



هوامش

في الليلة التي اختير فيها تيم والز مرشحاً لمنصب نائب رئيس الجمهورية عن الحزب الديمقراطي في الولايات المتحدة الأمريكية، كان معتمراً قبعة من تصنيع شركة «يونيون وير». وها هي مبيعات الشركة ترتفع كثيراً



باتت موظفات «يونيون وير» يعملن نحو 60 ساعة في الأسبوع (الجيليا وزير/فرانس برس)

قبّعات «هاريس والز»

غطاء على رؤوس داعمي الديمقراطية

عاد الزخم الذي أحدثه دخول كامالا هاريس السباق إلى الرئاسة الأمريكية، ومعها مرشحها لمنصب نائب الرئيس، تيم والز، بفائدة كبيرة على شركة لتصنيع المنتجات النسجية الترويجية المخصصة للحملات الانتخابية بالقرب من نيويورك، إذ بيعت أكثر من 100 ألف من قبعتها التي تحمل شعار «هاريس والز» منذ الإعلان عن ترشحهما. وقال المدير العام لشركة «يونيون وير»، ميتش كان، لوكالة فرانس برس في مصنعها للنسيج في نيويورك، صاحبة السكن الصناعي في نيو جيرسي إلى الغرب من مانهاتن: «لم يسبق أن بيعت قبعات بهذه السرعة، مع أننا نصنع مواد ترويجية للحملات منذ 24 عاماً».

منذ انسحاب الرئيس جو بايدن من السباق في 21 يوليو/تموز الماضي، ودخول نائبته كامالا هاريس المعركة بدلاً منه عن الحزب الديمقراطي، لا يزال رئيس الشركة غير قادر على تصديق ما حصل، إذ إن مبيعات القبعات التي تحمل شعار «بايدن» كانت «هزيلة»، لكن الوضع انقلب رأساً على عقب

مع ظهور القبعة الجديدة بشعار «هاريس والز» (Harris Walz) باللون البرتقالي، إذ إن هذا المنتج الترويجي الجديد المصنوع من قماش البرزات العسكرية الموهبة، لقي رواجاً واسعاً. ويعود الفضل جزئياً في فتح باب الحظ لميتش إلى حاكم ولاية مينيسوتا تيم والز، الذي سيتولى منصب نائب الرئيس في حال انتخابه وكامالا هاريس في الخامس من نوفمبر/تشرين الثاني المقبل ضد الجمهوريين دونالد ترامب وجاي دي فانس. وقال ميتش: «ما إن ظهر (والز) على شاشة التلفزيون معتمراً واحدة من قبعاتنا في الليلة التي اختير فيها مرشحاً، حتى شهدت المبيعات ارتفاعاً كبيراً». ولاحظ ميتش بين موظفاته اللواتي يشغلن آلات الخياطة بطاقتها القصوى أن «مثل هذه الحماسة لم تُسجّل منذ (حملة) باراك أوباما» عام 2008.

أشار ميتش كان إلى أنه عمل على مدى ربع قرن «مع جميع المرشحين الديمقراطيين للرئاسة، بما في ذلك خلال الانتخابات التمهيدية (...) ومع عدد من المرشحين

الجمهوريين». وإذ أفاد بأنه باع في بضعة أسابيع نحو 100 ألف قبعة، أكد أن «عدد القبعات التي يبعث في مثل هذا الوقت القصير لم يسبق له مثيل». وبفعل الطلب الكبير، باتت موظفات «يونيون وير» يعملن نحو 60 ساعة في الأسبوع، بما في ذلك أيام السبت، للتمكن من تلبية سيل الطلبات. حتى أن الشركة سارعت إلى شراء آلات إضافية لتتمكن من إنتاج ما يصل إلى أربعة آلاف قبعة يومياً. وتشكل القبعة قطعة تقليدية رائجة الاستخدام في الولايات المتحدة. ومن أبرز تصاميم «يونيون وير» قبعة عالية كتلك التي توضع عادة خلال مباريات البيسبول، تتميز عن غيرها بأنها مرقطة ذات طبقات تمويه باللون الأخضر الكاكي، وعليها نقش برتقالي فلوري.

