

المرأة في الإشهار

بين المعيش اليومي واستيهامات الرغبة

سعید بنگراد

1

لا يقول الكلام الإشهاري "حقيقة"، ولكنه لا يمكن أن يكون سلسلة من الأكاذيب أيضا، فكل ما يُبني على مستوى التمثيل الرمزي يمتلك حقيقته من بنائه، لا من إحالته على شيء ما في العالم الخارجي. إنه يوحى بعالم، ولكنه لا يسميه أبداً، فذاك يوجد في تفاصيل التلفظ¹، لا في مضمون الرسالة. وهذا ما يجعل الدال في الوصلة الإشهارية يفيض عن مدلوله الحرفي ويتجاوزه، وبذلك يتخلص من القيد التعيني لكي يخلق عوالم افتراضية هي الملاذ الأخير لإنسان أنهكته طاحونة الاستهلاك وتناسل الحاجات وتتنوعها. وهو أيضاً ما يدفع الناس، داخل هذه العالم، إلى الانتقال من "القيمة الاستعمالية" للأشياء والخدمات إلى ما يمكن أن تستثيره العالمة في الوجود، بحديها البصري واللغطي.

وهذا معناه أن الإشهار "يبعث المعاني"، وأن المستهلكين يبحثون داخله عن نمط في الحياة، لا عن مواد عارضة في حياتهم. إنه يقدم وصفة أخرى للوجود: "فكما أن الطبيعة هي التي تحاكي الفن، فإن الحياة اليومية ذاتها ستصبح نسخة من نموذج" عام (١) يُبني داخل الوصلة، وهو ما يتناوله الناس حقاً، واستناداً إلى مكانته تتحدد طبيعة القيم وردود الأفعال عندهم. فتحن نشترى الموضوع الافتراضي، ولا نلتفت إلى الوجه الوظيفي فيه إلا عرضاً. ذلك أن الرغبات هي ذاتها عند كل الناس، وداخل الخطاب وحده يتميز الأفراد، ويتحذذ المنتج لبوساً رمزاً مخصوصاً. إن المنتجات ذاتها واحدة أيضاً في أغلب حالات الاستهلاك اليومي، وما يتغير هو طبيعة الفرجة

¹ - التلفظ : énonciation وتشير عامة إلى الطريقة التي نقدم بها شيئاً أو نصوغ جملة أو نعلن خبراً.

التي تختضن حالات التشخيص الحكائي. فلن يكون المنتج خارج الخطاب الإشهاري سوى ذاته، فنحن ندركه من خلال سلسلة من الأحساس هي ما يستقر في العين وهي ما يوجهها أيضاً. وتلك صيغة أخرى للقول، لا وجود "للأصلي" و"الواقعي" في الكائنات والأشياء، هناك فقط ما يُبني على مستوى الصورة⁽²⁾ (كان أوليفيiero توسكاني، مصور بنبيتون يقول: ما نعرضه في اللوحات والجلات والشاشات هو صور فقط، أما البضائع فهي في المخازن والمستودعات). وخلاصة هذا أن القيمة الأساسية للمنتج مودعة في ما ي قوله ظاهره، أي في ما تلقطه العين وتحتفظ به باعتباره صورة مثلث لفعل يتم في الحلم أو في الاستيهام وحده. إن الرغبات داخله ليست موضوعات تُشتتى، بل هي سيرورة ضمنية تُطلق العنان لطاقة "استهوائية" تسكن العين وتتسرب إلى المنتج وتغطي على وظيفته. هناك فاصل كبير بين حقيقة الأشياء في الواقع، وبين تصوراتنا عنها، وهذه "الفجوة" هي التي تستوطنها الاستيهامات وكل انفعالات التملك.

