مرات عدة، لتعود في النهاية، وتستعيد وزنها السابق، وكان جمهور مشاهديها، ومعظمه من النساء، يتعاطف معها، بينما كانت تكافح البدانة، وخصوصاً أن عدداً كبيراً من أولئك النساء عانين مثلها، على المستوى الشخصي، تأثير تذبذب الوزن وزيادة ونقصاً، واكتشفت المشاهدات أن التماهي مع امرأة تعاني من حين إلى آخر زيادة الوزن، وتضطر إلى الالتزام بأنظمة غذائية طوال حياتها، أسهل من التماهي مع مذيعة ذات قوام أشبه بعارضات الأزياء الشهيرات، ولكن سواء أكان وزن أوبرا يزداد أم ينقص، فقد جعلت هي منه موضوعاً للنقاش في برنامجها وفي كثير من المقابلات.

وفي عام م نشرت أوبرا كتاباً حول اللياقة والنظم الغذائية، ولقي الكتاب رواجاً كاسحاً منذ اللحظة الأولى، وكانت تلك نقطة انطلاقها إلى مشروع جديد بالكامل: نادي كتب أوبرا، وقالت: إنها تريد تشجيع الأمريكيين على مطالعة الكتب، ولقي مشروع نادي الكتب نجاحاً كبيراً، وبيع من كتب النادي، في العام الأول فقط، ما يقرب من 21 مليون كتاب، واستناداً إلى تقديرات المحللين في مجال النشر، جنت أوبرا 130 مليون دولار من مبيعات الكتب⁵³⁶، ومزجت أوبرا في مشروع نادي الكتاب، وبكل براعة، بين مهارتها الصحفية ومهارتها في مجال ريادة الأعمال، حتى إنها استغلت برنامجها الحوارية لعرض كتب كانت تختارها بنفسها، وكان الناشرون في طول البلاد وعرضها يتلهفون لمناقشة كتبهم في برنامجها الحوارية، فبالنسبة إليهم، لم يكن هناك ضماناً أفضل لوصول عنوان ما، وبسرعة، إلى أعلى قوائم الكتب الرائجة، وبفضل النجاح الساحق لنادي الكتب، حصلت أوبرا على كثير من الجوائز ومظاهر التكريم من جمعيات النشر والمكتبات، ووصفتها مجلة Newsweek بالشخصية الأهم في عالم الكتب ووسائل الإعلام⁵³⁷.

ولم يكن برنامج وينفري الحوارية حدثاً مثيراً في الولايات المتحدة فقط، ولكنه كان يُبث في 145 بلداً⁵³⁸، وكانت الغالبية العظمى من جمهور أوبرا، وما زالت، من النساء، استناداً إلى دراسة أجريت عام 2007م بلغت نسبة النساء %78 - 73 من مجموع المشاهدين⁵³⁹.

وعلى غرار دونالد ترامب، كانت أوبرا وينفري، وعلى الرغم مما تتمتع به من مال وشهرة، قادرة دائماً على إحداث الانطباع ليس فقط بأنها قريبة من الناس العاديين ومن مشكلاتهم، ولكن أيضاً بأنها في الواقع واحدة منهم⁵⁴⁰، وهذا صحيح إلى حد ما، فالمشكلات التي واجهتها أوبرا في حياتها الشخصية - وخاصة فيما يتعلق بوزنها وأنظمتها الغذائية، وأيضاً في علاقاتها - كانت المشكلات نفسها التي كان كثير من مشاهديها يحاولون حلها بكل ما أوتوا من قوة، وتقول ماريان جانيت كروسبي في تحليلها لأوبرا وينفري وبرنامجها الحوارية: «تعجب بها النساء بسبب مظهرها الذي لا

يتميز بالكمال وجسدها العادي، وإن أوبرا كانت أيضًا تمثل إلهامًا لكثير من النساء يساعدهن على تحقيق الأهداف الشخصية والعيش بطريقة أكثر صحية»⁵⁴¹.

ومع تنامي شهرة أوبرا، اتصل عدد متزايد من معارفها، الحقيقيين والمزييفين، بوسائل الإعلام لكي يبيعوها قصصًا فاضحة تتناول حياتها الزاخرة بالأحداث، وهدد أحد أصدقائها السابقين بنشر تفاصيل تعاطيها المخدرات سنوات، فقد كانا يتعاطيان سويًا الكوكايين ومخدرات أخرى، وحاولت أوبرا في البداية القضاء على تلك القصص المدمرة في المهدي، ولكنها سرعان ما تبين أن الأمر لن يكون بهذه السهولة، فقررت اللجوء إلى أسلوب أكثر عدائية في العلاقات العامة، ودعت أحد المدمنين إلى برنامجها الحوارية، وفي أثناء البرنامج اعترفت بعفوية - أو هذا ما بدا ظاهريًا - أنه سبق لها أن كانت مدمنة⁵⁴²، وكانت حركة بالغة الذكاء، فهي باعترافها العلني بمشكلاتها مع المخدرات في الماضي، قضت سلفًا على أي تأثير للإذلال المفترض، وجردت أي قصص فضائحية من هذا النوع من قيمتها الإعلامية.

وبعد أن جربت أوبرا طعم التمثيل في فيلم *The Color Purple*، أعلنت صراحة أنها لا تريد أن تظل فقط مقدمة برنامج حوارية، وكانت تحلم أيضًا بأن تكون نجمة سينمائية، ووجدت ضالتها فيما اعتبرته الوسيلة المثالية لتحقيق نقلتها النوعية، وهو الفيلم المقتبس عن كتاب *Beloved*، الذي نشر عام 1987م وحصلت مؤلفته توني موريسون *Toni Morrison* بسببه على أول جائزة نوبل للأدب لكاتبة أمريكية من أصل إفريقي، وعرض الفيلم الذي أدت فيه وينفري دور البطولة، في تشرين الأول/ أكتوبر من عام 1998م محاطًا بحملة دعائية هائلة أتمت بالتغطية الإعلامية، وبلغت تكاليفها 30 مليون دولار، هذا إلى جانب أنشطة وينفري الواسعة النطاق في مجال العلاقات العامة⁵⁴³، وفشل الفيلم فشلًا ذريعًا، وقضى على حلم أوبرا بالانضمام إلى النخبة في هوليوود، ونادرًا ما كان هناك فيلم أحاطت به حملة تسويقية بهذا الحجم، ولكن في هذه الحالة، تركت أوبرا لغرورها أن يعيق مسارها، فبالنسبة إلى كثيرين، بدت أوبرا كأنها تسوق نفسها أكثر مما كانت تسوق الفيلم أو الموضوع الجدي الذي يتحدث عنه الفيلم؛ التاريخ الرهيب للعبودية في أمريكا، فإن الأوقات الطويلة التي قضتها أوبرا في التموضع بصورة عارضة ساحرة الجمال لمجلة *Vogue*، وعلى أغلفة *TV Guide* و *Time* و *USA Weekend*، ومجلات أخرى، وفي إطراء قدرتها على إنقاص وزنها، لم تكن لتتوافق مع الرسالة المهمة التي يحملها الفيلم، وانتقدتها ووبي غولديبرغ *Whoopi Goldberg*، التي شاركتها الظهور في فيلم *The Color Purple*، بالقول: «إنه لأمر رائع أن نرى شخصًا قادرًا على إثارة كل هذا الحماس، مثل أوبرا، لكن ذلك ولسوء الحظ عاد على الفيلم بعكس النتائج المرجوة»⁵⁴⁴. وأما مخرج الفيلم، جوناثان ديم *Jonathan Demme*، المعروف على نطاق واسع، فقد قال: إنه على الرغم من الفشل، يود إخراج فيلم آخر من بطولة وينفري، وقد يكون كوميدياً، «ولكن لن نثير حوله ضجة مثل فيلم *Beloved*»⁵⁴⁵.

وكانت أوبرا دائمًا تبذل ما في وسعها من جهد لصياغة صورتها العامة، فقد تلقت درسا أليماً عندما تعرضت للإذلال على يد شقيقتها التي كانت مدمنة على المخدرات، والتي باعت إلى صحيفة

فضائية قصة حمل أوبرا في مراهقتها، دون أن تكون راغبة في الإنجاب، وتعاطيها المخدرات، والأسوأ من كل ذلك، ممارستها الدعارة، وبعد هذه التجربة المدمرة، فرضت أوبرا على كل المحيطين بها - الموظفين وضيوف البرنامج الحواري ومصممو الديكور ومخطوط الحفلات، والبستانيون، وأفراد حراسها الشخصيين، وحتى الأطباء البيطريين الذين يعالجون كلبها⁵⁴⁶ - توقيع اتفاق الحفاظ على السرية، ومنعتهم من الحديث علناً عن حياتها الشخصية أو عن الشؤون المتعلقة بعملها⁵⁴⁷. وكانت كلما ازدادت قوتها، يزداد تحكماً في تغطية وسائل الإعلام لكل ما يتعلق بها، حتى إنها كانت غالباً ما تختار بعناية المصور الذي سيُسمح له بالتقاط صورها؛ لنشرها في مقالات الصحف⁵⁴⁸.

وكل المشاهير يهتمون بصورتهم العامة، ولكن نادراً ما حرص أحدهم على رسم تلك الصورة بطريقة هادفة و متماسكة، مثل أوبرا وينفري، وكانت تريد التحكم في طريقة تقديم وسائل الإعلام لشخصيتها ولمظهرها ولقصة حياتها.

الأدوات التي لجأت إليها أوبرا وينفري لتكوين علامتها المميزة:

1 لم تحاول أبداً التفوق على منافسيها - مقدمو البرامج الحوارية الآخرون - في المجالات التي كانوا فيها أكثر مهارة منها؛ أي الموضوعات السياسية أو الفكرية، ولم تكن تكثر، حتى في بدايات حياتها المهنية، عندما كان النقاد يتهمونها بالسطحية، وبأنها تلجأ إلى الإثارة في موضوعاتها، وقد كانت نسب المشاهدة والشعبية أهم بكثير بالنسبة إليها من تهليل النقاد.

2 مع ذلك، لم تكن تتوقف عن إعادة ابتكار نفسها، وتمكنت من التخلص من صورتها السابقة «ملكة تلفزيون التفاهة» بأن أصبحت، مثلاً، الجهة الأكثر موثوقية ونفوذاً في عملية تقييم الكتب والموافقة عليها، بوصفها مؤسّسة نادي أوبرا للكتب.

3 على الرغم من شهرة أوبرا التي لا يجادل فيها أحد، كانت قادرة دومًا على دفع جمهورها للإحساس بأنها واحدة منهم، وكان مشاهدوها يشعرون بأنها تفهمهم؛ لأنها تعاني مشكلاتهم نفسها وهمومهم نفسها، بما في ذلك معاناتها لإنقاص وزنها وتجارب العلاقات المؤذية والخطرة التي عاشتها، وظل اللحن المميز لبرنامجها سنوات، هو لحن أغنية (I M Every Woman).

4 بذلت ما في وسعها من جهد للتحكم في صورتها العامة، فعلى سبيل المثال، منعت جمهور الحاضرين في برنامجها من التقاط صور لها، وكانت دائماً تفرض المصورين الذين يلتقطون لها صوراً من أجل وسائل الإعلام.

5 على الرغم من أنها كانت عادة ما تركز برامجها الحوارية لموضوعات تُظهر ضيوفها بصورة «ضحايا»، كانت تستطيع أيضاً منح الناس القوة وبت الأمل في نفوسهم بأنه في إمكانهم صياغة أقدارهم وأن لديهم فرصة لتغيير حياتهم وتحقيق النجاح، حتى لو كانوا ضحايا في ماضي حياتهم، وإذا كان الجمهور في حاجة إلى مزيد من التأكيد، فإن قصة حياة أوبرا نفسها تقدم لهم أفضل برهان:

قصة الانتقال من الفقر المدقع إلى الثراء لامرأة تجاوزت محنة الاغتصاب في طفولتها، وأصبحت أغنى امرأة ملونة في العالم وأشهرها.

6 لم يقتصر نشاطها على وسيلة إعلامية واحدة عبر البرامج التلفزيونية الحوارية، وأنشأت إمبراطورية إعلامية كاملة تضم إنتاجًا تلفزيونيًا، وأفلامًا، ومجلات، ونادي كتب، وموقع إنترنت، ومحاضرات، إضافة إلى أشياء أخرى، وخلافًا للصحفيين الآخرين، لم تظل موظفة لدى جهة أخرى طويلًا؛ فقد أنشأت إمبراطوريتها الخاصة بوصفها سيدة أعمال ريادية.

ستيف جوبز الريادي الفنان والمتمرد والمرشد الروحي

لم يكن هناك من يعرف ستيف جوبز أكثر مما يعرفه مهندس البرمجيات أندي هيرتزفيلد Andy Hertzfeld، وهو أحد طاقم التطوير الأصلي في شركة Apple، إذ يقول هيرتزفيلد: ستيف جوبز كان يؤمن بأنه إنسان مميز وشخص مختار، و«كان يعتقد أن هناك عددًا قليلاً من الأشخاص، فقط، يتمتعون بطبيعة خاصة - أشخاص مثل أينشتاين، وغاندي، والمرشدين الروحيين الذين قابلهم في الهند - وهو واحد منهم»، حتى إنه ألمح لهيرتزفيلد يوماً أنه مستثير روحياً⁵⁴⁹.

يقول كاتب سيرته برنت شليندر Brent Schlender وريك تيتزيلي Rick Tetzeli: إن ستيف جوبز كان يحمل منذ البداية شعوراً عميقاً بأنه إنسان مؤهل، و«ذلك بفضل والديه اللذين نشأه على الاعتقاد أنه إنسان خاص، من كل الجوانب، بقدر ما كانا يعتقدان أنه كذلك»⁵⁵⁰.

ولم يكن جوبز يعدّ نفسه مجرد رجل أعمال، وقد أكد أكثر من مرة «لم أكن أرغب إطلاقاً في أن أكون رجل أعمال؛ لأنني لم أكن أريد أن أصبح مثل كل رجال الأعمال الذين أعرفهم»⁵⁵¹، وكان يرى نفسه، في المقام الأول، فناً وثائراً ومرشداً روحياً، و«مع مرور الأيام، سوف يؤدي العمل الذي يقوم به خمسون شخصاً هنا إلى إطلاق موجة عملاقة تعم الكون»، وكان يستحث فريق المطورين في شركته على العمل بعبارات من هذا النوع⁵⁵²، وكان يستثير في موظفيه الشعور بالإلهام بأن يغرس في نفوسهم تدريجياً فكرة أنهم ليسوا مجرد موظفين يعملون في شركة قديمة تصمم، وتصنع منتجات تفيد المستهلكين، لكنهم كانوا جزءاً من مهمة أعظم.

وانتهى الأمر بمؤسس شركة Microsoft بيل غيتس Bill Gates أن أصبح واحداً من أشرس منافسي جوبز، على الرغم من أن الرجلين عملاً سويّاً على نحو وثيق سنوات، وقال غيتس يوماً: «كان ستيف يعيش مزاج القائد الذي يدفع بالناس نحو العمل بوعود غير مسؤولة، فهو يعلن أن حاسوب Mac سوف يغير وجه العالم، ويرهق موظفيه بالعمل إلى حد الجنون، في أجواء توتر لا تُصدّق وعلاقات شخصية معقدة»⁵⁵³، وكان تريب هوكنز Trip Hawkins، مدير التسويق السابق في شركة Apple، معجباً هو الآخر بقوة جوبز على الإقناع والتحفيز على العمل، و«كان ستيف يتمتع بقدرة فائقة على حشد الناس وحثهم على العمل لمصلحة قضية مشتركة عن طريق وضع هدف كوني مجيداً نصب أعينهم»⁵⁵⁴.

وخلال الجلسات التي عقدها ألفي سميث Alvy Ray Smith، الشريك في تأسيس أستديو Pixar، مع جوبز، كان سميث يتذكر اجتماعات إحياء الدين: «نشأت بوصفي معمدانياً جنوبياً، وكنا نحضر

اجتماعات إحياء الدين التي يشرف عليها وعاظ ذوو شخصيات أسرة على الرغم من فسادها، وتلك ملكة يتمتع بها ستيف: فصاحة اللسان، وشبكة من الكلمات تخلب ألباب الناس، وكنا نعي ذلك عندما نعد اجتماعات مجلس الإدارة؛ ولهذا طورنا إشارات - حك الأنف أو شد الأذن - نلجأ إليها عندما نلاحظ أن أحدهم عالق في مجال التشويه الذي ورّطه فيه ستيف، ويتعين سحبه لإعادته إلى الواقع»⁵⁵⁵، وكان جوبز، كما يقول سميث: «أشبه بالمبشّر عن بعد»، ويثير بهجة غامرة في نفوس أتباعه⁵⁵⁶.

وصدرت عن جوبز واحدة من أبلغ عباراته الأسطورية عام 1983م عندما نجح في إقناع جون سكالي John Sculley، مدير قسم في شركة بيبسي كولا، أن يصبح المدير التنفيذي الرئيس الجديد في شركة Apple. سأله: «هل تريد أن تقضي ما تبقى من حياتك في بيع ماء محلى بالسكر، أم تريد فرصة لتغيير العالم؟»⁵⁵⁷ وبعد توظيف المدير التنفيذي الجديد بمدة وجيزة، دعا جوبز سكالي وزوجته إلى العشاء وأسرّ لهما: «لدينا جميعًا مدة قصيرة لنعيشها على الأرض، والأرجح أن لدينا فقط فرصة للقيام بأشياء قليلة، عظيمة بحق، والقيام بها على الوجه الأكمل، ولا أحد منا يعرف كم سيبقى على قيد الحياة، ولا حتى أنا، لكنني أشعر أن عليّ إنجاز كثير من تلك الأشياء خلال مرحلة شبابي»⁵⁵⁸.

وتمكّن جوبز من إقناع مبرمج آخر وأحد موظفي Apple القدماء بالانضمام إلى الشركة، إذ قال له: «نحن نبتكر المستقبل، وتخيل ركوب الحافة الأمامية من الموجة، فكم يشعرك هذا بالبهجة والانتعاش؟! فكّر الآن في السباحة بحركات المبتدئين في مؤخر الموجة، والبهجة هنا لا تشبه الأولى بشيء، فانضم إلينا، وأحدثْ خدشًا في الكون»⁵⁵⁹، وتلك لغة يلجأ إليها مرشد روحي، لا مدير شركة، والواقع أن عبارة «إحداثْ خدش في الكون» كانت إحدى الصيغ المفضلة لدى جوبز، ولم يكن يكف عن ترديدها، ويقول أحد الموظفين: إن جوبز اعتاد أن يثير الحماسة في نفوس موظفيه بعبارات من نوع: «فلنحدثْ خدشًا في الكون، وسوف نجعل الأمر مهمًا بحيث يُحدثْ خدشًا في الكون»⁵⁶⁰.

ولم يكن ستيف جوبز يتحدث بوصفه مديرًا تنفيذيًا رئيسًا لشركة كبرى، فقد كان يتواصل مع الناس كسياسي حالم أو كزعيم حركة ثورية، ولكنه لم يكن يخطط لتغيير العالم عن طريق السياسة، وإنما عن طريق التكنولوجيا.

وقد أُجبر جوبز على ترك شركته مدة مؤقتة؛ لأن التعامل معه على مستوى العلاقات الشخصية كان صعبًا، وعندما عاد في نهاية المطاف إلى الشركة التي كان قد أسسها، وصف زبائن شركة Apple كما يلي: «الأشخاص الذين يشترون (حواسيب Apple) يفكرون بأسلوب مختلف، فهم الأرواح المبدعة في هذا العالم، وهم يخططون لتغيير العالم، ونحن نصنع أدوات لأشخاص كهؤلاء ... نحن أيضًا سوف نفكر بأسلوب مختلف، ونخدم الأشخاص الذين كانوا يشترون منتجاتنا منذ البداية؛ لأن كثيرًا من الناس يعتقدون أنهم مجانيين، لكننا نلمح عبقرية في هذا الجنون»⁵⁶¹، وكان موظفو شركة

Apple، نوعًا ما، أشبه بأعضاء مجموعة دينية أو مذهب ديني، وكان جوبز مرشدهم الروحي، وأما زبائن Apple، فكانوا يسرون خلف رؤيا ستغير العالم.

وكان جوبز يتمتع بتأثير عميق، وخصوصًا في أوساط الشباب، ففي عام 2009م أُجري استطلاع في الولايات المتحدة، وطلب من شباب ما بين الثانية عشرة والسابعة عشرة من العمر أن يرتبوا أسماء رجال الأعمال الرياديين الذين يحوزون إعجابهم، وفق الأفضلية، وكان اسم جوبز على رأس القائمة لدى نسبة 35% ممن شاركوا في الاستطلاع، قبل أوبرا وينفري، ومارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg. وعندما سئل هؤلاء عن سبب اختيارهم جوبز، كانت إجابة ثلثيهم، تقريبًا، من نوع «لأنه أحدث فرقًا»، أو «جعل حياة الناس أفضل»، أو «حوّل العالم إلى مكان أفضل»⁵⁶².

واتسمت حفلات إطلاق منتجات جوبز الجديدة بطابع أسطوري، إذ يقول كاتب سيرته والتر إيزاكسون: إن جوبز أوجد نوعًا جديدًا من العروض المسرحية الخاصة بالشركات، و«يجري عرض المنتج للمرة الأولى وكأنه حدث العصر، ويصل ذروته لحظة تضاء الأنوار»⁵⁶³، وكان يتم تصميم تلك الحفلات والإعداد لها مثل أي إنتاج مسرحي، حيث يتجول جوبز في أرجاء المسرح مرتديًا الثياب التي تميزه؛ بنطال الجينز وكنزة سوداء تغطي العنق، وقد يحمل بيده أحيانًا زجاجة ماء، ويصف إيزاكسون ما جرى في إحدى تلك المناسبات، إذ «هب الجمهور واقفًا، وتعالى الصياح كأن أعضاء فرقة البيتلز Beatles عادوا للغناء سويًا»⁵⁶⁴.

وكان جوبز يعدّ نفسه رجلًا ثوريًا وفنانيًا يحمل رسالة تتجاوز بيع الحواسيب والهواتف الذكية. ويُعدّ حاسوب ماكنتوش Macintosh، الذي أُطلق عام 1984م أحد أكثر منتجات جوبز رمزية، ولم يجر الإعلان عن الماكنتوش بوصفه مجرد منتج جديد جذاب، لكنه قُدّم على أنه محارب بطولي في المعركة النهائية بين الخير (شركة Apple وأتباعها) وتجسيد الشر (شركة IBM)، وظهرت في الإعلان الدعائي للمنتج شابة متمردة هاربة

من شرطة الأفكار الأوروبية (نسبة إلى رواية جورج أورويل '1984' George Orwell) ترمي مطرقة ثقيلة على شاشة كبيرة تعرض خطابًا للأخ الأكبر Big Brother، هدفه السيطرة على العقول، وقد صمم جوبز الحاسوب الجديد الذي أنتجته شركته (ومن يشترون هذا الحاسوب) ليكون صورة لمحاربين مقاومين، وآخر خط دفاع يعترض سبيل خطة الشركة الكبرى الشريرة للسيطرة على العالم وللتحكم المطلق في العقول⁵⁶⁵. وأعلن جوبز خلال تقديمه للمنتج: «حل عام 1984 يبدو أن شركة IBM تريد الحصول على كل شيء، وتبدو شركة Apple بمنزلة الأمل الوحيد بأن نجعل من الصعب على شركة IBM كسب المنافسة، وحاليًا، يشعر البائعون، الذين رحبوا في بادئ الأمر بمنتجات IBM بحرارة، بالخشية من مستقبل تهيمن عليه IBM وتتحكم فيه، وهم يعودون الآن للتعامل مع شركة Apple بوصفها القوة الوحيدة التي يمكنها أن تضمن حريرتهم مستقبلاً، وتريد IBM الحصول على كل شيء، وهي تصوب سلاحها نحو آخر عقبة تعترضها، وتحول دون

سيطرتها على هذا المجال، وهي شركة Apple، فهل ستهيمن Big Blue (شركة IBM) على صناعة الحواسيب بالكامل؟ على كل عصر المعلوماتية؟ هل كان جورج أرويل على حق؟»⁵⁶⁶.

وهنا أعود لأكرر: إن هذا ليس بالخطاب الذي يلقيه مديرو الشركات في العادة، فهذا أشبه بصرخة زعيم ثورة يحشد بها الجماهير ضد دولة استبدادية، وصوّر جوبز التنافس بين شركتي Apple وIBM كأنه صراع في سبيل (الحرية) وضد (التحكم في العقول)، ووضع نفسه، بكل وضوح، في موقع قائد ثورة له بصمته الخاصة. يقول والتر إيزاكسون في سيرة جوبز: «كان جوبز يحب أن يرى نفسه بصورةٍ ثائرٍ مستنيرٍ يصارع إمبراطوريات الشر، أو فارس من أخوية Jedi، أو ساموراي بوذي يقاتل القوى الظلامية، وكانت شركة IBM هي الطرف المغاير له والمناسب تمامًا لإبراز مزاياه الخاصة، وقام هو، وبكل براعة، بوضع المعركة الوشيكة لا في إطار تنافس في مجال الأعمال، وحسب، ولكن في إطار معركة روحية»، وظل جوبز يصف شركة IBM بأنها «قوة من قوى الشر» حتى بعد مضي ثلاثين عامًا⁵⁶⁷.

وفي كتاب Presentation Secrets of Steve Jobs، يصف كارماين غالو Carmine Galo كيف حدّد جوبز الأوغاد العاديين الذين يستطيع تحريض جمهوره ضدهم، ليس فقط في الحفل الشهير الذي أقامه عام 1984م لإطلاق منتجه، ولكن في كل عرض ضخم قدمه⁵⁶⁸. ويقول غالو: إن جوبز كان «شديد البراعة في إيجاد الأوغاد، وكلما كانوا أكثر غدرًا، بدا الأمر أفضل»⁵⁶⁹. وعلى غرار كل المرشدين الروحيين، كان جوبز في حاجة دائمة إلى عدو، حتى ضمن شركته، وتمكن من إقناع أفراد فريق عمله الخاص بأنهم قتلة مأجورون، وقراصنة متمردون، وبأن أفراد الفريق الآخر الذين يعملون على منتج آخر من منتجات شركة Apple هم المعاديل لقوات البحرية، وقام مع أفراد فريقه بحركة تراجعية، وكان أحد شعاراته «من الأفضل أن تكون قرصانًا على أن تنضم إلى قوات البحرية»⁵⁷⁰. ووصل به الأمر حد تعليق علم القراصنة المعروف فوق سطح المبنى الذي كان يعمل فيه مع فريقه لإنتاج حاسوب ماكنتوش الجديد.

وقد كان جوبز مصممًا على وضع نفسه في موقع المصمم العظيم وعلى أن يُعزى إليه الفضل في تصميم منتجات شركته، وروى آيف جوناثان 'Jony' Jonathan، المصمم الرئيس في شركة Apple وأحد أصدقاء جوبز المقربين، أن جوبز غالبًا ما كان يقدم أفكارًا، كانت أصلًا من بنات أفكار آيف وفريقه، على أنها من بنات أفكاره هو، واحتفظ آيف بسجلات مفصلة، بذل في إعدادها جهدًا كبيرًا، تُظهر بدقة من كان صاحب كل فكرة في الأصل، وقال في معرض الشرح: «يبدو الأمر مؤلمًا عندما ينسب (جوبز) لنفسه تصميمًا كنت أنا من قام بإعداده»⁵⁷¹. ويقول كاتب سيرته برنت شليندر وريك تيتزيلي: إن (جوبز) «كان طوال مدة حياته المهنية لا يكثر لفكرة إشراك آخرين في فضل نجاح شركة آبل، في الصحافة»⁵⁷². وفي كل مرة طلب الصحفيون فيها مقابلة موظفين آخرين من شركة Apple، من أجل مقالات كانوا يكتبونها، كان جوبز يرفض طلباتهم، وبرر موقفه هذا بأنه لا يريد أن يعرف أحد من الذي كان يؤدي المهام العظيمة داخل شركة

Apple؛ لأن الشركات الأخرى، في هذه الحالة، ستقوم بانتهاك خصوصية أفضل موظفيه، ولم يُخدع الصحفيون باعتراضاته، فقد كانوا يدركون أن «وادي السيليكون، هو منطقة لا تأبه بالمحرمات، حيث تُراقب المواهب التقنية عن كثب مثلما يُراقب سوق الأوراق المالية»⁵⁷³.