ويستهو هذا التصميم الصيادين الذين يشكلون خزناً ضخماً من الأصوات الانتخابية في الولايات المتحدة، يعول عليه تيم والز، إذ إنه هو الآخر من محبي الصيد، وسبق أن خطي بدعم من لوبي الأسلحة النارية «إن آر إيه». وشرح ميتش

باختصار
تولت «يونيون وير» تصنيع القبعات الحمراء الشهيرة التي حملت شعار Make America Great Again لحساب دونالد ترامب

مبيعات المنتجات الترويجية للمرشحة هيلاري كلينتون في الحملة لانتخابات 2016 كانت سيئة رغم الاقتناع الذي كان سائداً بأنها ستفوز

من أبرز تصاميم «يونيون وير» قبعة عالية كتلك التي توضع خلال مباريات البيسبول، تتميز عن غيرها بأنها مرقطة ذات طبقات ممّوّهة

كان أن «مبيعات المنتجات المشتقة تعكس شعبية المرشح ودرجة تعلق الناخبين به»، ورأى رئيس «يونيون وير» أن «بايدن كان سيحصل على أصوات ناخبية ولكن بحماسة محدودة، إذ كانوا سيصوّتون له ولكن من دون أن يرغبوا في عرض اسمه على رؤوسهم»، مستنتجاً أن الفارق بين هاريس وبايدن يكمن في أن المرشحة الجديدة «متناغمة بالفعل» مع الناخبين، وأن هؤلاء «يفتخرون بوضع اسمها على رؤوسهم». وثمة عامل آخر مهم هو أن قبعات هذه الشركة «صنعت في الولايات المتحدة» (made in USA). ولهذا الأمر مغزى في مرحلة يبرز فيها توجهه إلى اتخاذ تدابير حمائية لقطاع الصناعة التحويلية الأميركي الذي يصوت كثير من موظفيها لترامب، للحد من منافسة المنتجات الصينية أو المكسيكية.

وذكر ميتش كان بأن مبيعات المنتجات الترويجية للمرشحة هيلاري كلينتون في الحملة لانتخابات 2016 كانت «سيئة جداً، رغم الاقتناع الذي كان سائداً بأنها ستفوز بسهولة، (لكنها) لم تكن تتواصل مع الناس كما كانت توحى استطلاعات الرأي». وتولت «يونيون وير» يومها تصنيع القبعات الحمراء الشهيرة التي حملت شعار Make America Great Again لحساب «اجعلوا أميركا عظيمة مجدداً» لحساب دونالد ترامب، قبل أن تتوقف عن إنتاجها بسبب المنافسة على إنتاج هذه القبعات خارج الولايات المتحدة.

(فرانس برس)

وأخيراً

في رحيل مهندس الإعلام العماني

محمود الرحبي

رحل عن دنيانا في 18 من أغسطس/ آب الحالي، وزير الإعلام العماني الأسبق والمستشار الثقافي للسلطان قابوس، عبد العزيز الرواس، بعد حوالي نصف قرن أمضاها بين المنصبين... كان وراء مجموعة مهمة من المشاريع الإعلامية والثقافية في عُمان، ليس من المبالغة القول بصعوبة حصرها وتحديدتها، لتبرز مبعثرة، متوهجة هنا ونابضة هناك إلى وقت قريب من وفاته. كما أنه بعد الوزارة، لم يكن مستشاراً اسمياً، ارتكن إلى الراحة، إنما قام بإنجازات توثيقية لأثار عمانية متعددة، إلى جانب السعي إلى دعم جمعيات أهلية، من أهمها الجمعية العمانية للصحافيين.

