تمثلات الجسد بين السيميوطيقا والدين

الباحثة دامية بلا
مختبر السيميائيات وفلسفة الأدب والفنون
جامعة محمد الخامس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية
المغرب

ملخص المقال:

يقدم هذا المقال لمحة عن تيمة حضور الجسد بين السيميوطيقا والدراسات الإسلامية. فالبحث في هذا الموضوع مازال محتشما، فالسيميوطيقا والدراسات الإسلامية تعد من الأبحاث القلائل التي تطرقت لهذا الموضوع ولامست بعضا من جوانبه دون التعمق فيه. وسيتناول هذا المقال حضور تيمة الجسد من خلال إشهار لعطر نسائي "ديور" الذي تم فيه استغلال جسد المرأة بشكل واضح. لنعرج بعد ذلك على تجلياته في الثقافة العربية الإسلامية. فالدراسات العربية الإسلامية تناولته تناولا تجريديا من كل سياق شرعي. إذ يعد البحث فيه أساسا بدعة. وبالرغم من ريادة هذين المجالين في تناول هذا الموضوع إلا أنهما لم يكونا أحسن حالا من الدراسات التي أهملته وجعلته موضوعا عارضا.

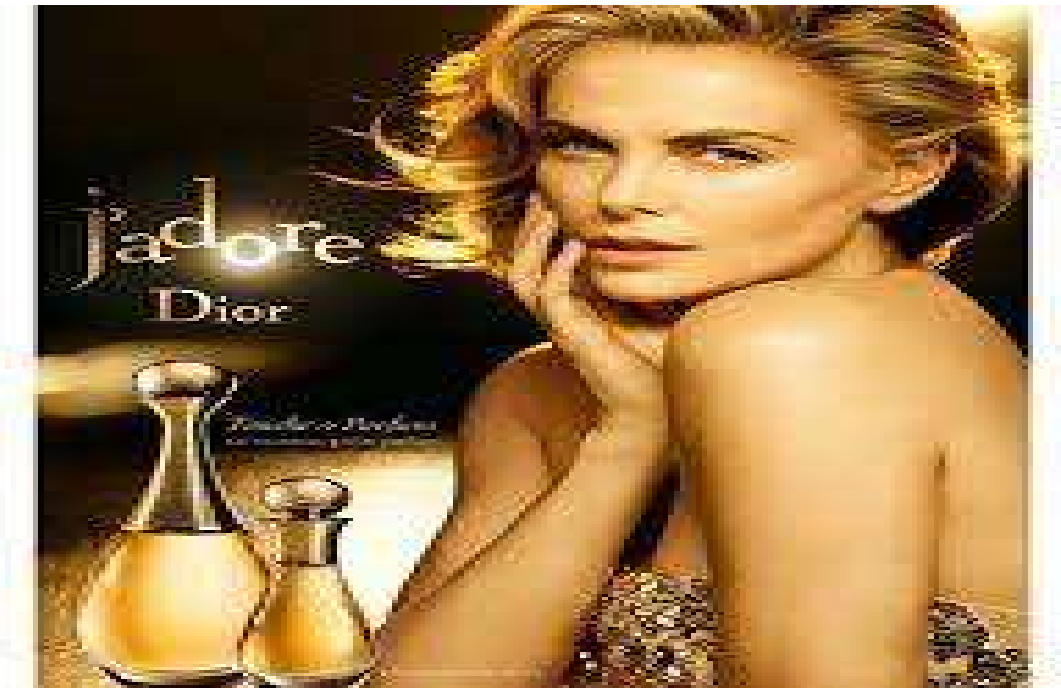
This article provides an overview of the theme of the presence of the body between Semiotics and Islamic studies. Research on this topic is still decent, as Semiotics and Islamic studies that have touched on this topic and touched on some of its aspects without going into depth. This article will adress the presence the them of the body throug an advertisement for a women's perfume, "Dior", in whichthe woman's body was clearly exploited. Let us then look at its manifestations in Arab-Islamic culture. Arab-Islamic studies dealt whit it in an abstract mannerfrom any legal context.

Researching into it is essentially a heresy. Despite the increase in these two fields in dealing with this topic, they were not better than the studies that neglected it and made it an occasional topic.

الكلمات المفتاحية:

الجسد	المنتوج
الجسد الإسلامي	الاقتناء
التمثلات	الصورة
الإشهار	الإنتاج
المستشهر	الدلالة
المستهلك	الخطاب البصري
المتلقي	القيم

الإقناع	النظر
الملصق الإشهاري	البصر
الأيديولوجية الإشهارية	الإدراك
الحالة الشمية	النسق اللساني
الإستمالة	النسق الأيقوني
فعل الشراء	السجل الثقافي
الصورة وبناء المعنى	الجسد بين الوظيفة والإغراء



تمثلات الجسد بين السيميوطيقا والدين

سيقدم هذا المقال مقارنة حضورالجسد بين تصورين: تصور سيميوطيقي من خلال مثال حضور جسد المرأة في الإشهار. وتصور ديني، تمثل الجسد من خلاله عبر بعدين: بعد سلوكي وبعد آدابي. سنعرف في البداية بالخطاب الإشهاري والهدف أو الأهداف من وراء الاستعانة بجسد المرأة وأبعاد ذلك إديولوجيا. لنعرج فيم بعد على حضوره في الثقافة العربية الإسلامية، وتجليات ذلك في الدين الإسلامي.