ولم يكن جوبز يرغب في مشاركة شهرته مع أحد أو مع أي شيء، ولا حتى منتجاته، وفي نهاية عام 1982م كان جوبز على قناعة بأن مجلة Time سوف تكرمه بوصفه رجل العام، ولكن لم تكن صورة جوبز هي من احتلت غلاف المجلة، بل كان جهاز «الحاسوب» هو الذي اختير ليكون آلة العام.

وداخل المجلة، ظهرت نبذة صغيرة عن جوبز، ضمن المقال الرئيس، جاء فيها: «كان ستيف جوبز، وليس غيره، بأسلوبه السلس في الترويج للمبيعات، وإيمانه الذي لا يتزعزع الذي يحسده عليه شهداء المسيحية الأوائل، هو من اقتحم الباب، وسمح للحواشيب الشخصية بالدخول»⁵⁷⁴، فشعر جوبز بأنه تدمر؛ لأن مجلة Time لم تختره لغلافها، و«أرسلوا لي المجلة عن طريق شركة Fed Ex، وأذكر أنني فتحت المغلف متوقعًا بكل ثقة رؤية صورة وجهي على الغلاف، ولكنني شاهدت نموذج الحاسوب، فتساءلت في نفسي: ما هذا؟»⁵⁷⁵ وشعر جوبز بالفزع عندما قرأ المقال؛ ولأن صورته لم تظهر على الغلاف إلى حد دفعه للبكاء⁵⁷⁶، ويوضح هذا الحادث، الفارق الكبير بين جوبز، الشخص الاستثنائي الذي يسوق نفسه، وخلفه تيم كوك Tim Cook الذي اعترف يومًا أن «بعضهم يستاء؛ لأن الفضل يعزى إلى ستيف في كل شيء، فأنا لا أكثر ذلك ألبتة ... والصرامة أني أفضل ألا يظهر اسمي أبدًا في الصحف»⁵⁷⁷.

ويقول كاتب سيرته إيزاكسون: إن المال كان أقل أهمية بالنسبة إلى جوبز من الشهرة، و«بدل ذلك، كانت متطلبات غروره ودوافعه الشخصية تقودانه نحو السعي للشعور بالإنجاز عن طريق إيجاد إرث يوقع الرهبة في قلوب الناس؛ إرث مزدوج، في الواقع: إبداع منتجات مبتكرة وتأسيس شركة راسخة، وكان يرغب في أن يكون ضمن مجمع العظماء، وإن بدرجة أعلى بالتأكيد، مع شخصيات من أمثال إدوين لاند Edwin Land، وبيل هيوليت Bill Hewlett، وديفيد باكارد David Packard»⁵⁷⁸.

وانعكست الأهمية التي كان جوبز يوليها لصورته العامة في أنه كان لا يرى في النقود سوى وسيلة لزيادة إمكانية (تعرضه للأنظار). ويقول كاتب سيرته جيفري س. يونغ S. Jeffrey Young وويليام ل. سيمون William L. Simon: إن جوبز سئل يومًا عن التأثيرات التي تحدثها الثروة الطائلة، فذكر (التعرض للأنظار) بوصفه العامل الأساس، و«هناك عشرات ألوف الأشخاص ممن تبلغ ثروتهم الصافية أكثر من مليون دولار، وهناك آلاف الأشخاص ممن تبلغ ثروتهم أكثر من عشرة ملايين دولار، ولكن عدد من يملكون أكثر من مئة مليون دولار لا يتعدى المئة»⁵⁷⁹، وكان جوبز، من جميع الأصعدة، عبقريًا في مجال التسويق والعلاقات العامة، فكل ما كان يفعله أو يقوله كان موجهًا لخدمة تسويق نفسه ومنتجاته.

وعندما عاد جوبز إلى شركة Apple، عام 1997م كان وضع الشركة أقرب ما يكون إلى اليأس، فقد انهارت أسعار أسهمها، ولم يعد لديها منتجات تجذب المشترين، وجرى تخفيض عدد العاملين، وسئل الملياردير مايكل ديل Michael Dell مؤسس شركة الحواسيب الشخصية التي تحمل اسمه: ماذا كان ليفعل لو أنه تسلّم مقاليد الأمور في شركة Apple، فردّ بالقول: «كنت سأغلق الشركة، وأعيد الأموال إلى حاملي الأسهم»⁵⁸⁰.

ويمكننا فهم الكثير عن ستيف جوبز، عندما نعلم أن أول ما قام به، عندما أصبح المدير التنفيذي الرئيس في شركة Apple، هو تكليف وكالة الإعلانات نفسها التي نجحت في تصميم إعلان (عام 1984م) بتصميم حملة إعلانية بكلفة مئة مليون دولار⁵⁸¹. وحتى قبل أن يطلق أي منتجات جديدة تجذب المشترين، اعتمد إستراتيجية إعادة تثبيت صورة العلامة المميزة للشركة عن طريق حملة لا تروج لمنتج معين، ولكن لفلسفة معينة، وتكشف هذه الحملة الدعائية مدى قوة إيمان جوبز بفاعلية التسويق والعلاقات العامة، ولم تتوجه الحملة إلى الزبائن فقط، إنما توجهت إلى موظفي Apple أيضاً، الذين كان ينبغي الإيحاء لهم أن يروا أنفسهم جزءاً من حركة تقطع علاقاتها مع الأعراف القائمة، واستندت الحملة على فكرة رئيسة مفادها «التفكير بطريقة مختلفة»، وكان كل إعلان يضم صورة بالأبيض والأسود لشخصية تاريخية رمزية؛ ألبرت أينشتاين، والمهاثما غاندي، وجون لينون، وبوب ديلان، وبابلو بيكاسو، والداي لاما، وتوماس إديسون، وتشارلي شابلن، ومارتن لوثر كينغ الابن، إضافة إلى شخصيات أخرى غير معروفة، وكانت تلك هي الشخصيات التي ينبغي الاقتداء بها من وجهة نظر جوبز، وشخصيات مبدعة ذات تفكير مستقل توافرت لها الشجاعة لمخالفة التوجهات العامة السائدة، ونجحت في مقاومتها وفي صياغة روحية العصر، وكان الهدف من الحملة، كما قال جوبز، هو تذكير الناس بما كانت تمثله شركة Apple: «فكرنا طويلاً وبعُمق حول الكيفية التي تشرح بها لشخص ما، ماذا تمثل أنت، وما هي قيمك، وخطر لنا أنك إذا لم تكن تعرف الشخص معرفة جيدة، بإمكانك أن تسأله: من هم الأبطال الذين تقندي بهم؟ بوسعك معرفة الكثير عن الأشخاص، عندما تعرف من هم أبطالهم. قلنا إذاً: سوف نخبر الناس من هم الأبطال الذين نقندي بهم»⁵⁸².

وكانت النسخة الأصلية من الإعلان الذي يحمل فكرة (التفكير بطريقة مختلفة) ومدته ستون ثانية، تضم السردية الآتية: «تحية إلى المجانين، المخالفين لكل من حولهم، المتمردين، الثائرين، مثيري المتاعب، من يجدون أنفسهم في مواقع لا تناسبهم، والأشخاص الذين يرون الأمور من منظور مختلف، ولا تعجبهم القوانين، ولا يكتنون للوضع القائم أي احترام، وبإمكانك اقتباس أقوالهم أو مخالفتهم في آرائهم، وبإمكانك تمجيدهم أو الحط من قدرهم، ولكن الأمر الوحيد الذي لا تستطيع فعله هو تجاهلهم؛ لأنهم يغيرون الأشياء، وهم يدفعون الجنس البشري نحو الأمام، وفي حين قد يعدّهم بعض الأشخاص مجانين، فإننا نجد عبقرية في هذا الجنون؛ لأن الأشخاص الذين يتمتعون بالجنون الكافي لدفعهم للتفكير في أنه بإمكانهم تغيير العالم، هم من يغيرون العالم»⁵⁸³.

وحين كان جوبز يشير إلى شركة Apple - ومن ثم إلى نفسه، وهو المرشد الروحي لحركة Apple - كأنه يشير إلى شخصيات تاريخية عظيمة، وإلى مقاتلين في سبيل الحرية وإلى فنانيين؛ لأن هذه هي بالضبط فكرته عن نفسه، بأنه فنان، لا رجل أعمال ريادي، ولم يكن جوبز مجرد شخص عادي يعمل في مجال التكنولوجيا، ولكنه لم يكن يفهم التكنولوجيا بالمقدار نفسه، مثل منافسه بيل غيتس أو الشريك في تأسيس Apple ستيف وزيانك Steve Wozniak.

وقد كان جوبز، حتى في شركته الجديدة NeXT - التي أسسها خلال المدة بين استقالته من شركة Apple وعودته إليها - يعرف كيف يحقق الشهرة، ويجذب الاهتمام، على الرغم من أن الشركة لم يكن لديها بعد أي منتج، إضافة إلى أنها كانت تعمل في مجال صناعي حيث التنافس على أشده⁵⁸⁴. وكان إطلاق مشروع جوبز NeXT ينطوي أيضًا على تسويق باذخ، فقد أنفق جوبز ثروة على شعار الشركة قبل أن يكون لديه حاسوب للتسويق.

ويقول أندي هيرتزيلد، وهو مهندس عمل في شركة Apple في بداية تأسيسها: إن «جوبز كان يعدّ نفسه فنانًا، وكان يشجع أفراد فريق التصميم على اعتبار أنفسهم فنانيين أيضًا»⁵⁸⁵، حتى إنه اصطحب فريقه يومًا إلى معرض للزجاج أقامته شركة Tiffany كي يريهم كيف يمكن للفن الراقى أن يُنتج أيضًا بالجملة⁵⁸⁶. ولم يتوقف جوبز عن التكرار أمام موظفيه أن هدفه كان تصميم منتجات لشركة Apple تعادل من حيث نوعيتها مستوى نوعية المعروضات في متحف الفن الحديث⁵⁸⁷. وعندما انتهى تصميم حاسوب Macintosh، دعا فريق عمله إلى احتفال، فقال لهم: «الفنانون الحقيقيون يضعون توقيعهم على أعمالهم»⁵⁸⁸. وأحضر طبقًا من الورق وقلماً من نوع Sharpie وطلب منهم وضع توقيعهم على الورق، وحُفرت التواقيع داخل كل حاسوب Macintosh، وعندما يتذكر أحد الموظفين القدامى في شركة Apple، وهو بيل أتكينسون Bill Atkinson الذي قام بتصميم الرسوم البيانية لحاسوب Macintosh، تلك الحادثة يقول: «في لحظات كهذه، كان يدفعنا للشعور أن أعمالنا قطع فنية»⁵⁸⁹.

وكان جوبز يعارض، من حيث الأساس، الرأي القائل: إن التصميم ما هو سوى المظهر الخارجي للمنتج أو نوعية تغليفه، وشرح وجهة نظره بهذا الشأن في مقابلة مع مجلة Fortune: «هذا أبعد ما يكون عن معنى التصميم. التصميم هو الروح الجوهرية لإبداع بشري تعبّر عن نفسها في نهاية المطاف بطبقات خارجية متتالية»⁵⁹⁰.

وشرح جوبز إرثه بالتفصيل، وأكد على أوجه التشابه بين أعظم فناني العالم والمهندسين، في حديث مع إيزاكسون؛ كاتب سيرته، وهنا أيضًا توجه مباشرة إلى الأسماء الخالدة، بمن في ذلك الفنانون من مستوى ليوناردو دافنشي، ومايكل أنجلو. وقال جوبز: إن الفنانيين العظام والمهندسين العظام يتشابهون من حيث الرغبة التي تعتمل في نفوسهم جميعًا بالتعبير عن النفس، و«في سبعينيات القرن العشرين، أصبحت الحواسيب وسيلة يعبر بها الناس عن روح الإبداع لديهم، والفنانون العظام، مثل ليوناردو دافنشي ومايكل أنجلو، كانوا أيضًا علماء عظامًا»⁵⁹¹.

وكان جوبز يعد نفسه فنائاً، وقام بكل وعي بصياغة صورته العامة وبتنميتها بكل عناية، وبدأ منذ مطلع شبابه. على سبيل المثال، لم يقل إن كان طفلاً متبنياً: «لم أكن أرغب أن يعرف أحد أن لدي والدَيْن، وكنت أريد أن أظهر بصورة يتيم جال البلد داخل عربات القطار، ووصل للتو من اللامكان، دون جذور، دون ارتباطات، دون خلفية»⁵⁹². وكانت النماذج التي اتخذ منها قدوة تضم شخصيات مثل روبرت فرايدلاندر Robert Friedland، وهو مشرف على مزرعة تفاح، وراقب جوبز فرايدلاندر، ذا الشخصية الجذابة، وهو يجعل من نفسه محور الاهتمام، ومن ثم استوعب بعمق، وكان خجولاً آنذاك، فكيف يؤثر فرايدلاندر في الآخرين ويقنعهم بالشراء⁵⁹³. وتعلم كيف يثبت نظره في الناس، ويحقد فيهم دون أن يرف له جفن، وطور أسلوباً للاضطلاع بالمسؤولية في المواقف وللتحكم فيها، مدة صمت طويلة يتبعها اندفاع سريع بالحديث، ويصف إيزاكسون ستيف جوبز المراهق قائلاً: «هذا المزيج الغريب من القوة والتحفز، إضافة إلى شعره الذي يصل إلى كتفيه وذقنه المشعته، أحاطته بهالة جعلته أشبه بكاهن بدائي مخبول»⁵⁹⁴.

ولأن جوبز كان يعد نفسه إنساناً ذا طبيعة خاصة، لم يفارقه الاعتقاد أن القوانين والقواعد يجب أن تُطبَّق على الآخرين وليس عليه، وكان يقود سيارته دون لوحة ويوقفها في الأماكن المخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة، وأما سمعته بأنه قادر على تحقيق (المستحيل)؛ أي الأمور التي كان يعدها الآخرون من حوله غير واقعية ألبتة وغير مجدية، فقد مثلت أحد جوانب الأسلوب الذي ميَّز به نفسه، وكانت تثور ثائرتة عندما يأتي إليه أحد، ويصف أمراً ما أنه (مستحيل)، أو يخبره أن أمراً ما ليس مجدياً من الوجهة التقنية، وعندما حاول أحد مهندسي أنظمة التشغيل في الشركة أن يشرح له، للمرة الثانية، سبب عدم تمكّنهم من تنفيذ أمر ما، كانوا قد أخبروه منذ البداية أنه مستحيل، فسألهم جوبز: «إذا كان ذلك سينقذ حياة إنسان، ألن تجدوا وسيلة تختصرون بها عشر ثوانٍ من زمن تحميل نظام التشغيل؟»⁵⁹⁵.

وطبق جوبز المنهجية نفسها التي كان يطبقها فيما يتعلق بمنتجاته، وابتكر علامات فارقة مميزة لا تخطئها عين أحاط بها صورته العامة، وفي العروض الترويجية لمنتجاته كان يرتدي بنطالاً قصيراً وحذاء رياضياً وكنزة صوفية تغطي الرقبة، وكان يملك ما يقارب مئة من هذه الكنزات التي اعتاد المصمم الياباني الشهير إيسي مياكيه Issey Miyake أن يصممها له، وعندما قام برحلة إلى اليابان زار فيها شركة Sony، لاحظ أن الموظفين هناك يرتدون زيّاً موحدًا، أثارت الفكرة حماسه لدرجة أنه اتصل بمياكيه، وطلب منه تصميم لباس موحد لموظفي Apple، ولم يتجاوب الموظفون أبداً مع الفكرة، ففي هذه المرة، لم تسر الأمور على هواه⁵⁹⁶.

وكانت المقابلات التي أجراها جوبز مع الصحفيين الأقل عدداً بين المقابلات التي كانت تجريها شخصيات أخرى عدة في هذا الكتاب، إذ انصب تركيزه الرئيس على حفلات إطلاق المنتجات، فقد أعد تلك الحفلات بمستوى من الكمال لا يمكن مجاراته، وكانت حديث كل وسائل الإعلام الرئيسية في العالم، وكان جوبز مخرج استعراضات حقيقي، يبلغ ذروة حماسه على المسرح، وكان، على الأقل، يستطيع التحكم في مسار الأمور في عروضه الترويجية أكثر مما يستطيع التحكم في الأمور

في مقابلة صحفية، وفي أحد العروض الأولى لإطلاق منتجاته، دفع لشركة عروض بصرية مبلغ ستين ألف دولار مقابل تقديم مساعدتها في العرض السمعي البصري، ووظف منتجًا مسرحيًا ما بعد - حدثي، هو جورج كوتس George Coats، لإعداد العرض المسرحي⁵⁹⁷، ويومها، علقت صحيفة Chicago Tribune بالقول: إن حفل طرح المنتج «كان يعني بالنسبة إلى عروض تقديم المنتجات ما يعنيه مجمع الفاتيكان الثاني Vatican II بالنسبة إلى اجتماعات الكنيسة»⁵⁹⁸.

وورد في سيرة جوبز: «كان يجد أساليب لإطلاق هبات من الدعاية تتسم بقوة تجعل سعارها يتغذى من نفسه، مثل تفاعل متسلسل، وهي ظاهرة تمكّن جوبز من تكرارها في كل مرة أطلق فيها منتجًا مهمًا، بدءًا بحاسوب Macintosh عام 1984م وصولًا إلى iPad عام 2010م. وعلى غرار أي مشعوذ، كان باستطاعة جوبز معاودة استخدام الحيلة نفسها مرارًا وتكرارًا، حتى بعد أن يراها الصحفيون أكثر من عشر مرات، ويكتشفوا طريقة تنفيذها، وتعلم بعض تلك الحركات من ريغيس ماكينا Regis McKenna (مستشاره للعلاقات العامة) وهو رجل ذو دراية بأساليب التقرب من الصحفيين المتعجرفين وملاطفتهم. ولكن جوبز، بدوره، كان يتمتع بحس بدهي بكيفية استثارة الحماسة والتلاعب بغريزة التنافس لدى الصحفيين، وكان يقايض إمكانية الوصول الحصرية إليه بالمعالجة الإعلامية السخية لأنشطته»⁵⁹⁹. واعتاد جوبز، وهو الذي نادرًا ما تحدث إلى الصحافة، أن يعرض على وسائل إعلامية منتقاة إجراء مقابلات (حصرية) معه مقابل الحصول على وعد منهم بنشر القصة على الغلاف⁶⁰⁰.

ورافق برنت شليندر، بوصفه صحفيًا، كلاً من بيل غيتس وستيف جوبز سنوات عدة، ويقول شليندر: إن غيتس عادة ما يكون مرئياً عند التقاط الصور، ويبدو أن همه الوحيد كان انتهاء التقاط الصور بأسرع وقت ممكن، وعندما فاتح شليندر جوبز بشأن عرض لإعداد مقال عنه في مجلة Fortune، لم تكن المفاوضات الشاقة هي التي جرت حول المقال، بل المفاوضات التي جرت حول الصور المصاحبة للمقال، إذ «لم يوقّر جوبز أي نصيحة بشأن الصور المصاحبة للمقال، ولا سيما النصائح بشأن أسلوب المقاربة الفني لصورته التي ستوضع على الغلاف، وكان يمتلكه زهو مبالغ فيه عندما يتعلق الأمر بطريقة تصويره، ويسعى دائماً إلى فرض رأيه ليس فقط بشأن تحديد من سيلتقط الصور، ولكن أيضاً بشأن طريقة ترتيب الصور في المقال»⁶⁰¹. ويضيف شلندر: «كان جوبز، طوال حياته، يتمتع بإحساس مرهف بالقيمة التكتيكية للتغطية الإعلامية»⁶⁰². والواقع أنه كان «خبيراً في الكيفية التي يسوس بها الصحفيين أكثر من أي رجل أعمال آخر على قيد الحياة»⁶⁰³.

والعامل الرئيس لنجاح العلاقات العامة هو إيصال رسائل تصل إلى صميم الأمور ودفع وسائل الإعلام لأداء الجزء الأكبر من جهود التسويق التي تود أنت القيام بها، ويُعد ستيف جوبز معلماً لا يضاهاى في صياغة عبارات معينة لا تُنسى، ففي عروضه الترويجية، كان يتعامل مع أوصاف وعناوين جذابة لا تتعدى السطر الواحد تصف المنتج بأفضل صورة. على سبيل المثال، قدم حاسوب MacBook Air بعبارة بسيطة: «أرق دفتر في العالم»⁶⁰⁴، وكان يدرك أن الصحفيين

يحبون العناوين القصيرة التي تأسر الاهتمام، وكان لديه عنوان لكل منتج، تقريباً، ويجري وضعه بعناية في أثناء مراحل التخطيط الأولى للمنتج؛ أي قبل أن يصبح المنتج جاهزاً للعرض أو للتسويق. فعلى سبيل المثال، تكرر استخدام عبارة: «أرق دفتر في العالم» في كل وسائل التواصل، يوم إطلاق المنتج للتسويق في الخامس عشر من كانون الثاني/يناير من عام 2008م: في العروض الترويجية، والمواقع الإلكترونية والبيانات الصحفية، والمقابلات، والدعايات، ولوحات الإعلانات، والملصقات الإعلانية.

ووصف كارماين غالو Carmine Gallo في كتاب The Presentation Secrets of Steve Jobs الكيفية التي استخدم بها مؤسس شركة Apple الرسائل والعناوين المعدة بعناية لإيصال الرؤية الكامنة خلف منتجاته. وطور جوبز رسالة قصيرة واضحة كان يكررها في كل مناسبة، فعلى سبيل المثال، نشرت مجلة PC World في التاسع من كانون الثاني/يناير من عام 2007م، مقالاً أعلنت فيه أن شركة Apple سوف «تعيد ابتكار الهاتف»، ولكن هذه العبارة لم تكن من بنات أفكار الصحفيين في المجلة المذكورة، فقد كانت شركة Apple هي التي ابتكرت العبارة، وكررها جوبز خمس مرات في أثناء العرض الرئيس الذي قدم فيه هاتف iPhone. و«جوبز لا ينتظر وسائل الإعلام لكي تبتكر عنواناً، ويكتب العنوان بنفسه ومن ثم يكرره مرات عدة خلال عرضه الترويجي، وجوبز يعطي العنوان قبل أن يشرح تفاصيل المنتج»⁶⁰⁵.

وكان جوبز، قبل كل شيء، عبقرياً في التسويق، فقد لجأ إلى استخدام المبادئ نفسها التي طبّقها لتسويق منتجات شركة Apple من أجل ترسيخ مكانته بوصفه علامة فارقة مميزة، وهو بذلك لم يؤد دوراً مصطنعاً؛ لأن الدور الذي اختاره لنفسه كان حقيقياً مئة في المئة، بكل تناقضاته وجنونه، والواقع أنه كرس جنونه، هذا صحيح، وكانت نقطة ضعفه الكبيرة تكمن في فقدانه السيطرة على نفسه، إلى درجة يتجاوز معها كل الحدود، في التعامل مع الآخرين، فقد كان يهاجمهم مراراً دونما هوادة، ولكنه لم يحاول إخفاء نقطة الضعف هذه، بل جعل منها مكوّنًا رئيساً من الأسطورة التي ابتكرها لرسم صورته أمام العالم الخارجي.

ووصف أحد الصحفيين ممن عرفوا جوبز عن كثب، وأصبح لاحقاً صديقه الدائم، الصورة العامة لمؤسس شركة Apple: «على عكس الصورة الكاريكاتيرية المتداولة، وخلافاً لمعظم المشاركين في معرض CES (Consumer Electronics Show) الذين قابلتهم لمصلحة مجلة Fortune، وصحيفة Wall Street Journal، كان ستيف جوبز يتصرف دومًا بإنسانية وعفوية مع ميل نحو الصدق الذي يوسع ويدوي في الوقت نفسه»⁶⁰⁶. ولم يلجأ جوبز إلى كبت عواطفه، بل كان يطلق لها العنان، وكان بإمكانه البكاء دون تحفظ بحضور أشخاص آخرين، تمامًا مثلما كان بإمكانه أن يصرخ كالأحمق، وكان غالبًا ما يفعل كلا الأمرين، ولكنه كان يستطيع أيضًا الشعور بحماس لا حد له واستثارة حماس الناس وإقناعهم بمشاركته في رؤياه العظيمة، وكان يمقت الوضع السوي، ويرفض بشدة فكرة تعديل سلوكه لكي يتماشى مع تقاليد مفروضة عليه من العالم الخارجي.

ولا يمكن تطبيق الأعراف والقواعد الاجتماعية على المتمرّد أو على الفنان، وفيما يتصل بهذه الفكرة، النوع المبدع الذي ينتمي إليه جوبز شبيه إلى حد كبير برجل الأعمال الريادي، كما وصفه عالم الاقتصاد النمساوي جوزيف شومبيتر Joseph Schumpeter: «أي سلوكٍ خارج عن المألوف يقوم به فرد ما في مجموعة اجتماعية يواجه الإدانة من باقي أفراد المجموعة» ويمكن أن تؤدي هذه الإدانة إلى «النبذ الاجتماعي للفرد الذي خرج عن المألوف»⁶⁰⁷. وهذا ما يجعل أغلبية الناس يلتزمون بالأعراف الاجتماعية. ومع ذلك، يظل هناك دائماً أفراد قلائل تستثيرهم ردود الفعل المصدومة ممن حولهم، «ولهذا السبب بالذات، نجدهم يتصرفون دونما اكتراث بالأعراف الاجتماعية»⁶⁰⁸.

والشخص الذي يرغب في القيام بشيء «جديد وغير مألوف» يتعين عليه أن يأخذ في الحسبان لا المعارضة الخارجية، فحسب، «ولكن عليه أيضاً أن يتغلب على المقاومة المتأصلة في داخله»⁶⁰⁹. ورجل الأعمال الريادي الذي يصفه شومبيتر يسبح «عكس التيار»⁶¹⁰. وخلافاً للأشخاص السلبيين المؤمنين بمبدأ المتعة، يكافح الريادي من هذا النوع «ضد تلك القيود، وهو كفاح لا طاقة لكل الناس به»⁶¹¹. إلى ذلك، فإنه «لا يكثر هذا النوع كثيراً بفكرة أن أمراً ما لم يسبق لأحد أن فعله، وهو لا يتحسس الموانع التي تكبل سلوك الفاعلين في مجال الاقتصاد»⁶¹². وهذا النوع «يستخلص استنتاجات أخرى من معطيات العالم الذي يعيش فيه؛ استنتاجات مختلفة عن التي يستخلصها السواد الأعظم من الفاعلين في مجال الاقتصاد العامل بوتائر مستمرة ثابتة»⁶¹³. وهذا النوع الريادي «لا يعير اهتماماً على الإطلاق لما يقوله نظرائه ومديروه حول العمل الذي يؤديه»⁶¹⁴، ولم يكن بإمكان شومبيتر وصنف ستيف جوبز بأفضل من تلك الكلمات.

الأدوات التي لجأ إليها ستيف جوبز لتكوين علامته المميزة:

1 بدلاً من أن يعدّ جوبز نفسه رجل أعمال ريادي، كرّس صورة الفنان والمتمرّد والمرشد الروحي، وأعطى الانطباع أن عمله ينطوي على ما هو أكثر من أحدث المنتجات الإلكترونية، وتحديداً، تغيير العالم (إحداث خدش في الكون) والكفاح في سبيل الحرية (شركة Apple) وضد التحكم الكامل في العقول (شركة IBM).

2 رفع جوبز العروض الترويجية للمنتجات إلى مستوى الشكل الفني، وجعل مناسبات إطلاق المنتجات الرئيسية الجديدة أشبه باجتماعات إحياء الدين.

3 منح جوبز الأولوية للتسويق وللعلاقات العامة، فبعد عودته إلى شركة Apple، وقبل أن يتوافر لديه منتج جديد لإطلاقه إلى الأسواق، أنفق مئة مليون دولار على الحملة الدعائية التي تحمل عنوان (التفكير بأسلوب مختلف).

4 كان ستيف جوبز معلماً لا يضاهى في صياغة عبارات قصيرة لا تُنسى تصل إلى صميم الأمور، ويسهل على وسائل الإعلام اقتباسها.

5 لم يحاول جوبز إخفاء مكان ضعفه، فقد كان سريع الانفعال، وغالبًا ما كان يفقد السيطرة على مشاعره، وتقبل مكان ضعفه على أنها من مكونات صورته العامة المميزة، وكان بوسعه البكاء دون تحفظ بحضور أشخاص آخرين، مثلما كان بإمكانه أن يصرخ كالأحمق، واحتفى بـ «جنونه» وجعل منه جوهر صورته العامة المميزة.

