

رحيله

رمزي النجار.. «هونسنت» الدعاية السياسية

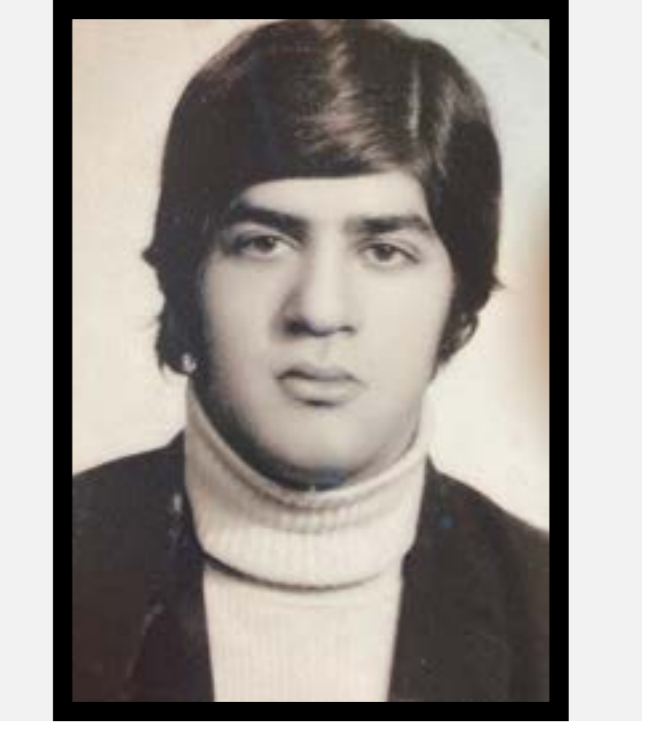
شهادات

كيف أبكي شقيقي

مروان نجار *

كيف أبكي شقيقي رمزي وهو الآن يُضاحك السماء؟ يرافون بي فيقولون معزيين: «نفسه في السماء» ولا شك عندي في رحابة السماء وترحابها بنفس كريمةً كنفس أخي رمزي. ولكن... كم لا نزال في حاجة إلى كرم نفسه بيننا على الأرض! صحيح أنّ الأخوة من حتميّات القدر. لكن رمزي لو لم يكن أخي لكان صديقي، وكنت صديقه. هكذا قامت نزهة الأخوة بيننا. زوّدتني بحكمة أخي الأصغر سناً والأكثر قدرةً على جمع التناقضات وضبط أسباب الغضب. رمزي الذي إن اختلف مع منافسيه بلمست لغة الخلاف نواذره. رمزي الذي متى أثب خصومه أطريهم جمالاً التائب. رمزي الذي لا تنطقني ولا تخبو في قلبه شعلة الوفاء لصداقة. لأخوة لحلم، لرفقةٍ أو لواجب. ولننّ علقت في الأذهان عناوين كتبه الطموحة التي أصدرها حديثاً في زمن النضج، يطيب لي أن أتذكّر من أرشيف بداياته، تلك الأطروحة التي أعدها في زمن الدراسة ثمّ أتمها على شكل كتاب في التسعينيات بعنوان «كي يعود الله إلى لبنان». أطروحة تربوية ذكيّة ونبيلة تحلّ التنشئة الإيمانيّة محلّ التعبئة المذهبيّة أو الطائفيّة. لكنّ رمزي يضحك... ويريدنا أن نضحك. لذلك حين أقام حفل توقيع لكتابه التربويّ وحضرت شخصيّات من كل الجهات إلى ذلك الحفل، سمعنا وزير الدولة للشؤون الماليّة فؤاد السنويورة يسأل رمزي: هل نفهم من عنوان كتابك يا رمزي أنّ الله قد هاجر من لبنان؟ فأجابني رمزي على الفور: - تخلصاً من القيمة المضافة، معاليك. رمزي يضحك. يريدنا أن نضحك. ولعلّه الآن يضاحك السماء.

لن يعتب عليّ وإن غلبني البكاء فقد تعاودني اللحظات... وأنذرك أنّ شقيقي الوسيم الكريم قد يرحل نعم، لكنّه... لا يغيب.