مفهوم الإشهار:

يعد الإشهار عنصرا من بين عناصر التواصل التجاري، فهو أحد العناصر الحركة الفاعلة في منطق السوق إلى جانب العناصر الأخرى: المنتوج، الثمن والتوزيع. "وهو يرمي إلى الإعلان عن وجود منتوج وعن ثمنه وصفاته وخصائصه المتعلقة بالتركيب والجودة"[1]. وإذا كانت هذه

العناصر من بين وظائفه، فإن الوظيفة الأساسية للإشهار تكمن بالخصوص في الحث على القيام بفعل الاقتناء لمنتوج ما، لذلك فإن تحقيق هذه الوظيفة هو الذي يفرض على الإشهاري البحث في سبل بلوغ المشتري المحتمل لإقناعه بالقيام بهذا الفعل. [2]

التمثيل البصري للصورة:

"لا يمكن التفكير في الصورة الإشهارية، أي في نمط بنائها وفي طريقة إنتاجها لدلالاتها ووقعها على المتلقي أن يتم خارج القضايا التي تطرحها العلامة البصرية ذاتها"[3]، "فالعلامات لا معنى لها خارج سياقها. [4] فالدلالات داخلها لا تنبثق من الأشياء التي تؤثث الكون الذي تحيل عليه، أي من مرجعها المباشر، بل هي وليدة المواقع والعلامات "التي تدرك باعتبارها المهد الأساس الذي تنطلق منه الصيرورة المنتجة للآثار الدلالية[5].

"وهذه الانعكاسات والتصورات تقودنا إلى فكرة (وهي صالحة ومنطبقة على جميع أنواع الصور) أن الصورة البصرية تعكس دائما بشكل أو بآخر التمثلات والمعتقدات والقيم لمن أنتجها، كما أنها تعكس أيضا تمثلات ومعتقدات وقيم من هي موجهة إليهم[6]، وتجدر الإشارة إلى "أن إدراك الصور مبدئيا،... عملية خاصة بالجنس البشري"[7] لهذا فإن الصور "تفصح عن خطاب سوسيو-أنثروبولوجي ثقافي وفق حجم الفراغ الدلالي الذي تتركه للمتلقي الذي يملؤه بمساحات تأويلية ومسارات سيميو قرائية تتحدد بثقافته ومرجعيته الحضارية والجغرافية التي تجعل من الشفرة الثاوية في عمق هذه الصورة ترتد إلى هذا البعد الأساسي في استهلاك الصورة وتلقيها، والذي يبلور في النهاية هوية المنطق الإشهاري، والذي لا يرتكز فقط على ما يثبت خصوصية المنتوج وتميزه، بل يروم خلخلة الكون الثقافي للمستهلك برمته، فالغاية الإشهارية تطمح إلى إدراج هذا المنتوج ضمن عالم ثقافي يؤكد مجموعة من القيم التي يزعم المنتوج الانتماء إليها أو الدفاع عنها[8]. فالجزء المتعلق بالعين هو نفسه عند الجميع، إلا أن الاختلاف هنا يتمثل في أن العين الواحدة متعددة ثقافيا. فلا يخلو النظر من النزعة الثقافية للفرد. "يخضع إدراك الصور خصوصا للقوانين العامة العائدة للإدراك. ومع مفهوم النظر، نبتعد عن مجال ما هو مرئي بشكل محض: فالنظر هو ما يحدد قصدية البصر، وهدفه، في كل ما لهذين المفهومين من معنى. وما هو سوى البعد الإدراكي لا الخاص بالإنسان، ويختص بالنية، وبالانتباه أيضا، ويتجلى من خلال بحث بصري متواصل"[9].

الصورة وبناء المعنى:

إن الصورة نص، وككل النصوص تتحدد باعتبارها تنظيما خاصا لوحدات دلالية متجلية من خلال أشياء وسلوكات أو كائنات في أوضاع متنوعة. فالتفاعل بين عناصرها وأشكال حضورها في الفضاء والزمان يحدد العوالم الدلالية التي تحبل بها الصورة. فخلافا للنصوص، التي تستند إلى اللغة في بناء معانيها، فإن الصورة تستند إلى تنظيم يستحضر الأسنن التي تحكم هذه الأشياء في بنيتها الأصلية. ويقدم بارث في هذا الصدد مثالا بالغ الدلالة. فمن صورة تمثل لرجل مستلقي على أريكة يقرأ جريدته تحت ضوء خافت، يستخرج المدلول التالي: لحظة استرخاء ثقافية. [10]

ومادامت الصورة هي بالتحديد وليدة إدراك بصري، فإن تمثيل الأشياء داخلها يعود إلى تحويل أنطلوجي لماهيات مادية وتقديمها على شكل علامات، أي النظر إليها باعتبارها عناصر تدخل ضمن أنساق سيميائية يعد الإدراك البصري نفسه بؤرة تجليها. [11]

إن الصورة الظاهرة أمامنا هي إشهار لعطر نسائي، اتخذت فيه قنينة العطر الجانب الأيسر من الصورة، متوسطة المساحة المخصصة لها عبر امتداد بصري. بينما يظهر لنا الجسد الأنثوي لامرأة شقراء حسناء الملامح. ركزت عدسة المصور على جزئها العلوي: فالنصف العلوي عار تماما، بحيث يظهر جزء من الظهر وامتداد الذراعين وجزء من الصدر الذي يظهر من بين يدها الموضوعة على خدها بشيء من الدلال. الرأس الذي يبرز فيه التركيز على الوجه الأشقر، وجه يظهر في إيماءاته الأنوثة والدلال: فم شبه مفتوح، الشفتان من خلال شكلهما المسنن يحيالان على المرجع، والعين من خلال نظرتها الجانبية الفاتنة، زادها جمالا لون البؤبؤ المائل إلى الرمادي. يوهمنا هذا الجسد الأيقوني، من

خلال مختلف المكونات التي أثثت فضاء الصورة، إضافة إلى اللون الأصفر –الذي أعطى الصورة إشراقا– بأننا أمام حالة انتشاء تام. أو لنقل أن ذلك كان النتيجة الحتمية للعطر، الذي لامس حسها الأنثوي المرهف. فشكل القنينة يحيل على امرأة ممشوقة القوام. وكأن هذا العطر صنع خصيصا لهذه المرأة النموذج. وهذا هو سر سعادتها ودلالها.