6 تمحورت أنشطة التواصل في شركة Apple حول جوبز وحده، وكان يتحكم في كل جانب من جوانب التسويق في الشركة، حتى إنه كان يصر على فرض رأيه بشأن المصور الذي سيلتقط صورته التي ستنتشر في وسائل الإعلام وبشأن الطريقة التي سترتب بها تلك الصور.

10

مادونا لن يهنأ لي بال قبل أن أصبح شهيرة

في تصنيف مجلة Billboard للفنانين المئة الأكثر إثارة، عُدت مادونا أنجح فنانة منفردة على مر العصور، وهي تشغل الموقع الثاني مباشرة بعد فرقة البيتلز Beatles⁶¹⁵. وأدرجتها مجلة Time على قائمة تحمل عنوان (أقوى خمس وعشرين امرأة في القرن العشرين)⁶¹⁶. مادونا واحدة من الفنانات النادرات اللواتي حافظن على نجاحهن عقودًا عدة، ففي عام 2012م فقط، جنت ابنة الرجل الأمريكي - الإيطالي والمرأة الكندية - الفرنسية، أكثر من ثلاث مئة مليون دولار في جولة عالمية واحدة⁶¹⁷، ولغاية عام 2016م كانت مجلة Billboard تكرم مادونا بوصفها (امرأة العام)⁶¹⁸.

ويُجمع الخبراء على أن العامل الأكبر في تحقيق نجاح مادونا الاستثنائي لا يعود إلى إمكانات صوتية بارزة، إذ تقول كاميليا باربون مستشارة مادونا ومديرة أعمالها في بداية مهنتها: «موهوبة؟ كلا، هي مجرد موسيقية تميل إلى الأمور العادية، وتتمتع بمهارة تكفي لكتابة أغنية أو لعزف غيتار، ومع ذلك تتمتع بإحساس رائع بكلمات الأغاني، ولكن قبل كل شيء، يكمن السر في شخصيتها وفي أدائها الرائع»⁶¹⁹. ويقول أنتوني جاكسون Anthony Jackson، وهو موسيقي مرموق، يشارك في تسجيل الأغاني، وعمل مع مجموعة من النجوم الكبار، بمن فيهم مادونا: «يجب أن أفي مادونا حقها من الفضل؛ فهي تدرك أنها ليست بالمغنية العظيمة، لكنها تعرف كيف تتقن أداء الألحان، وتتمتع بأسلوب متميز، ولديها طريقة خاصة في اختيار الأغاني ومتابعة مسار إنتاجها»⁶²⁰.

وفي عام 1995م أدت مادونا الدور الرئيس في فيلم إيفيتا Evita، وهو فيلم أنتج في هوليوود، واستغرق تنفيذه وقتًا طويلًا؛ الفيلم مقتبس عن مسرحية Evita الغنائية التي تعود إلى عام 1978م والتي حققت نجاحًا باهرًا، ونظم كلماتها تيم رايس Tim Rice ولحنها أندرو لويد ويبر Andrew Lloyd Webber، وظل ويبر غير مقتنع بقدره مادونا على أداء أغاني دورها في الفيلم، حتى بعد

حصولها على الدور، فقامت مادونا - التي كانت مشهورة في جميع أنحاء العالم آنذاك، وفي ذروة نجاحها - بتوظيف مدربة الصوت المرموقة جوان لادر Joan Lader لمساعدتها على تطوير تقنية صوتها⁶²¹، وأحست مادونا نفسها بالدهشة إزاء تطورها الذي لا يصدق، ويقول كاتب سيرتها ج. راندي تارابوريللي J. Randy Taraborrelli: «بدا الأمر كأنها ذهبت لتنام، وعلى نحو يشبه السحر، واستيقظت لتجد نفسها مغنية حقيقية»⁶²²، وعلى الرغم من كل ما بذلته مادونا من جهد، كادت تنهار في اليوم الأول من تصوير الفيلم عندما اضطرت إلى أداء أغنية (Don't Cry for Me Argentina) بحضور أندي لويد ويبر، فقد شعرت أن أداءها كان فاشلاً، وركضت خارج الاستديو والدموع تغطي وجهها⁶²³، وبعد لقاء عُقد على عجل مع لويد ويبر ومخرج الفيلم آلان باركر Alan Parker، تقرر أن تسجل مادونا صوتها في استديو أصغر حجماً، بعيداً عن الأوركسترا التي ستسجل موسيقاها في مكان آخر، وتقرر أن تغني كل يومين فقط لإتاحة الوقت لصوتها كي يرتاح، وكان التسجيل عملية شاقة تتطلب جهداً ومثابرة، فقد عمل طاقم الفيلم والمخرج أربعة أشهر متواصلة قبل الانتهاء من تسجيل أغاني الفيلم⁶²⁴.

وفي مستهل مهنتها الموسيقية، كان مديرو أعمال مادونا يجدون صعوبة بالغة، بلغت حد الاستحالة تقريباً، في جذب اهتمام مديري شركات التسجيل الذين سمعوا صوتها فقط دون أن يروها وهي تشعل الحماس لدى ظهورها على المسرح، و«مع أن مديري أعمالها الجدد كانوا متحمسين بعد نجاحها على المسرح أمام الجمهور، فإن محاولاتهم لإثارة إعجاب مديري شركات التسجيل بصوتها في شريط العرض التجريبي لم تفلح كثيراً، ولم يقتنع معظمهم بصوتها وحده، وكانت مؤدية بصرية، وكان من المهم تقديم صوتها متكاملًا مع أدائها، وعدم تقديم الصوت وحده؛ لأنه كان في أفضل الأحوال عاديًا لا أكثر»⁶²⁵، وفي عام 1991م قالت مادونا: «أنا أعلم أنني لست أفضل مغنية أو راقصة في العالم، وأدرك هذا جيدًا، ولكن ذلك لا يهمني أيضًا، فما يهمني هو استثارة المشاعر»⁶²⁶، وفي عام 1999م عادت لتقول: «أجمع الكل على أنني أتمتع بالجادبية، ولكن لم يقتنع أحد بأني أتمتع بأي موهبة، وقد أشعرتني ذلك بغضب شديد»⁶²⁷. الواضح إذًا أن الموهبة الصوتية وحدها لم تكن سبب نجاحها المهني بهذا الشكل اللافت، وهذا ما دفع كاتب سيرتها تارابوريللي إلى التساؤل في مقدمة كتابه: «ما هو السر الذي جعل هذه المرأة تحافظ على موقعها في أعلى درجات الفن الاستعراضية، بوصفها رمزًا للنجاح والفتنة، ولأكثر من ثلاثين عامًا - وهي مغنية لا تتمتع بجمال خارق، ومع أنها موهوبة، فإن موهبتها ليست استثنائية؟»⁶²⁸.

وبدأ في أواخر ثمانينيات القرن العشرين عصر جديد من الموسيقى الشعبية؛ عصر أصبح فيه بإمكان المغنين أن يتحولوا إلى علامات فارقة مميزة، و«كانت مادونا من أوائل المغنين الذين استغلوا هذا الظرف»⁶²⁹، ويُجمع الأشخاص الذين عرفوا مادونا، عندما كانت مراهقة على أن «مادونا كانت آنذاك قد قررت أنها ستصبح مشهورة؛ لأنها ستنجز شيئًا ما»⁶³⁰، وكانت تدرك أنها تريد أن تصبح مشهورة، لكنها لم تكن تعرف كيف ستصبح مشهورة أو ما هو الإنجاز الذي ستحققه، وتتذكر إيريك بيل، صديقة مادونا، حديثاً دار بينهما حول ما تريده مادونا من الحياة أكثر من أي شيء آخر، فكان

جواب مادونا الفوري: «أريد أن أصبح شهيرة؛ أريد أن أصبح محور اهتمام الناس»، وعندما قالت لها صديقتها: إنها تحظى بشهرة واسعة، فأجابت مادونا: «هذا لا يكفي، فإني أريد أن أحظى باهتمام العالم بأسره، وأريد من كل شخص في العالم لا أن يعرفني فحسب، ولكن أن يحبني، يحبني، يحبني»⁶³¹ وفي عام 2000م عندما كانت مادونا في أوج شهرتها، أدلت باعتراف: «ما زال لدي الهدف نفسه الذي حلمت بتحقيقه منذ أن كنت طفلة، فإني أريد أن أحكم العالم»⁶³² واعترفت في مناسبة أخرى قائلة: «لن يهنا لي بال قبل أن أصل إلى الشهرة»⁶³³.

وفي البداية، لم تخطر ببال مادونا فكرة العمل بوصفها مغنية، فقد كانت تريد أن تصبح راقصة، وفي عام 1977م حصلت على منحة لدراسة الرقص في مسرح Alvin Ailey American Dream Theater خلال ورشة صيفية تدوم ستة أسابيع، في نيويورك، وكانت في التاسعة عشرة من العمر، ولأول مرة في حياتها وجدت نفسها محاطة براقصين لا يقلون عنها موهبة أو طموحًا، وتذكر مادونا تلك المدة قائلة: «كان كل منا يرغب في أن يصبح نجمًا»⁶³⁴، وكانت مصممة تمامًا على أن تصبح راقصة رئيسة⁶³⁵، ولكنها تخلت عن فكرة الرقص العصري، عندما أدركت أن هذا النوع من الرقص يتطلب منها سنوات من العمل المضني لكي تصبح راقصة رئيسة أو لكي تثبت نفسها بوصفها مصممة رقصات ناجحة، وأن الرقص العصري يمثل دربًا بالغ الصعوبة إلى الشهرة⁶³⁶، وجنت بعض المال من التموضع بوصفها موديلًا أمام الرسامين الشباب، حيث تقول: «اعتقدت آنذاك أن ذلك قد يقدم لي شيئًا جديدًا، وأني يمكن أن أصبح موديلًا للفنانين، من يدري؟»⁶³⁷.

وقد قررت مادونا لاحقًا أن التمثيل سيكون المسار الذي يوصلها إلى الشهرة، وكانت تردد باستمرار: «أريد أن أصبح نجمة سينمائية». ويقول أحد أصدقائها في تلك المدة: إن الموسيقا آنذاك لم تكن بالنسبة إليها أكثر من وسيلة توصلها إلى الأفلام السينمائية، و«لا أعتقد أنه قد دار ببالها أنها ستكون نجمة في مجال الموسيقا بعد ثلاثين عامًا»⁶³⁸، ولكنها أدركت لاحقًا أن «الموسيقا هي القوة الموجهة الرئيسة في درب الشهرة، وعندما ينجح المرء في هذا المجال، فإن تأثير ذلك سيكون قويًا مثل رصاصة أصابت الهدف»⁶³⁹.

ومنذ أن كانت مادونا طالبة في المدرسة، استوعبت أحد القوانين الأساسية لتسويق النفس: الأمر هنا لا يتعلق فقط، ولا حتى بصورة رئيسة، بأن يكون المرء أفضل من كل من حوله، المهم أن يكون مختلفًا عن كل من حوله، وفي مرحلة لاحقة من حياتها المهنية، تتذكر الماضي قائلة: «كانت نشأتي في ضاحية تقع في الغرب الأوسط هي كل ما أحتاج إليه لكي أدرك أن العالم يضم فئتين: أشخاصًا يلتزمون بأعراف الوضع الراهن ويفضلون الحياة الآمنة، وأشخاصًا يلقون بالأعراف من النافذة، ويعيشون حياتهم وفق إيقاع مختلف، فاندفعْتُ بكل كياني نحو الفئة الثانية...»⁶⁴⁰ ومع أنها اكتشفت بسرعة أن هذا الخيار سيجعل حياتها أكثر صعوبة، وسوف يُكسبها سمعة بأنها شخصية مثيرة للمتاعب، فإنها كانت تدرك منذ البداية ذلك، حيث تقول: «لم أرغب أبدًا في أن أفعل ما يفعله الجميع، وكان رأيي أن من الأجمل ألا أزيل شعر جسمي... فتحدّيت الناس أن يحبوني، وأن يحبوا

خروجي عن المؤلف»⁶⁴¹، وكانت منذ بداية حياتها المهنية في مجال الموسيقى، ترتدي ثيابًا غير تقليدية للإشارة إلى خصوصية شخصيتها وإلى أنها كانت تسبح ضد التيار، فقد عرفت أنها بذلك تتمكن من لفت الأنظار كما ترغب، وتذكر أيام دراستها للرقص، فتقول: «كانت الفتيات الأخريات يأتين إلى الصف وهن يرتدين ثياب رقص سوداء وجوارب وردية طويلة تصل إلى الخصر، ويعقسن شعورهن إلى الخلف، ويزيّنهن بزهور صغيرة؛ لذلك، قصصت شعري قصيرًا جدًا، وكنت أدهنه بمادة زيتية؛ لكي يظل بارزًا إلى الأعلى، وكنت أنسل جواربي بالكامل، وفعلت ما بوسعي كي أتميّر عنهن، ولأقول لهن: هل تعتقدن أنني مختلفة عنكن؟ أنا أدرس الرقص هذا صحيح، ولكني لست عالقة هنا مثلكن»⁶⁴².

وأدركت مادونا في مرحلة لاحقة من حياتها المهنية أن الاستفزاز ومخالفة الأعراف الاجتماعية أمران أساسيان لتكوين هوية تتسم بعلامة فارقة متميزة، وكان شعارها «أفضّل أن أشغل تفكير الناس على أن ينساني الناس»⁶⁴³، وفي حين يخشى المشاهير الآخرون التغطية الصحفية السلبية، كانت مادونا - على غرار دونالد ترامب - تعتقد أن التغطية الصحفية السلبية يمكنها في الواقع أن تكون إيجابية، وأن توسّع قاعدة المعجبين، و«كانت تعتقد أنه مهما زاد وصف الصحافة لأسلوبها بأنه مبتذل، ومهما علا صخب معارضة الأهل لمظهرها، فلن يؤدي ذلك سوى إلى تشجيع الأبناء الثائرين على تقليدها ... ما من شك في أن نجاحها دعم الخطة الخاصة بإثارة الاهتمام التي وضعتها مادونا منذ طفولتها: افعل شيئًا يصدّم الناس، وإذا كان شأنًا بما يكفي، فسوف يجعلهم يتحدثون عنك، ولم تكن تأبه بما يقال طالما أن الناس يتحدثون عنها»⁶⁴⁴.

وعندما طلب الزعماء الروحيون في الكنيسة من رعيتهم مقاطعة شركة بيبسي، سارعت الشركة العملاقة التي تصنع المشروبات الغازية إلى تخصيص ميزانية سخية لإنتاج إعلان تجاري تلفزيوني تظهر فيه مادونا⁶⁴⁵.

وفي حفل توزيع جوائز MTV عام 1984م شرعت النجمة تتلوى فوق كعكة زفاف ضخمة، فذهل المضيف، واثارت ثائرة كثير من أفراد الجمهور، ولكن الصحفيين والمصورين تجمعوا بصخب لالتقاط صورة لمادونا بعد هذا العرض⁶⁴⁶، وخلال عروضها المسرحية الماجنة، كانت غالبًا ما تؤدي على خشبة المسرح حركات مثيرة، وخلال إحدى جولاتها الفنية العالمية التي شملت أمريكا الشمالية، هددت شرطة تورنتو باعتقالها بتهمة الفحش إذا استمرت في تقديم عرضها بالأسلوب نفسه الذي كان مقررًا، وكان رد مادونا المبالغة أكثر في تقديم هذه المشاهد، ولكن الشرطة قررت عدم التدخل على الرغم من تهديدها السابق⁶⁴⁷، وبرزت معارضة لعروضها في إيطاليا، حيث طالبت مجموعات الضغط الكاثوليكية بمقاطعة حفلات مادونا⁶⁴⁸.

وبلغت موجة الإثارة المحيطة بمادونا ذروتها في شهر تشرين الأول/ أكتوبر من عام 1992م عندما أصدرت المغنية كتابًا من مئة وثمان وعشرين صفحة يضم نصًا وصورًا مثيرة يحمل عنوانًا استفزازيًا، وكان الكتاب موقعًا لعرض خيالات مادونا، كان الكتاب تعبيرًا نصيًا وبصريًا عن ميل

مادونا الطبيعي إلى الممارسات السادية والمازوخية، وجرى تسويق الكتاب بوصفه قطعة فنية محدودة النسخ، وكان لكل نسخة رقمها الخاص، وكانت عمليات التصنيع والطباعة بالغة التعقيد، وتطلبت الكثير من الجهد، وكان للكتاب غلاف معدني مثبت عليه بواسطة شريط حلزوني، وهي فكرة مادونا؛ ولإبراز الطبيعة «المحظورة» للكتاب، كانت كل نسخة تباع داخل غلاف من رقائق القصدير يغلق بسحاب⁶⁴⁹.

وجاءت التعليقات على الكتاب سلبية عمومًا، فقد قالت عنه صحيفة Washington Post: إنه «كتاب سطحي لا يصلح إلا لتزيين طاولات غرف الجلوس، وذو حجم مبالغ فيه وسعر فاحش»⁶⁵⁰ ووصفته صحيفة The Observer بأنه «التركيبية اليائسة لعجوز مدمنة على الفضائح»⁶⁵¹ وعلى الرغم من المراجعات غير المرجحة بالكتاب، فإن الجدل العام الذي رافق صدوره أدى إلى وصوله بسرعة البرق إلى رأس قائمة الكتب الرائجة في صحيفة The New York Times⁶⁵²، وطُبع من الكتاب مليون نسخة في سبع دول في اليوم نفسه؛ الثاني عشر من تشرين الأول/ أكتوبر، عام 1992م وبيعت جميعها مباشرة⁶⁵³.

وبالتزامن مع نشر الكتاب، أصدرت مادونا قرصًا مدمجًا جديدًا يحمل اسم Erotica، يرافقه فيلم تظهر فيه مادونا شخصية سادية dominatrix ترتدي قناعًا، ورفضت قناة MTV بث الفيلم خلال النهار، فقد كان هذا القرص المدمج أول قرص تصدره مادونا يحمل تحذيرًا للأهل على غلافه: «كلمات الأغاني صريحة»⁶⁵⁴، وهذه المرة، لم تؤت إستراتيجية مادونا، المدروسة جيدًا، ثمارها، وبدأت استفزازاتها تفقد تأثيرها تدريجيًا، ولخيبة أملها، لم يُبع من Erotica سوى مليوني نسخة⁶⁵⁵، وفي أعقاب الجدل الذي رافق صدور الكتاب، هبطت شعبيتها إلى مستوى قياسي⁶⁵⁶.

وعندما تتعرض شخصية عامة لوابل متزايد من النقد، يكمن الخطر دومًا في صدور رد فعل من جانب الشخصية التي جرى استفزازها يتسم بمزيد من الراديكالية والتحدي، وأما في حالة مادونا، فنلاحظ أن عبقريتها في مجال العلاقات العامة تتجلى في مواقف كهذه، فهي تدرك تمامًا متى يترتب عليها أن تتراجع - أو، وهو الأفضل - كيف تجد الوسيلة لاستعادة مكانتها في قلوب محبيها⁶⁵⁷.

في أواخر عام 1993م انطلقت مادونا في جولة فنية عالمية تنقلت خلالها بين أربع قارات، وأطلقت على الجولة اسم «عرض للفتيات»، ووصف كاتب سيرتها؛ تارابوريلي Taraborrelli، العرض بقوله: «على الرغم من أن العرض يحمل طابعًا جنسيًا، إلا أنه أميل إلى أن يكون برنامج منوعات مسرحيًا خفيًا، وليس محاولة وقحة لإحداث صدمة، ولم يكن ينطوي على مشاهد فاضحة، كما كان يحدث خلال العامين الماضيين»⁶⁵⁸.

ولكن هذا لا يعني أن مادونا كانت مستعدة للتخلي عن طبيعتها الاستفزازية، فعلى سبيل المثال، تحوّل ظهورها الفضائي في برنامج Late Show With David Letterman، الذي يحظى بنسبة مشاهدة مرتفعة، في الواحد والثلاثين من شهر آذار/ مارس، 1994م إلى حدث لا يُنسى،

فخلال ثوانٍ من بدء البرنامج الحوارى، كانت مادونا قد وصفت مضيفها بأنه «داعر مريض نفسيًا» ومن ثم أمطرته بوابل من العبارات العدائية: «كنتَ شخصًا لطيفًا، لكن المال حولك إلى أحرق». وعندما حاول ليترمان تهدئة الموقف، صعّدت هي من عنف هجومها بالقول: «ألا يمكننا خرق القواعد؟ فليذهب تسجيل الصوت إلى الجحيم، فلنذهب القائمة إلى الجحيم، فهذا كله تصنع». وعندما حاول إنهاء المقابلة، رفضت مادونا مغادرة مقعدها، وكانت نقتها قد بلغت الذروة: «ديفيد، لا تعبث معي، ولا تدفعني إلى التصرف بحماقة». وعندما انتهت المقابلة، كانت مادونا قد استخدمت كلمة بذينة ثلاث عشرة مرة⁶⁵⁹. في اليوم المقبل للمقابلة، تعرضت مادونا لهجوم كاسح من الصحافة تجاوز كل الحدود، وهبطت شعبيتها إلى مستوى أدنى من ذي قبل⁶⁶⁰.

وقد عاودت مادونا اللجوء إلى الإستراتيجية المألوفة للحدّ من الأضرار، وأدركت أنها بالغت كثيرًا في حوارها مع ليترمان، وحاولت تعديل الوضع في ظهورها المقبل في البرنامج الحوارى Tonight Talk Show With Jay Leno، حتى إنها تصالحت علنًا مع ليترمان في حفل جوائز MTV⁶⁶¹. وأدركت أن الجدل الذي أثارته بأسلوبها الصادم، تحوّل إلى عائق لمسيرة مهنتها، وأعدت تقييم الوضع بالكامل، وقررت أنها لم تعد تريد أن يرتبط اسمها بالفضائح فقط، إذ صرحت قائلة: «لقد أحاط الجدل بمهنتي في السنوات العشر الماضية إلى حد لم يعد إنتاجي الموسيقى يحظى إلا باهتمام ضئيل، وعلى الرغم من أنني لست نادمة على خياراتي في المجال الفنى، فقد تعلمت احترام فكرة التصرف بأسلوب أبسط»⁶⁶²، وكانت تلك هي الكلمات التي قدّمت بها مادونا ألبومها الثانى Something to Remember، الذي أطلقته عام 1995م، حيث يقول أحد أعضاء فريق إدارة أعمالها: «أدركتُ أن الوقت قد حان لإجراء تغيير، وإذا لم تكن قد أدركتُ ذلك لكنت حمقاء، ولا يمكن القول: إن مادونا حمقاء، فقد كانت قلقة ومضطربة بشأن ما يقوله الناس عنها، وهذا ما دفعها لتجميع أغاني ألبوم Something to Remember، وأرادت أن تذكّر الناس أنه بإمكانها القيام بما هو أكثر من إثارة الجدل الذي أحاط بها منذ بداية حياتها المهنية»⁶⁶³.

إلى ذلك، صممت مادونا على أن تحقق، أخيرًا، حلمها بأن تصبح ممثلة شهيرة، فعلى الرغم من نجاحها بوصفها مغنية، لم تتخلّ عن هذا الطموح الذي كانت تحلم به منذ مراهقتها، ولكن أملها هذا سُجق؛ لأن مهنتها السينمائية لم تنجح في الانطلاق وفشل كثير من أفلامها في نظر النقاد وفي نظر الجمهور، ووجدت فرصتها الكبرى عندما ارتبط اسمها بالدور الرئيسى فى فيلم Evita، المقتبس عن مسرحية غنائية تحمل الاسم نفسه، وكانت تعرف أن اسمها لم يكن الخيار الأول لبطولة الفيلم، ولكن عندما علمت أن اسم ميشيل بفايفر Michelle Pfeiffer، التي كانت الخيار الأول، لم يعد مطروحًا، تصرفت بسرعة وبتصميم، وبعثت برسالة من أربع صفحات، مكتوبة بخط اليد، إلى منتج الفيلم ومخرجه وكاتب السيناريو، ألان باركر، تشرح فيه السبب الذي يجعل منها الخيار الأمثل لدور إيفيتا، وقد «وعدت مادونا، في رسالتها، أنها ستعنى وترقص وتمثل، بكل ما أوتيت من جهد وطاقة، إذا منحها باركر الفرصة، وسوف تؤجل كل شيء آخر فى حياتها لكي تتركس كل وقتها وطاقتها لفيلم Evita»⁶⁶⁴.

إن رسالة مادونا هذه لافتة؛ لأنها تكشف عن جانب آخر بالغ الأهمية في عملية تسويق النفس الناجحة، فالنجوم الكبار - وكانت مادونا آنذاك، ودون شك، نجمة محبوبة في العالم بأسره - لا يسمح لهم كبريائهم، في موقف مماثل، بكتابة عريضة استرحام كهذه، على أربع صفحات وبخط اليد، ولا يمكن أن ننكر أن مادونا شديدة الكبرياء، ولكن كبرياءها يأتي في المرتبة الثانية بعد رغبتها الجامحة في القيام بالخطوة المقبلة نحو الشهرة، وفي إدخال تعديل شامل على صورتها العامة التي تطرق إليها العطب.

ولكن بعد قراءة نص فيلم *Evita*، شعرت مادونا بالخشية من احتمال أن يلحق الفيلم، بنصه الحالي، الضرر بصورتها؛ لأن إيفيتا - على غرار مادونا - أقامت علاقات مع رجال كثيرين في أثناء محاولاتها للوصول إلى القمة، وناقشت ما تشعر به من قلق مع باركر بكل صراحة ووضوح:

قالت مادونا للمخرج ألان باركر: «هذه ليست شخصيتي».

فأجابها بسرعة: «ليست شخصيتك بالتأكيد، فهذه شخصية إيفيتا بيرون».

«لكن جمهوري سيتصور أنها شخصيتي، وهي ليست شخصيتي».

«إنها شخصية إيفيتا بيرون!».

واستمر الحديث على هذا المنوال⁶⁶⁵.

كانت مادونا دائماً مدركة لأهمية صورتها العامة، وهكذا ألحت على إجراء تغييرات في النص تُظهر إيفيتا - ومن ثم تظهرها هي - بصورة أكثر إنسانية وتعاطفاً مع الآخرين وأقل أنانية ومكراً⁶⁶⁶، وقد عُرض الفيلم في كانون الأول/ديسمبر من عام 1996م - وخلافاً لمعظم أفلام مادونا الأخرى - لاقى نجاحاً مدوياً، في شباك التذاكر وبين النقاد، وكما هو الحال في أي تغيير كبير يطرأ على الصورة العامة، شعر معجبو مادونا بخيبة أمل؛ لأنها ظهرت في مسرحية غنائية من النوع التقليدي، وبخاصة أولئك الذين كان أكثر ما يعجبهم في شخصيتها، طبيعتها المتمردة والمدمرة⁶⁶⁷، ولكنها كانت مستعدة للتكيف مع هذا الأمر.

وغدت أولوية مادونا في تلك المرحلة من حياتها تعديل صورتها العامة، وبدا تطورها الشخصي والفني واضحاً في ألبومها المقبل *Ray of Light*، الذي أطلقتته في آذار/مارس من عام 1998م «في أغاني هذا الألبوم، دون التطرق إلى العبودية أو الجنس في كلمات أي أغنية، بل كانت الأغاني تتناول البيئة، والكون، وكوكب الأرض، ونجوم السماء، والملائكة، والفرديوس، إضافة إلى - وهنا المفاجأة بالنسبة إلى بعض المراقبين - الإشارة إلى الله والإنجيل بعبارات محترمة»⁶⁶⁸. وحصلت مادونا؛ وهي التي لم تحصل، على الرغم من تمتعها بالشهرة منذ خمسة عشر عاماً، إلا على جائزة Grammy واحدة (جائزة أفضل فيديو، عام 1991م)، وعلى ثلاث جوائز Grammy على ألبوم

Ray of Light، وفي عام 1999م حصلت على أفضل ألبوم أغانٍ شعبية، وأفضل تسجيل للرقصات، وأفضل فيديو موسيقي قصير⁶⁶⁹.

