

الناس علامات

عزت القمحاوي

الناس مقامات، هكذا كانوا يقولون في عصر ما قبل الاستهلاك، حيث كانت مقولة سقراط 'تكلم حتى أراك' في مجال الفعالية، الآن صار الناس علامات، وأصبح الشعار: أربي ماركة قميصك حتى أراك.

أن تسعى لأن تكون معروفاً:

عديد من الكتاب تناولوا النزعة الاستهلاكية في العالم. هناك من يحمل الثورة الصناعية وما جلبته من وفرة في القرن التاسع عشر مسؤولية هذا الولع، البعض يبحث عن جذور ذلك الولع في الأديان، مقارناً بين أديان الشرق الأقصى والمسيحية والإسلام، والبعض يلقي باللائمة على تقنيات الإعلان والتسويق التي اختلقت هذا الجنون اختلاقاً.

لا أحد، في حدود ما قرأت، تناول الألم الوجودي المصاحب للحياة في مدينة كبيرة: ألم أن يكون المرء لا أحد! في قصة عبقرى الخفة أنطون تشيخوف 'النحيف والبدن' يفخر البدن على الموظف المسكين بقوله: أنا معروف في البلاط وأنت غير معروف. وليس بوسع كل الناس أن يكونوا معروفين في البلاط، لكن بوسعهم أن يتميزوا من خلال المظهر. ومن اليابان إلى بريطانيا، كانت هناك دائماً الأزياء الفخمة، التي تعلن عن صاحبها وتجعله معروفاً، في أي مكان يذهب إليه. وتميزت علامات تجارية بجودتها، لكن خاتمها وعلامتها كانا مخفيين في الطيات الداخلية، ولم يكن من اللائق أن تستوقف أحدهم لتقلب باطن الجاكيت أو تشده من قفاه لتقلب ياقة القميص لتتعرف عليه أكثر. ومن هذه الصعوبة، جاء الإلهام العبقرى لصناع الملابس الرياضية، بوضع العلامة في مكان بارز على الصدر.

هكذا صارت العلامة هدفاً. لا الراحة ولا صحية الملابس تغني عن هذه الأيقونات المثبتة فوق الصدور. ومهما كانت جودة منتج محلي من البدلات الرياضية، فإنه يعامل في أحسن الأحوال كبيجامات للنوم، بينما المنتج المماثل العابر للثقافات، يسمح لمرتديه باقتحام الأماكن العامة، والتحرك فيها بحرية ببركة الوسم المقدس. العلامة كانت في البداية جواز مرور يجعل من البيجاما بدلة رسمية، ومع الوقت صارت البيجاما إلى تقاصر، وأصبح 'الشورت' والفانلة بالحمالات مقبولة في الفضاء العام أيضاً.

كلما ترسخت عبادة العلامة يتم التخلي شيئاً فشيئاً عن الكم والكيف في الأزياء، حتى يأتي يوم يصبح فيه تعليق العلامة كقلادة على الجسد العاري كافياً لكي يُرى في أبهى حلة، ولا يمكن حتى لطفل أن يكتشف عريه.

السجين الماركة

عندما ظهر الملياردير المقاول المتهم بالتحريض على قتل سوزان تميم في أولى جلسات محاكمته، لم يكن مدهشاً ظهوره ببدة السجن البيضاء.

المدهش كان العلامة المميزة لشركة ملابس رياضية شهيرة على صدره. وهي ذات العلامة التي اشترى منها محسن السكري بدلة القتل في دبي.

ولا يمكن للمحكمة أن تتخذ من ارتدائهما لذات العلامة دليلاً جديداً على الشراكة في الجريمة. لكن ربما يكون هوس العلامة درساً لقتلة ومتهمين مستقبليين، حول مواقيت عبادة العلامة.

بديهي أنه لا فرق أن تقتل في بدلة عادية عديمة العلامة وبين أن تقتل في ماركة. ولكن السكري وفر للعدالة قرينة إضافية ضده، بشرائه البدلة الرياضية من توكيل ببطاقة ائتمان، أمكن تتبعها .

لحظة القتل، ليست أوان عبادة العلامة، التي يمكن للقاتل أن يجد في السجن الوقت الكافي لممارستها.

هشام طلعت الملياردير المتهم، كان ارتدائه للعلامة المهيبة بمثابة شارة لتمييزه بين المجرمين العاديين؛ فهو لا يستطيع أن يحمل أمواله على صدره حتى يصبح مختلفاً عن زملائه في الحجز، كما أن شاربه، وتقاطيع وجهه الشديدة العامية، كقيلة بوضعه في الطبقة السفلى من المجرمين، لكن بقليل من التغاضي الشرطي، أمكنه أن يرفض البدلة الرسمية، ويرتدي البدلة ذات العلامة المباركة التي شاغلت الكاميرا عن وجهه وعن وسم البدلة البيضاء.

الحرس علامة الوزير

رجل من أواسط الناس، أو دون الوسط، تقتحمه العين اقتحاماً. على قول طه حسين - يميل إلى القصر، بكرش صغير يناسب حداثة سنه في المنصب، على وجهه صفرة من أمراض المصريين المتوطنة، يتحرك وسط أربعة من الحراس الأشداء.

ما حاجته هو للحرس، وهو ليس وزيراً لوزارة سيادية، ووجهه غير معروف، ربما حتى في البلاط! لكن الحرس شارة؛ علامة تجارية أكبر كثيراً من المعتاد، ومع أربعة من الحراس الأشداء، تصبح قامة الوزير

حاصل جمع قامته مع قامات الحرس، ومعهم يصبح في قوة حصان، معروفاً ومهاباً من جيرانه.

أن تكون معروفاً

أبناء القرى يعيشون في المدن غرباء مهما طالت الإقامة، ومهما أحاطتهم المدينة بالحفاوة .
لا يعرف أبناء المدن ألم أن يكون الريفي في المدينة ولا يكون، ألم أن يقضي نصف عمره في الطرقات مليباً
نداءات الواجب في الريف. لكنهم لا يعرفون أيضاً نعمة أن يكون المرء معروفاً. وأن يعود من الإقامة إلى
البيت، يخلع ملابسه ومعها ترسانته من بطاقات هوياته المتعددة: المهنية، النقابية، رخصة القيادة، وحتى حافظة
النقود، ويرتدي جلباباً بلا ماركة، حيث لا حاجة لشهادة من موظف أو شارة من صانع أجنبي، لكي يتأكد
أنه هو الشخص المقصود .