إن اللون الأصفر في هذه الصورة يحيل على حالة من الأسر الذي تعرضت له المرأة. فهي أسيرة لأنها أرادت لنفسها أن تكون أنموذجا للمرأة الفاتنة كما أريد لها أن تكون، فكأنها مرجع لمفهوم الأنوثة في قالب موضوع إيديولوجيا، تكون المرأة داخله عبارة عن مجموعة من المواصفات والترسيمات. في حين يشير اللون الأسود إلى الهيمنة. هيمنة مرسومة الحدود إيديولوجيا وثقافيا في مجتمع ذكوري. إن ضوء الشمس المستحود على الصورة بشكل كلي، خلق انسجاما مع باقي العناصر التشكيلية والأيقونية، ليعطينا باختلاف هذه المكونات فيما بينها لوحة فنية منسجمة العناصر. فتركيب العناصر البصرية هي أول ما يشد انتباه المتلقي، فإذا كانت اللغة اعتباطية الوجود فإن العلامات التشكيلية والأيقونية معللة الوجود داخل الصورة الإشهارية. فهذه المكونات هي كل لا يمكن تجزئتها، وهذا ما أكدته النظرية الجيشطالتية.

ويمثل اللباس في هذه الصورة حالة من الثراء. فستان مرصع من جهة الصدر، وشفاف من الخلف. كل هذا لا يمكن أن يجسد إلا حالة من الغنى، وهذا ما أكده استحواذ اللون الأصفر على الملصق ككل. 12

إن "الطبيعة العلائقية التفاعلية للصورة تخترق تصوراتنا وجسدنا وتغدو بذلك جزءا مكونا لنا، بحيث إنها تؤثر فينا من داخلنا، ليس لأننا ننساق معها طواعية، ولكن أيضا لأنها تشتغل كضرورة لمخيلتنا وجسدنا وآلياتهما الباطنية [13]تتوحد الأفكار الشفهية والبصرية لتخلق سياقا يربط العلامات مع شكل الرموز لكي يمكن تذكرها واستعادتها، ف "الرسائل البصرية جزء من اللغة، لأنها مجموعة من الرموز، ولأنها كذلك تصبح لغة تقرأ في الذهن [14]، "ومادام الرمز يشير إلى شيء غائب أو غير مرئي، كما يشير إلى ذلك "ماريون"(Mrion1989)، إذ الكلمة تقبل عدة تفسيرات مختلفة حسب اعتبارنا للرمز سواء كان محافظا على المعنى الوحيد في مختلف أشكاله، أو بالعكس متعدد المعاني، فالرمز في مفهومه العريض يشير دائما إلى شيء مختلف عن أنظارنا وعن فهمنا السريع، وهو الدال المتمثل في الشيء الرمزي والموجود واقعيا [15]

الجسد بين الوظيفة والإغراء:

يعتبر الجسد أحد الأدوات التي يوظفها الخطاب البصري لبناء إرساليته البصرية، وذلك لما يوفره من إمكانات تواصلية، وهو الأمر الذي ركزت عليه التجربة السيميوطيقية في تعاملها معه باعتبارها نسقا إيمائيا تواصليا، فهو يعبر عن تمثلاتنا البيولوجية والثقافية. إنه وسيلة للعيش والتواصل وبناء المعنى وإنتاج الدلالات، وهو الواجهة التي تفضح دواخلنا وأداة لتحديد هوياتنا وأشكالنا ف" فالجسد ليس ما هو، إنما ما كان كذلك، وليس حقيقة ما يقوله، سواء أكان القول قولا، لفظا، أو حركة، أو علامة مرئية، إنما ما يغيب في داخله، أو ما يخفيه: فزعا أو ورعا، تقنية أو حمية– إن الكامن والتراكمي والمغيب فيه يظل أغنى من المباح به، والمتداول عنه. بل حتى المشع فيه والمشاع عنه، كثيرا ما يظهر في مجال مكري، غير صريح، فالجسد المتوتر، المضبوط، تفضحه توتراته بين الحين والآخر16

يمكن القول إذن، إن الجسد لغة من اللغات أو هو لغات–حسب أشكال الإيماءات التي يؤديها– لها قواعدها ومنهجيتها الخاصة في إنتاج الدلالات، هذه الأخيرة هي كل ما يقدمه الجسد من طاقات تعبيرية، وهو موضوع اشتغالنا في هذه الفقرات، بحيث نتجاوز هنا الجانب النفعي في الجسد إلى ما هو قصدي، أي إلى استعمالاته الاستعارية المتنوعة. وفي إطار حديثنا عن موضوع الجسد، رأينا أنه من الضروري أن نعرج على حضوره في الدراسات الإسلامية. لملامسة المفارقة التي عرفها حضوره في الدراستين معا.

إن الخاصية الاستثنائية للجسد وتفرده مقارنة بمواضيع أخرى، وما ينطوي عليه من إشكالات دينية، تضعنا بالتالي أمام موضوع فتنة. لأن النظر إلى هذا الموضوع لن يكون إلا عبر تجريده من سياقه الشرعي، وهذا أول إشكال سيواجه الباحث في هذا المجال، لأن الأمر لن يكون بالسهولة التي قد نتصورها. إضافة إلى نذرة الكتابات في هذا المجال، والتي تنحو جلها إلى التركيز على قضية الجنس من منظور سوسيولوجي

وتاريخي. أو من منطلق صحفي أكثر منه علمي. فالبحث في هذا الموضوع اعتبارا على ما سبق يعد بدعة. ويتميز بالمغامرة الفكرية المبكرة، فلايزال الموضوع يحتاج الكثير من الانفتاح المنهجي والتفاعل المعرفي المطلوب.