وتمكنت مادونا في هذا الألبوم، كما في ألبوماتها السابقة، من وضع بصمتها الخاصة على التوجهات الموسيقية الجديدة التي بدأت في الظهور، فقد استخدمت الموسيقى الإلكترونية والتقنية، ومزجتها بأسلوبها الموسيقي الخاص، وكانت تدرك دائماً أهمية المثابرة على الابتكار، وترفض تصنيفها ضمن أسلوب ثابت

أو صوت ثابت، وهذا هو العنصر الناظم الذي يسري في مجرى حياتها المهنية بكاملها، بدءاً من ألبومها الأول الناجح، وفي ألبومها الثاني، صممت على تجربة شيء جديد كلياً، وسبب ذلك قلقاً بالغاً لشركة التسجيل التي تتعامل معها، Warner Bros. يقول عازف الطبل الذي يعمل معها جيمي برالور Jimmy Bralower، الذي سبق له العمل مع فرقة Chic ومع الثنائي Hall & Oates: «عندما تُحقّق النجاح ثلاث مرات ضمن توجّه معين، فإنك تعود لتكرار الأمر، وإذا كان الوضع سليماً، لا تغيره، وكانت مادونا تعارض كل النزعات العادية، وكانت تحارب هذه النزعات»⁶⁷⁰.

واتسم ألبومها الأول بمزاج عاطفي كئيب، ثم طرأ التحول إلى أغانٍ شعبية تجارية جذابة من نوع أغنية (a Virgin) Like ومع نضوج مادونا فنياً، صارت تلجأ إلى دمج عناصر من موسيقا الجاز، أو إلى إنتاج أعمال موسيقية بألحان إيقاعية مع ألحان بلوز blues أو موسيقا روحانية (R&B/Soul) مع عناصر خاصة بموسيقا هيب - هوب hip - hop وفيما بعد، دمجت عناصر تقنية في موسيقاها.

ويتطلب الابتكار المتواصل من هذا النوع قدرًا لا بأس به من الشجاعة، وكانت الجماهير في حفلات مادونا الموسيقية الحية تطالبها باستمرار بأداء أغانيها الأكثر رواجًا، لكنها لم تكن تستجيب دائماً لطلبهم. وتُعد مسيرتها المهنية جهداً متواصلًا للموازنة بين الاستفزاز ومجاراة التيار السائد، وبين التمسك بالنزعات الشعبية والازدراء الطليعي لكل ما هو مريح لا يتطلب جهداً، وواجهت مادونا طوال مسيرتها المهنية اتهامات بـ «السرقة الموسيقية» وكانت تبرز من حين لآخر، ووصل بعضها إلى المحاكم، وكانت تتمثل بعمق تأثيرات عالم الموسيقى المحيط بها، ولم تخش يوماً نسخ أعمال الآخرين.

ولكن الأهم من ذلك كله أن مادونا كانت دائماً على استعداد لتعلّم أشياء جديدة، ولم تكن تتوقف عن العمل أوقاتاً طويلة، ويقول بيل مايرز Bill Meyers، العامل على لوحة المفاتيح الإلكترونية في الحفلات الحية لفرقتها: «طلبت مني يوماً إجراء مصارعة صوتية معها ومع مدرب الصوت الخاص بها، حيث يشعر بعض المغنين أنهم ليسوا مضطرين إلى بذل كل هذا الجهد، ولكن مادونا كانت تشعر بأنها مضطرة إلى ذلك»⁶⁷¹.

وظموح مادونا المتقد دفعها للتطور دون توقف، وكانت ترغب في تحسين نفسها على نحو متواصل، وكان دافعها الرئيس منذ البداية، توق غامر إلى الشهرة، ومع أنها - على غرار كل

المشاهير - تتذمر من حين لآخر من تطفل التغطية الصحفية على حياتها الشخصية، ومن متاعب الشهرة⁶⁷²، فإنها كانت تستمتع بكونها مركز الاهتمام، أكثر من أي شيء آخر، وفي مرحلة لاحقة من حياتها، قالت: إنها ترفض حتى قراءة المقالات الصحفية التي تتحدث عنها⁶⁷³، ولكن الادعاءات من هذا النوع كانت تصدر عنها عندما يتعكر مزاجها بسبب قصة معينة مختلقة حولها، ولكن في حال التغطية الصحفية الإيجابية، يكون رد فعلها مختلفًا تمامًا، فعلى سبيل المثال، عندما ظهرت صورة مادونا على غلاف مجلة Time لأول مرة، في شهر أيار/ مايو من عام 1985م وقفت بباب منزلها نافذة الصبر في انتظار وصول المراسل بالمغلف الذي يضم النسخة الأولى من المجلة التي تحمل صورتها على الغلاف، ومزقت المغلف لتصل إلى المجلة، ثم زعقت بحماس شديد، وصرخت مخاطبة مساعدتها، وهي تحمل المجلة، وترقص بها في أرجاء الغرفة وقد غمرتها البلهة: «يا إلهي، انظري إلي، صورتني على غلاف مجلة Time! هل تصدقين؟ فقط انظري! هل كان ليخطر هذا ببالك؟» قالت مساعدتها وهي لا تعرف بم تجيب: «كلا، لا أصدق». وتوقفت مادونا فجأة عن الرقص، واستدارت بسرعة لتواجه مساعدتها، وسألته: «ماذا تقصدين بقولك: إنك لا تصدقين؟ ولماذا لا تظهر صورتني على غلاف مجلة Time؟» حاولت المرأة جهداً أن تشرح لها أنها لم تكن تعني ذلك بما قالته، لكن مادونا صبت جام غضبها على صديقها، آنذاك، الذي تزوجته لاحقاً، الممثل شين بين Sean Penn، وطلبت من مساعدتها الاتصال به لتطلب منه القدوم إلى منزلها لرؤية المجلة. وعندما أجاب أنه مشغول، وأن بإمكانها إرسال نسخة من المجلة إليه، اختطفت مادونا الهاتف، وطلبت منه بلهة أمره القدوم إلى منزلها فوراً: «ما عدد صديقاتك اللواتي ظهرت صورهن على غلاف مجلة Time؟ واحدة فقط! أنا! والآن، احضر فوراً»⁶⁷⁴.

وكان شين، الذي يتمتع هو نفسه بالشهرة، يكره الهياج الإعلامي المحيط بهما، وأصر على أن يتم زواجهما بحفل خاص، ولكن مادونا طلبت من وكلائها الصحفيين إبلاغ وسائل الإعلام دون علم شين، كما كانت تفعل دائماً حين خروجها للعشاء أو لحضور فيلم سينمائي، وكان شين يشعر دائماً بالدهشة لأن الصحفيين كانوا يعرفون تماماً مكان وجودهما: «ما لا أفهمه هو كيف يعلم هؤلاء الأشخاص بتحركاتنا، في كل مكان نذهب إليه، يواجهنا سيل من آلات التصوير اللعينة!»⁶⁷⁵ فأجابت مادونا بهدوء: «شين، نحن نجمان، ويرغب الناس في التقاط صور لنا، فأين المشكلة؟» وأضافت: «اسمع، لقد عملتُ بدأب للوصول إلى مكانة أُثير فيها اهتمام الناس، وسوف أستمتع بكل لحظة بهذا الاهتمام، فماذا في ذلك؟ حاول الاعتياد على الأمر أو اغرب عن وجهي!»⁶⁷⁶ وذات يوم، استشاط شين غضباً، وطلب منها الاختيار بينه وبين وسائل الإعلام⁶⁷⁷.

وصرفت مادونا الكثير من الوقت والجهد في اكتساب الشعبية وفي تطوير شهرتها الواسعة، ولكنها لم تكن تحب الحديث عن هذا الأمر، «ويبدو أنها كانت تفضل أن يعتقد الجمهور أن الشهرة الكبيرة التي تتمتع بها تحققت نتيجة موهبتها فقط، بدل أن يعزوا قدرًا كبيرًا من تلك الشهرة إلى عبقريتها في العلاقات العامة، إضافة إلى موهبتها»⁶⁷⁸.

وسعت مادونا، على غرار أوبرا وينفري وكيم كارداشيان، إلى تأمين قاعدة كبيرة من المعجبات اللواتي كن يعدّنها أكثر من مغنية، وقدمت نفسها بصورة امرأة نسوية عصرية، لا امرأة ترفض الرجال أو حتى تكرههم، ولكن امرأة قوية تتمتع بالجادبية رفضت التكيّف مع التوقعات التقليدية من النساء، وتحدثت مادونا التصنيفات بجميع الوسائل الممكنة، وكانت تناقضاتها، تحديداً، هي التي جعلت منها شخصية شعبية ومرآة تعكس متطلبات المرأة العصرية ورغباتها، ويمكن أن نلاحظ هذا التأثير بوضوح في كتاب *I Dream of Madonna*، الذي يضم مجموعة من أحلام النساء التي تتمحور حول مادونا قامت بتجميعها كيه تيرنر Kay Turner، من ولاية تكساس، وهي أكاديمية تعمل في مجال الفنون الشعبية، ففي هذا الكتاب، تصف مجموعة نساء بأعمار مختلفة ومن خلفيات متباينة، كيف تنجلى مادونا في حياتهن بوصفها فنانة ومغنية، وبالنسبة إلى بعضهن، تبدو مادونا عنصرًا محرّراً، وبالنسبة إلى أخريات تبدو شريكة في التواطؤ، أو امرأة شهوانية مغوية، أو امرأة تبت في نفوسهن الشعور بالقوة والتمكّن، و«تتمتع (مادونا) بصفة تتسم بها كل النساء، واللافت هو مدى انتشار تأثيرها»⁶⁷⁹.

وكان حلم مادونا، كما قالت «أن تمثّل شيئاً ما»، وكانت تدرك أن هذا هو جوهر عملية تحديد العلامة الفارقة المميزة، و«أريد أن أكون رمزاً لشيء ما، وهذا ما يخطر لي عندما أفكر في الانتصار، وأن يمثل الشخص شيئاً ما، فما أعنيه هو أنه فيما يتعلق بي، أعتقد أن مارلين مونرو انتصرت على العالم... فهي تمثّل شيئاً ما»⁶⁸⁰، وكانت مادونا، بالنسبة إلى عدد كبير من النساء، تجسيدا للنسوية الحديثة التي ترى في النساء كائنات ثلاثية الأبعاد، وترفض فكرة التناقض بين حرية الإرادة لدى المرأة وفكرة تأكيد جنسائيتها وجمالها، وتقول كاميليا باغليا Camille Baglia، وهي مؤرخة نسوية أمريكية تعمل في مجال الفن والثقافة: «علّمت مادونا الشباب كيف يعشن أنوثتهن بالكامل، ويمارسن في الوقت نفسه سيطرة تامة على حياتهن»⁶⁸¹، وتعتقد باغليا أن مادونا واجهت النسوية التقليدية بنوع جديد من النسوية العصرية الشعبية: «كان انتحالاً مروعاً للنموذج النمطي من البلاغيات النسوية قامت به نجمة كبيرة تمثّل إنجازها الرئيس، في التاريخ الثقافي، في الإطاحة بالحرس القديم المتمزمت الذي ينتمي إلى الموجة الثانية من النسوية، الذي جرى إسكاته طويلاً والذي حقق (بفضلها) انتصاراً كاسحاً في تسعينيات القرن العشرين»⁶⁸².

بالنسبة إلى مادونا، لم تكن النسوية، أبداً، تعني الصراع مع الرجال، بل تعني الحصول على الحريات نفسها التي كان الرجال، تقليدياً، يحتكرونها، فكلما كانت مادونا تتقدم في السن، كانت تختار عشاقها من رجال أصغر سناً، وفي عام 2019م وكانت قد بلغت الواحدة والستين، شغلت العناوين الرئيسية للصحف عندما اختارت صديقاً لا يتجاوز الخامسة والعشرين من العمر⁶⁸³. ويُعدّ هذا النوع من الفروق الكبيرة في الأعمار، حكراً على الرجال الأثرياء الذين يختار معظمهم صديقات أصغر منهم سناً بكثير، ولكن فيما يتعلق بمادونا، كان هذا السلوك تعبيراً عن تعريف راديكالي للحرية وللعيش كما يحلو لها: «أنا أمثّل حرية التعبير، وتنفيذ ما تؤمن به، والسعي لتحقيق أحلامك»⁶⁸⁴.

الوسائل التي لجأت إليها مادونا لتكوين علامتها المميزة:

- 1 سعت إلى إثارة الجدل بأساليب تصويرها للجنس.
- 2 كانت غالبًا ما تصل باستفزازاتها إلى الحد الأقصى، ولكنها عندما أدركت أنها تجاوزت الحد، وأن شعبيتها بدأت تتأثر، أعادت ضبط صورتها، وعادت لأداء أغانٍ شعبية وعروض مسرحية أكثر تقليدية؛ أي إنها عادت إلى الحزن الدافئ للتيار العام السائد.
- 3 بعد مدة نجحت في إعادة التوضع وإعادة تعريف صورتها العامة، حتى إنها طلبت تعديل نص فيلم *Evita* بحيث يناسب صورتها الجديدة.
- 4 كان كبرياؤها يمنعها من عرض نفسها بصورة مباشرة، ولكنها على الرغم من كونها مغنية مشهورة على مستوى العالم، قامت بمبادرة، وبعثت برسالة مكتوبة بخط اليد على أربع صفحات إلى منتج فيلم *Evita* تشرح فيها السبب الذي يجعلها مناسبة تمامًا لأداء الدور الرئيس في الفيلم.
- 5 مع أنها لم تكن بالمغنية أو الراقصة الاستثنائية، ولا هي ضمن الممثلين الموهوبين بين أفراد جيلها، تمكنت مع ذلك من ترسيخ مكانتها بوصفها فنانة مؤدية بالغة الأهمية وصاحبة علامة مميزة ذات حضور قوي.
- 6 إلى ذلك، حددت مادونا موقعها بوصفها امرأة عصرية، ترى نفسها من جهة رائدة نسوية، ومن جهة أخرى، امرأة يحظى جمالها بالتقدير، واستغلت حسن مظهرها بكل ثقة، وجعلت منه «رأسمالها» دون تقديم أي مبررات، وبالنسبة إليها، لم تكن النسوية تعني الصراع مع الرجال، بل كانت تعني الحصول على الحريات نفسها التي كان الرجال يتمتعون بها، بما في ذلك إقامة علاقة مع شاب يصغرها بستة وثلاثين عامًا.

الأميرة ديانا ملكة القلوب

تُظهر لنا حياة ديانا سبنسر، التي تزوجت وريث عرش إنجلترا وهي في العشرين من عمرها، أن شخصاً لا يتمتع إلا بقدر ضئيل من الثقافة، ويفتقر إلى ما يمكن أن يوصف بالذكاء الحاد، بإمكانه أن يكون بارعاً في تسويق النفس، وفي حالة ديانا، كان ذكاؤها العاطفي، وخصوصاً قدرتها على التقمص العاطفي لمشاعر الآخرين، هو الذي مكّنها من أن تصبح واحدة من الشخصيات التي تتمتع بأكبر قدر من الشهرة ومن إعجاب الناس في العالم بأسره.

وغالبًا ما يُظهر الأشخاص الذين يتمتعون بدرجة عالية من الذكاء العاطفي، وهو غير الذكاء الفكري بالمعنى التقليدي، قدرات خاصة على التقمص العاطفي؛ لأنه بإمكانهم الإحساس بمشاعر الآخرين والتعرّف بسرعة إلى الإشارات الخفية الكامنة في سلوكهم، إضافة إلى أنهم أكثر قدرة على التناغم الدقيق مع احتياجات الآخرين ورغباتهم، وفي عام 1983م اقترح العالم النفسي هوارد غاردنر Howard Gardner توسيع المفهوم التقليدي للذكاء ليشمل، إضافة إلى المهارات اللغوية والرياضية، مجالاً من «أنواع الذكاء» الأخرى، وبإمكان الذكاء العاطفي أداء دور في تكوين الذات - بصورة علامة فارقة مميزة - يفوق في أهميته الدور الذي تؤديه أنواع المهارات التي يجري اختبارها بالطرق التقليدية المستخدمة لحساب حاصل الذكاء، وهنا لا ينبغي اعتبار غياب الثقافة الأكاديمية وضعاً معوّفاً، والواقع أنه يمكن حتى أن يكون مزياً.

وقد التحقت ديانا بالمدرسة الداخلية Riddlesworth Hall وهي في التاسعة من العمر، وفي حين نجحت شقيقتها في الدراسة، كانت ديانا تُعدّ تلميذة ذات مستوى متوسط في أفضل الحالات، ولكنها لم تغادر المدرسة خالية الوفاض تمامًا، إذ ربحت جائزة (الفتاة الأكثر شعبية) وجائزة أفضل عناية للجرذ الذي كانت تربيته، والتحقت عام 1973م بالمدرسة الداخلية West Heath، ولم تكن متطلبات المدرسة المتواضعة سرّاً، حيث كان الشرط الوحيد للقبول هو خط اليد المرتب، ولكن حتى في هذه المدرسة الداخلية كان افتقار ديانا لحب الاستطلاع الفكري لافتاً، وتقول مديرة المدرسة، روث روج Ruth Rudge: «لم يكن يتوافر لديها الأساس، وكما في حالة أي شخص تشغله أمور أخرى، كانت تغيب أحياناً في أحلام اليقظة»⁶⁸⁵.

وتركت ديانا مدرسة البنات الداخلية، West Heath، وهي في السادسة عشرة من العمر، بعد إخفاقها في كل امتحاناتها، مرتين لا مرة واحدة⁶⁸⁶. وتذكرها زميلاتها في المدرسة بمحبة، ويصفنها بأنها كانت تساعد الآخرين، و«بالغة اللطف» تجاه جريها، اللذين أسمتهما Little Black Muff و Little Black Puff وتقول كاتبة سيرتها تينا برون Tina Brown: «كان

تسليم أوراق الامتحان يُشعرها بالغبثان... والواقع أنها كانت تتمتع بموهبة لاحظها طاقم مدرسة West Heath وكانت تتمتع بذكاء عاطفي حاد»⁶⁸⁷.

وسئل المؤرخ والصحفي بول جونسون Paul Johnson عن التقمص العاطفي لدى ديانا، وكان يعد هذا النوع من الذكاء موهبة فريدة؟ فقال: «كانت تعتقد أنها لا تعرف شيئاً، وأنها غبية، وهذا جعلها بمنأى عن النقد؛ لأنها كانت ستجيب: «أنا شديدة الغباء وجاهلة»، وهنا يمكن أن أجيبيها: «أنا لا أعتقد أنك غبية أبداً» لأنها، على الرغم من قلة معارفها، كانت تتمتع بما لا يتمتع به سوى قلة من الناس، وهو حدس استثنائي يتيح لها إدراك ما يحتاج إليه بعض الأشخاص ومعاملتهم بلطف ومودة والتعاطف معهم... وقلة من الأشخاص فقط تتمتع بهذه الموهبة»⁶⁸⁸.

ومع أن ديانا كانت غنية وابنة رجل يحمل لقباً نبيلًا، عملت بعد أن تركت المدرسة مربية وعاملة تنظيف⁶⁸⁹، وكانت دائماً تسخر من نفسها ومن افتقارها للثقافة، وكثيراً ما سمعها الناس تصرخ قائلة: «أنا غبية مثل لوح خشبي، هذا ما أنا عليه»⁶⁹⁰.

وفي أعقاب انتشار أخبار علاقة ديانا مع الأمير تشارلز، تساءل أحد المحررين في المجلة البريطانية Tatler: «ماذا سيكون رد فعلها إزاء انهيار البورصة الفرنسية بعد انتخاب ميتران Mitterrand، عندما يتعرض المايونيز بالبيض للتهديد بسبب هذا الانهيار؟ كيف ستواجه النقاش المحتدم بشأن عدالة قانون Suss (قانون يسمح لرجال الشرطة باعتقال شخص يشك في أنه يخالف القانون) عندما يثور هذا النقاش بوجود شرائح لحم الضأن؟»⁶⁹¹.

وبعد زواج ديانا من الأمير تشارلز، ارتقت إلى أعلى مستويات المجتمع البريطاني، حيث «تجلت بقوة عقدة الدونية الثقافية التي كانت تعانيها ديانا»⁶⁹². وفي حين كان زوجها يتمتع بثقافة عالية، ويقرأ كثيراً من الكتب وضيعاً في كثير من المجالات، إلى جانب تفوقه فكرياً في الأحاديث الثقافية، بدأت ديانا في الانزواء تدريجياً، وهو ما أثار امتعاض الملكة. فقد شعرت جلالتها بالاستياء بسبب صمت ديانا طوال مأدبة عشاء إلى حد جعلها تنفرد بأحد الضيوف لتقول بغضب: «انظر إليها، جالسة إلى المائدة وهي تحملق فينا!»⁶⁹³.

وتقول كاتبة سيرتها: «كانت ديانا تتمتع بذكاء عاطفي حاد، ولكن افتقارها للثقافة كان يعني معاناتها ضمن مجال الشؤون العامة»⁶⁹⁴. وكانت كتبها المفضلة روايات عاطفية للكاتبة باربرا كارتلاند⁶⁹⁵ Barbara Cartland، وهي كاتبة ناجحة ألفت أكثر من 724 رواية تستثير دموع القراء، وكانت روايات كارتلاند تنتهي دوماً بأن تحظى البطلة الخجولة ذات الحضور الباهت بقلب وعواطف أمير رائع أو نبيل شهم، واعترفت ديانا يوماً بأن: «تلك القصص كانت تضم كل الشخصيات التي أحلم بها، وكل ما كنت أصبو إليه»⁶⁹⁶.

وكانت تحلم منذ بداية حياتها بالزواج من أمير حقيقي؛ الأمير تشارلز، ولكن سبب خيبة أملها اللاحقة، جزئياً على الأقل، يكمن في أن الروايات ذات المضمون العذب، التي كانت تقرأها بنهم في

مطلع شبابها، جعلتها تعيش في عالم خيالي لا يمكن أن يتحقق في الواقع. تقول الكاتبة باربرا كارتلاند: «الكتب الوحيدة التي قرأتها كانت كتبتي، ولم تكن تناسبها ألبتة»⁶⁹⁷.

ولم تكن قراءة الصحف الرصينة تتوافق مع مزاج ديانا، ففي أثناء تناول وجبة الإفطار، كانت تقرأ صحيفة Daily Mail، التي تنشر أخبارًا مثيرة، وكانت «مدمنة تمامًا على قراءة الصحف»، وتقرأ بنهم الإشاعات التي تنشرها الصحف الخفيفة حول المشاهير وحول العائلات المالكة⁶⁹⁸، وكان ذلك، من وجهة نظرها، أمرًا منطقيًا تمامًا، وعلى أي حال، قدمت لها معلوماتها الدقيقة المستقاة من تلك الصحف مساعدة كبيرة فيما صارت تتقنه لاحقًا - تسويق النفس - الذي كان ينطوي على معرفة عميقة بالصحافة التي كانت مهمة بالنسبة إليها.

ولم تكن ديانا مجرد قارئة نهمة لصحف الإشاعات، فبالنسبة إليها، لم يكن الصحفيون والمصورون الذين يلاحقون المشاهير، والذين لم يتوقفوا عن ملاحقتها منذ بداية علاقتها بالأمير تشارلز، مجرد ملتقطي صور لا هوية لهم أو كتبة مأجورين، فقد «كان هؤلاء أشخاصًا قرأت قصصهم حتى إنها كانت تعرف أين يعيشون». ويروي ستيف وود Steve Wood، من صحيفة Daily Express، كيف شعر بالذهول عندما شاهد ديانا عند باب منزله تتحقق من عنوانه⁶⁹⁹.

ويمكن القول عمومًا: إن الصحفيين والمصورين يهتمون بالمشاهير، ولكن المشاهير لا يهتمون بالصحفيين والمصورين بالقدر نفسه، وفي حالة ديانا كان الوضع مختلفًا، فقد كانت تعرف تمامًا كيف تكسب الصحفيين والمصورين إلى صفها، مثلما كانت تدرك بدقة ما القصص التي يجب قراء الصحف الاطلاع عليها أكثر من غيرها، وما الصور التي يرغبون في رؤيتها أكثر من غيرها، و«كانت تفهم الصحافة الشعبية؛ لأنها كانت من قرائها، وكانت تشعر بحاجة أولئك القراء للأحلام ولرؤية الصور، وبرغبتهم في كل ما هو جديد وما هو مفاجئ، وتوقعهم إلى وجه جديد يتوجون صاحبه ملكة، وهنا من دون شك لا نأخذ في الحسبان صحيفتي Times و Daily Telegraph، لسان حال المؤسسة»⁷⁰⁰.

وكانت ديانا، بالنسبة إلى كاتبة سيرتها: (أدهى) من مارس لعبة الإعلام في العالم، و«سبقت معاصريها بمراحل في استشراف عالم يتمتع فيه المشاهير بقيمة كبيرة؛ لأنهم، إن جاز التعبير، حجر الزاوية في مجتمعهم... ولأنها تنتمي إلى الطبقة الأرستقراطية، كانت تدرك أن أرستقراطية المولد لم تعد تتمتع بالأهمية في عصرنا الحالي، وغدت أرستقراطية الظهور هي كل ما يهم»⁷⁰¹، وكانت الأعداد الكبيرة من آلات التصوير المسلطة عليها تمثل جاذبية لا تقاوم، وقد وصفها الأشخاص الذين يعرفونها جيدًا بأنها تمتلك (حاسة سادسة) تنبئها متى تكون آلة تصوير ما موجهة إليها، حتى ولو لم تستطع مشاهدتها، و«كونت لها (آلة التصوير) صورة منحتها الكثير من القوة، وأصبحت هي مدمنة على هذا السحر، حتى لو سبب لها الألم»⁷⁰².

وتوصل أحد المصورين الذين لاحقوا ديانا سنوات إلى قناعة مفادها أن صورتها العامة، بما في ذلك حياؤها الشهير، كانت، وإلى حد كبير، نتيجة تصرفات متعمدة مدروسة بعناية، ويعترف المصدر،

أن صورة (ديانا الخجولة Shy Di) لم تكن، في الواقع، أكثر من خرافة نشأت؛ لأن ديانا كانت تخفض رأسها، فيتهدل شعرها ليغطي وجهها، والنتيجة أنها كانت تضطر إلى النظر إلى أعلى من حين لآخر لترى أين يقف الصحفيون⁷⁰³، وطورت ديانا ذكاء تحليليًا بارعًا في مجال العلاقات العامة، على الرغم من أنها لم تكن شخصية بارعة في التحليل فيما يتصل بالأمور الأخرى، وفشلت علاقة شقيقتها العاطفية بالأمير تشارلز، فأجرت تحليلًا دقيقًا لكل الأخطاء التي ارتكبتها شقيقتها في أثناء العلاقة⁷⁰⁴.

وتفادت ديانا التصرف السخيف المتمثل في تفضيل بعض الصحفيين وإهمال آخرين، ويقول آشلي والتون Ashley Walton، من صحيفة Daily Express: «بعد زواجها من الأمير تشارلز، لم تُظهر ما يشير إلى تحيُّزها لطرف دون آخر، وكانت تتحدث معنا جميعًا، وتحرص على الاقتراب منا جميعًا، وتبادل الحديث معنا»⁷⁰⁵.

وكانت ديانا تهتم بالتعرف إلى المحررين والمديرين في كل وسيلة إعلامية مهمة، وكانت تعرف كل الصحفيين الذين يلاحقون خطواتها⁷⁰⁶، تمامًا مثلما كانت تعرفهم عندما كانت في مطلع شبابها قبل أن تتزوج، وذات يوم، دعت محرري الصحف الرئيسية إلى مأدبة غداء خاصة في قصر Kensington، فنقول كاتبة سيرتها: «تحولت مقابلة الأميرة في مقرها الخاص إلى تجربة عميقة التأثير شملت مختلف أنواع وسائل الإعلام؛ تجربة جمعت كل ما تعلمته ديانا وما رغبت في عرضه». قال رئيس تحرير مجلة اجتماعية: «تحول كل شيء إلى أداء يدور حول فكرة: كيف تكونين ديانا»⁷⁰⁷.

وقد لجأت ديانا دائمًا إلى أساليب جديدة لاجتذاب الصحفيين ولإنشاء علاقات خاصة معهم تكسب بها الصحافة إلى صفها، وتمثل أحد الأساليب في ائتمان شخص ترغب هي في التلاعب به على سر، وكان الأمر يبدو «كأن خصوصيتها الهشة أصبحت فجأة بين يدي هذا الشخص (وعادة ما يكون رجلاً)»⁷⁰⁸.