ليال القزّح

«فكّر على ورق»، كان آخر كتُب رمزي النجار. اراده «عودة إلى الذات»، وتعزيزاً لـ«التفاعل التواصلي». الكتاب صدر في عام 2018 ويتألف من 100 كلمة، تشكّل كل منها فصلاً، والكلمة التي ينتهي بها فصل تكون عنوان الفصل التالي. تعهد النجار ترك صفحة فارغة قبالة كل صفحة كتب عليها أفكاره، حتّى تكون حافظاً للقراء فيشاركون أفكارهم حول القهوة، السفر، الشوكولا، الخبيلة، الحب... «وهل من نعمة أو من نعمة يتمتّع، بقدر ما يهلك، بهما الإنسان أكثر من قدرته على توليد الأفكار؟»، سأل في كتابه، هو «المهجوس» بالحوار والتواصل وتحفيز الروح الإبداعية لدى الأجيال. بعض الأشخاص يقرون هوياتهم على مهن، فنصبح لا نعرف إلا بهم. اختزل النجار عالم الإعلانات والإعلام لسنوات طويلة، فأصبح واحداً من مرجعياته القليلة في العالم العربي... «وكان الله يحبّ المعلنين»، كما نقول المخطوطة التي علّقها في مكتبه العابق بالألوان واللوحات... ومجموعة السيارات خاصة باللون الأحمر (الصغيرة التي كان يهوى جمعها، «والله يعين») من يوقع واحدة منها. إضافة إليها، يملك النجار واحدة من أهم مجموعات القصص المصورة، التي كان يختار جُملاً وصوراً منها ليصنع منها لوحة، «تاريخية هدي»، يقول الرجل الفارع الطول، بحسده الضخم وصوته الرخيم، نادراً ما كان يرتدي غير البرّة السوداء، ويلبّد بتدخين السيجار الكوبي، قبل أن يجبره قبل سنين «نق» ولذبه مازن وغسان الخائفين على صحته، على التخلّي عنه في الشكل، عكس صورة رجل الإعلانات التقليدي، صاحب العلاقات المتشعبة، «لم يمر وقت طويل، قبل أن اكتشف أنّه خلف تلك الصورة، توجد أخلاقيات كانت في حينه عملة نادرة في سوق الدعاية»، تخبر هند خالد التي تعهدت العمل في شركة النجار، «لأنني كنت أسأل من أهمّ شخص في مجال الإعلان السياسي، ليأتي الجواب دائماً رمزي النجار. كان أهمّ من أنسن مفهوم الدعاية السياسية». يُضيف الإعلامي جورج غانم أنّ النجار «يمثّل حقيقة النهضة الثانية للإعلام والإعلان في التسعينيات»، ابن بشمرين - قضاء الكورة (1952)، تحوّل إلى الرجل القادر على «بيع الثلج لمن يعيش في القطب الشمالي». تُستخدم هذه العبارة في وصف النجار، للتدليل على «شطارته» في الإقناع، موهبته الفطرية لم تدق مُشخّطة، فأنقلها بدراسته، وحصل على شهادة الماجستير في «الاتصال الجماهيري» وبكالوريوس في «الأدب المقارن والتعليم» من الجامعة الأميركية في بيروت. «أنا بالكورة، بتوصي شي؟»، يسأل أحد المصلين النجار، لنجيب: «شبح زيتون»، ومن أرض الزيتون، «الكتيب جوعه الكبير للمعرفة»، يقول رئيس مجلس إدارة شركة «كوانتم كومونيكيشنز»، إيلي خوري. كان رمزي «موسوع» وخاصة باللغة، قادراً في عشر دقائق على كتابة عشر صفحات، فكان طبيعياً أن يُؤلف ثلاثة كتب، غزير الإنتاج «وسريع الديمة»، في إحدى المرات، «اخترعنا الشعاع لأحد الزبائن ونحن في المصعد نتجّه لمقابلته»، رمزي النجار يقف بنفسه إلى درجة «لا يضطرّ أن يُعيد قراءة ما كتب»، وأهميته تكمن في قدرته على «إنجاز إعلان صغير لماركة علكة مثلاً، وفي الوقت نفسه

رُكّر على الاستشارات السياسية، لاقناعه بأن مهنة الإعلانات انتهت

مع الإن بريناس ونزيه مسلم، في عام 1989، عرضت شركة «انتر ماركس» على النجار وإيلي خوري دمج شركتهما والانضمام إليها، بالنسبة إلى خوري، «وجدناها الفرصة المثالية، ولا سيما بعد أن اندلعت حرب التحرير». في كانون الثاني 1992، أطلقا شركة «سانشي اند ساتشي، ولعلت. ما بقي زيون ما أخذناه. رمزي كان بيلدويزر في العمل». من زبائن ذلك الزمن، مؤسسة كهربية لبنان أيام الوزير الراحل إيلي حبيقة. «فصمّمنا لها شعار LebanON/Off، قبل أن يأخذه التيار الوطني الحر». شركة «سوليدير» كانت من زبائن النجار،