وتلك إحدى ميزات الإشهار، إنه لا يُروج بالصريح المباشر لمنتج يتداوله الناس في السوق، بل يجعل منه "حدثاً"، إنه بذلك يتربع عنه خصائصه الموضوعية لكي يُسرّبه إلى خطاب يتخذ داخله شكلًا جديداً: ينتمي "الغسيل" إلى المعيش اليومي المكرر بطبعته، ولكن أرييل بـ"فعاليته" الفريدة يجعله مناسبة تتفوق فيها هذه المرأة، هنا في "الصورة"، على غريماتها من نساء الحي هناك في "الواقع"؛ إنما تستعيد وظيفتها كأم أو زوجة، أي كامرأة "مختصة" في شؤون المنزل تعرف كيف "تقضي على كل الأوساخ". "يتحول أرييل بين يديها من مسحوق للغسيل إلى مسحوق للحلم"⁽³⁾. والحاصل أن المنتج لا يُلبي حاجة فعلية، بل يضع المستهلك في وضع تنافسي مع كل أقرانه، وتلك أيضاً سمة من سمات الشعار الإشهاري. إنه في الأصل سيرورة مترابطة الحلقات تتضمن، في الآن نفسه، الإخبار والإقناع والتوجيه والتضليل والتحكم. إن الإشهار لا يعلمنا كيف نحيا فقط، إنه يعلمنا كيف نبيع أنفسنا أيضًا.

واستناداً إلى هذا "الحدث" تهدف الوصلة الإشهارية بكينونة الإنسان إلى فضاء يوازي داخله بين رغباته الدفينة أو العابرة، وبين حلمه في امتلاك منتج يُشير به الإشهار ويدعو إلى استعماله. إنه يوازي بذلك في الفضائل بين المالك والمملوك. وذاك ما يلقطه المستهلك من

"الفرجة الحياتية"، كما تتحقق في الوصلة. إنه يضع الموضوع في مرتبة أعلى من الحاجة، لكي يصبح بعد ذلك مصدراً لكل الحاجات، الحقيقة منها والوهمية. وهذا معناه أنه لا يبيع منتجات، إنه "يحشوها بالمعانٍ"، دون أن يكشف بالضرورة عن خصائصها الموضوعية ووظيفتها، فهذه جزء من تقدير بعدي لا قيمة له في عمليات التسويق.

لذلك يتحدث الإشهار عادة عن كل شيء، عدا ما يعود بشكل مباشر إلى منتج هو غاية الوصلة ومتناها. وقد تكون هذه الخاصية هي التي تُنوع من أشكال الفرجة الإشهارية، فالوصلة فيه تميل في الغالب إلى استعمال أسلوب الغرابة والدهشة وقلب الحقائق والأدوار وتستعمل السخرية والحنين، كما تميل إلى استعارة الكثير من صورها مما يعود إلى حكايات وأساطير تركها الإنسان وراءه، ولكنه مازال يستمد منها جزءاً كبيراً من سلوكه وموافقه، ما يسميه نيكولا ريو "النفس المابعد حداثي"⁽⁴⁾ في بناء الوصلة. إن الأساسي في جميع هذه الحالات هو التمثيل لوضعية إنسانية "أصلية" تتجه بذكاء إلى المستهلك أو توهمه بذكائه.

والحاصل أن الإشهار لا يُسرّب المتعة إلى العين، إنه يستثير شهوة الحسي فيها، إنه آلية تواصلية قائمة على مبدأ أساس هو الإغراء الدائم: الإثارة والرغبة والإغواء والفعل لاحقاً. إننا نتعلم من خلاله كيف نستثير غرائزنا لكي نعود بعد ذلك إلى الحياة وترضى بكل صور الكفاف فيها. فالميثاق الإشهاري يقتضي تعطيل الفكر أو تخديره، وذلك هو الفاصل بين إقناع عقلي، وآخر يستعين بالأهواء وحدها، الأول لغوی من طبيعة مفهومية خالصة، أما الثاني، فيختص بالانفعالات وطريقة انتشارها في فضاء الفرجة، "فنحن نتكلّم داخل عالم ونُبصر داخل عالم آخر"⁽⁵⁾.

وتلك هي القوة الضاربة في كل تمثيل بصري، "إن الصورة ليست أقرب السبل إلى الموضوع المثل فيها، إنها سهل إلى صور أخرى"⁽⁶⁾، إنها بذلك توحّي ولا تُعين أبداً. إن الواقع، استناداً إلى ذلك، ليس سوى نسخة مبتذلة من نموذج عام يُعيّن في الإشهار وهو مصدر الحقيقة وما لها. فلا قيمة للحظة إلا إذا استقرت، عبر تمثيل بصري مسترسل، في عالم افتراضي هو ما يشد الذاكرة.