ومع انتشار الأخبار حول زواجها المتعثر على نحو أكثر شيوعًا وحده، شعرت بضرورة تغيير الطريقة التي اتبعتها سابقًا لتكوين صورتها العامة، وأدركت أن عليها تعريف الناس بالقصة من وجهة نظرها، على أن يبدو الأمر كأن مصادر غيرها هي التي كشفت تلك الأسرار، واستقر رأيها على إصدار كتاب تصوّر فيه حياتها الزوجية التعيسة بأسلوب يجعل زوجها - الأمير تشارلز - هو الملوم الوحيد، ويُظهرها بصورة الضحية: امرأة حساسة محرومة من حب زوجها الذي يخونها، وكانت تتوق منذ وقت طويل لتحظى بحب زوجها الأمير، ولكنها لم تنل منه سوى التجاهل، ولم يكن باستطاعتها، من دون شك، تأليف الكتاب بنفسها، فعثرت على مؤلف، وأتاحت له مقابلة أصدقائها وأسررتها ومعارفها، وعلى الرغم من الدور الكبير الذي قامت به ديانا في الخفاء، لم يرد في الكتاب أي اقتباس عنها، وأنكرت علنًا مرات عدة أنها تعاونت مع المؤلف⁷⁰⁹. والواقع أنها وافقت كليًا على النص، فقد قرأت كل كلمة وردت في الكتاب قبل نشره، وأضافت تعديلات بخط يدها على هوامش

المخطوطة، وفي مطلع عام 1992م وبينما كان موعد نشر الكتاب يقترب، كتبت تقول لإحدى صديقاتها: «من الواضح أننا نستعد لثورة البركان، وأنا أشعر أنني مهيأة بصورة أفضل للتعامل مع كل ما يمكن أن يعترض طريقي»⁷¹⁰.

وسرعان ما أتت إستراتيجيتها ثمارها، فقد نُشرت مقاطع من كتاب أندرو مورتن Diana: Her True Story، الذي كشف الكثير والذي كان في الأساس من بنات أفكار ديانا، في مجلة Sunday Times قبل إصدار الكتاب رسمياً، وكان العنوان المكتوب بأحرف كبيرة على الصفحة الأولى كالآتي: «دفع تشارلز، الزوج اللامبالي، ديانا إلى محاولة الانتحار خمس مرات». وأما العنوان الفرعي فكان «انهيار الزواج أدى إلى المرض، فنقول الأميرة: إنها لن تصبح ملكة»⁷¹¹. كانت ديانا قد قدّرت رد فعل عامة الناس على نحو صحيح تمامًا، و«تمكنت (ديانا) نتيجة الأسرار التي كشفها مورتن، من إنشاء صلات عميقة مع ملايين الأشخاص، وأصبح لها قاعدة معجبين؛ جمعية أخوية»⁷¹².

وفي حين تصرف ديانا بوصفها حرفية في مجال الإعلام، كان زوجها الأمير تشارلز، الذي يتمتع بثقافة رفيعة بما لا يدع مجالاً للمقارنة معها، عكسها تمامًا: هاويًا أخرج في مجال العلاقات العامة، وعندما قرأ العناوين، كان رد فعله حاسمًا: «لا أريد رؤية تلك الصحيفة في هذا المنزل ثانية! وأما صفح الإشاعات، فلا أريد أن أرى أيًا منها أيضًا، وإذا أراد أحدهم الحصول على تلك الصحف، عليه إحضارها بنفسه، وهذا يسري على سموها الملكي»⁷¹³. ورفض تشارلز، بكل بساطة، سماع تلك الأخبار أو قراءة الصحف قائلًا: «آخر ما أود القيام به هو الاستيقاظ صباحًا وقراءة ماذا فعلت زوجتي الحمقاء المجنونة»⁷¹⁴.

وعندما نشرت ديانا ذلك الكتاب، خرقت بذلك واحدًا من أقوى المحرمات داخل العائلة المالكة، وكشفت عن حقيقة علاقتها الشخصية والشؤون الداخلية لعائلة ويندسور أمام الملأ، وهذا شيء لم يكن واردًا على الإطلاق في الماضي، ولكنها تمكنت من صياغة السردية، وغدت وجهة نظرها الخاصة بشأن حياتها الزوجية مع تشارلز هي الرواية التي صدقها معظم الناس، ويُظهر تعامل ديانا البارع مع وسائل الإعلام وحرفيتها في العلاقات العامة أنها كانت واحدة من عباقرة فن تسويق النفس، على الرغم من أنها لم تكن مثقفة بالمعايير التقليدية، إضافة إلى أنها لم تكن تتمتع بالذكاء على نحو خاص. تقول كاتبة سيرتها: «ربما كان تشارلز قد قرأ كتبًا أكثر منها، ولكن ديانا كانت الطرف المقرّر السريع والحاسم في قضيتها الخاصة... كانت، بمعنى ما، مديرة عرضها المسرحي الخاص»⁷¹⁵.

وعندما بلغت ديانا الواحدة والثلاثين، كانت قد انفصلت عن زوجها، وانطلقت «تدير شؤون شهرتها كأى علامة مميزة عالمية، وغدت حياتها مكرسة لرعاية امتياز علامة ديانا وترويجها والحفاظ عليها»⁷¹⁶، وتحول مكتبها في قصر James St.، تدريجيًا إلى ما يشبه بهو الاستقبال في وكالة إعلانات، حيث كان يوجد إطاران كبيران يحيطان بكثير من الصور المأخوذة من صفحات مجلات

عدة توثق إنجازاتها الناجحة بوصفها أميرة، وكان لديها فريق صغير، مؤلف من أفراد يتمتعون بذكاء حاد، وقام بتطوير أساليب حرفية بارعة للعلاقات العامة، وكان يتعامل مع التزاماتها بمنظور إستراتيجي⁷¹⁷.

ولكن علامة ديانا الفارقة الناجحة تلطخت عندما انتشرت أخبار ترويعها، بالمعنى الحرفي للكلمة، المتواصل بالهاتف لأحد عشاقها، وهو رجل متزوج، وكان الرجل متزوجًا من سيدة ثرية، ولا يرغب في الانفصال عنها تحت أي ظرف، ولكن ديانا كانت تتصل به عشرين مرة في اليوم، حتى في منتصف الليل، وعندما تسربت القصة إلى الصحافة، لم تعد اللهجة التي تتناول بها الصحف أخبارها تتسم بالتعاطف التام، ولكن ديانا لم تتوقف عن ابتكار حركات جديدة في مجال العلاقات العامة تساعد على إظهارها بالصورة المناسبة، وكان ذلك يعني، قبل كل شيء: إظهار نفسها بصورة ضحية تتعرض للخيانة؛ امرأة لا تطلب أكثر من الحب الذي لم تحصل عليه من زوجها المتحجر القلب، الذي كان يخونها منذ بداية زواجهما مع صديقته السابقة كاميليا باركر بولز
Camilla - Parker Bowles.

وكانت أنجح ضربات ديانا الموفقة في مجال العلاقات العامة مقابلة تلفزيونية أجرتها مع الصحفي مارتن بشير Martin Bashir، وكانت الأميرة قد قضت أسابيع في التدريب على إجاباتها في المقابلة التي بُنيت أخيرًا في الرابع عشر من تشرين الثاني/ نوفمبر عام 1995م في الليلة التي كان مقرراً فيها بث المقابلة، بدت شوارع لندن مهجورة، وجلس ثلاثة وعشرون مليون بريطاني دون حراك، وقد تسمّرت أنظارهم على أجهزة التلفزيون⁷¹⁸ وكان ما شاهدوه أداءً متقناً عبّر عن كل الأفكار الملائمة، وبدت الأميرة كمن يقرأ نصًّا مكتوبًا خاصًا بالعلاقات العامة طوّرت فيه رسائل معينة وصلت إلى صميم الأمور، ونجحت في إحداث التأثير المرغوب:

«أنا أفضل أن أكون ملكة على قلوب الناس ...».

«كان هناك ثلاثة أشخاص ضمن الزواج...» (في إشارة إلى كاميليا باركر بويلز).

«المؤسسة التي تزوجتُ أحد أفرادها قررت أني فاشلة...»⁷¹⁹.

(فيما يتعلق بدوافع خصومها): «بسبب الخوف على ما أعتقد، فقد كانت هناك امرأة قوية تحاول إنجاز أمر ما، ومن أين كانت تكتسب القوة اللازمة لمتابعة ما تقوم به؟»⁷²⁰.

وسردت ديانا قصتها بأسلوب يجعل كل امرأة عانت الظلم تتعاطف معها، وعندما سئلت عن علاقتها بالضابط جيمس هيويت James Hewitt، تفادت الاعتراف بوجود علاقة حميمة، وتجاهلت ببراعة السؤال حول العلاقة الجسدية، وحوّلت الحديث إلى الجانب العاطفي، قائلة: «نعم، كنت أعبه. نعم، كنت أعشقه، ولكنني شعرت بخذلان شديد»⁷²¹.

وتجاوب معها الجمهور كما كانت تتوقع، وكسبت دعمهم عندما سهّلت لهم التعاطف مع مشاعر معاناتها وصراعها مع (المؤسسة)، التي (قررت) أن ديانا فاشلة، ومع أنها لم تكن أبدًا من الداعيات إلى الحركة النسوية، إلا أنها تطرقت إلى روحية الفكرة النسوية، عندما وضعت أي انتقاد يوجّه إليها في سياق وضع العراقيل في وجه امرأة مستقلة وقوية «كانت تحاول إنجاز أمر ما» بطريقتها الخاصة.

وحققت رسائل ديانا الصميمية التأثير المرغوب، ففي يوم الأربعاء الذي أعقب بث المقابلة، أظهر استطلاع أجرته صحيفة Daily Mirror أن اثنين وتسعين في المئة من المشاهدين أعجبوا بمقابلة ديانا التلفزيونية، وحتى بعد أسبوعين، وفي استطلاع أجرته مجلة Sunday Times، قال 67% ممن شاركوا في الاستطلاع: إن ديانا كانت على حق في إجراء المقابلة، وكان رأي 70% أنها يجب أن تعمل سفيرة للنوايا الحسنة، و25% فقط قالوا: إنه من الأفضل لديانا أن تحدّ من نشاطها في الحياة العامة⁷²². وعندما عبّرت ديانا عن رغبتها في أن تصبح «ملكة على قلوب الناس» فإنها بذلك صاغت الرسالة الرئيسية لعلامتها المميزة بإيجاز يرسّخ تلك الرسالة في الذاكرة، فقد فعلت ذلك بأسلوب يماثل تمامًا ما فعله ستيف جوبز عندما بدأ في تسويق جهاز iPhone الذي ابتكره.

إذًا، كيف تمكنت ديانا من تحديد موقعها؟ لم يكن بإمكانها، من دون شك، الاعتماد على حسن مظهرها فقط، فقد أدركت ديانا منذ البداية - وهي شديدة البراعة في هذا الشأن - أنها لن تتمكن إطلاقًا من التألّق في المجال الفكري أو المجال السياسي. إذًا، لماذا تحاول التنافس في مجالات لا يمكن لها فيها إلا أن تخسر، وتخرج نفسها؟ كان الموقع الذي حددته لنفسها، الرمز المميز لها في دعايتها، هو (ملكة على قلوب الناس).

ومن الوجهة النفسية، كانت ديانا امرأة تفتقر تمامًا إلى التوازن النفسي، وتعاني مشكلات جدية: فقد كانت مصابة بالشره المرضي؛ وفي أعقاب شجار مع زوجها جرحت صدرها وردفيها بسكين جيب، وكانت غير قادرة على إنشاء علاقة طبيعية تتسم بالانسجام والحب مع أي من شركائها العاطفيين، وعاجزة تمامًا، كما يبدو، عن الارتباط بعلاقة ناجحة؛ إضافة إلى أن علاقات الصداقة العادية كانت صعبة بالنسبة إليها، وكان عدد الأصدقاء والصديقات الذين تنبذهم يزداد كل يوم تقريبًا، ويقول صديق مقرب منها: «لم يكن هناك صديق أو صديقة لم تتشاجر معهما في يوم ما»⁷²³.

وتقول كاتبة سيرتها: إن المفارقة في شخصية ديانا تكمن في أن «تلك المرأة التي كانت شفوفة بصدق مع الغرباء، كانت قادرة أيضًا على نبذ أقرب الناس إليها بقسوة»⁷²⁴، وسعت ديانا إلى التماس الراحة والنصيحة بشأن مشكلاتها من منجمين ذوي شخصيات غامضة، ومن معالجين نفسيين مزيفين، وقارئ الكف وقارئ الخطوط، وكانت تعيش تحت تأثير أولئك المشعوذين⁷²⁵.

ولكن ذلك كان جانبًا واحدًا فقط من شخصية ديانا، فقد كانت، وعلى غرار كثير من الأشخاص الذين يعانون مشكلات نفسية، تتحسس مشاعر الناس إلى درجة فائقة، وخصوصًا الأشخاص الذين لا

تعرفهم، وقد وصفتها كاتبة سيرتها ببراعة إذ قالت: «تخلصت من تعاسة حياتها، وحولتها إلى تقمص عاطفي لمشاعر الآخرين»⁷²⁶.

وكانت على الأرجح تعاني ما وصفه المحلل النفسي وولفغانغ شميدبوير Wolfgang Schmidbauer، في كتابه Helpless Helpers، بعبارة «متلازمة مقدّم المساعدة syndrome»، وهي عبارة تشير إلى نمط من المشكلات النفسية التي غالبًا ما توجد في أجواء المهن التي تقدم المساعدة للآخرين. ويحاول (مقدمو المساعدة) بدافع من شخصيتهم التي تتميز بنوعية خاصة، التعويض عن شعورهم بالدونية، بحيث يتكوّن لديهم هوس في دورهم بوصفهم مقدمي مساعدة، وفي الحالات القصوى، قد تؤدي رغبتهم هذه في تقديم المساعدة إلى إيذاء النفس وإلى إهمال العائلة وشريك الحياة، ما يؤدي في النهاية إلى الهبوط النفسي والإرهاق والكآبة.

واستنادًا إلى ما تقوله كاتبة سيرة ديانا: «كانت تتألق في حضور المقعدين والمرضى»، وكانت تتحول، خلال ثمانية، من أميرة نزقة لا تهتم إلا بنفسها إلى مقدّمة للمساعدة ترتبط بعمق بالناس، وتلتزم بالأشخاص المحتاجين للمساعدة⁷²⁷. وعندما كانت تخرج من عالمها الخاص لتزور مستشفى أو مأوى للمشردين، لم يكن ذلك «أبدًا من باب التواضع الملكي»⁷²⁸. وفي آخر مقابلة أجرتها قبل وفاتها، مع صحيفة Le Monde، قالت: «أنا أقرب إلى الناس الذين من الطبقة الدنيا مني إلى الناس الذين في أعلى السلم الاجتماعي»⁷²⁹.

وكانت ديانا تواجه صعوبة في التعامل مع الأشخاص المثقفين، وهذا أمر طبيعي، ولكنها عرفت كيف تحوّل مكنم النقص لديها؛ أي افتقارها للثقافة والذكاء التقليدي، إلى مزية، و«كانت قلة ثقة الأميرة بمقدراتها الفكرية ميزة غير متوقعة، حيث كانت تدفعها إلى التوجه فورًا نحو المظلومين في أي غرفة تدخلها؛ المستون، والمنطون على أنفسهم، وصغار السن»⁷³⁰. وقد وصفتها والدتها يومًا بأنها: «لم تكن تتحدث إلى الأشخاص الواثقين من أنفسهم بسهولة تعادل نصف السهولة التي تتحدث بها مع الذين يفتقرون إلى الثقة بالنفس... ولم تكن شديدة الثقة بنفسها، وكانت تدرك أنها تتمتع بموهبة التواصل مع الناس، واستخدمت هذه الموهبة بحكمة وسخاء»⁷³¹.

وجرى تداول مئات الحكايات عن جاذبية شخصية ديانا الجماهيرية السحرية وتعاطفها، الظاهري، الذي لا يعرف حدًا مع الفقراء والضعفاء والمرضى، وقد قال أحد الأشخاص يصف حدثًا حضره: «كان هناك إشراق ودفء يكتنفان حضورها، إضافة إلى جمالها، وكان بإمكان أي شخص الإحساس بضعفها، وراقبتها وهي تنحني للإصغاء، بكل اهتمام، إلى إحدى المشرفات على الرعاية، وظلت المشرفة تشعر بتأثير المقابلة حتى بعد عام، فقد عدّتها تجربة أساسية في حياتها، وفي ذلك الصباح، بدا وكأن جميع الحضور مرّوا بتجربة تحوّل روحية»⁷³².

وقال شخص آخر: إن ديانا كانت تتمتع بقدرة خاصة على إيجاد «إحساس لا ينضب بالحميمية» مع الأحداث الذين يفتعلون المشكلات أو مع الأطفال المقعدين، وحتى في وجود آلات التصوير

التلفزيونية، كانت نظرتها المتأملة وهي تصغي للحديث تدفع الأهل أو الأطفال الذين يتحدث معهم للإحساس بوجود حماية شخصية تكتنفهم⁷³³.

وقد لجأت ديانا، مرارًا وتكرارًا، إلى استخدام موهبتها الخاصة في التقمص العاطفي لأحاسيس الآخرين؛ لكسب تعاطف الصحفيين، حتى المتشككين منهم، وتصف مراسلة مجلة Sunday Times كيف كانت ديانا تقترب من ضحايا الألغام الأرضية، وتأثرت المراسلة عندما لاحظت أن ديانا لا تشيح بوجهها عن فظاعة الإصابات التي لم تكن المراسلة نفسها تستطيع النظر إليها مع أنها عملت سنوات في العالم الثالث، حيث تقول: «كانت تتمتع بصفة لم أشاهدها من قبل إلا لدى نلسون مانديلا، وهالة من نوع ما تجعل الناس يرغبون في الحضور معها، وإحساس طبيعي تمامًا نابع من القلب بكيفية زرع الأمل في قلوب الأشخاص المحرومين من الأمل في الحياة»⁷³⁴.

ووصف أحد أصدقاء ديانا حديثاً جرى بينها وبين سيدة أجهضت مرات عدة، وكانت يائسة لدرجة أنها انفجرت باكية، و«تدفقت كل مشاعر الحزن داخلها، وتحولت ديانا فجأة من إنسانة تشعر بالقلق على مستقبلها إلى إنسانة شفوقة إلى حد لا يصدق، وكانت قادرة على التوجه إلى الناس مباشرة والوصول إلى صميم مشاعرهم بأسلوب لا يصدق»⁷³⁵. ويصف صحفي أسترالي إحدى مقابلات ديانا مع الأطفال قائلاً: «كانت تتحني، وتركع لتبادل الحديث مع الأطفال، وكانت مختلفة، قريبة من الناس، وكان ذلك رائعاً بالنسبة إلينا، ووقّر لنا القصص المناسبة يومياً»⁷³⁶.

و(قصص مناسبة) يومياً، كان هذا سر نجاح ديانا: فقد جمعت بين موهبتها الخاصة في التقمص العاطفي وموهبتها الفريدة في مجال العلاقات العامة، وكانت مدمنة على قراءة المقالات التي يتحدث عنها، وبعد جولة لها في أستراليا ونيوزيلندا، بدأت كل صباح في تصفح الصحف بسرعة لرؤية صورها، وكانت تبدأ بصفح الأخبار الخفيفة والإشاعات، قبل الانتقال إلى الصحف الرصينة⁷³⁷. وقد وصفها أحد الصحفيين من صحيفة Express Daily بأنها «مدمنة حقيقية على الصحافة، وكانت تقرأ كل ما يكتب عنها منذ البداية، وتعرف بالدقة من كتب عنها، وماذا كتب، وقد كنا نعرف ذلك لأنها كانت ترسل لنا ملاحظاتها على قصص معينة، وعندما كانت تعيش في Highgrove، كانت تأخذ مبلغاً من المال، وتذهب إلى مدينة Tetbury لتعود محملة بالصحف والمجلات، وكنا نرسل الموزعين إلى باب منزلها، وفي حال وجود صورتها على غلاف مجلة ما، كانت تشتري المجلة»⁷³⁸.

وكانت ديانا، من جهة، تنذمر من المصورين الذين يلاحقون المشاهير والذين كانوا يحيطون بها أينما ذهبت، ولكنها من جهة أخرى، كانت تشعر بالانزعاج إذا لم تُسلط آلات التصوير عليها، و«عندما لا تكون خارج المنزل تقوم بدور أميرة الشعب، وكانت تقبع داخل حجرتها لتفكر ماذا تفعل بكل تلك الطاقة والجاذبية الجماهيرية، اللتين لا تجدان متنفساً لهما إلا بالتزلف للآخرين»⁷³⁹.

ويصعب على أي مراقب خارجي التمييز بين ما هو حقيقي وطبيعي في حياة ديانا وما هو مصطنع، والأرجح أنها هي نفسها لم تكن تدرك الفرق، وتقول الصحفية باتريشيا دراير Patricia Dreyer،

من مجلة Der Spiegel، في مقدمة الترجمة الألمانية لسيرة ديانا التي كتبتها: «في البداية، كان ذلك التعبير الوديع الفريد في عينيها ناجماً عن حياؤها، لكنها تغلبت على ذلك الحياء منذ وقت طويل، وأصبح تعبير الوداعة جزءاً من تصرفاتها المحسوبة التي تأخذ آلات التصوير في الحسبان، وكان التزامها بالأشخاص الذين تجاهلهم المجتمع - مرضى الإيدز، المشردون - نابغاً من روحية حب تقديم المساعدة الصادقة، ولكن ما يبدأ شيئاً عاطفياً يمكن أن يتحول أيضاً إلى سلاح: اختارت ديانا رعاية المشاريع التي كان أعضاء العائلة المالكة الآخرين يتفادونها»⁷⁴⁰، وسمح لها ذلك أن تبدو أكثر إنسانية وتطوراً، ومكّنها من استعادة محبة كثير من الأشخاص للملكية البريطانية التي كانت تُعدّ، إلى حين مجيء ديانا، مؤسسة تقليدية نخبوية بعيدة عن الناس.

وكما يحصل مع كثير من الأشخاص الذين يصبحون مشهورين إلى حد لا يصدق، تطورت لدى ديانا نزعة جنون العظمة عوّضت بها عن مركب النقص الذي تعانیه، وقالت يوماً لمن حولها على مائدة الطعام، وبصورة عرضية: إنها تستطيع حل مشكلة «الاضطرابات» في أيرلندا الشمالية، التي كانت، منذ ستينيات القرن العشرين، تعيش حرباً أهلية أزهدت آلاف الأرواح، وبررت تفاولها بإمكانيتها حل النزاع بالقول: «أنا ماهرة في مساعدة الناس على إيجاد حلول لمشكلاتهم»⁷⁴¹.

وعرفت ديانا كيف تحوّل مركبات النقص التي تعانيتها ونقاط ضعفها النفسي إلى مزايا ذات فاعلية عالية، وساعدها افتقارها إلى الثقافة على تطوير ألفة مع العامة، وحوّلت ظروفها النفسية إلى متلازمة مقبّمة المساعدة، وكان الضعف الذي تستشعره في أعماقها يمثل أساس تقمصها العاطفي لأحاسيس الآخرين، ما سمح لها بأن تصبح ملكة على قلوب الناس.

الأدوات التي لجأت إليها ديانا لتكوين علامتها المميزة

1 لم تشغل نفسها بالتنافس في مجالات يمكن أن تخسر فيها (مسائل فكرية، أو مسائل تُعدّ فيها المعارف والثقافة أمراً مهماً). وحوّلت ضعفها - هشاشة شخصيتها وتناذر مقدم المساعدة لديها - إلى قوة.

2 كانت منذ البداية ناشطة في العلاقات الصحفية، وأوجدت علاقات شخصية مع المحررين والمصورين، واهتمت بالصحفيين على المستوى الشخصي.

3 لجأت إلى استخدام كل أدوات العلاقات العامة، وأبرزها، كتاب يكشف بعض الأسرار كلفت مؤلفاً بكتابتها، ومقابلة تلفزيونية مهمة، وتفوقت على تشارلز، الذي تحوّل من فتى أحلامها إلى خصم لها، بالتفسير الذي قدمته، وبذلك حددت إطاراً لتفسير وضعهما الزوجي.

4 تجاوزت المحرمات أكثر من مرة، عندما تكلمت بصراحة عن الصعوبات والمشكلات التي تعانيتها في زواجها وفي علاقتها مع العائلة المالكة.

5 في مجال العلاقات العامة، طوّرت، وبكل حرفية، رسائل قوية تعلق في الذاكرة، وتصل إلى صميم الأمور، فعلى سبيل المثال: «أفضل أن أكون ملكة على قلوب الناس».

6 على الرغم من مركزها الرفيع، كانت قريبة من الناس، ولم تكن متغترسة، وجعلت من تقمصها العاطفي لأحاسيس الضعفاء الرمز المميز لدعايتها.

7 قدمت نفسها للصحافة ولعامّة الناس بوصفها ضحية لتفسير فشل زواجها: «كان هناك ثلاثة أشخاص ضمن الزواج، والمؤسسة التي تزوجت أحد أفرادها قررت أني فاشلة».

كيم كارداشيان مشهورة لأنها شهيرة

كيم كارداشيان ويست لديها أكثر من مئة واثنين وستين مليون متابع في موقع إنستغرام؛ أي أكثر من ليونيل ميسي Lionel Messi (144 مليون متابع)، وهو اللاعب الذي ضرب الرقم القياسي في عدد المرات التي حصل فيها على جائزة الفيفا FIFA السنوية بوصفه أفضل لاعب عالمي، إذ حصل على الجائزة ست مرات منذ عام 2009م، وفي موقع تويتر، لدى كيم ستون مليون متابع، وهو رقم يقارب عدد متابعي الرئيس الأمريكي دونالد ترامب (74 مليون متابع تقريباً)⁷⁴²، ويفوق عدد متابعي الأخبار العاجلة في قناة CNN (50 مليوناً). إذًا، ما الذي يتطلبه الأمر للتوصل إلى درجة من الشعبية في وسائل التواصل الاجتماعي توازي ما بلغه أقوى سياسي وأفضل لاعب كرة قدم في العالم؟ كيم هي واحدة من أفراد عائلة كارداشيان جينر Kardashian Jenner التي رسخت نفسها بوصفها إحدى أغنى العائلات الشهيرة في الولايات المتحدة، وقد وصفت مجلة Forbes أخت كيم غير الشقيقة، كيلي جينر Kylie Jenner، بأنها أصغر مليارديرة عاصمية في التاريخ⁷⁴³.

وغالبًا ما يدّعي المشاهير أنهم عبّروا منذ طفولتهم عن رغبتهم في أن يصبحوا مشهورين في مستقبل حياتهم، ولكن لا يمكن التحقق من ذلك إلا فيما ندر، وأما في حالة كيم، فهناك فيديو يُظهرها وهي في الثالثة عشرة من العمر تقول فيه: «هل هناك من يسجل هذا الفيلم؟ أمل ذلك؛ لأنكم عندما تروني وقد غدوت مشهورة وراشدة، سوف تتذكروني بأي كنت هذه الطفلة الصغيرة الجميلة»⁷⁴⁴، وهناك شبان وشابات كثيرون يحلمون بالشهرة، ولكن كيف تمكنت كيم من تحويل الحلم إلى حقيقة؟

لحقت بوالد كيم، روبرت كارداشيان Robert Kardashian، سمعة سيئة؛ لأنه كان الصديق المقرب من لاعب الرجبي أوريثال جيمس سيمبسون O. J. Simpson، والمحامي الذي دافع عنه في واحدة من أشهر محاكمات جرائم القتل في الولايات المتحدة، وإذا كانت كيم، المولودة عام 1980م قد ذُكرت عرضًا في مطلع الألفية الثالثة، فلأنها كانت، في أفضل الأحوال، ابنة محامي أو. ج. سيمبسون⁷⁴⁵.

وكانت إحدى الإستراتيجيات التي لجأت إليها كيم، منذ البداية، لتحقيق النجاح هي سعيها لمصاحبة أشخاص أكثر منها شهرة، وبدأت بفكرة عمل يمكن أن يربطها بالمشاهير: كانت تنظم للمشاهير خزائن ملابسهم، الطافحة بالثياب، وتعرض الملابس التي لم يعودوا في حاجة إليها للمزاد عن طريق موقع eBay، وعملت مع كثير من الزبائن المرموقين، من بينهم سيندي كراوفورد Cindy Crawford وسيرينا ويليامز⁷⁴⁶ Serena Williams واشتهرت باسم (ملكة مشهد الخزانة)⁷⁴⁷،

في إشارة إلى المشهد الدراماتيكي الشهير (مشهد الخزانة) في مسرحية هاملت Hamlet لشكسبير Shakespeare، حيث يختبئ أحدهم في غرفة ملابس والدة الأمير، وكانت إحدى زبونات كيم الشهيرات، باريس هيلتون Paris Hilton، وريثة فنادق هيلتون، التي كانت تصغر كيم ببضعة أشهر فقط، وسرعان ما أصبحت أحد النماذج التي تقتدي بها كيم.