ظل الجسد الإسلامي يعيش حالة تغييب متعددة من مجال الدراسات التي تطرقت للتاريخ الإسلامي نصا ومجتمعا. سواء من منظور أنثربولوجي أوتاريخي أو أدبي. ومن ثمة ساد تمثل الجسد تارة في علاقته بالسلوك الإيماني للمسلم في بعده الديني اليومي وأخرى في بعده الآدابي(علما أن الأدب في مفهومه الأصلي كان يعني كل مقومات السلوك والتفكير الأمثلين). وتم البحث فيه تارة أخرى ضمن التراتبية الثنائية العتيقة للروح والبدن. ليغدو هذا المجال أفضل موطن وأكثره ملاءمة للبحث عن تصور إسلامي للجسد. ولم ينعم الجسد ببعض الحضور إلا في عموميتة الجسم الكلامي والفلسفي الذي يجتمع فيه الجسد الإنساني والأفلاك وكل ماله هندسة طولية وعرضية وحجم ووزن. [17]

إن التهميش الذي طال الجسد يبدو مزدوجا وذا وجهين من الناحية التاريخية: إذ هو تهميش مارسته الثقافة العربية الإسلامية "الكلاسيكية"، لأنه في أحسن الأحوال ارتبط لديها بقضايا روحانية وفقهية وطبية وأدبية. وبهذا لا يدخل الجسد مجال الخطاب إلا بوصفه موضوعا طارئا وعرضيا. لذا ظل الجسد وقضاياه موضوعا ممكنا أو مؤجلا لأنه لم يحظ سوى بأهمية جزئية. كما أنه من ناحية أخرى، تهميش مارسته الثقافة الحديثة والمعاصرة. بنفس الحدة وتبعا للاستراتيجية والمقاصد نفسها. إن هذا يعود، في جانب منه إلى تأخر الدراسات التاريخية والعربية ذات المنحى السوسيولوجي والسياسي في حقل ثقافتنا المعاصرة. وكذا إلى الارتياب والحذر اللذين قوبلت بهما العلوم الإنسانية من قبل الباحثين، وبالأخص منها الأنثروبولوجيا والتحليل النفسي. [18]

سيكون من الضروري تحديد ما نعنيه بمقولة الجسد الإسلامي"، قبل الخوض في عوائق البحث فيه. إن هذه الصفة ذات طابع تاريخي ومعرفي. فالجسد الإسلامي مفهوم جامع للعناصر النصية والواقعية المتخيلة والتاريخية التي بلورتها الثقافة الإسلامية في ذاكرتها المكتوبة والشفوية بصدد الجسد. بهذا يكون الجسد الإسلامي نتاجا لمختلف مكونات هذه الثقافة. لا فرق في ذلك بين التصورات السائدة والهامشية، ولا بين الفقهي والكلامي والتصوفي والفلسفي والشعبي والعالم. [19]

فمفهوم صورة الجسد، بوصفها الخطاطة التي تحدد مبدئيا وعي الذات بوجودها الجسماني الأولي في العالم. تتكئ على ما يسمى في التحليل النفسي بالأنا الجسدي الذي يمثل مرجعا للأنا النفسي. أما التمييز بينهما، كما يفعل ذلك د. أنزيو فليس سوى تمييز إجرائي، يمكن من القول بأن "الجسد ليس أنا سطحيا للجهاز النفسي وإنما جسدي أنا جسدي موضوع للغرائز[20]وإذن لا فاصل بين العضوي والنفسي وإنما ثمة وحدة للجسد، بها وعبرها يمارس وجوده، ويتم إدراكها من غير أن يتم اختزالها في الإدراك. لأنها ترتبط بالإدراكات والتعبيرات والأفعال الجسدية.

تمثل الجسد في الإسلام من خلال بعدين: بعد سلوكي وبعد آدابي. ولم ينعم بمزيد من الاهتمام إلا ضمن ثنائية الروح والبدن. فإذا كان الجسد يعرف كل هذا التغييب تارة والتهميش تارة أخرى، فإن الدراسات الحديثة أولته اهتماما بالغا. وهذا ما سنتعرفه من خلال الدراسة السيميوطيقية لحضور الجسد في الوصلات الإشهارية، جسد المرأة تحديدا.

فإذا كان تغييب الجسد قد شكل تهميشا في الدراسات الإسلامية، فإن حضوره المكثف في الخطاب البصري تهميش من نوع آخر. فالصورة الإشهارية التي توظف المرأة توظيفا ميكانيكيا ومبرمجا هو أداة شديدة التأثير، تتسلل إلى ذهن المتلقي بخفة وسرعة دون أن يبذل مجهودا كبيرا في استقبالها. وتبلغ صورة الأنوثة حدود بلاغتها العليا لتكون في أعلى درجات تأثيرها. فالمرأة هي الملهمة الأولى للترويج السلعي، من خلال إبراز جسدها في كماله وجماله وغوايته. نكون هنا أمام ثنائيات تغييب/تهميش، حضور/ تهميش. فتسليع جسد المرأة، هو وسيلة المستشهر للنفاد إلى لاشعور المستهلك لحثه على الشراء. "فلا يجب على العلامة، حسب خيسوس إيبانيت، لكي تصبح مقروءة ودالة على نوعية

الفئة المستهدفة من الملصق الإشهاري، التي هي النساء، أن تحدد المنتوج في حد ذاته، بل المستهلك كعضو في الجماعة المستهلكة لتلك العلامة، بحيث إن شراء واستعمال هذا المنتوج أو ذاك يعني الانخراط في جماعة المستهلكين[21]. وتبعا لذلك، يعتمد بناء الوصلات الإشهارية على مجموعة من الخلفيات والأيديولوجيات.