و ضمن هذه العوالم يندرج "ملكت المرأة"، بوظيفتها الاجتماعية وطاقات الإغراء عندها في الوقت ذاته. فهي تُستعمل في الغالب من الحالات من أجل تمثيل وتكريس مجموعة من المسكوكات هي التي يقوم عليها النظام العائلي، وهي التي تحدد موقع الرجل والمرأة في العيش الاجتماعي وفي التخييل على حد سواء؛ فنحن لا يمكن أن نتصور عالم الأطفال والجراثيم والأوساخ ومحنة الغسيل والتنظيف خارج ما تقوم به المرأة وتدعوه إليه أو تنهى عنه؛ كما سيكون المطبخ خاويًا على عروشه دون ابتسامتها وحذفها وينبع حناتها. ففي جميع هذه الحالات هناك أدوار ثابتة لفتها العين واستكانت إليها. وليس كينونة المرأة في نهاية الأمر سوى هذه الأدوار، فمن خلالها "نستهلك" المنتجات وتعلمنا كيف ننتهي إلى محيطنا الثقافي، ونعيد إنتاج مجمل العلاقات القائمة بين "البارد" و"الساخن" والمذكر والمؤنث، وبين الزوج والزوجة والأم والأبناء والجدة والجد.

عبارة أخرى، تلجم المرأة الوصلة من خلال وظيفية محددة بشكل مسبق في سلسلة من التصورات الجاهزة. إنما كان استوطن الذاكرة استناداً إلى ما يجب أن تقوم به في فضاءات مخصوصة هي الأخرى، وتكون في الغالب هي الجدران العازلة التي تضم البناء العائلي في أصغر وحدة فيه. أو هي النموذج الكلي للدور الاجتماعي تُصر الوصلة على تحسينه بكل تفاصيله، وتقديمه باعتباره الأصل في النظام القيمي الذي يحتمل إليه الناس ويحددون علاقتهم استناداً إلى أحكامه، وهو المرض الضروري أيضاً نحو اندماجها الأمثل داخل بنية اجتماعية قد تغير من أشكالها، ولكنها تظل وفية للنواة الدائمة فيها.

إن الإشهار في جميع حالات الاستهلاك اليومي يعتمد الجاهز من الأحكام ويعيد صياغتها وفق غاية تسويقية: هناك "نمطية" قيمية معروضة في السلوك الاجتماعي تشمل النوم والملابس والأكل و التربية الأطفال والعناية بالزوج والعلاقة مع الجيران، وهذا ما تقوم الوصلة بتشخيصه ضمن عرض تجاري يصبح المنتج داخله حالة "طبيعية" في الاستهلاك والتداول. بعبارة أخرى، إن الإشهار لا يبتعد حجاجاً، إنه "يُخرج" (بمعنى السينمائي للكلمة) المتوفر منها ويضعه على خشبة الفعل التواصلي الذي تقتربه الوصلة. وهكذا يُصبح الكليشيه والمسكوك والمبني، وكذا

حمل "المهارات" التي أسندتها العُرف الاجتماعي إلى المرأة "براهين" دامغة تدفع بالمتلقى إلى استهلاك المنتج واستهلاك عوالم موازية هي الأمان والاستقرار والمؤسسة والتناسل والتکاثر والعرض والشرف، ومجموعة أخرى من القيم المرتبطة في الحكم الشفافي بالمرأة وحدها، في الحقيقة الواقعية أو في المسبقات فقط.

تحرك المرأة، من خلال هذه الأدوار، استناداً إلى ضابط اجتماعي تكون فيه "النحن" الكبري شاملة لكل الأنوث المخصوصة. فالمرأة تقوم في الوصلة بسلوك نمطي هو ذاته عند جميع النساء، إنما بذلك لا تقوم بوظيفة اجتماعية/عائلية فحسب، إنما مرآة عاكسة لخاص حضاري يتجسد في "النمية" و"نقل الأخبار" و"الخط" من شأن الجارة القرية. إن المرأة في الوصلة تكذب وتخلس وتتلاصص وتحاكي وتغار وتسخر. والحاصل أن الإشهار لا يبيع فقط، إنه يُسوق، من خلال العرض ذاته، مجموعة من المواقف التي يتم تصريفها في سلوك من قبيل "المقارنة" و"التفوق" و"الغلبة" و"التمييز" و"الخوف" و"التشكيك".