وفي عام 2003م وقّعت باريس هيلتون وشقيقتها عقدًا مع شبكة FOX التلفزيونية للظهور في برنامج جديد لتلفزيون الواقع، وهو Simple Life، كان مقرّرًا أن يُبث اعتبارًا من شهر كانون الأول/ديسمبر من عام 2003م قبل بضعة أسابيع من ذلك التاريخ، وكان عمود الإشاعات في صحيفة New York Post، المعروفة بنشر الإشاعات حول المشاهير، أول من ذكر أن هناك فيلمًا بطلته باريس هيلتون، وتظهر في الفيلم باريس، التي كانت آنذاك في الثالثة والعشرين، مع صديقها ريك سالومون Rick Salomon، ويعود تاريخ تصوير الفيلم إلى شهر أيار/مايو من عام 2001م. وكان من عادة صديق باريس هيلتون، وهو لاعب بوكر محترف وتاجر مخدرات سابق، تصوير أفلام وهو يعيث مع صديقاته، ومن دون شك لم تكن تلك الأفلام تصوّر من أجل النشر، ولكن للاستعمال الخاص فقط، ومع ذلك، عرض سالومون فيلم باريس هيلتون على موقعه الشخصي لقاء خمسين دولارًا للنسخة، ومن ثم تفاوض مع شركة Red Light District Video، حول الموافقة على حق التوزيع، ويقال: إن باريس هيلتون وافقت على نشر الفيديو مقابل دفعة قدرها 400 ألف دولار وحصّة من الأرباح، وساعد الفيلم على نجاح برنامج تلفزيون الواقع الذي تظهر فيه باريس هيلتون، وهو The Simple Life، الذي بدأ عرضه بعد مدة وجيزة.

وكانت كيم معجبة بباريس هيلتون، وترى فيها نموذجًا يحتذى، وبدأت ضجة العلاقات العامة التي أحاطت بفيلم باريس هيلتون، وساعدت على إبراز برنامج تلفزيون الواقع الذي شاركت فيه، درسًا مهمًا لكيم في دور وسائل الإعلام في لفت الأنظار، وكانت كيم آنذاك غير معروفة أبدًا، ولكنها تظهر في بعض الصور بوصفها إحدى صديقات باريس هيلتون.

وقد وصف إيليو مينتز Elliot Mintz - الذي كان يعمل لدى باريس هيلتون مستشارًا للعلاقات العامة (وسبق له أن مثل موسيقيين بارزين مثل جون لينون ويوكو أونو Yoko Ono وبوب ديلان) - كيم بأنها كانت شديدة الاختلاف عن الشابات الأخريات في أجواء النوادي: كانت دائمًا لبقة وبالغة التهذيب، ولم تكن تشرب الكحول أو تتعاطى المخدرات، وكانت شديدة الدقة في مواعيدها⁷⁴⁸، ولم تحاول إطلاقًا ارتكاب خطأ محاولة لفت الأنظار على حساب باريس، وكانت تتعلم منها بحماس، يقول كاتب سيرتها شين سميث Sean Smith: «إذا نظرت إلى الأشياء الكثيرة التي حاولت (كيم) القيام بها لاحقًا، تلاحظ أن باريس كانت قد حاولت القيام بها أولًا»⁷⁴⁹، ويضيف سميث أنه بدأ واضحًا فيما بعد «كيف كانت جوانب عدة في حياة كيم كارداشيان نسخة دقيقة عن العلامة المميزة التي تتسم بها شهرة باريس هيلتون، سواء بصورة واعية أو غير واعية»⁷⁵⁰، فقد انطلقت شهرة كيم كارداشيان بفيلم تبعه برنامج من نوع تلفزيون الواقع، وفي شهر تشرين الأول/أكتوبر من عام 2003م قام صديق كيم آنذاك، وهو مغني الراب ريه جي Ray J، بتصوير فيلم ظهر فيه مع كيم،

وعلى الرغم من ادعائهما أن الفيلم لم يكن المقصود منه أن يراه أشخاص آخرون، فإن هناك بعض الأسباب التي تدعو للشك في أقوالهما⁷⁵¹. وعندما شاع خبر الفيلم، كانت والدة كيم؛ كريس جينر قد أجرت مفاوضات مع المحطة التلفزيونية E! حول برنامج من نوع تلفزيون الواقع يعرض حياة عائلة كارداشيان، ويورد جيرى أوبنهايمر، في السيرة التي حملت عنوان عائلة كارداشيان The Kardashians، قولاً مقتبساً عن شخص مطلع على الشؤون الداخلية للعائلة يدّعي فيه أن «كريس (والدة كيم) أدركت مدى قيمة الفيلم، فقد كانت تعرف أن الفيلم جعل من باريس هيلتون شخصية بارزة، وتصورت أنه بإمكان فيلم كيم أن يفعل الشيء نفسه، ووصل الفيلم إلى شركة Vivid Entertainment، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وكانت كريس تعي تمامًا ما تفعله، وسأيرتها كيم، وكان الأمر يتعلق بالمال والشهرة»⁷⁵². وفي المقابل، يروي كاتب سيرة كيم؛ شين سميث، أن والدتها شعرت بالفزع عندما علمت بوجود الفيلم المنزلي⁷⁵³.

وأقامت كيم دعوى ضد شركة Vivid Entertainment في محاولة لمنع نشر الفيديو الذي كانت الشركة تنوي عرضه تحت عنوان: كيم كارداشيان، نجمة خارقة Kim Kardashian, Superstar، و«تكمن المفارقة في أن اهتمام وسائل الإعلام بالفيلم، الذي استناره الإجراء القانوني الذي قامت به كيم، كان بالضبط هو نوع الشهرة التي يحتاج إليها الفيلم لضمان رواجه»⁷⁵⁴. فمن دون القضية التي أقامتها كيم، لم يكن الفيديو، دون شك، سيلقى كل هذا الراج، وبعد مفاوضات مطولة، وافقت شركة Vivid وكيم وصديقها السابق ريه جي على صفقة كانت، وفق زعمهم، تعطي كيم 5 ملايين دولار لقاء سحب الدعوى، إضافة إلى بضع مئات آلاف الدولارات، والأهم من هذا كله، حصة من أرباح عرض الفيلم، وأصبح ذلك الفيديو أحد أكثر الأفلام رواجًا في التاريخ⁷⁵⁵، ولم تكتفِ كيم كارداشيان بأنها أصبحت امرأة مليونيرة بجهدا الخاص⁷⁵⁶، لكنها إلى جانب ذلك استغلت الفيديو الفضائحي - كما فعلت باريس هيلتون - وجعلت منه منصة العلاقات العامة المناسبة تمامًا للانطلاق نحو برنامج تلفزيون الواقع الجديد، وهو Keeping Up With the Kardashians، وعرض البرنامج أولاً على قناة E! في 14 تشرين الأول/أكتوبر من عام 2007م ولغاية تاريخ اليوم، وعرض من البرنامج ما مجموعه 247 حلقة، خلال 15 موسمًا⁷⁵⁷. وخلال الأسابيع الأربعة الأولى، فقط، جذب البرنامج أكثر من 13 مليون مشاهد، ولم يكن الفيلم الحركة البارعة الوحيدة في مجال العلاقات العامة التي عززت شهرة كيم: ففي شهر كانون الأول/ديسمبر من عام 2007م ظهرت صورتها على غلاف مجلة Playboy، وجرى توثيق جلسة التقاط الصورة للمجلة الخاصة بالرجال في إحدى حلقات برنامج تلفزيون الواقع⁷⁵⁸.

وقد حصل كل ذلك في أفضل توقيت ممكن؛ لأنه صادف تمامًا بدء عرض المسلسل، وفي البداية، سرت إشاعات حول وجود فيلم غير اخلاقي، ثم جاءت الدعوى القضائية التي أقامتها كيم لمنع توزيع الفيلم، وهو ما أثار اهتمام الناس فعليًا، وأعقب ذلك عرض فيلم Kim Kardashian Superstar، وأخيرًا جاءت بداية عرض المسلسل وصورة غلاف مجلة Playboy. ولكن، كيف كان يُفترض في خطة كيم لإحراز الشهرة أن تأخذ مجراها؟ بعد بدء عرض حلقات البرنامج،

تعهدت كيم في قرارة نفسها: «وعدت نفسي أنني سوف أقوم هذا العام بفعل أمور تتجاوز، نوعًا ما، منطقة الأمان التي أعيش فيها»⁷⁵⁹.

وفي البداية، كان كل ما تعرفه هو أنها تريد أن تصبح مشهورة إلى أقصى حد، ولكنها لم تكن تعرف كيف يمكن تحقيق ذلك، وكان من الطبيعي أن تسعى شابًا جذابة، بكل ما تملك من جهد، إلى العمل بوصفها ممثلة سينمائية أو مغنية، وحاولت كيم أن تمثل وأن تغني، لكنها لم تنجح، والمفارقة أن فيلمها الأول، الذي حمل اسم Disaster Movie (الفيلم الكارثة)، كان كارثة بالفعل، وشغل المرتبة الرابعة عشرة في استطلاع إلكتروني أجرته مجلة Empire حول أسوأ خمسين فيلمًا في التاريخ⁷⁶⁰. وقالت صحيفة Observer: «كان يمكن أن يكون أسوأ فيلم، هذا إذا اعتبرناه فيلمًا في الأصل»⁷⁶¹، حتى إن كيم رُشحت في عام 2008م لجائزة Golden Raspberry بوصفها أسوأ ممثلة مساعدة⁷⁶².

وبعد محاولة كيم الأولى، الفاشلة، في التمثيل، حاولت الوصول إلى الشهرة عن طريق الرقص، وهذا أيضًا مسار مطروق للشابات الراغبات في النجومية، وشاركت في برنامج Dancing With the Stars، في شبكة ABC، لكنها أُخرجت من المسابقة بعد أسبوع واحد فقط⁷⁶³، ولم تستسلم كيم، على الرغم من هذه النكسة، بل حوّلت تركيزها نحو الغناء، ففشلت أغنياتها (Jam,) (Up) ولم تحقق سوى 14 ألف عملية تحميل عن الإنترنت خلال الأسبوع الأول على برنامج iTunes⁷⁶⁴. وعندما عادت كيم للتفكير فيما حصل، اعترفت بخطئها بالقول: «من أعطاني الحق في التفكير في أنني أستطيع أن أصبح مغنية؟ أعتقد أنني لا أملك صوتًا جميلًا»⁷⁶⁵.

ومع ذلك، لم تستسلم كيم، فقد كانت الشهرة هي الهدف الأهم في حياتها، وكانت على استعداد للقيام بأي شيء لتحقيق هذا الهدف، وأبرز المنتج الموسيقي دامون توماس Damon Thomas، وهو زوجها السابق مدة ثلاث سنوات، الجانب السلبي لطموحها: «كيم مهووسة بالشهرة، وهي لا تستطيع الكتابة ولا الغناء ولا الرقص، ولهذا ترتكب أمورًا ضارة بها فقط لكسب اعتراف وسائل الإعلام، وفي رأيي أن هذه بهدف الشهرة»⁷⁶⁶.

ما يميز كيم هو تمتعها بأخلاقيات العمل والتصميم واستعدادها لتحمل مشاعر الإحباط، إلى حد لا يصدق، وكان المعروف عنها إدمانها على العمل، وقد وصفتها شقيققتها الكبرى، كورتنى، يومًا بأنها «تواعد عملها»⁷⁶⁷. وعلى الرغم من كل محاولاتها الفاشلة لتحقيق النجاح بوصفها ممثلة وراقصة ومغنية، ظلت متمسكة بحلمها الكبير في الوصول إلى الشهرة. تقول كيم: «عليك ألا تفقد التزامك، فبعضهم يبدأ، ثم يتوقف، أو يتكاسل قليلًا، وفي كل عام، نضع أنا ووالدتي قائمة بالأهداف التي سنحققها»⁷⁶⁸ فهذا أسلوب تشترك فيه مع كثير من الأشخاص الذين حققوا نجاحًا باهرًا. يقول كاتب سيرتها سميث: «يبدو وكأن كيم وقفت أمام المرأة، وقررت كيفية الاستفادة بأفضل وجه من كل جزء منها، من الأعلى إلى الأسفل، من رأسها حتى أخصص قدميها، فهي تنتهز أي فرصة تسنح لها، وتحرص على الاندماج فيها بشخصها، وليس فقط بوصفها مخلوقًا آليًا شهيرًا»⁷⁶⁹.

وكان نجاح كيم، وما زال، يستند إلى إتقانها لعبة وسائل التواصل الاجتماعي، فقد أدركت في وقت مبكر، وقبل كثير من الأشخاص الآخرين، ما تتطوي عليه تلك الوسائل من إمكانيات، واستغلت تلك الإمكانيات بمهارة تفوق مهارة ملايين الشباب اللواتي يرغبن في أن يصبحن (مؤثرات) وثريرات ومشهورات. ومع بداية عام 2010م كان لديها مليونان وسبع مئة ألف متابع، وقيل يومها: إنها حصلت على 10 آلاف دولار مقابل إطرائها نوعًا من السلطة على موقع تويتر: «أنا الآن في طريقي إلى مطعم Carl's Jr. لتناول الغداء... هل جربتم هذا المطعم؟»⁷⁷⁰.

وأصبحت كيم وجه حملات دعائية ناجحة على وسائل التواصل الاجتماعي لمطاعم CKE، وعلامات تجارية أخرى، وأطلقت مؤخرًا عطرًا يحمل علامتها الخاصة في شباط/ فبراير من عام 2010م⁷⁷¹. وزاد برنامج تلفزيون الواقع Keeping Up With the Kardashians من شهرتها، وفي نهاية عام 2010م كانت كيم على رأس قائمة نجوم تلفزيون الواقع الأعلى أجرًا، حيث قُدِّرَ أجرها بستة ملايين دولار، في العام نفسه، كان عدد من بحثوا في شبكة الإنترنت عن كيم يفوق عدد الباحثين عن باراك أوباما Barak Obama، رئيس الولايات المتحدة الأمريكية أو جاستن بيبير Justin Bieber، النجم الكبير⁷⁷²، وكانت تتقاضى 100 ألف دولار لقاء حضورها، فقط، إلى نادٍ ليلي ما معين⁷⁷³. وبحلول شهر تموز/ يوليو 2010م كان متحف مدام توسو Madame Tussauds للتماثيل الشمعية، في مدينة نيويورك، يعرض تمثالًا لكيم كارداشيان⁷⁷⁴.

وإذا كانت كيم تشعر في البداية بأنها في حاجة إلى أن تكون شخصية استثنائية - إما بوصفها ممثلة أو مغنية أو راقصة - فإنها سرعان ما أدركت أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح لها أن تصبح مشهورة؛ لأنها شهيرة، كما يقول التعبير الازدرائي، وكل ما يتطلبه الأمر هو الانطلاقة الصحيحة - في حالة كيم كان الفيلم ومسلسل تلفزيون الواقع هما الانطلاقة - التي يعقبها جهد مضني لإيجاد علامة فارقة مميزة، و«بالنسبة إلى عائلة كارداشيان، فقد كانت فلسفة إيجاد العلامة المميزة بسيطة: أولاً، انشري علامتك على أوسع نطاق ممكن، وتفاعلي دائمًا مع الأوضاع، وإذا ازداد وزنك، تدبري أمر إبرام صفقة لترويج حبوب تساعد على التزام نظام غذائي؛ ثانيًا، اظهري قدر استطاعتك وأشركي الناس في حياتك قدر الإمكان؛ لأن الناس يهتمون بالظروف الصعبة قدر اهتمامهم بالظروف السعيدة؛ ثالثًا، استخدم مواقع فيسبوك وتويتر وإنستغرام، وأي وسيلة تواصل إلكترونية أخرى تخطر في بالك، للتواصل مع الناس»⁷⁷⁵.

وكانت كيم تعتمد بصورة رئيسة على وضع صورها على صفحاتها، وعلى غرار معظم الأشخاص الذين يسوقون أنفسهم، جعلت من سمة خارجية معينة رمزًا مميزًا لها في دعايتها، ومثلما كان لشوارزينغر عضلاته ثنائية الرأس، ولكارل لاغرفيلد خصلة شعره ونظاراته الشمسية وياقته العالية، ولدونالد ترامب شعره، ولألبرت أينشتاين مظهر العالم المخبول، كان لكيم كارداشيان عجزها، وعندما حصلت كارديشيان على جائزة سيدة الأعمال الريادية لعام 2011م من مجموعة Women of the Year Awards، التي ترعاها مجلة Glamour، في لندن، تنامي الاهتمام بردفيها إلى حد تصويرها بالأشعة؛ للتأكد من أنها حقيقية وخالية من أي أنسجة مزروعة⁷⁷⁶، وفي

إحدى حلقات برنامج تلفزيون الواقع *Keeping Up With the Kardashians*، عرضت كيف جرى تصوير مؤخرتها بالأشعة من قبل طبيب، ومن ثم قامت الممرضات بنشر صور الأشعة⁷⁷⁷. وكان ذلك برهانًا على أن مؤخرة كيم كانت حقيقية، وأعلنت هي العالم بأسره بهذه الحقيقة.

وفي السنوات اللاحقة، لم يتوقف الجدل على شبكة الإنترنت وفي وسائل الإعلام حول ما إذا كانت مؤخرة كيم حقيقية أو نتيجة جراحة تجميلية، ونجحت كيم مرارًا في لفت الأنظار عبر لقطات مثيرة تركز على مؤخرتها بعد عامين، فقد حدث يومًا أن صحيفة محترمة مثل *Daily Telegraph* تحدثت عن صورة معينة اجتذبت قدرًا هائلًا من الاهتمام: «في شهر أيلول/سبتمبر من عام 2014م تسببت مجلة *Paper Magazine*، المتخصصة في الأخبار الفنية والاجتماعية، في حصول أحد أهم الأحداث الثقافية في هذا العام، وربما في هذا العقد، وذلك عندما سعى العاملون فيها إلى «اقتحام الإنترنت» بصورة لكardashians، فقد أثارت صورة لكardashians مرفقة بوسم *#BreakTheInternet*، موجة صدمة من التشارك في الصورة في شبكة الإنترنت، وتلقى الموقع ما يزيد على خمسين مليون طلب لمشاهدة الملف في يوم واحد؛ أي ما يعادل 1% من كل حركة الإنترنت في الولايات المتحدة في ذلك اليوم»⁷⁷⁸.

وعلق ميكى بوردمان *Micky Boardman*، محرر في مجلة *Paper*، على غلاف المجلة قائلاً: «ظننا آنذاك أن الغلاف سيبدو رائعًا، ولم يخطر في بالنا أنه سيبدو ظاهرة ثقافية هزلية، وهناك كثير من المشاهير الذين لا يرغبون في القيام بأي تصرف خطر، ولكن كان لدينا شعور بأن كيم كانت تريد القيام بشيء ما جامح، شيء أيقوني، وهذا تمامًا ما حصل»⁷⁷⁹، ولم تشعر كيم يومًا ما بالخشية من استقطاب الاهتمام، وكان ذلك عاملًا مساعدًا على إيجاد علامتها المميزة، حيث «لدى الناس دائمًا رد فعل تجاهها، فهم إما أن يحبوا كيم أو يروا فيها رمزًا لكل ما هو خاطئ في المجتمع، وقلة من الناس فقط يمكنها أن تستثير رد فعل بهذه القوة»⁷⁸⁰.

وكان أحد العناصر الرئيسية في نجاح كيم وعائلة كارداشيان هو أن علامتهم المميزة لم تكن تخص فردًا بعينه، ولكن عائلة بأكملها، وكانت قيمة العلامة الجماعية لعائلة كارداشيان، تنتمي في كل مرة يُذكر فيها أحد أفراد العائلة في الأخبار، وقامت الوالدة كريس، التي تطلق على نفسها اسم (*Momager*) (والدة شخصية مشهورة ومديرة أعمالها في الوقت نفسه) بدور محوري في نجاح العائلة. تقول إيرين كلازاس *Erin Klazas*، في تحليل لهذه الظاهرة: إن عائلة كارداشيان هي رمز لنوع خاص من الفردية: «هو نوع من الفردية الجماعية، فالشقيقات كارداشيان، وعن طريق الروابط القوية التي تجمعهن، يروجن لعلامة مميزة واحدة جرى تصميمها، بحيث تحقق التمكين، إضافة إلى كونها نتاج ريادة ذاتية جماعية في مجال الأعمال»⁷⁸¹.

وأحيانًا، لم يكن واضحًا ما هو الحقيقي وما هو مجرد فكرة بارعة لبرنامج تلفزيون الواقع، وأحد الأمثلة على ذلك زواج كيم من نجم كرة السلة كريس همفريز *Kris Humphries*، الذي عرض

عليها الزواج في أيار/ مايو، وقدم لها خاتماً بقيمة مليوني دولار، وشاهد الحلفتين اللتين عُرض فيهما حفل الزفاف أربعة ملايين وأربع مئة ألف مشاهد، وأربعة ملايين مشاهد، على التوالي، ولكن بعد اثنين وسبعين يوماً من الزفاف طلبت كيم الطلاق⁷⁸².

واختارت كيم أصدقاءها وعشاقها وأزواجها، منذ البداية، على أساس (عامل الشهرة) الذي يتمتعون به، وصعدت سلم الشهرة من أدنى درجاته إلى قمته، وكان كل شريك عاطفي جديد يتمتع بشهرة تفوق شهرة من سبقه، ففي نيسان/ إبريل من عام 2012م، أعلنت كيم رسمياً علاقتها بكين ويست، وما زال، Kayne West⁷⁸³، وفي أيار/ مايو من عام 2014م عقدا زواجهما، وكان كين ويست، وما زال، من أهم الموسيقيين في العالم في مجال الهيب هوب والأغاني الشعبية، واعترافاً من مجلة Time بتأثيره في الثقافة الشعبية، أدرجته عام 2005م على قائمتها التي تضم أسماء الشخصيات المئة الأكثر تأثيراً في العالم، ومن ثم عادت لتدرجه في القائمة نفسها في عام 2015م، وخلافاً للكثيرين من مغني الراب، لم ينشأ كين في الأزقة، ولم يتاجر في المخدرات ولم يمارس الاحتيال، فقد درس الأدب الإنجليزي في ولاية شيكاغو، ولكنه لم يكمل دراسته⁷⁸⁴، وإن زواج كيم من كين ويست منحها دفقة شهرة إضافية كبيرة، وكان اسمها دائماً في عناوين الصحف، وفي شهر آب/ أغسطس من عام 2014م ذكرت وسائل الإعلام أن الزوجين اشترى منزلاً بسعر عشرين مليون دولار؛ ولضمان خصوصيتهما، اشترى المنزل المجاور له بسعر مليونين وتسع مئة ألف دولار⁷⁸⁵.

وأصبح اسم كيم كارداشيان مرادفاً لتعبير (بلوغ الشهرة) وهو أيضاً، للمصادفة، الفكرة الرئيسة في لعبة الفيديو (Kim Kardashian: Hollywood) التي أطلقتها في تموز/ يوليو من عام 2014م، ومثلما أن الهدف في لعبة Monopoly هو تحقيق الثراء، فإن الهدف في لعبة كيم هو الوصول إلى الشهرة، وعلى كل لاعب أن ينتقل من وضع الشهرة في القائمة E إلى وضع الشهرة في القائمة A، تماماً مثلما فعلت كيم في حياتها الواقعية.

ويقال: إن كيم ساعدت على عملية تطوير اللعبة التي استغرقت ثمانية عشر شهراً، ويمكن للاعبين كسب عدد أكبر من المعجبين في اللعبة عن طريق العمل في مجال عرض الأزياء أو في مجال التمثيل أو التردد إلى النوادي التي يذهب إليها الأشخاص غريبو الأطوار أو مواعدة المشاهير⁷⁸⁶، ويقول أحد تحليلات اللعبة: «تسويق النفس عن طريق تكوين علامة شخصية مميزة هو السبيل إلى نجاح الشخصية المشهورة.. وإن نتائج تلك الأنشطة متماثلة أيضاً؛ وسائل الإعلام، الحاضرة أبداً التي لا تكف عن المراقبة، وسوف تنشر تقارير إيجابية أو سلبية حول نشاطك المهني... وهنا يصبح عرض النفس بأسلوب مؤثر والقدرة على نشر هذا العرض للذات في منصات وسائل الإعلام المناسبة، العنصر الأساسي في الوصول إلى الشهرة»⁷⁸⁷ وبعد بضعة أشهر فقط من إطلاق لعبة Kim Kardashian: Hollywood، كان قد مارسها ثلاثة وعشرون مليون لاعب، واستناداً إلى مجلة Forbes، ارتفع دخل كيم من ثمانية وعشرين مليون دولار إلى ثلاثة وخمسين مليون دولار، بين العامين 2015 - 2014م وكان لنجاح لعبتها دور أساسي في زيادة ثروتها⁷⁸⁸.

وقد كانت المسلسلات التلفزيونية ولعبة كيم، وكل الأنشطة الأخرى التي تمارسها كيم وأفراد عائلة كارداشيان، تعزز مكانة العائلة بصورة مشتركة، ولكن التلفزيون ظل دائماً هو الأساس الجوهري، وفي شهر شباط/ فبراير من عام 2015م وقعت عائلة كارداشيان عقداً بقيمة مئة مليون دولار للسنوات الأربع المقبلة من المسلسل الذي كان يعرض في مئة وستين بلداً⁷⁸⁹. وفي عام 2018م قدرت مجلة Forbes ثروة كيم الشخصية بثلاث مئة وخمسين مليون دولار⁷⁹⁰، حيث تمثل شركتها KKR Beauty العنصر الأساسي في الإسهام بهذه الثروة، واستناداً إلى صحيفة New York Times، تُبنت قوة علامة كيم لدى إنشاء شركة KKR Beauty: «خلال الدقائق الخمس الأولى من تقديم كيم لخط منتجات شركة KKR Beauty، عام 2017م وباعت منتجات تقدر قيمتها بأربعة عشر مليوناً وأربع مئة ألف دولار (أو ثلاث مئة ألف قطعة تقريباً)»⁷⁹¹.

وفي عام 1968م تنبأ الفنان وار هولاندي وار هول بأنه «في المستقبل سيكون لكل إنسان الحق في خمس عشرة دقيقة من الشهرة». وفي عصر ما قبل الرأسمالية، كانت الشهرة امتيازاً وحكراً على النبلاء، من أفراد العائلات الملكية. وأما في ظل الرأسمالية، فقد جرت ديمقراطية الشهرة، فأصبح الوعد آنذاك أن أي شخص، بغض النظر عن مولده أو جنسه أو أصله، يمكن له أن يشتهر بسبب إنجازاته أو مهارته أو موهبته، على سبيل المثال، بوصفه ممثلاً أو نجماً للأغاني الشعبية، ولكن اتضح بمرور السنوات أن الإنجاز وحده لا يضمن الشهرة، فينبغي أن يترافق بفن تسويق النفس، الذي يتضمن عرض الإنجازات بصورة صحيحة وتعريف الناس بها، ويُظهر مثال كيم بوضوح وعلى نحو خاص، أن فن تسويق النفس هذا، في عصر الإنترنت، فصل نفسه عن الإنجاز الفعلي، وبعبارة أدق: الإنجاز الحقيقي حالياً هو فن تسويق النفس.

ويلخص براندون بويلو Brandon Boileau الوضع في مقاله حول نجاح كيم: «كان مشاهير هوليوود يتمتعون باحترام فائق بوصفهم أبطال تحويل صناعة الترفيه إلى أمر عادي، وجعلها حاضرة على نحو مفرط في كل مجالات الحياة، ففي عصرنا الحالي، ازدادت إمكانية دخول عالم الشهرة عبر مواقع دخول غير مشروطة بمساعدة الإنترنت والمدى الواسع الانتشار لصناعة الترفيه»⁷⁹²، ويبرهن نجاح كيم لمعجبيها أنه لا يتعين على الشخص أن ينجح بوصفه مغنياً أو ممثلاً أو راقصاً لكي يصبح مشهوراً، فهناك طريق إلى الشهرة أقصر بكثير، فمن حيث الإمكانية، باستطاعة أي شخص أن يصبح مشهوراً، فعليه فقط أن يرغب في ذلك وأن يكرس حياته لهذا الهدف، وأن يفهم آليات تسويق النفس، ويتقنها.