الأيديولوجية الإشهارية:

إن الماهية الحقيقية للإشهار هي في حقيقة الأمر ماهية الوجود الإنساني، لا من حيث هو هوية نوعية قارة، بل من حيث هو بنية نفسية اجتماعية رمزية دائمة التحول[22]. فالغاية من صناعة الإشهار ليست بيعا فحسب، بل هي الكشف عن "الصورة المؤسسة الاجتماعية عن أفرادها، ما يتعلق بذهنياتهم وحساسيتهم تجاه الخبر[23]. صحيح أن الإشهار يمكننا من قياس درجة وعي الشعوب وتحضرها، بل يمكن الكشف عن المحرمات وأماكن التقديس عندها. يرتكز البعد الأيديولوجي "من خلال التركيز على المألوف، والمتعارف عليه والمسنن اجتماعيا. ومن هنا تصبح ثقافة الصورة الإشهارية، ثقافة الهوية[24]، التي أنتجت لنا كائنات مستلبة، دون منح نفسها التساؤل حول الثنائيات الميتافيزيقية، الذكر/الأنثى، فلا فرق يذكر خارج التقسيم البيولوجي الجنسي. فالترسيمات والمواصفات التي تم إلصاقها بالمرأة هو من فعل الثقافة الذكورية. فترسيخ هذه الثنائية التضادية، هي شكل من أشكال التبريرات التي تلجأ إليها الصورة الإشهارية، بدواعي الاختلاف الذي يفرضه البناء الثقافي والاجتماعي بين الذكر والأنثى.

لتفكيك شفرات الصورة الفوتوغرافية –موضوع القراءة– "سنحلل الإرسالية انطلاقا من التعالقات والتشاكلات السيميولوجية بين: الجسد الأنثوي وكيفية حضوره في الصورة، اللباس والأشكال التي يحددها انسياب الألوان وتدرجها في تقاطع تشكيلي مع عمق الظل، وكذا الشكل الذي تتخذه زجاجة العطر في الملصق الإشهاري، خاصة وأنه يندرج في إطار النظرية السيكولوجية الجمالية، التي ترتكز على الذات المستهلكة، مع الإلحاح على الجانب اللاواعي بشكل خاص: كالرغبات الخفية الغريزية، وكذا المشاعر والعواطف الخاصة، ضمن محاولة فنية وجمالية تربط المنتوج بهذه الجوانب [25]، "فالإشهار الجمالي ينطلق من مسلمة تقول بأن فعل الشراء، وفعل التسوق عامة، يحيل على عالم روتيني وممل يثير التقزز والازدراء، فهو يومي ومعاد ومرتبط بالحاجات النفعية التي لا لذة فيها ولا متعة، وللخروج من هذا العالم، على الإشهار أن يخلص فعل التسوق من الملل من خلال إضفاء غلاف الأحلام لن تكون الأشياء سوى ماهي عليه، خاصة وأن الرابط بين الرمز ومدلوله يرتكز على علاقة مماثلة بين أو تشابه محسوس. [26]

لكي نؤول، يجب علينا التساؤل "عن خصوصيات الشيء الذي يقودنا إلى اتباع مسالك ترتكز التشابه بين الصورة الرمزية وبين الدلالات التي تصدر عنها، التي تشكل في العمق الحس المشترك، وتؤول إلى اللاشعور الجمعي بتعبير كارل يونغ، وهذه المسالك التأويلية في تعاملنا مع العالم والأشياء، ومن تم مع الصور، مادام الإنسان في نحت استعاراته ومجازاته لمقولة العالم ومحاولة الإمساك به والتحكم في مساراته، ينطلق من الصور المرئية كاقتطاعات للعالم المعطى، التي تشكل المادة الخام لبناء الصور الذهنية التي بدورها تتحول وفق سيرورات الإدراك والتجارب المتعددة في الحياة أي تمثلات اجتماعية واضحة، وأخرى كامنة تشكل البنيات الرمزية للمتخيل واللاشعور الجمعي الذي يبدو أن بنياته الرمزية، ومن ثم تمثلات الإنسان وقيمة الأنطلوجية والأنثروبولوجية تعود جينيالوجيا إلى البدايات، التي تجعل من عدد من القيم والمقولات والاستعارات المشترك الكوني، وهذه الكونية تجد أصلها في الذكرى الي يحتفظ بها الإنسان لإدراكه للأشياء والظواهر الطبيعية، أو ما يسميها "سوفاجو" بمغامرات الإدراك، والتي تتناسب وملاحظة الدورات والسيرورات الطبيعية المؤولة والمنقولة عبر الأجيال. [27]

"من هذا المنطلق فإن مهندسي الإشهار يعتمدون على الصور المشكلة للاشعور الجمعي التي تعطي للجميع نفس مفاتيح التأويل، ونفس الاتفاقات التأويلية. إنها الصور الأساسية التي نجدها في الخطاب الدعائي كما يؤكد ذلك (Sauvageeot: 1987). وفي جميع الحالات، فإن هذا الترابط بين حدي الثنائية يعكس في عمقه روابط التوتر والشد والجذب والنبذ الخاصة بالعلاقة بين الذكر والأنثى، وكما هو الحال في كل ترابط قدري لا فكاك منه، يغادر التجلي شكل وجوده الأول ليسكن عناصر الطبيعة وأشياء الحياة وأشكالها، ويتسلل أيضا إلى

مضامين الكلمات والتعابير وتراكيبها ليحدد بشكل موارب، الأشكال التعبيرية التي يحتمي بها الجنس ليكشف عن نفسه وعن وجوده بعيدا عن الرقابة الاجتماعية، أي خارج ما يقدمه السلوك الإنساني في حالته الثقافية[28].