بل هناك ما هو أكبر من ذلك، إن الوصلة تحرص على تمثيل المرأة ضمن وضعية ذات تقاطب زميي قطعي: ما قبل المنتج وما بعد، يتعلق الأمر بانتقال جندي من حالة إلى أخرى، وهو انتقال يتم بإرادة المنتج لا بإرادتها. وهو ما يعني أن "السحر" يتسرّب إلى الخطاب الحامل للمنتج قبل أن يكون في مادة صامتة. إن المرأة ليست ذكية في الفعل، بل هي كذلك لأنها تستعمل المنتج "س". إن الخلاص يأتيها دائماً من خارجها، إنه في المضاف الإشهاري في المقام الأول. هناك توزيع للمهام: المؤسسة تتبع المنتج، والإشهار يقدم الإرشاد والنصائح والتوجيه بالمحان، ولا تقوم المرأة في هذه الفرجة سوى بالتنفيذ.

إنما من خلال ذلك كله تكسر سلوكاً سائداً، و"تُطّبع" تبعاً لذلك الامتثال الاجتماعي، وتعيد إنتاجه في الافتراضي من "الحقائق الإشهارية". بعبارة أخرى، هناك سياق "نفعي" شامل يُقلص من حجم الدائرة القيمية لكي يصبح دالاً على المكرور والجاهز في الحياة فقط. ومن خلال هذا الجاهز نستهلك تصورنا للعروسة والعروس والحكمة وتربيّة الأطفال استناداً إلى تراتبية اجتماعية، فلا وجود لصراع أو قطيعة بين الأجيال، ما دام المنتج ينتقل من الجدة إلى الأم والابنة ضمن إيقاع اجتماعي لا يتغير أبداً. وهذه الاستمرارية هي التي تجعل عالم المرأة في الإشهار لا

يتجاوز حدود المترن العائلي بتوزيعه النمطي المعروف. إنما ترى العالم من خلال النفعي المباشر في حياتها، ولا يتجاوز الحلم عندها امتلاك آلة أو استعمال مسحوق إرضاء للآخرين أو نكادة بالجارات. إن كينونتها من طبيعة استعمالية، فهي تفرج بكثور والمسحوق ومبيد الحشرات والصابون والزيت، كما يفرح الأطفال بلعهم وملابسهم في أيام العيد.

وهذا ما يستفاد من بناء الوصلة ذكما، فهي موجهة نحو هذه الغاية بكل تقنياتها في التمثيل: من حيث التأثير ومن حيث اختيار الوضعية ونمط اللقطة وتوزيع فضاء الفعل. وكل ما يتم تمثيله في الصورة يتحقق من خلال نظرة "انتقامية" تأخذ من المرأة كل ما يؤكّد النفعي في وجودها ويحتفي به. وفي هذه الحالة يتم التركيز على اليد التي تعمل وتغسل وتنظف، لا على الجسد الناطق في الرغبة وحدها. لذلك تغيب اللقطة الكبيرة، فهي إعلاء من شأن المستعمل على حساب الأداة، وإذا حضرت فإنما تلتفت المتوج الموضوع للإشهار. فالانفعال عندها يُلتفت من الفعل اليدوي، لا من إيماءات قد توحي بالإغراء.

إن الوصلة تردد العين وتنعها من رؤية ما يمكن أن يفيض عن النفعي بين يديها. فالمرأة هنا لكي تقوم بشيء آخر غير عرض جسد تكفلت الملابس المترنلية والفساتين العريضة بطبع كل آثار الأنوثة فيه. فهي تحضر من خلال الدور والوظيفة، لا من خلال كينونة تقطن جسدا، إنما جدة وأم وزوجة، أو فلاحه وعاملة، لقد تنازلت، بحكم محددات المسكون الاجتماعي المسبق، عن الإغراء فيها، لكي تخلص للمؤسسة وحدها بقيمها وضوابطها و"مهامها التاريخية" المعروفة: إن الجسد ضمن هذا التأثير "أرض مهجورة"، إنه كتلة كلية بلا شكل، إنه يشكو من غياب "خطوط الحساسية" و"خارطة الحنان"، منبع رغباته وتحلياتها.