وتتمثل الجاذبية الكبرى التي تتمتع بها كيم ونجمات وسائل التواصل الاجتماعي الأخريات (من مؤثرات، وإلى ما هنالك) في أن بوسع كل شابة التماهي معهن؛ لأن شعبيتهن تبدو كأنها تُنبت أن الشهرة في انتظار أي شخص يرغب فيها بالدرجة الكافية وعلى استعداد لدفع الثمن، وأما بالنسبة إلى النقاد، فإن هذه الشهرة تبدو إنجازاً «لا يستحقه من يدعيه»، ولكن هذا الرأي ينطلق من سوء تفاهم؛ لأن كيم، بالنسبة إلى كاتب سيرتها، شين سميث، هي «حرفية ماهرة تركز كامل طاقتها في كل ما تقوم به، ولكنها تتعرض إلى السخرية باستمرار بدعوى أنها تفتقر إلى الموهبة، وكأن الفوز

في مباراة تلفزيونية للرقص يمكنه أن يبرر، بطريقة ما، نجاحها وثروتها الطائلة ومنزلها الجميل والعائلة التي تحبها، وإذا كان ما فعلته سهلاً وبإمكان أي شخص القيام به، لكننا قد رأينا مليون كيم كارداشيان حولنا، ولكن لا وجود لشيء كهذا، فهناك كيم كارداشيان واحدة»⁷⁹³.

وعندما قال كاتب السيرة جيرى أوبنهايمر، في معرض الانتقاد: إن أفراد عائلة كارداشيان «لا يتمتعون بموهبة كبيرة، هذا إذا سلمنا بوجود موهبة، إلا في مجال تسويق النفس»⁷⁹⁴، بدا الأمر كأن فن تسويق النفس ليس بالموهبة (الحقيقية) وأن الشهرة التي يحققها هذا الفن لا يستحقها من يتمتع بها، وكان هذا أيضاً رأي المذيعة التلفزيونية الأمريكية المرموقة باربرا والترز، التي عبّرت عن رأيها بمنتهى الصراحة عندما قالت لكيم، كأنها تؤنبها: «أنت، من حيث الواقع، لا تمثلين، ولا تغنين، ولا ترقصين... أنت - وعذراً لما سأقول - لا تتمتعين بأي موهبة!»⁷⁹⁵، ولكن هذا الرأي خاطئ، فبالنسبة إلى كثير من المشاهير الذين جرى تقديمهم في هذا الكتاب، أدى فن تسويق النفس، دوراً لا يقل، في أبسط الحالات، أهمية عن إنجازاتهم في مجال مهنتهم، سواء أكانوا علماء أم رياضيين، مثلاً، وتسويق النفس فن فريد، ونسيج وحده، ويتجلى ذلك على نحو خاص في عائلة مثل عائلة كارداشيان؛ لأن إتقان مبادئ التسويق والعلاقات العامة مثلاً العامل الرئيس في نجاحها الساحق.

الأدوات التي لجأت إليها كيم كارداشيان لتكوين علامتها المميزة:

1 سعت كيم منذ البداية إلى مصاحبة المشاهير، مثل باريس هيلتون؛ لتعزيز حضورها في المجتمع، ودرست أسباب نجاحهم عن كثب، وتعلمت أساليب جذب الاهتمام.

2 أعطت ملايين النساء المشاركات في وسائل التواصل الاجتماعي الأمل بأنه بإمكانهن، هن أيضاً، أن يصبحن ثريات ومشهورات دون إتقان أي شيء سوى فن تسويق النفس، فقد «أصبحت شبيهات كارداشيان نماذج للشابات اللواتي يسعين للنجاح عن طريق تكوين علامة شخصية مميزة»⁷⁹⁶.

3 المثابرة والرغبة في تجربة أشياء جديدة، تمثلان إحدى صيغ كيم التي تؤدي إلى النجاح: حاولت بدايةً أن تصبح مشهورة بالطريقة التقليدية، ولكن جهودها في التمثيل والرقص والغناء باءت بالفشل، فلم تستسلم، وعثرت على مسارها الخاص إلى الشهرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبرنامج تلفزيون الواقع.

4 كان لفت الانتباه دون أخذ المعايير الاجتماعية في الحسبان، وصفة أخرى للنجاح، فقد انطلقت شهرتها إثر فضيحة فيلم غير أخلاقي.

5 قد لا يكون التركيز والانضباط الصارم والتقيّد بأخلاقيات العمل، بالضرورة، من الصفات النموذجية لدى الشابات في عالمنا المعاصر، ولكنها في رأي كيم عوامل حاسمة للنجاح: «عندما كنت في مطلع العشرينيات من عمري، كان كثير من الشبان والشابات لا يابهن إلا بالخروج من المنزل والذهاب إلى الحفلات وتعاطي المشروبات الروحية، وفي اعتقادي أن قدرًا كبيرًا من نجاحي

مرده سيطرتي الدائمة على أسلوب حياتي، وكنت دائمة الالتزام بأمر ما بشكل فعلي، وأعتقد جازمة أن ذلك يمكن أن يثبط الهمة، ويمكن له أن يكون مرهقاً، ولكن عليك بذل الوقت والجهد اللازمين، وعلبك أيضاً ألا تفقد التركيز»⁷⁹⁷.

6 حولت مفاتها المثيرة إلى علامة مميزة وإلى رمز في دعايتها: ومثلما كان لشوارزينغر عضلاته ثنائية الرأس، ولكارل لاغرفيلد خصلة شعره ونظاراته الشمسية وقبته العالية، ولدونالد ترامب شعره، ولألبرت أينشتاين مظهر العالم المخبول، كان لكيم كارداشيان مؤخرتها التي تركّزت عليها آلاف الصور والأفلام.

الملاحق

المراجع:

- Andrews, Nigel. True Myths. The Life and Times of Arnold Schwarzenegger. New York, N.Y.: Bloomsbury: 2003.
- Beahm, George. I, Steve: Steve Jobs in his own Words. Chicago, Ill.: B2
- Becker, Tobias, Ullrich Fichtner, Lothar Gorris, Alexander Books: 2011.
- Kühn, Britta Sandberg, and Claudia Voigt. "Ich, Karl." Der Spiegel, No. 9, - February 23, 2019.
- Bockris, Victor. Warhol: The Biography. London: Frederick Muller: 1988.
- Boileau, Brandon. "Constructing the Self in Selfish: a Journey into the Celebrification of Kim Kardashian West," Final Research Paper: CMCT 6135: May 9, 2017.
- Brown, Tina. The Diana Chronicles. New York: Anchor Books: 2008.
- Brown, Tina. Diana. Die Biographie. Munich: Droemer - Knauer Verlag: - 2007.
- Calaprice, Alice (ed.). The Expanded Quotable Einstein. Princeton, N.J.: Princeton University Press: 2000.
- Crosby, Marianne Jeanette. "Viewing the World through Oprah's Eyes. A Framing Analysis of the Spiritual Views of Oprah Winfrey." Presented to the Faculty at Liberty University School of Communication in partial fulfilment of the requirements for the Master of Arts in Communication, May 2009.

- D'Antonio, Michael. *The Truth About Trump*. New York, N.Y.: St Martin's Press: 2015.
- Eig, Jonathan. *Ali. A Life*. London: Simon & Schuster: 2017.
- Frank, Marcie. "Popping Off Warhol: From the Gutter to the Underground and Beyond" in Doyle, Jennifer, Jonathan Flatley and Jose Esteban Munoz (eds). *Pop Out: Queer Warhol*. Durham, NC and London: Duke University Press: 1996
- Gallo, Carmine. *The Presentation Secrets of Steve Jobs*. New York, N.Y.: McGraw Hill: 2010.
- Gallo, Carmine. *The Innovation Secrets of Steve Jobs*. New York, N.Y.: McGraw Hill: 2011.
- George, Bill, Andrew N. McLean. "Oprah!" Harvard Business School, 9 - 405 - 087, Rev: April 11, 2007.
- Goldsmith, Kenneth (ed.). *I'll be Your Mirror. The Selected Andy Warhol Interviews 1962 - 1987*: New York, N.Y.: Carroll & Graf Publishers: 2004.
- Goldstein, Patrick. "The Arnold Era" in *Los Angeles Times Magazine*. Los Angeles: June 16, 1996. Available at <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1996-06-16-tm-15451-story.html> (accessed on 05.22.2020).
- Graw, Ansgar. *Trump verrückt die Welt. Wie der US - Präsident sein Land und die Geopolitik verändert*. Stuttgart: Herbig - Verlag: 2017.
- Harvey, Alison. "The Fame Game: Working Your Way Up the Celebrity Ladder" in *Kim Kardashian: Hollywood*, in: *Games and Culture* 2018, Vol. 13 (7), 652 – 670.
- Hauser, Thomas. *Muhammad Ali: His Life and Times*. New York, N.Y.: Simon & Schuster: 1991.
- Hawking, Stephen. *Brief Answers to the Big Questions*. London: John - Murray: 2018.

Hawking, Stephen. My Brief History. New York, N.Y.: Bantam Books:
- 2013.

Hawking, Jane. Travelling to Infinity: My Life with Stephen. Richmond,
- UK: Alma Books: 2014.

- Hujer, Marc. Arnold Schwarzenegger. Die Biographie. Munich: Deutsche
Verlags - Anstalt: 2009.

- Illy, József (ed.). Albert Meets America. How Journalists Treated Genius.
- during Einstein's 1921 Travels. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins
University Press: 2006.

- Indiana, Gary, Andy Warhol. Andy Warhol and the Can that Sold the
World. New York, N.Y.: Basic Books: 2010.

- Isaacson, Walter. Steve Jobs. London: Simon & Schuster: 2011.

- Isaacson, Walter. Einstein. His Life and Universe. London, Sydney, New
York, Toron - to: Pocket Books: 2007.

Kelley, Kitty. Oprah. A Biography. New York, N.Y.: Crown Publishers:
2010.

- Klazas, Erin B. "Selfhood, Citizenship ... and All Things Kardashian:
Neoliberal and Postfeminist Ideals in Reality Television." Ursinus College,
Media and Communica - tion Studies Summer Fellows: 2015.

Koestenbaum, Wayne. Andy Warhol. London: Weidenfeld & Nicolson:
- 2001.

- Kranish, Michael, Marc Fisher. Trump Revealed: An American Journey of
Ambition, Ego, Money, and Power. New York, N.Y.: Scribner: 2016.

- Leamer, Laurence. Fantastic. The Life of Arnold Schwarzenegger.
London: Sidgwick & Jackson: 2005.

- Levy, Joel. *Hawking: The Man, the Genius, and the Theory of Everything*. London: André Deutsch: 2018.
- Lommel, Cookie. *Schwarzenegger. A Man with a Plan*. Munich: Wilhelm Heyne Ver - lag: 2004.
- Maillard, Arnaud. *Karl Lagerfeld und ich. 15 Jahre an der Seite des Modezaren*. Munich: Wilhelm Heyne Verlag: 2009.
- Neffe, Jürgen. *Einstein. A Biography*. Translated by Shelley Frisch: New York, N.Y.: Farrar, Straus and Giroux: 2007.
- Norton, Kelley Robyn. "Personal Branding im Musikbusiness," bachelor's thesis, Hochschule Mittweida: 2014.
- Oppenheimer, Jerry. *The Kardashians. An American Dream*. New York, N.Y.: St. Martin's Press: 2017.
- O'Brien, Lucy. *Madonna. Like an Icon*. New York, N.Y.:
- HarperEntertainment: 2007.
- Parsons, Paul, Gail Dixon. *3 - Minute Stephen Hawking: His Life, Theories and Influence in 3 - Minute Particles*. New York, N.Y.: Metro Books. 2012.
- Peck, Janice. "The Secret of Her Success: Oprah Winfrey and the Seductions of Self - Transformation," in *Journal of Communication Inquiry* 34 (1), 7 – 14.
- Sahner, Paul. *Karl. Mit Ergänzungskapiteln von Katharina Pfannkuch*. Munich: mvg Verlag: 2009.
- Sastre, Alexandra. "Hottentot in the age of reality TV: Sexuality, race, and Kim Kardashian's visible body," in *Celebrity Studies*, 2014, Vol. 5, Nos. 1 - 2, 123 – 137.
- Schlender, Brent, Rick Tetzeli. *Becoming Steve Jobs. How a reckless upstart became a visionary leader*. London: Sceptre: 2015.

- Schumpeter, Joseph. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Leipzig: Duncker & Humblot: 2012.
- Schwarzenegger, Arnold, Hall, Douglas Kent. Arnold: The Education of a Bodybuild - er. New York, N.Y.: Simon & Schuster: 1993.
- Schwarzenegger, Arnold, with Peter Petre. Total Recall. My Unbelievably True Life Story. London: Simon & Schuster: 2012.
- Skiena, Steven, Charles B. Ward. Who's Bigger? Where Historical Figures - Really Rank. New York, N.Y.: Cambridge University Press: 2014.
- Smith, Sean. Kim. New York, N.Y.: Dey St.: 2015.
- Spohn, Annette. Andy Warhol. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag: 2008.
- St. Michael, Mick. Madonna In Her Own Words. London / New York / Sydney: Omni - bus Press: 1990.
- Taraborrelli, J. Randy. Madonna. An Intimate Biography of an Icon at Sixty. Updated edition. London: Sidgwick & Jackson: 2018.
- Trump, Donald, Bill Zanker. Think Big and Kick Ass in Business and in Life. New York, N.Y.: Collins: 2007.
- Warhol, Andy, Pat Hackett. POPism: The Warhol Sixties. New York, N.Y.: Houghtom Mifflin Harcourt Publishing Company: 1980.
- White, Michael, John Gribbin. Stephen Hawking. A Life in Science. New York, N.Y.: Dutton; 1992.
- Young, Jeffrey S., William L. Simon. iCon: Steve Jobs, the greatest second act in the history of business. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons: 2005.

لمحة عن المؤلف

ولد راينر زيتلمان في مدينة فرانكفورت، في ألمانيا، عام 1957م، ودرس التاريخ والعلوم السياسية بين عامي 1978-1983 وتخرج بدرجة امتياز، وفي عام 1986م حصل على درجة الدكتوراه عن أطروحته بعنوان Hitler. Policies of Seduction هتلر. سياسة الإغواء (التي أعدها بإشراف البروفيسور فريهر فون أريتنبون Freiherr von Aretin، وقد نالت الدراسة درجة الامتياز الفائق، ولقيت رواجًا واهتمامًا في كل أنحاء العالم.

وعمل بعد ذلك محاضرًا في التاريخ في جامعة برلين الحرة خلال المدة من 1987-1992م قبل أن يصبح رئيس التحرير في إحدى أهم دور النشر وأشهرها في ألمانيا، وهي Ullstein-بروبيليا أولشتاين Propyläen، وعُيّن فيما بعد في منصب محرر قسم في الصحيفة اليومية الرئيسية في ألمانيا: دي فيلت (بالألمانية Die Welt أي العالم)، وظل في هذا المنصب حتى عام 2000م، ثم بدأ العمل بوصفه رجل أعمال رياديًا، وأسس شركة استشارية للعلاقات العامة، Dr. Zitelmann PB. GmbH، وسرعان ما أصبحت الشركة الاستشارية الرائدة للعلاقات العامة في مجال العقارات في ألمانيا، وباع الشركة عام 2016م وقد جمع ثروته من أنشطته الريادية في مجال الأعمال، ومن عمله بوصفه مستثمرًا ناجحًا في مجال العقارات.

وفي عام 2016م مُنح زيتلمان درجة الدكتوراه الثانية، في مجال العلوم الاجتماعية هذه المرة، وكان موضوع أطروحته (التكوين النفسي لأصحاب الثروات الكبيرة) أعدها تحت إشراف البروفيسور وولفغانغ لوترباخ Wolfgang Lauterbach في جامعة بوتسدام Potsdam، ونُشرت الدراسة في الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة، والصين، وكوريا الجنوبية تحت عنوان The Wealth Elite (نخبة الثراء) وألف أربعة وعشرين كتابًا لقيت رواجًا كبيرًا بلغات عدة في كل أنحاء العالم، فعلى سبيل المثال، نُشر كتابه Dare to be Different and Grow Rich بعشر لغات مختلفة، وتجري استضافته بوصفه خطيبًا يتمتع بالشعبية في بعض المناسبات في آسيا، والولايات المتحدة، وفي كل أنحاء أوروبا، وخلال السنوات القليلة الماضية كتب مقالات، وأجريت معه مقابلات في كثير من وسائل الإعلام الرئيسية في العالم، إضافة إلى وسائل إعلام عدة في الصين وكوريا الجنوبية، ويمكن الحصول على المزيد من المعلومات حول حياة راينر زيتلمان ومهنته في www.rainer-zitelmann.com.

Notes

[1←]
Hawking, Brief Answers, 19.

[2←]
Eig, 301.

[3←]
Schwarzenegger, 606.

[4←]
<https://www.billboard.com/charts/greatest-hot-100-artists>.

[5←]
http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2029774_2029776_2031853,00.html.

[6←]
Camille Barbone quoted in O'Brien, 45–46.

[7←]
O'Brien, 213.

[8←]
بتاريخ 14 آذار /مارس 2020

[9←]
<https://www.denverpost.com/2011/12/15/people-you-dont-have-talent-barbara-walters-tells-kardashians/>.

[10←]
شارلي شابلين وردت في Isaacson, Einstein, 374

[11←]
أينشتاين، وردت في Illy, 319

[12←]
لاغرفيلد، وردت في Sahner, 228

D'Antonio, 442..	[13←]
Neffe, 362.	[14←]
Neffe, 293.	[15←]
Neffe, 293.	[16←]
Neffe, 373.	[17←]
Spohn, 29.	[18←]
Spohn, 45. Spohn, 45.	[19←]
Smith, 273.	[20←]
https://www.telegraph.co.uk/fashion/people/the-man-behind-kim-kardashians-paper-magazine-cover-on-how-to-br/	[21←]
Hawking, My Brief History, 122.	[22←]
Hawking, My Brief History, 99.	[23←]
Hawking, My Brief History, 90.	[24←]
D'Antonio, 427.	[25←]
Eig, 240–241,	[26←]

	[27←]
Neffe, 26.	
	[28←]
Isaacson, Jobs, 296	جوبز، وردت في
	[29←]
O'Brien, x	مادونا، وردت في
	[30←]
Taraborrelli, 97.	
	[31←]
O'Brien, 134.	
	[32←]
O'Brien, 151.	
	[33←]
O'Brien, S. 236.	
	[34←]
The Observer.	O'Brien, 171
	[35←]
Taraborrelli, 237.	
	[36←]
O'Brien, 193.	
	[37←]
Taraborrelli, 240	
	[38←]
Kelley, 97.	
	[39←]
Kelley, 11–13.	
	[40←]
Kelley, 7.	

Kelley, 6.	[41←]
	[42←]
	وینفري، وردت في Kelley, 239
Kelley, 239.	[43←]
	[44←]
	وینفري، وردت في Kelley, 260
Eig, 309.	[45←]
	[46←]
Eig, 328.	[47←]
	علي، وردت في Eig, 374
Eig, 503.	[48←]
	[49←]
50 Eig, 530.	[50←]
Indiana, 84.	[51←]
Hawking, Brief Answers, 141.	[52←]
	[53←]
Hawking, My Brief History, 98.	[53←]
	علي، وردت في Hauser, 41
Schwarzenegger, 68.	[54←]

- [55←]
Schwarzenegger, 389.
- [56←]
Schwarzenegger, 388.
- [57←]
Brown, 466.
- [58←]
ديانا، وردت في 473 Brown,
- [59←]
ديانا، وردت في 468 Brown,
- [60←]
ديانا، وردت في 473 Brown,
- [61←]
شوارزينغر، وردت في 61 Andrews,
- [62←]
شوارزينغر، وردت في 74 Andrews,
- [63←]
هذا المثال وغيره ورد في xi-xii Goldsmith,
- [64←]
وارول، وردت في xiii Goldsmith,
- [65←]
وارول، وردت في xiv Goldsmith,
- [66←]
أينشتاين، وردت في 275 Calaprice,
- [67←]
ترامب، وردت في 104 Kranish/Fisher,
- [68←]
Eig, 39.

[69←]

Eig, 84–85.

[70←]

علي، وردت في 54–55 Hauser,

[71←]

ترامب على تويتر، 9 أيار / مايو، 2013.

[72←]

وينفري، وردت في 117 Kelley,

[73←]

لاغرفيلد، وردت في 11 Sahner,

[74←]

هيرتزفيلد، وردت في 109 Isaacson, Jobs,

[75←]

تتنكر إيريك بيل محادثة مع مادونا، وردت في 79 Taraborrelli,

[76←]

مادونا، وردت في 9 Taraborrelli,

[77←]

مادونا، وردت في 125 Taraborrelli,

[78←]

Indiana, xii.

[79←]

Indiana, 14.

[80←]

Spohn, 29.

[81←]

Spohn, 57–58.

[82←]

Koestenbaum, 155.

- [83←]
Kranish/Fisher, 99.
- [84←]
Kelley, 189.
- [85←]
لاغرفيلد، وردت في 232 Sahner,
- [86←]
لاغرفيلد، وردت في 312 Sahner,
- [87←]
بيكر وآخرون، مجلة دير شبيغل، 2019، رقم 9، 23 شباط/فبراير، 2019
- [88←]
Neffe, 9.
- [89←]
Neffe, 9.
- [90←]
Neffe, 261.
- [91←]
شارلي شابلين، وردت في 366 Neffe,
- [92←]
أينشتاين، وردت في 14 Calaprice,
- [93←]
أينشتاين، وردت في 319 Illy,
- [94←]
Isaacson, Einstein, 266.
- [95←]
Isaacson, Einstein, 267.
- [96←]
Neffe, 350.

[97←]

شعر نظمه أينشتاين، ورد في Neffe, 166

[98←]

Neffe, 11.

[99←]

Neffe, 17–18.

[100←]

Neffe, 399–400.

[101←]

Isaacson, Einstein, 5.

[102←]

Neffe, 362.

[103←]

Neffe, 293.

[104←]

Neffe, 293.

[105←]

Neffe, 373.

[106←]

Neffe, 366.

[107←]

Neffe, 271.

[108←]

Neffe, 271.

[109←]

السفير سولف، وردت في Neffe, 275

[110←]

275السفير سولف، وردت في Neffe, .

[111←]

صحيفة 163. Neffe, وردت في Berliner Tageblatt

[112←]

Neffe, 361.

[113←]

Neffe, 359.

[114←]

أينشتاين، وردت في Neffe, 361

[115←]

أينشتاين، وردت في Neffe, 364

[116←]

أينشتاين وردت في Neffe, 16

[117←]

وردت في Neffe, 374

[118←]

صحيفة 266، Isaacson, Einstein، وردت في The New York Times

[119←]

Isaacson, Einstein, 266.

[120←]

Isaacson, Einstein, 268.

[121←]

س. ب. سنو، وردت في Isaacson, Einstein, 268–269

[122←]

فريمان دايسون، وردت في Isaacson, Einstein, 269

[123←]

Isaacson, Einstein, 270.

[124←]

Isaacson, Einstein, 270–271.

[125←]

Isaacson, Einstein, 273.

[126←]

أبراهام فليكسندر، وردت في Isaacson, Einstein,

[127←]

أبراهام فليكسندر، وردت في Isaacson, Einstein, 430

[128←]

Isaacson, Einstein, 431.

[129←]

Neffe, 26.

[130←]

أينشتاين Einstein on Peace وردت في Calaprice, 303 ،

[131←]

أينشتاين، وردت في Calaprice, 249

[132←]

أينشتاين، وردت في Calaprice, 116

[133←]

أينشتاين، وردت في Calaprice, 292

[134←]

أينشتاين، وردت في Calaprice, 299

[135←]

أينشتاين، وردت في Einstein quoted in Calaprice, 275

[136←]

Neffe, 29

[137←]

Neffe, 116.

[138←]

Neffe, 116–117.

- [139←]
Neffe, 152.
- [140←]
Neffe, 27 وردت في
- [141←]
أينشتاين، في رسالة إلى ماكس بورن، وردت في 8 .Calaprice.
- [142←]
Skiena/Ward, 293.
- [143←]
Indiana, 84.
- [144←]
Spohn, 82.
- [145←]
Spohn, 127.
- [146←]
جون بيرولت، وردت في 321 in Bockris
- [147←]
وارول، وردت في 196 Goldsmith
- [148←]
Spohn, 70.
- [149←]
Spohn, 126.
- [150←]
Indiana, xv.
- [151←]
Indiana, 65.
- [152←]
Indiana, 111.

- [153←]
Indiana, 112.
- [154←]
Koestenbaum, 42.
- [155←]
وارول، وردت في Warhol/Hackett, 20
- [156←]
Indiana, 117.
- [157←]
Indiana, 110.
- [158←]
Indiana, 17.
- [159←]
Frank, 210 فاليري سولاناس، وردت في Valerie Solanas
- [160←]
وارول، وردت في Bockris, 311
- [161←]
وارول، وردت في Bockris, 321
- [162←]
Spohn, 19.
- [163←]
Spohn, 29.
- [164←]
Spohn, 45. Spohn, 45.
- [165←]
وارول، وردت في Bockris, 347
- [166←]
أصدقاء وارول، بينهم إيلين بومان Elain Baumann وردت في Bockris, 86

[167←]

Bockris, 113 في وردت في

[168←]

Koestenbaum, 5. 164.

[169←]

Indiana, 141.

[170←]

Indiana, xiv.

[171←]

Indiana, 66.

[172←]

Indiana, 91.

[173←]

Indiana, 151.

[174←]

Goldsmith, xi–xii في وردت في هذه الأمثلة وغيرها

[175←]

Goldsmith, xiii في وردت في وارول،

[176←]

Goldsmith, xiv في وردت في وارول،

[177←]

Warhol quoted in: Goldsmith, xv.

[178←]

Goldsmith, xvi.

[179←]

Indiana, 125.

[180←]

Indiana, 68.

Indiana, xii.	[181←]
Indiana, 14.	[182←]
Spohn, 29.	[183←]
Spohn, 57–58.	[184←]
Koestenbaum, 155.	[185←]
Koestenbaum, 147.	[186←]
Indiana, 131.	[187←]
Indiana, 150.	[188←]
	[189←]
	لاغرفيلد، وردت في 224 Sahner
Sahner, 16.	[190←]
	[191←]
Sahner, 10.	[192←]
	لاغرفيلد، وردت في 324 Sahner
Sahner, 11 - = -	[193←]
Sahner, 490 - = -	[194←]

Sahner, 312 - = -	[195←]
	[196←]
	Sahner, 84 لاغرفيلد، وردت في
Sahner, 101 - = -	[197←]
	[198←]
Sahner, 40 - = -	[199←]
	[200←]
Sahner, 466 - = -	[201←]
	Sahner, 68 لاغرفيلد، وردت في
Sahner, 83 - = -	[202←]
	[203←]
Sahner, 78- = -	[204←]
	[205←]
Sahner, 170 - = -	[206←]
	[207←]
Sahner, 311.	[208←]
	Sahner, 228 لاغرفيلد، وردت في
Maillard, 198.	
Maillard, 199.	
Sahner, 332.	

[209←]

Sahner, 458.

[210←]

لاغرفيلد، وردت في Sahner, 207

[211←]

لاغرفيلد، وردت في Sahner, 232

[212←]

Sahner, 151- = -

[213←]

Sahner, 181.

[214←]

لاغرفيلد، وردت في Sahner, 26

[215←]

Sahner, 26.

[216←]

ولفغانغ جوب، وردت في Sahner, 183–184 quoted in

[217←]

لاغرفيلد، وردت في Sahner, 308

[218←]

Sahner, 315 - = -

[219←]

Sahner, 362.

[220←]

لاغرفيلد، وردت في Sahner, 121

[221←]

Sahner, 361 - = -

[222←]

Sahner, 361 - = -

[223←]

لاغرفيلد، وردت في 19–20 Sahner,

[224←]

Maillard, 206.

[225←]

لاغرفيلد، وردت في 83 Sahner,

[226←]

لاغرفيلد، وردت في 282 Sahner,

[227←]

Sahner, 145 - = -

[228←]

بيكر وآخرون، وردت في 23, February 23, 2019, No. 9, Der Spiegel, 2019,

[229←]

Maillard, 197–198.

[230←]

لاغرفيلد، وردت في 397 Sahner,

[231←]

لاغرفيلد، وردت في 464 Sahner,

[232←]

Sahner, 472 - = -

[233←]

Sahner, 406 - = -

[234←]

لاغرفيلد، وردت في 463 Sahner,

[235←]

Hawking, My Brief History, 46.

[236←]

Levy, 25.