فإذا كان المجتمع الذكوري، يرى في جسد المرأة مجرد وسيلة لإغواء الرجل وإثارة عواطفه بفضل قوته ورجولته، لما تتمتع به المرأة من دلال وجاذبية. في حالة هيجان عاطفي متدفق، لما تتميز به هذه الأخيرة من دلال وغنج. فالمرأة المقصودة تتحدد انطلاقا "من مواصفات وترسيمات جسدية خاصة، وبتعبير " بيير بورديو" بالهابتوس الجسدي، الذي لا يمكن أن يشكل رأسمالا رمزيا في المجتمع الذكوري إلا إذا حافظ على المعايير التي ما هي في العمق سوى مواصفات الجسد الأنثوي والإيروسي، الجسد الذي يطفئ هوس الرجل بالهوى واللذة، وهو ما تمثله الأنثى الممثلة في الصورة أيقونوغرافيا، وخارج هذه المواصفات تصبح المرأة مجرد"[29] منبوذة وغير مرغوب فيها. وهذا ما يفسر التهافت على عالم الموضة، والحمية المبالغ فيها رغبة منهن بالجسد النموذج. وبالرجوع إلى الصورة قيد التحليل، نجد أن ملامسة العطر لجسدها الناعم يتحول إلى منعش ومكيف ونسيم هواء، وبالتالي أدخلها حالة من السعادة، وهذا ما يشير إليه الشعر المنسدل في انسيابية الأشكال التي يتخذها، راسما لوحات وترسيمات تجريدية يتخذها الجسد أرضية له، في الوقت ذاته يشير هذا الجسد إلى الحرارة والدفء، عكس التمثلات التي جعلت منه كائنا باردا. إن الحرارة المختزنة داخل جسد المرأة الطري، تنعكس على الذكر فتجعله خاضعا وموضوعا للهيمنة النسائية، من خلال الحرارة المتدفقة من جسد إيروسي بامتياز. لتنعم هي في المقابل بمزيد من الانتعاش الذي حققه لها عطر "جادور ديور".

وبحديثنا عن العطور، نكون بصدد الحديث عن التصنيف الذي أورده برنار توسان في كتابه "ماهي السيميولوجيا"، إذ يقرر أن إختراع العطور ماهو إلا نتيجة للتصنيف الثقافي للروائح، فالروائح الجيدة تعود إلى أصل نباتي، بينما الرائحة الرديئة تعود إلى أصل حيواني. وبهذا كان الرفض للحالة الطبيعية للإنسان باسم الثقافة وتم تعويضها بالعطور. بمجرد أن يتبلور تمثيل اجتماعي أو ثقافي للرائحة بإسهام بعض أصناف الرائحة (المسماة عطر)، التواصل الأولي بواسطة الشم سينتهي لحساب قناع ثقافي شمي الذي يمكن من بلورة روائح التي تعتبر تعويضاRemplacement. العطر أصبحت له وظيفة "القناع" الشمي منذ استبداله ثقافيا بالرائحة الطبيعية (سيدي: إنك تفوح برائحة قذرة كالجثة" خطاب إحدى المعجبات بهنري الرابع). [30]

وهكذا نكون أمام الحالة الشمية[31]إذ تؤكد جونيفييف كوربي بأن الإشهار الخاص بالعطور عكس ما نتصور، ليس تافها وعديم الرائحة، بل يحتوي على الكثير من الإثارة الشمية. ومع أننا نتفق مع رأي الكاتبة حين تدعي أن هذه الإثارة لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال "صور ذهنية تستمد قيمتها وغناها من الثقافة ومن الحساسية والذكريات"، فإننا نعتقد من جهتنا أن هذه الإثارة، رغم أنها فردية في أساسها وخاصة بكل قارئ، تجد مصدرها في المبدأ الاجتماعي. ومن ثمة، فإن الصورة الإشهارية الخاصة بالعطور تشتمل، بالإضافة إلى الإرساليات الواعية واللاواعية حيث تعبر روح العصر عن نفسها، على إرساليات مرتبطة بالحساسية الشمية لمجتمعنا. وسنحاول الكشف عن العلامات القادرة على إثارة بعض الإحالات الشمية من خلال الإعلانات الخاصة بالعطور.

وقد تبين من خلال الاشتغال على 300إعلان، أن هناك أسماء تصف روائح بعض العطور المقترحة للاستهلاك. إنها حالة عطور Narcisse ل Chloéو Vanilla Fields ل Cty... ففي هذه الحالات نعاين وجود إحالات على مبدأ شمي دقيق. وقد تلعب أسماء العطور المستوحاة من أسماء الأشخاص دورا مثيرا على المستوى الشمي. وهكذا يمكن النظر إلى Loulou ل Cacharel باعتباره عطرا شبابيا، منعشا، وورقيا أكثر مما هوالأمر مع Diva ل Ugaro.

لقد كانت إيليزابيث أردان تقول" تذكروا الاسم، فلن تنسوا أبدا أريج العطور". وهذا أمر صحيح، فالاسم يثير في كثير من الأحيان الأريج العطري. كما أن اختيار القارورة يعد مهما. لأن القارورة هي ما يميز العطر. "فالكثير من الوصلات الاشهارية تعتمد على جمال القارورة التي تقدمها باعتبارها تحفة فنية. إن شكل قارورة العطور النسائية... دائري وممتد، وأقل امتدادا من قوارير العطور الرجالية. إن هذه الملاحظة تتفق مع كتابات كثيرة تتحدث عن رمزية الخطوط والأشكال. فالدائرة تحيل على الليونة والحسية والأنوثة (كاندنسكي 1926).