يتعلق الأمر في ما هو أبعد من "الظاهر الإشهاري" بما يمكن أن يعود إلى "قيم استعمالية" تتکفل بالعيش اليومي في بعده "الحيوي"، أي ما يضمن الاستمرارية في الوجود. هناك "شخصية أساس" (7) تبني استنادا إليها كل الصيغ الحياتية التي تجسدها المرأة هنا والآن ضمن خطاب لا يشير إلى تخصيص، بل يقوم بخلق "النموذج المحظوظ" الذي يرى فيه المتلقى موضوعاً موجهاً نحو غاية بعينها تتحقق وفق قيم بعينها. إن هذه "الشخصية"، كما يتصور ذلك أبرايم كاردينير، ليست كائناً مفرداً، بل هي "القاسم المشترك" بين كل الشخصيات الفردية داخل مجموعة بشرية

ما، ما يشبه التشاكل النفسي ذا الطبيعة الاجتماعية. إن العين لا تلتفت إلى الممثل في الوصلة، إنها تلتفت المنتج من بين يديها لكي تصوغه استناداً إلى ما يتحقق في ذاكرها.

وعلى غرار ما يتضمنه مطلع البناء السردي للشخصيات، فإن المرأة فاعل عرضي في الحبكة، إنها وسيط يذكر بالبطل أو يُشير بمجيئه، أو يُشير إلى خلل في وضع أو حالة إنسانية يجب تصحيحه. فداخل الوصلة هناك فاعل مركزي واحد هو المنتج، أي البطل، فلن تقول القصة المروية فيها أي شيء دون استحضار "ملخص" أو "منفذ" أو "ساحر" يقترح دواء للداء. وما سيأتي بعد ذلك، لن يكون سوى أدوات استعمال تكشف عن "سر" سابق على حضور المرأة، وحضور لاحق لها في الوقت ذاته. إن المرأة هنا أيضاً وسيط بين البطل وبين العائلة التي تتلذذ بالطعام الشهي، أو الطفل الذي يحتاج إلى بومبيرس، أو الزوج الذي ينتشى بقميص ناصع البياض من خوارق المنتج ومعجزاته.

وبذلك يتحول المنتج إلى ظاهرة جماعية وليس اختياراً حرراً لامرأة بعينها، ومن خلاله يوفر الإشهار للزبون، باعتباره مرآة للحظة ثقافية مخصوصة، أدوات للتكييف مع النظام القيمي العام، إنه يمده "بلغة" جديدة تمكّنه من التواصل بشكل سليم مع محیطه، استناداً إلى مضافات المنتج و"عقريته". يتعلق الأمر في جميع هذه الحالات بالانخراط في دينامية اجتماعية من تحلياتها الأساس استهلاك المنتج الفلاني كما تقدمه المرأة ضمن وضع عائلي في المقام الأول.

ومع ذلك، فإن الإشهار لا يُقصي المنتجات الأخرى، ولا يشكك في طرق الانخراط التي تقترب منها، إنه يشكك في "غباء" المرأة و"تقصيرها" فقط، فهي لم تتبه في الوقت المناسب إلى الأصيل والفعال منها. إن الصراع قائم بين المنتجات، لا بين كائنات تنفذ برامج مودعة في السلوك الاجتماعي النمطي.

3

ومع ذلك، فإن المرأة تُستعمل لقيمتها الجمالية الحسية أيضاً، أي انطلاقاً من كل ما يحيل على طاقات الإغراء التي تتحذ من جسدها مدخلاً رئيساً للترويج لمنتجات من كل الطياب. فنحن لا نستهلك سلعاً، بل نلتفت إليها ما سبق أن أودعناه فيها من قيم وأحكام ورغبات.

وليس هناك من قيمة توازي قيمة الجسد المعروض في أبهى صوره، أي كما يمكن أن يكون في مثاله الكلي جامعاً لكل الصفات الدالة على الجمال والرشاقة والفتنة والإغراء والشهوة والتشهي. إنه جسد مُنَزَّه عن كل الوظائف والأدوار، إن وظيفته الوحيدة تكمن في التذكير بنفسه ضمن طقس إيرلندي ينصلح فيه الحامل في المحمول.