Levy, 25.	[237←]
Hawking, My Brief History, 48.	[238←]
Hawking, My Brief History, 49	[239←]
Hawking, My Brief History, 122.	[240←]
Hawking, My Brief History, 123.	[241←]
White/Gribbin, 164–165.	[242←]
Hawking, My Brief History, 123.	[243←]
White/Gribbin, 164–165.	[244←]
Levy, 152.	[245←]
Levy, 134.	[246←]
Hawking, My Brief History, 122.	[247←]
Hawking, My Brief History, 42.	[248←]
White/Gribbin, 132–133.	[249←]
Hawking, Brief Answers, 17.	[250←]

Levy, 93.	[251←]
Levy, 93.	[252←]
White/Gribbin, 161.	[253←]
Hawking, My Brief History, 6.	[254←]
White/Gribbin, 203.	[255←]
White/Gribbin, 204.	[256←]
White/Gribbin, 206.	[257←]
Hawking, My Brief History, 92.	[258←]
Hawking, My Brief History, 93.	[259←]
White/Gribbin, 223.	[260←]
White/Gribbin, 227.	[261←]
Hawking, My Brief History, 93.	[262←]
White/Gribbin, 240.	[263←]
Hawking, My Brief History, 97.	[264←]

Hawking, My Brief History, 97–98.	[265←]
Hawking, My Brief History, 98.	[266←]
Hawking, My Brief History, 99.	[267←]
Hawking, My Brief History, 99.	[268←]
Hawking, My Brief History, 99.	[269←]
Peter Guzzardi بيتر غوزاردي، وردت في White/Gribbin, 243	[270←]
Hawking, My Brief History, 99.	[271←]
White/Gribbin, 244.	[272←]
White/Gribbin, 245.	[273←]
White/Gribbin, 245 هوكنغ، وردت في White/Gribbin, 245	[274←]
Levy, 136.	[275←]
White/Gribbin, 250.	[276←]
Hawking, Brief Answers, 81.	[277←]
Hawking, Brief Answers, 147.	[278←]
Levy, 123.	[278←]

Hawking, Brief Answers, 141.	[279←]
Hawking, My Brief History, 98.	[280←]
Levy, 115.	[281←]
Levy, 106–107. 166.	[282←]
Levy, 6.	[283←]
Eig, 101 وردت في Time مجلة	[284←]
Eig, 301.	[285←]
Eig, 300.	[286←]
Eig, 98.	[287←]
Eig, 59.	[288←]
Hauser, 22.	[289←]
Hauser, 143–144.	[290←]
Eig, 519.	[291←]
	[292←]

- Eig, 100. [293←]
- Eig, 99. [294←]
- [295←]
Hauser, 41 محمد علي، وردت في
- [296←]
Hauser, 284 نيل ليفر، وردت في
- [297←]
Hauser, 40 ديك شاب، وردت في
- [298←]
Hauser, 290 مايك كاتز، وردت في
- [299←]
Hauser, 290–291 إد شويلر، وردت في
- Eig, 80. [300←]
- Eig, 69. [301←]
- Eig, 104. [302←]
- Eig, 131. [303←]
- Hauser, 59–60. [304←]
- Eig, 39. [305←]
- Eig, 84–85. [306←]

[307←]

محمد علي، وردت في 54-55 Hauser,

[308←]

Hauser, 58 - = -

[309←]

Mort Sharnic في وردت في 70-71 Hauser, مورت شارنيك،

[310←]

محمد علي، وردت في 102 Eig,

[311←]

Eig, 141.

[312←]

From Ali's LP, I'm The Greatest, في وردت Hauser, 56

[313←]

أيزنبرغ، وردت في 123 Hauser,

[314←]

Eig, 115.

[315←]

ويلفريد شيد، وردت في 291 Hauser,

[316←]

محمد علي، وردت في 83 Eig,

[317←]

Eig, 107.

[318←]

Eig, 114.

[319←]

محمد علي، وردت في 153 Eig,

[320←]

Eig, 203.

[321←]

مارتن لوثر كينغ الابن، وردت في 159, Eig

[322←]

Eig, 258.

[323←]

Hauser, 102.

[324←]

Eig, 189.

[325←]

محمد علي، وردت في 155, Hauser

[326←]

آرثر دالي، وردت في 147, Hauser

[327←]

Eig, 240–241.

[328←]

Eig, 293.

[329←]

إيليا محمد، وردت في 194, Hauser

[330←]

جيم جاكوبز، وردت في 209, Hauser

[331←]

Hauser, 209 - = -

[332←]

Eig, 308.

[333←]

Eig, 308.

[334←]

Hauser, 219 ديف وولف، وردت في Dave Wolf

[335←]

جو فريزر، وردت في 231 Hauser,

[336←]

Eig, 383.

[337←]

انظر الفصل الخاص بستيف جوبز في هذا الكتاب

[338←]

محمد علي، وردت في 381 Eig,

[339←]

Eig, 264. 167 جين كلروي، وردت في Gene Kilroy

[340←]

Eig, 309.

[341←]

Eig, 328.

[342←]

Eig, 365 جيم براون، وردت في

[343←]

محمد علي، وردت في 374 Eig,

[344←]

Eig, 374.

[345←]

Eig, 503.

[346←]

Eig, 530

[347←]

محمد علي، وردت في 514 Eig,

[348←]

Kranish/Fisher, vii.

Kranish/Fisher, 3.	[349←]
D’Antonio, 17–18. D’Antonio, 17–18.	[350←]
D’Antonio, 12.	[351←]
.D’Antonio, 3	[352←]
.D’Antonio, 3	[353←]
	[354←]
Kranish/Fisher, 295	سینکر، وردت فی ہارولد
	[355←]
	D’Antonio, 313
	وردت فی
Kranish/Fisher, 303.	[356←]
	[357←]
D’Antonio, 12.	[358←]
	[359←]
Kranish/Fisher, 111.	[360←]
	[361←]
Kranish/Fisher, 119.	[362←]
	[363←]
Kranish/Fisher, 120.	[364←]
	[365←]
Trump/Zanker, 271.	[366←]
	[367←]
Trump/Zanker, 270.	[368←]

[363←]

Kranish/Fisher, 104 ترامب، وردت في

[364←]

Kranish/Fisher, 105 ترامب، وردت في

[365←]

D'Antonio, 270.

[366←]

D'Antonio, 427.

[367←]

Kranish/Fisher, 132.

[368←]

Kranish/Fisher, 110 جورج رانش، وردت في

[369←]

Kranish/Fisher, 99.

[370←]

D'Antonio, 431–432.

[371←]

Kranish/Fisher, 190 ترامب، وردت في

[372←]

D'Antonio, 220 - = -

[373←]

Kranish/Fisher, 190.

[374←]

Kranish/Fisher, 228–229.

[375←]

Kranish/Fisher, 242.

[376←]

ترامب، في خطاب إعلان ترشحه للرئاسة، 16 حزيران /يونيو 2015

[377←]

ترامب، في مناظرتة مع هيلاري كلنتون في أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية 2016 ، 19 تشرين الأول/ أكتوبر.

[378←]

ترامب في قناة CNN تموز/ يوليو 2016 ، 16.

[379←]

ترامب، في مقابلة في Fox News حزيران/ يونيو، 2015.

[380←]

ترامب، في مهرجان للحملة Fort Dodge إيوا، 12 تشرين الثاني/ نوفمبر 2015 الانتخابية، في

[381←]

3 آذار/ مارس 2016 في بورتلاند، مين - -

[382←]

2016 ترامب، في موقع تويتر، 9 كانون الثاني/ يناير

[383←]

في أتلانتا، جورجيا، 15 حزيران/ يونيو 2016 - =

[384←]

ترامب، في مقابلة مع Associated Press، 13 أيار/ مايو 2016.

[385←]

ترامب، في موقع تويتر، 9 أيار/ مايو 2013.

[386←]

ترامب، وردت في D'Antonio, 200.

[387←]

ترامب، في برنامج Fox & Friends أيار/ مايو 19، 2011، May 19,

[388←]

ترامب، وردت في Kranish/Fisher, 105

[389←]

Kranish/Fisher, 106.

[390←]

Trump/Zanker, 122.

Trump/Zanker, 42.	[391←]
Trump/Zanker, 228.	[392←]
Trump/Zanker, 212.	[393←]
	[394←]
	ترامب، وردت في 42 Kranish/Fisher
D'Antonio, 61.	[395←]
	[396←]
Kranish/Fisher, 99.	[397←]
	ترامب، وردت في 213 Kranish/Fisher
D'Antonio, 16.	[398←]
	[399←]
Kranish/Fisher, 218.	[400←]
Kranish/Fisher, 224.	[401←]
Kranish/Fisher, 260.	[402←]
Kranish/Fisher, 290.	[403←]
D'Antonio, 291.	[404←]
D'Antonio, 320.	[404←]

D'Antonio, 440.	[405←]
D'Antonio, 442.	[406←]
Andrews, 205.	[407←]
Schwarzenegger, Total Recall, 604.	[408←]
Hujer, 23.	[409←]
	[410←]
	Andrews, 18 شوارزينغر، وردت في
- = -	[411←]
Schwarzenegger, Total Recall, 341–342.	[412←]
Schwarzenegger, Total Recall, 342.	[413←]
Schwarzenegger, Total Recall, 15–16.	[414←]
Schwarzenegger, Education, 19.	[415←]
Schwarzenegger, Total Recall, 31.	[416←]
Schwarzenegger, Total Recall, 68.	[417←]
Schwarzenegger, Total Recall, 102–103.	[418←]

Schwarzenegger, Total Recall, 69.	[419←]
Hujer, 47.	[420←]
Schwarzenegger, Total Recall, 152.	[421←]
Andrews, 64.	[422←]
Schwarzenegger, Total Recall, 153–154.	[423←]
Schwarzenegger, Total Recall, 159.	[424←]
Schwarzenegger, Total Recall, 162.	[425←]
Lommel, 13.	[426←]
Schwarzenegger, Total Recall, 163.	[427←]
Schwarzenegger, Total Recall, 176.	[428←]
, Andrews, 57.	[429←]
Andrews, 37.	[430←]
Hujer, 105	[431←]
	[432←]

[433←]

شوارزينغر، وردت في 74 Andrews.

[434←]

Schwarzenegger, Total Recall, 204.

[435←]

Schwarzenegger, Total Recall, 204.

[436←]

Schwarzenegger, Total Recall, 213–214.

[437←]

Schwarzenegger, Total Recall, 227.

[438←]

شوارزينغر، وردت في 72–73 Andrews.

[439←]

Andrews, 72 - = -

[440←]

Goldstein - = -

[441←]

Schwarzenegger, Total Recall, 264.

[442←]

Schwarzenegger, Total Recall, 314.

[443←]

Schwarzenegger, Total Recall, 290.

[444←]

Schwarzenegger, Total Recall, 278.

[445←]

Schwarzenegger, Total Recall, 279.

[446←]

Schwarzenegger, Total Recall, 338.

Schwarzenegger, Total Recall, 279.	[447←]
Schwarzenegger, Total Recall, 279.	[448←]
Schwarzenegger, Total Recall, 338.	[449←]
Schwarzenegger, Total Recall, 340.	[450←]
Schwarzenegger, Total Recall, 360.	[451←]
	[452←]
Andrews, 155–156 شوارزينغر، وردت في	
Schwarzenegger, Total Recall, 374.	[453←]
Schwarzenegger, Total Recall, 389.	[454←]
Schwarzenegger, Total Recall, 388. 168	[455←]
Schwarzenegger, Total Recall, 388.	[456←]
Schwarzenegger, Total Recall, 390.	[457←]
Schwarzenegger, Total Recall, 459.	[458←]
	[459←]
Hujer, 174 شوارزينغر، وردت في	
Schwarzenegger, Total Recall, 487.	[460←]

Schwarzenegger, Total Recall, 502.	[461←]
Schwarzenegger, Total Recall, 504.	[462←]
Schwarzenegger, Total Recall, 509–510.	[463←]
Schwarzenegger, Total Recall, 511.	[464←]
Schwarzenegger, Total Recall, 512.	[465←]
Schwarzenegger, Total Recall, 507.	[466←]
Schwarzenegger, Total Recall, 606.	[467←]
Cigar Aficionado (https://www.cigaraficionado.com/article/the-شوارزينغر، وردت في world-according-to-arnold-6026)	[468←]
Hujer, 27 شوارزينغر، وردت في	[469←]
Schwarzenegger, Total Recall, 618.	[470←]
..Kelley, 274 وردت في	[471←]
Kelley, 348.	[472←]
Kelley, 18 et seq.	[473←]
Kelley, 44.	[474←]

- [475←]
Kelley, 43–44, 66.
- [476←]
Kelley, 162 وينفري، وردت في
- [477←]
Kelley, 46.
- [478←]
Kelley, 52.
- [479←]
Kelley, 69.
- [480←]
Kelley, 79.
- [481←]
Kelley, 81 بوب تورك، وردت في Bob Turk .
- [482←]
Kelley, 81.
- [483←]
Kelley, 83.
- [484←]
Kelley, 83.
- [485←]
Kelley, 91 بيل بيكر، وردت في
- [486←]
Kelley, 92.
- [487←]
Kelley, 94 وينفري، وردت في
- [488←]
Kelley, 95.

	[489←]
Kelley, 96.	
	[490←]
Kelley, 116	Clarence Petersen كلارنس بيترسون، وردت في
	[491←]
	وينفري، وردت في Kelley, 117
	[492←]
Kelley, 130.	
	[493←]
Kelley, 134.	
	[494←]
Kelley, 2.	
	[495←]
Kelley, 161.	
	[496←]
Kelley, 139.	
	[497←]
Kelley, 158–159.	
	[498←]
Kelley, 97.	
	[499←]
Kelley, 11–13.	
	[500←]
Kelley, 6.	
	[501←]
Kelley, 7.	
	[502←]
Kelley, 6.	

		[503←]
Kelley, 193–194.		
		[504←]
Kelley, 5.		
		[505←]
Kelley, 34–35.		
		[506←]
Kelley, 182.		
		[507←]
	أندي بيرمان، وردت في Kelley, 182	
		[508←]
	Chicago Tribune Kelley, 112 وردت في	
		[509←]
Kelley, 197.		
		[510←]
Kelley, 241–243.		
		[511←]
	Kelley, 197. 169 في وردت في	
		[512←]
	وينفري، وردت في Kelley, 239	
		[513←]
Kelley, 239.		
		[514←]
	وينفري، وردت في Kelley, 260	
		[515←]
Kelley, 334 - = -		
		[516←]
Kelley, 337 - = -		

[517←]

وينفري، وردت في Kelley, 270

[518←]

Peck, 12.

[519←]

وينفري، وردت في Kelley, 223

[520←]

Peck, 8 - = -

[521←]

Peck, 9 - = -

[522←]

George/McLean, 4 - = -

[523←]

Crosby, 47.

[524←]

Crosby, 114.

[525←]

Crosby, 74.

[526←]

وينفري، وردت في Crosby, 104

[527←]

Kelley, 224.

[528←]

Kelley, 347.

[529←]

Kelley, 345.

[530←]

Kelley, 329.

[531←]

ستيدمان غراهام، وردت في 330 Kelley,

[532←]

وينفري، وردت في 227 Kelley,

[533←]

Kelley, 228.

[534←]

Kelley, 227.

[535←]

Kelley, 228.

[536←]

Kelley, 280.

[537←]

Kelley, 274.

[538←]

<http://www.oprah.com/entertainment/the-oprah-winfrey-show-by-the-numbers-oprah-show-statistics/all>

[539←]

Peck, 10.

[540←]

Kelley, 189.

[541←]

Crosby, 14.

[542←]

Kelley, 123.

[543←]

Kelley, 329.

[544←]

ووبي غولديبرغ، وردت في 333 Kelley,

[545←]

جوناثان ديم، وردت في Kelley, 333

[546←]

Kelley, 383.

[547←]

Kelley, 380.

[548←]

Kelley, 379.

[549←]

هيرتز فيلد، وردت في Isaacson, Jobs, 109

[550←]

Schlender/Tetzeli, 25.

[551←]

Schlender/Tetzeli, 44.

[552←]

جوبز، وردت في Isaacson, Jobs, 132

[553←]

بيل غيتس، وردت في Isaacson, Jobs, 161

[554←]

هوكنز، وردت في Gallo, Innovation Secrets, 58

[555←]

ألبي ريه سميث، وردت في Isaacson, Jobs, 220

[556←]

Isaacson, Jobs, 224 - = -

[557←]

جوبز، وردت في Isaacson, Jobs, 141

[558←]

Isaacson, Jobs, 143 - = -

[559←]

Isaacson, Jobs, 85 جوبز، وردت في

[560←]

Gallo, Innovation Secrets, 59 تريب هوكنز نقلاً عن ستيف جوبز، وردت في

[561←]

Isaacson, Jobs, 296 جوبز، وردت في

[562←]

Gallo, Innovation Secrets, 6.

[563←]

Isaacson, Jobs, 326.

[564←]

Isaacson, Jobs, 338.

[565←]

Isaacson, Jobs, 149.

[566←]

Isaacson, Jobs, 155 جوبز، وردت في

[567←]

Isaacson, Jobs, 124–125.

[568←]

Gallo, Presentation Secrets, 2. 170.

[569←]

Gallo, Presentation Secrets, 75.

[570←]

Isaacson, Jobs, 132.

[571←]

. Isaacson, Jobs, 320 أيف، وردت في

[572←]

Schlender/Tetzeli, 53.

[573←]

Schlender/Tetzeli, 228.

[574←]

.Isaacson, Jobs, 128 وردت في مجلة Time

[575←]

جوبز، وردت في Isaacson, Jobs, 129

[576←]

Isaacson, Jobs, 129.

[577←]

Isaacson, Jobs, 422-423 وردت في كوك،

[578←]

Isaacson, Jobs, 281.

[579←]

جوب، وردت في Young/Simon, 65

[580←]

Schlender/Tetzeli, 215 وردت في مايكل ديل،

[581←]

Schlender/Tetzeli, 221.

[582←]

Gallo, Innovation Secrets, 109 وردت في جوبز،

[583←]

Isaacson, Jobs, 303 وردت في

[584←]

Schlender/Tetzeli, 100.

[585←]

Hertzfeld, quoted in Isaacson, Jobs, 113 وردت في هيرتزفيلد،

[586←]

Isaacson, Jobs, 113.

- [587←]
- Isaacson, Jobs, 116.
- [588←]
- Isaacson, Jobs, 123 جوبز، وردت في
- [589←]
- Isaacson, Jobs, 123 أنكنسون، وردت في
- [590←]
- Isaacson, Jobs, 316 جوبز، وردت في
- [591←]
- Isaacson, Jobs, 523 - = -
- [592←]
- Isaacson, Jobs, 31 - = -
- [593←]
- Isaacson, Jobs, 34–35.
- [594←]
- Isaacson, Jobs, 28.
- [595←]
- Isaacson, Jobs, 112 جوبز، وردت في
- [596←]
- Isaacson, Jobs, 333.
- [597←]
- Isaacson, Jobs, 214.
- [598←]
- Isaacson, Jobs, 214.
- [599←]
- Isaacson, Jobs, 151–152.
- [600←]
- Isaacson, Jobs, 216.

Schlender/Tetzeli, 161.	[601←]
Schlender/Tetzeli, 9.	[602←]
Schlender/Tetzeli, 100.	[603←]
Gallo, Presentation Secrets, 39.	[604←]
Gallo, Presentation Secrets, 42.	[605←]
Schlender/Tetzeli, 259.	[606←]
Schlender/Tetzeli, 259.	[607←]
Schumpeter, 119.	[608←]
Schumpeter, 120.	[609←]
Schumpeter, 121.	[610←]
Schumpeter, 128.	[611←]
Schumpeter, 132.	[612←]
Schumpeter, 152.	[613←]
Schumpeter, 163–164.	[614←]

[615←]

<https://www.billboard.com/charts/greatest-hot-100-artists>.

[616←]

http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2029774_2029776_2031853,00.html.

[617←]

Taraborrelli, 447.

[618←]

Taraborrelli, 479.

[619←]

O'Brien, 45–46. كاميليا باريون، وردت في

[620←]

O'Brien, 64 أنتوني جاكسون، وردت في

[621←]

O'Brien, 213.

[622←]

Taraborrelli, 257.

[623←]

Taraborrelli, 258.

[624←]

O'Brien, 214, Taraborrelli, 258.

[625←]

Taraborrelli, 69. 171

[626←]

Taraborrelli, 8 مادونا، وردت في

[627←]

Taraborrelli, 110 - = -

[628←]

Taraborrelli, 8.

- [629←]
O'Brien, 107.
- [630←]
Taraborrelli, 36.
- [631←]
تتذكر إيريك بيل محادثة مع مادونا، وردت في 79 Taraborrelli,
- [632←]
مادونا، وردت في 9 Taraborrelli,
- [633←]
Taraborrelli, 36 - = -
- [634←]
O'Brien, 32. - = -
- [635←]
O'Brien, 32.
- [636←]
O'Brien, 38.
- [637←]
مادونا، وردت في 47 Taraborrelli,
- [638←]
Johnny Dynell جوني داينيل، وردت في 76 O'Brien,
- [639←]
مادونا، وردت في 78 O'Brien,
- [640←]
Taraborrelli, 28 - = -
- [641←]
Taraborrelli, 28 - = -
- [642←]
مادونا، وردت في 36 Taraborrelli,

O'Brien, x - = -	[643←]
Taraborrelli, 97.	[644←]
O'Brien, 134.	[645←]
O'Brien, 81.	[646←]
O'Brien, 151.	[647←]
O'Brien, 151	[648←]
O'Brien, 163–164.	[649←]
	[650←]
Taraborrelli, 233 وردت في Washington Post	[651←]
O'Brien, 171 وردت في The Observer	[652←]
Taraborrelli, 233.	[653←]
O'Brien, 171.	[654←]
Taraborrelli, 237.	[655←]
Taraborrelli, 237.	[656←]
O'Brien, 193.	

- O'Brien, 193. [657←]
- Taraborrelli, 240. [658←]
- O'Brien, 198. [659←]
- O'Brien, 198. [660←]
- O'Brien, 199. [661←]
- [662←]
Taraborrelli, 246–247 مادونا، وردت في
- [663←]
أحد أعضاء فريق إدارة أعمال مادونا، وردت في Taraborrelli, 247
- [664←]
- Taraborrelli, 252. [665←]
- Taraborrelli, 254. [666←]
- Taraborrelli, 286. [667←]
- O'Brien, 217. [668←]
- Taraborrelli, 302. [669←]
- Taraborrelli, 303. [670←]
جيمي برالور، وردت في O'Brien, 75

[671←]

O'Brien, 91 وردت في

[672←]

Taraborrelli, 125, 134, 341.

[673←]

Taraborrelli, 420, 431.

[674←]

Taraborrelli, 125–126.

[675←]

Taraborrelli, 137 وردت في، شين بين،

[676←]

Taraborrelli, 137 وردت في، مادونا،

[677←]

Taraborrelli, 138.

[678←]

Taraborrelli, 226.

[679←]

O'Brien, 189.

[680←]

St. Michael, 95 وردت في، مادونا،

[681←]

<https://womeninmusic.voices.wooster.edu/wp-content/uploads/sites/123/2017/12/Paglia-Madonna-Finally-a-Real-Feminist.pdf>

[682←]

Taraborrelli, 479 وردت في، كاميليا باغليا،

[683←]

<https://www.stern.de/lifestyle/leute/madonna-ihr-neuer-freund-ist-taenzer-und-36-jahre-juenger-als-sie-9051276.html> 172

[684←]

مادونا، وردت في Norton, 46

[685←]

روث رودج، وردت في Ruth Rudge, quoted in Brown, 64

[686←]

Brown, 71.

[687←]

Brown, 71.

[688←]

بول جونسون، وردت في Brown, 71

[689←]

Brown, 62.

[690←]

ديانا، وردت في Brown, 63

[691←]

Tatler ناتلر، وردت في Brown, 152

[692←]

Brown, 210.

[693←]

وردت في Brown, 210

[694←]

Brown, 278.

[695←]

Brown, 29.

[696←]

ديانا، وردت في Brown, 30

[697←]

Barbara Cartland باربرا غارتلاند، وردت في Brown, 89

[698←]

Brown, 261.	[699←]
Brown, 153.	[700←]
Brown, 154.	[701←]
Brown, 21.	[702←]
Brown, 22.	[703←]
Brown, 152.	[704←]
Brown, 153.	[705←]
Brown, 240 في وردت في أشلي والتون، Ashley Walton	[706←]
Brown, 455.	[707←]
Brown, 456 في وردت في	[708←]
Brown, 456.	[709←]
Brown, 392.	[710←]
Brown, 379 في وردت في ديانا،	[711←]
Brown, 380.	[712←]

Brown, 420.

[713←]

1381 الأمير تشارلز، وردت في Brown,

[714←]

Brown, 382. - = -

[715←]

Brown, 280.

[716←]

Brown, 417.

[717←]

Brown, 417.

[718←]

Brown, 466.

[719←]

ديانا، وردت في Brown, 473

[720←]

ديانا، وردت في Brown, 468

[721←]

ديانا، وردت في Brown, 473

[722←]

Brown, 475.

[723←]

Vivienne Parry فيفيان باري، وردت في Brown, 440

[724←]

Brown, 341.

[725←]

Brown, 441.

[726←]

Brown, 331.

[727←]

Brown, 73.

[728←]

Brown, 74.

[729←]

ديانا، وردت في 74 Brown,

[730←]

Brown, 258.

[731←]

Frances Shand Kydd فرانسيس شاند كايد، وردت في 258 Brown,

[732←]

وردت في 332-333 Brown,

[733←]

Brown, 332.

[734←]

Christiana Lamb, Sunday Times وردت في كريستيانا لامب 14 Brown,

[735←]

فيفيان باري، وردت في 396 Brown,

[736←]

جودي ويد، وردت في 224-225 Brown,

[737←]

Brown, 260-261.

[738←]

أشلي والتون، وردت في 261 Brown,

[739←]

Brown, 435.

[740←]

XIV–XV. 173 باتريشيا دراير، مقدمة النسخة الألمانية من السيرة التي كتبتها براون

[741←]

Brown, 511.

[742←]

بتاريخ 14 آذار/ مارس 2020

[743←]

<https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a22117965/kardashian-family-net-worth/>

[744←]

كيم كارداشيان، وردت في 52 Smith,

[745←]

Smith, 99.

[746←]

Smith, 106.

[747←]

Smith, 105.

[748←]

Smith, 113.

[749←]

Smith, 114.

[750←]

Smith, 112.

[751←]

Smith, 125.

[752←]

Oppenheimer, 245.

[753←]

Smith, 120.

[754←]

Smith, 125.

[755←]

Smith, 270.

[756←]

Smith, 128.

[757←]

الأرقام تعود إلى كانون الثاني/يناير 2020

[758←]

Smith, 270.

[759←]

كيم، وردت في 146 Smith,

[760←]

Smith, 147.

[761←]

صحيفة Observer وردت في، 148 Smith,

[762←]

Smith, 148.

[763←]

Smith, 150.

[764←]

Smith, 153.

[765←]

كيم، وردت في 153 Smith,

[766←]

دامون توماس، وردت في 250 Oppenheimer,

[767←]

كورتني كارداشيان، وردت في 155 Smith,

[768←]

Smith, 155 في وردت في كيم،

[769←]

Smith, 156.

[770←]

Smith, 156 في وردت في كيم،

[771←]

Smith, 157.

[772←]

Smith, 158.

[773←]

Smith, 158.

[774←]

Smith, 272.

[775←]

Smith, 158.

[776←]

Smith, 273.

[777←]

Sastre, 132.

[778←]

<https://www.telegraph.co.uk/fashion/people/the-man-behind-kim-kardashians-paper-magazine-cover-on-how-to-br/>

[779←]

Oppenheimer, 270 في وردت في ميكي بوردمان،

[780←]

Oppenheimer, 265 في وردت في ميكي بوردمان،

[781←]

Klazar, 20.

Smith, 272.	[782←]
Smith, 202.	[783←]
Smith, 187.	[784←]
Smith, 275.	[785←]
Harvey, 653.	[786←]
Harvey, 656–657.	[787←]
Smith, 232.	[788←]
Smith, 276.	[789←]
https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2018/07/11/why-kim-kardashian-west-is-worth-350-million/#5c3a1104f7b6	[790←]
https://www.nytimes.com/2019/03/30/style/kardashians-interview.html	[791←]
Boileau, 5.	[792←]
Smith, 247.	[793←]
Oppenheimer, 257.	[794←]
	[795←]

<https://www.denverpost.com/2011/12/15/people-you-dont-have-talent-barbara-walters-tells-kardashians/> 174

[796←]

Klazar, 19 أليس ليبيرت، وردت في

Alice Leppert

[797←]

<https://www.byrdie.com/kim-kardashian-career-tips-4775501> 175