صار الإشهار أكثر الفنون البصرية تكريسا للصورة السلبية عن المرأة. حيث تتشكل صورها إما من إغراء غرائزي، أو تدلل أنثوي مبالغ فيه، أو تسلط ذكوري عكسي. وهي مضامين تؤكد النظرة التحقيرية للمرأة، باعتبارها أداة شهوية ومنفعية فقط. وإن كان عاكسا لنسق أخلاقي يحاول المنتج استغلاله لتسويق منتجه، فإن صوره الدلالية تعيد إنتاج القيم السلبية في نمذجة متطرفة.

إن هذا التكرار وهذه الإعادة المستمرة لجسد المرأة يعكسان هوسا ثقافيا وتاريخيا في تمثل موقع المرأة في المجتمع وفي علاقتها بالرجل. ففي المخيلة الجماعية شكلت المرأة بالنسبة للرجل تلك الذات المغرية العصية على المعرفة، المنفلتة من العقلانية والفلسفة والعلم، وذلك الفرد المثير للشهوة وما يرتبط بها من تجاوزات وانتهاكات. بالإضافة إلى ترسانة من التمثلات الأخرى، والتي تجد صداها في مختلف الممارسات الاجتماعية.

تسعى التمثلات الإشهارية في عمقها إلى مواجهة ذلك الخوف الذي تثيره المرأة كذات تعتبر ناسفة وغادرة، إذ تستعمل جمالها لتخريب عقل الرجل. فلا شيء في جسد المرأة يترك دون أن يصبح مادة تصوير وموضوع خطاب لون بشرتها، لون أعينها، درجة احمرار فمها، بالإضافة إلى أنواع الثياب الملائمة لها. هذا الاهتمام يثار بشكل غير طبيعي عن طريق شبكة هائلة من الأنظمة الاقتصادية التي تتغذى من تمثلات المرأة لكسب مزيد من الربح: الشركات المتخصصة في التجميل، شركات الملابس والأحذية، عروض الأزياء، عملية نقص الوزن والمجلات الموجهة إلى المرأة، مستغلا في ذلك كل الإيحاءات الممكنة، منطوقة كانت داخل الكلمات، أو مرئية. [32]

داخل التتابع المشهدي، مع التركيز على التقطيع المونتاجي المتوازي بين التشكيل البصري للمنتج، وهذا ما خلق نوعا من الالتباس والغموض في تفسير الصورة وفهم مقاصدها خاصة صورة المرأة التي تمثل نقطة تقاطع بين نسق من العلامات اللسانية والبصرية. واستعمال جسد المرأة وصورتها كوسيلة لترويج السلع، وبالتالي تسليع ذلك الجسد نفسه يستقطب خطابا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية والأيقونية ضمن نسقين دلالين أساسين: النسق اللساني والنسق الأيقوني البصري. أما النسق اللساني فتكمن أهميته بالنسبة للنسق الأيقوني، لا سيما عندما يتعلق الأمر بصورة ثابتة.

إلا أن أهمية النسق اللساني تبقى رغم ذلك قاصرة أمام بلاغة الصورة وإواليتها المتفاعلة والمتأثرة، فهي ذات التأثير في نفس المتلقي، كما تستوقف المشاهد لتثير فيه الرغبة والاستجابة، وبلغة التجربة البافلوفية (نسبة إلى بافلوف) أما لعاب يسيل لمجرد سماع صوت الناقوس.

وداخل هذين النسقين اللساني والأيقوني، تتمظهر مجموعة من الآليات الفاعلة داخل نسيج الخطاب الإشهاري، والتي تشكل استراتيجية أساسية مشابهة لاستراتيجية المحارب، حيث تستهدف إفشال الطاقة النقدية لدى المتلقي /المشاهد، عبر استمالته لفعل الشراء. ومن بين الآليات والميكانيزمات المعتمدة في ذلك" آليات الإقناع المنطقي" وبعض الآليات الأخرى التي تستند إلى العلامات والرموز والصور التي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع والذاكرة الاجتماعية.

وانطلاقا من هذه الاعتبارات المشار إليها، تكمن خطورة الخطاب الإشهاري كحقل غني بإيحاءاته وأساليبه وانزياحاته اللغوية والأيقونية في صياغة خطابه وتمريره عبر مجموعة من الصور التي يستهلكها المتلقي بشكل طبيعي، مادام أن كل صورة من هذه الصور تقدم دائما كنسخة ميكانيكية لوضعية واقعية، الشيء الذي يجعلها تكون مغلفة بمجموعة من القيم (كالفوز والسعادة والحب والأمومة والانتماء الاجتماعي...)، والتي تجد مرجعيتها في المتخيل العام للمجتمع. من وجهة النظر هذه، تقرأ هذه الصور باعتبارها التسجيل الخالص لواقعة من الحياة اليومية. ولعل تحليل بعض الارساليات، عبر مستوييها التقريري والإيحائي، يساعدنا على الكشف عن الأبعاد الإيديولوجية التي تتسرب داخل نسيج الخطاب الإشهاري، أي "تحديد نمط وجود هذه الإيديولوجيا لا كجهاز مفهومي عام ومجرد، بل باعتبارها سلسلة من السلوكات البسيطة التي تتميز "ببديهيتها "، لأنها تعد جزءا من إرغامات النشاط اليومي، وهذا ما يجعنا، في غالب الأحيان، تنفلت من الدرس والمراقبة". ولأن البحث السيميولوجي في أي نسق اتصالي هو الأولى بحث في البعد الوظيفي والاجتماعي.