يُعد جسد المرأة، في كل هذه الحالات، يافطة مرئية من خلالها تتذوق طعم الحلوي ونستمتع بالعطر الفواح ونُعجب بالبحر ونتشهى ما يخفيه اللباس الداخلي، وتستهوياناً الشوارع العريضة وهي تحضن حوصلات شعر تذروه الرياح في كل الاتجاهات. وذاك مبدأ مركزي في تشخيص الجمال في العين، "إنه ليس شيئاً آخر غير مادية العلامات الموضوعة للتبادل" (8). إن المرأة لا تتحرر في الوصلة لكي تحضن الروحي فيها، إنما تتوق إلى العودة إلى الأصل الأول حيث العري لحظة مؤسسة لكل وجود، إنما بذلك تعود إلى الجسد خارج القيد الاجتماعي وتعلم كيف تبيّعه. والحاصل أنها في الكثير من الوصلات ليست عارضة لمنتج، إنما الموضوع الاستعمالي الذي يقود إلى موضوع القيمة.

هناك مزاج كلي بين منتجات "صامدة" وبين جسد ناطق في حغرافيته، في تنوعاته وتضاريسه وهضابه. فهذا الجسد ليس كلاً، إنه يمتلك الفضاء في تفاصيله قبل أن تلتقط العين كل أشكال الرغبة فيه. تتنزع الوصلة المرأة من محيطها المألوف في العمل والمتزل والضيعة، ومن أدوارها كأم وحدة وزوجة لكي لا تتحفظ الوضعية الممثلة في الصورة سوى بكينونة مكثفة في ما يمكن أن يقوله ظاهرها. وهذا معناه أن المستهلك لا يتوق إلى امتلاك جسد، "من خلال الحاجات المستقلة للذات، بل استناداً إلى مبدأ معياري للذلة والمرودية الهيدونية، يتم ذلك كله وفق إكراه مصدره كون المرأة أداة مرتبطة بشكل مباشر بمعايير مجتمع للإنتاج والاستهلاك الموجه" (9).

وذاك ما يكشف عنه الطابع الإيرلندي للكثير من الوصلات الإشهارية؛ تخلصي اللغة فيها عن معناها التقريري، لكي تنجاز إلى الإيحائي وحده، ويتخلى البصري عن مضمونه الواقعي لكي يجدد عريياً مثالياً لا معادل له في الواقع. يتعلق الأمر بعربي افتراضي، قيمته الأساسية أنه سهل إلى استهلاك "غمض" يشمل الموضوع وصاحبها في الوقت ذاته. يتراجع المعنى الموضوعي

الذى يُعطي ما هو موجود أمام العين بشكل مباشر، ليسرب الوسيط التلفظي، اللغوي والبصري، فهو ما يهدى العين ويوجه الحسية فيها، فهي المدخل والمخرج، والبداية والنهاية في الوصلة بكل سياقاتها.

إن ما تقتربه الصور ليس حقيقة، بل هو سياق "مصنوع" تقدمه إلى العين رغبة في توجيهها إلى ما تود أن تكونه، لا استجابة إلى ما هي عليه حقا. تخلص المرأة، وهي تأتي إلى الوصلة خارج الوظيفي في حياتها، من كل ما يمكن أن يجعل على المعيش اليومي أو يذكر بمردودية أخرى غير ما يقتربه الجسد ويشير به. إنما تقدم بضاعة " وهنية" هي مستشارات جسدها في الصورة، ولكنها الوسيط الأمثل للدعوة إلى شراء بضاعة حقيقية تتداوها النساء، وربما الرجال أيضا، في الأسواق. إنما تحضر في الوصلة وحدها، خارج التصنيف بكل أشكاله، إنما ليست قصة تروي حدثا، بل هي خطاب يستثير رد فعل مباشر.