عُرف الراحل بأنه قارئ جيد ومتابع وصديق لمثقفين عرب. أتذكر في زيارة الطبيب صالح عُمان كانت بدعوة من الرواس، حيث أحيا أسبوعاً وأجرى لقاء تلفزيونياً تحدث فيه عن معرفته بعيد العزيز الرواس قبل أن يصبح وزيراً. كان الرواس أيضاً وراء تأسيس مجلة نزوى الثقافية. وبشأن الدراما

التلفزيونية، تعدّ فترته ذهبية، حيث دعم مسلسلات طويلة، اشترك فيها عُمانيون (وكانما يتدربون عملياً في بداياتهم) مع ممثلين عرب معروفين، مثل مسلسل «عُمان في التاريخ» والخليل بن أحمد الفراهيدي وغيرهما. وتبرز أهم إنجازات الرواس، الثقافية والفنية، دعوته للموسيقيار ورجل الأثار، يوسف شوقي، إلى الإقامة في عُمان، حتى وفاته ودفنه فيها (1987). كان نتاج ذلك أن شوقي جاب مناطق عُمان، ووثق التراث الموسيقي العماني، كما ساهم في إنشاء مركز عُمان للموسيقى والتراث الذي كان من السهولة أن يندثر ويضيع، لولا هذه الخطوة الحيوية التي وجدت مباركة واهتماماً من السلطان قابوس رحمه الله. ويوسف شوقي من علامات الموسيقى في مصر، كتبه عنه أنيس منصور «أحد علماء الموسيقى في زماننا، وأكثر الناس وعياً بها وتاريخها، وكان متفجر الحيوية في كل اتجاه، كان أدبياً ووثائقاً للشعر وعازفاً على العود. محمد عبد الوهاب قال إنه أmeer عازف على العود».

كان الرواس أيضاً وراء إقامة ندوة الدراسات العمانية

الموسعة التي جُمعت أوراقها في ثلاثة مجلدات. ومن الأسماء العربية المهمة التي استدعاها إلى عُمان، بحكم علاقته، القاص المصري يوسف الشاروني الذي أقام في مسقط، وألّف عدة كتب عن عُمان. لا يمكن أيضاً إغفال دعوته صنع الله إبراهيم للإقامة الإبداعية في مسقط، والتي كان من نتاجها تأليفه رواية «وردة»، وهي أول رواية عن ثورة ظفار، وكان لها ما بعدها، حيث صدرت تباعاً بعدها روايات

كان عبد العزيز الرواس وراء مجموعة مهمة من المشاريع الإعلامية والثقافية في عُمان، ليس من المبالغة القول بصعوبة حصرها

عمانية عديدة تتخلل تلك الفترة السياسية الغامضة من التاريخ العماني. عُرف عبد العزيز الرواس بدمائته وتجاوزته الضغائن والصغائر، إلى جانب مواقفه الشخصية المتصفة بالنبل. يذكر الإعلامي، زاهر المحروقي، في كتابه «سارق المنشار»، أنه كان يقدم برنامج «البت المباشر» الذي يميل إلى النقد الخدماتي، ويستقبل مكالمات تتسم بالصراحة والشكوى، يذكر أن بعض المسؤولين لم يتحملوا ذلك النقد وضغطوا على الرواس مراراً بغرض إغلاق البرنامج، بسبب هذا المذيع الذي لا يتدخل في تصويب ما يروّنه خاطئاً، فوافق فقط على تغييره بمذيع آخر، وظل البرنامج على ما هو عليه في صيغته اليومية.

لم أصادف الراحل حين كان وزيراً للإعلام في أي موقف، ولكنه حين صار مستشاراً ثقافياً كان من الممكن رؤيته في أروقة معرض مسقط للكتاب، كنت مرة في المعرض لتوقيع نوفيلاً «خريطة الحالم» (دار الجمل، بغداد، 2010). وقد أهديته نسخة من الإصدار، فرفعه وهزّه وهو يبتسم، قبل أن يودعه كيس الكتب الذي كان يحملها.