ويشكل النظر إلى الجسد من زاوية أنطلوجية مبدأ أساسا في البعد التواصلي، ف "يمكن أن نبدأ الكلام عن الجسد من الإشكالية الفلسفية التي وضعها سارتر أثناء تحديده لمفهوم الآخر، بحيث أصبح الوجود لا يكتمل إلا من خلاله وبالتالي من خلال رؤيته وحكمه. [33]، وبالتالي يكون هذا الآخر مكملا لكينونة هذا الجسد وحاملا لإدراك تفاصيله بإيجابياته ونقائصه والآخر أساس أيضا لتكتمل عملية التواصل والتلقي.

وبعد ذلك، لابد من التأكيد على أن لغة الجسد ترتكز على تقنيات وقواعد خاصة لفهم دواخل الذات. فهذه التقنيات هي" الطريقة التي يستخدم بها الإنسان جسده من أجل خلق حالات تعبيرية موغلة في التفرد والخصوصية، كأشكال الوضع والاستخدام الاستعاري لليدين ودلالات النظرة، ونبرة الصوت، وشكل الجلوس، وكذا اللباس والنحافة والبدانة... فكل ما يعود إلى هذه التقنيات له موقع داخل السجل الثقافي/الاجتماعي الذي يؤوله ويمنحه دلالاته[34].

خاتمة:

تتلخص غاية الصورة الإشهارية في استمالة المتلقي/المستهلك، لتحفيزه على الشراء. بيد أن هذه الصورة نفسها ومن خلال مدلولاتها غير المباشرة، نجدها محملة بأبعاد أيديولوجية تتجلى في تسليع جسد المرأة، من خلال توهيمها بعالم الموضة، الذي أصبحت كل النساء تتهافتن عليه. فصمموا الإشهار يرون فيها ملهمة، لما تحققه لهم من أرباح. وبهذا يكون الجسد قد عرف إزدواجية بين التسليع تارة والتهميش تارة أخرى..

الهوامش:

[1] كاظم جاسم منصور العازوي، قل للمليحة أنموذجا مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، الإعلان التجاري والكفاءة الحجاجية، 2018، المجلد8، العدد1.

[2] عبد المجيد نوسي، الخطاب الإشهاري بالمغرب استراتيجيات التواصل، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية –الجديدة، الطبعة الأولى 2009 ص، 14

[3] عياد أبلال–قراءة سيميو–أنثربولوجية، دلالة الجسد الأنثوي في الصورة الإشهارية، 2019

[4] ناصر عبد الجبار، ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2011 ص85.

[5] سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية، مجلة علامات، عدد42، 2014، ص13

[6] عياد أبلال–قراءة سيميو–أنثربولوجية، دلالة الجسد الأنثوي في الصورة الإشهارية، 2019

[7] جاك أومون، الصورة ترجمة ريتا الخوري مراجعة جوزيف شريم، الطبعة الأولى: بيروت، نيسان(أبريل)2013، المنظمة العربية للترجمة ص58

[8] سعيد بنكراد، الصورة الإشهارية، مجلة علامات، عدد42، 2014، ص14

[9] نفسه ص: 59

[10] سعيد بنكراد، سيميائيات الصورة الإشهارية، الإشهار والتمثلات الثقافية، أفريقيا الشرق 2006، ص32

[11] نفس المرجع ص33

[12] . المرجع نفسه، ص 72.

[13] سعيد بنكراد، علامات، العدد 42، 2014، ص19.

[14] ناصر عبد الجبار، ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، القاهرة الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 2011، ص، 85

[15] سعيد بنكراد، علامات، العدد 42، 2014، ص19.

[16] إبراهيم محمود، وإنما أجسادنا (دياليكتيك الجسد والجليد)، دراسات مقاربة، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب: دمشق 2008، ص41

[17] فريد الزاهي، الجسد والمقدس في الإسلام، أفريقيا الشرق 1999، ص 19

[18] المرجع نفسه ص20

[19] المرجع نفسه ص21

[20] المرجع نفسه ص 23

[21] عياد أبلال، دلالة الجسد الأنثوي في الصورة الإشهارية، مجلة علامات، العدد 42، 2014، ص18

[22] سعيد بنكراد الصورة الإشهارية، آليات الاقناع والدلالة، المركز الثقافي العربي، الطبعة الأولى، 2009 ص، 73

[23] نفسه ص74

[24] نفسه ص 74 بتصرف.

[25] عياد أبلال، دلالة الجسد الأنثوي في الصورة الإشهارية، مجلة علامات، العدد 42، 2014، ص20

[26] نفسه ص20

[27] نفسه ص21

[28] عياد أبلال، دلالة الجسد الأنثوي في الصورة الإشهارية، مجلة علامات، العدد 42، 2014ص21

[29] نفسه ص21

[30] برنار توسان، ماهي السيميولوجيا؟، تر، د. محمد نظيف، أفريقيا الشرق 2016، الطبعة الثالثة، ص28

[31] الإشهار وتمثلات العطور، جوليان ماريت، تر، الفوحي أحمد، مجلة علامات العدد 27، 2007، ص7

[32] الإشهار والتمثلات الثقافية "الذكورة والأنوثة نموذجا، مجلة علامات العدد 7، 1997.

[33] محمد أشويكة، الجسد في المسرح، لعبة المعنى والامتداد، مجلة فكلا ونقد، العدد 76، الجزء الثامن، فبراير 2006، ص33

[34] سعيد بنكراد، نساؤهم ونساؤنا، مجلة علامات، العدد الثاني عشر، الصادر بتاريخ 1999، ص75