لم يركن يوماً أصم سياسياً أو يرافقه على حملات خبلة من حركته

ولها صمّم «بيروت مدينة عريقة للمستقبل». من هذا الباب، تطوّرت علاقته برئيس الحكومة الراحل رفيق الحريري، فتحوّل إلى صديق العائلة، الحارس أيضاً لأسرارها البسيطة، والحاضر في مناسباتها، وبقي حتى الأشهر الأخيرة «مستشاراً غير رسمي» لرئيس الحكومة المكلف سعد الحريري. سنة 2000، أسّس النجار وخوري مجموعة «كوانتوم»، واشتغلا على الحملة الانتخابية لرفيق الحريري بوجه الرئيس إميل لحود، فكان شعار «لونا والعمل»، مع العلم اللبناني. حصل هجوم 11 أيلول 2001، فكان أهم إنجازات رمزي الشعار الذي نُشر في وسائل الإعلام الأميركية: We the people - نحن الشعب. كمية رسائل رفيق الحريري كانت مرعبة»، يقول خوري. لم تعرّ شراكة «كوانتوم» أكثر من سنتين، لأسباب ربما يُفضل رمزي أن يخطي معه، يُؤكّد خوري «فأنا صديقين، وتعاوننا في عدد من المشاريع، آخرها ما كنّا نحضّر له قبل أسبوعين من دخوله المستشفى».

تُخبر ريمون مربع أنّ النجار أراد الإبتعاد عن الإعلانات «والتركيز على الإستشارات السياسية، فأسّس S2C»، لماذا؟ نُجيب بأنّ النجار كان «مُقتنعاً بأنّ مهنة الإعلانات انتهت»، حصر أعماله بتنفيذ «الرؤية السياسية» لحكومات عربية ومؤسّسات وسياسيين، فكانت أبرزها مشاريعه في الأردن وعمان وقطر والسعودية. لم يكن مُحرّكه «مادياً»، وأدخل مفهوماً جديداً بأنّه «يقدم نصيحة» ولا «يبيع إعلاناً»، من عمل معه، يُؤكّد أنّه لم يكن يوماً «أعنى سياسياً أو يوافق على حملات خالية من الفكر، ومن دون أخذ الرأي الآخر في الاعتبار». شارك قبل سنتين في تأسيس مجموعة «كلنا إرادة»، متولياً الاستشارات في الشقّين السياسي والإعلامي، ولكن لم يلبث أن ابتعد عن المجموعة، مُعبراً في أكثر من لقاء عن انخراطها عن الدور الذي تأسست من أجله. أما في السنة الأخيرة، فانغمس النجار في المشاركة في تحضير مركز دراسات، وتأسيس جامعة البلمدن - فرع بيروت، وكان فيه روية.

إبراهيم الامين

«وكان المهذب المصليين»...

حديث غير مسند

قال رمزي إنه اخترع هذا القول تعبيراً عن نزوة المحاولة عند من يريد إقناع أيّ أحد بضرورة الإعلان. وهي الفكرة التي استحوذت على عقله لعقود عدّة. كان رمزي ينظر إلى لبنان على صورة البلد الذي كان قائماً قبل الحرب الأهلية. لديه أفكاره الخاصة حيال التغيير الضروري للنظام العام، وحتى للذوق العام. لكنّه ظل أميناً ووفياً لفكرة الاقتصاد الحرّ والليبرالية الغربية. وكان يرى في الإعلام المفتوح والإعلان شرطاً لحماية هذه الصورة غير المُقدّدة... التجربة علّمت رمزي أشياء كثيرة، من بينها أن لكل عمل أسسه وقواعده، وأن المغامرة توجب معرفة هذه القواعد والأسس واحترامها. وهو ما جعله يصطدم مع ناقصي الذكاء وصناعي التفاهة الذين سيطروا على المشهد الإعلامي والإعلاني في العقدين الأخيرين. لم يكن خروج رمزي من حقل الإعلان التقليدي تعبيراً عن فشل مهني كما يروّج له خصوم ثُقه، بل كان خليطاً بين ضيقه

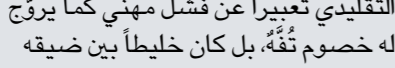
كثيرون لم يرتاحوا إلى قدرة رمزي على خلق انطباع إيجابي عند جميع اللاعبين

من هؤلاء الذين لا يريدون بذل أي جهد لخلق فكرة جيدة، وبين استعجال أصحاب رؤوس الأموال إلى ما يُظهرهم بصورة مغايرة تماماً أمام الجمهور. ومشكلته، هنا، لم تكن مع القبايض على المال فقط، بل مع الكادر اللبناني الذي لم يقرأ التحوّلات من غيره، ولم ينتبه إلى أنّ العالم القريب والبعيد صار متقدماً كثيراً عليه. وأن عليه بذل الجهد الكبير للمحافظة على عناصر تمايزه المرتبطة بالمعرفة وبالقدرة على الإبداع. سنة 2020 حلّت صعبة على رمزي النجار، في أكثر من مرة، شكّا غياب الإلهام وعدم إيجاد فكرة لكتابه الجديد «رمزي إيجابي، بش يمكن المقاومة» على إنتاج لم يقدر عليه مدعو «حبّ الحياة»، كانت لرمزي كمية هائلة من الملاحظات في جوهر السياسة العامة لـ«الأخبار»، في مقاربتها للملفات السياسية والاقتصادية وحتى الإعلامية والثقافية. سمحة، أنتم تقدمون الخطاب الذي يصفه خصومكم باللغة الخشبية، لكنكم تقولون ذلك بصراحة تجعله رائجاً. وقدرتكم على احترام المسافة المهنية مع خصومكم.

تمنحك خطوات متقدّمة على غيركم. رمزي النجار جيّر، لسنوات، علاقات كثيرة لديه لمصلحة بناء تواصل مهني وتجاري مع «الأخبار». لم يستغد الرجل يوماً بقرش من كل هذه المشاريع. ولم يكن ليطلب من «الأخبار» شيئاً على الإطلاق؛ لا خبراً ولا مساحة إعلانية ولا مديحاً أو اهتماماً بصديق. كان على الدوام، يتصرف على أساس أن نجاح التجربة هو نجاح لأصل فكرته، بأن لبنان يحتمل المحافظة على دوره الإعلامي والإعلاني، ولو من موقع سياسي مختلف. وهو أساس في نظره التقديرة إلى سلوك الإعلام اللبناني عموماً، والإعلام المرئي على وجه الخصوص. كان رمزي يخوض معركة مفتوحة ضد «الراييتينغ». كان يسميه المرض المعدي والمنتشر بقوة وكثرة. وهو المرض الذي جعل الحوار السياسي مجرد صراخ في الهواء، وحوّل برامج الترفيه إلى أدوات تنفيذ للحياة العامة. ووسط كل ذلك، كان يفكر إلى خفة الروح في مقاربة الخدمة الإعلانية، وكان كثير القلق من عدم قدرة الجيل الجديد على استخدام الأدوات العصرية في تطوير مفهوم الإعلان باعتباره خبراً أصلياً وليس مجرد إخبار عن مُنتج ما. كثيرون لم يرتاحوا إلى قدرة رمزي على خلق انطباع إيجابي عند جميع اللاعبين. كان أحدهم يقول لي: كيف لهذا الرجل أن يحظى باحترامك وهو مرغوب عند أعنى خصومك السياسيين والمهنيين.

لقد كان صعباً على كثيرون فهم خاصيّة رمزي، الذي لم يكن محابياً على الإطلاق. وكانت له شطحاته أيضاً. لكنّه كان يعرف جيداً، أن علم التواصل الذي احترفه أخيراً، يقوم على فكرة مدّ الجسور، وعلى فكرة الحوار الدائم وتبادل الأفكار. لكنّه كان صعب المراس أمام تزوير الحقائق، ولطالما كان هو الكاشف عن أكاذيب مؤسّسات أو أفراد امتهنوا تزوير الحقائق لغايات تجارية، وحجته: لماذا يفعلون ذلك. السوق كبيرة وتتسع للجميع، فلماذا هذه اللاعيب؟

مشكلتي معه كانت في قدرته على الدفاع عن منتجه، سواء كان فكرة أو صورة أو حتى شعاراً، بينما هو يعرف أنّ المُنتج المروّج له يجب إطاحته من أساساته. لكنّ رمزي، المغامر في أشياء كثيرة، لم يكن مغامراً انتحارياً، وكانت لديه القدرة على تحمّل الكثير من سخافة القوم وثقل مدغم وتطلّبه غير المبرّر، فقط لأنه كان شديد الواقعية إزاء هذا البلد الفائد لقوة الإنتاج التي تجعله يدعى الاستقلال الكامل. رمزي نجار كان مفاجأة إيجابية مستمرّة لي، وكان دائم المبادرة إلى التواصل، وأسأتاداً في احترام الأصول! رمزي... وداعاً!



كثيرون لم يرتاحوا إلى قدرة رمزي على خلق انطباع إيجابي عند جميع اللاعبين

من هؤلاء الذين لا يريدون بذل أي جهد لخلق فكرة جيدة، وبين استعجال أصحاب رؤوس الأموال إلى ما يُظهرهم بصورة مغايرة تماماً أمام الجمهور. ومشكلته، هنا، لم تكن مع القبايض على المال فقط، بل مع الكادر اللبناني الذي لم يقرأ التحوّلات من غيره، ولم ينتبه إلى أنّ العالم القريب والبعيد صار متقدماً كثيراً عليه. وأن عليه بذل الجهد الكبير للمحافظة على عناصر تمايزه المرتبطة بالمعرفة وبالقدرة على الإبداع. سنة 2020 حلّت صعبة على رمزي النجار، في أكثر من مرة، شكّا غياب الإلهام وعدم إيجاد فكرة لكتابه الجديد «رمزي إيجابي، بش يمكن المقاومة» على إنتاج لم يقدر عليه مدعو «حبّ الحياة»، كانت لرمزي كمية هائلة من الملاحظات في جوهر السياسة العامة لـ«الأخبار»، في مقاربتها للملفات السياسية والاقتصادية وحتى الإعلامية والثقافية. سمحة، أنتم تقدمون الخطاب الذي يصفه خصومكم باللغة الخشبية، لكنكم تقولون ذلك بصراحة تجعله رائجاً. وقدرتكم على احترام المسافة المهنية مع خصومكم.

تمنحك خطوات متقدّمة على غيركم. رمزي النجار جيّر، لسنوات، علاقات كثيرة لديه لمصلحة بناء تواصل مهني وتجاري مع «الأخبار». لم يستغد الرجل يوماً بقرش من كل هذه المشاريع. ولم يكن ليطلب من «الأخبار» شيئاً على الإطلاق؛ لا خبراً ولا مساحة إعلانية ولا مديحاً أو اهتماماً بصديق. كان على الدوام، يتصرف على أساس أن نجاح التجربة هو نجاح لأصل فكرته، بأن لبنان يحتمل المحافظة على دوره الإعلامي والإعلاني، ولو من موقع سياسي مختلف. وهو أساس في نظره التقديرة إلى سلوك الإعلام اللبناني عموماً، والإعلام المرئي على وجه الخصوص. كان رمزي يخوض معركة مفتوحة ضد «الراييتينغ». كان يسميه المرض المعدي والمنتشر بقوة وكثرة. وهو المرض الذي جعل الحوار السياسي مجرد صراخ في الهواء، وحوّل برامج الترفيه إلى أدوات تنفيذ للحياة العامة. ووسط كل ذلك، كان يفكر إلى خفة الروح في مقاربة الخدمة الإعلانية، وكان كثير القلق من عدم قدرة الجيل الجديد على استخدام الأدوات العصرية في تطوير مفهوم الإعلان باعتباره خبراً أصلياً وليس مجرد إخبار عن مُنتج ما. كثيرون لم يرتاحوا إلى قدرة رمزي على خلق انطباع إيجابي عند جميع اللاعبين. كان أحدهم يقول لي: كيف لهذا الرجل أن يحظى باحترامك وهو مرغوب عند أعنى خصومك السياسيين والمهنيين.

لقد كان صعباً على كثيرون فهم خاصيّة رمزي، الذي لم يكن محابياً على الإطلاق. وكانت له شطحاته أيضاً. لكنّه كان يعرف جيداً، أن علم التواصل الذي احترفه أخيراً، يقوم على فكرة مدّ الجسور، وعلى فكرة الحوار الدائم وتبادل الأفكار. لكنّه كان صعب المراس أمام تزوير الحقائق، ولطالما كان هو الكاشف عن أكاذيب مؤسّسات أو أفراد امتهنوا تزوير الحقائق لغايات تجارية، وحجته: لماذا يفعلون ذلك. السوق كبيرة وتتسع للجميع، فلماذا هذه اللاعيب؟

مشكلتي معه كانت في قدرته على الدفاع عن منتجه، سواء كان فكرة أو صورة أو حتى شعاراً، بينما هو يعرف أنّ المُنتج المروّج له يجب إطاحته من أساساته. لكنّ رمزي، المغامر في أشياء كثيرة، لم يكن مغامراً انتحارياً، وكانت لديه القدرة على تحمّل الكثير من سخافة القوم وثقل مدغم وتطلّبه غير المبرّر، فقط لأنه كان شديد الواقعية إزاء هذا البلد الفائد لقوة الإنتاج التي تجعله يدعى الاستقلال الكامل. رمزي نجار كان مفاجأة إيجابية مستمرّة لي، وكان دائم المبادرة إلى التواصل، وأسأتاداً في احترام الأصول! رمزي... وداعاً!