تقديم لنا الوصلة في هذه الحالة نظاما قيميا جديدا يضع الجمال في خدمة إيرانية "افتراضية" تتحقق في الصورة، أو ضمن شبكة تواصلية ملك العين وحدها، فالصور الجديدة في الإشهار وفي الشبكات الاجتماعية لا تمثل موضوعا، إنما تعامل مع ساكتتها استنادا إلى كمية الطاقة الإغرائية التي تحضر من خلالها المرأة أمام الناظر/ المتلصص، فهي لا تحفظ إلا بـ"الكامل" وـ"الصافي" وـ"الطري" وـ"الشهي" من الأجسام المعروضة. ولا يمكن إدراك ذلك إلا من خلال "تفكيك" الجسد إلى أعضاء قابلة للعزل.

فكـل شيء ناطق فيها، الشفـتان والعـينان والـشعر والـصدر المـكتـر وبـقـيـ المـضـابـ الأخرى. المرأة العـارـضةـ في الصـورـةـ الإـشهـارـيةـ "تسـكـنـ" جـسـدهـاـ، وـ"تـحـمـلـهـ" بين يـديـهاـ في عـلـنـ الصـورـةـ وـحـدـهـاـ. لا يـتعلـقـ الأـمـرـ في الوـصـلـةـ بـخـلـلـ يـجـبـ تـصـحـيـحـهـ، أوـ بـنـقـصـ يـجـبـ القـضـاءـ عـلـيـهـ، فـكـلـ شيءـ مـوـجـهـ دـاخـلـهـاـ لـكـيـ يـسـتـشـيرـ ماـ تـسـلـلـ إـلـىـ الـدـهـالـيـزـ الـمـظـلـمـةـ وـتـحـولـ إـلـىـ رـغـبـاتـ. إنـ "الـجـسـدـ"ـ فيـ هـذـهـ الـحـالـةـ وـظـيـفـيـ،ـ وـلـكـنـهـ لـيـسـ لـهـماـ،ـ كـمـاـ تـرـيـدـهـ النـظـرـةـ الـدـيـنـيـةـ،ـ وـلـيـسـ قـوـةـ إـنـتـاجـ كـمـاـ يـشـتـهـيـ ذـلـكـ الـمـنـطـقـ الصـنـاعـيـ،ـ إـنـهـ مـوـضـعـ لـلـعـبـادـةـ الـتـرـجـسـيـةـ،ـ أوـ عـنـصـرـ دـاخـلـ طـقـسـ استـئـنـاسـيـ منـ طـبـيـعـةـ اـجـتمـاعـيـةـ"ـ(10)ـ.

يتعلق الأمر بالحالة الجديدة موضوعة للعبادة موطنها "عالم آخر"، فهي في كل مكان، ولكن لا تطوفها اليد والحس المباشر، إنما صورة دالة على ما هو غائب، لا على ما يمكن امتلاكه فعلاً. لذلك كلما تعرت "النجمة" أو العارضة اشتدت الرغبة عند المتصفحين والناظرین والمحبرين واشتد ولعهم بامرأة تستوطن حلماً لا يتحقق أبداً. تلهب "العارضات" الفضاء الافتراضي، في الصورة الإشهارية وفي الشبكة، بعرى صريح تتسع مساحاته كلما مال الجسد إلى الشيوخوخة والترهل.

ومع ذلك، فإن الجسد العاري يشكو من غياب الدفء فيه، إنه نار موقدة، ولكنها بلا هبيب ولا رماد. لذلك، لا تبيع المرأة في الإشهار جسدها، إنما تعيره للعين كي تستحضر من خلاله كل حالات الاستههام الجنسي. هناك توتر بين ما يأتي من الاستنباه الخارجي، كما تراه العين، وبين ما ينبعث من الداخل، أي ما يتمثله الوجدان باعتباره رغبة في كينونة مستعارة من الحلم، لا من الحاجات الفعلية. "فك كل رغبة، حتى وإن كانت رغبة جنسية، لا يمكن أن تتم بدون وساطة متخييل جماعي" (11). لذلك يتتبادل الرجال أجساد النساء العاريات، على الواتساب وفي غيرها من الوسائل الحديثة، كما كان اليساريون القداميون يتداولون الوثائق السرية.

وذاك ما يؤكده تمثيل الماء بكل أشكاله في الوصلة الإشهارية: فلن يستقيم وجوده في "الحميمية" الداخلية وفي الفضاءات الطبيعية الواسعة، دون الإحالة على قدرته على استيعاب جسد المرأة، إنه "غطاء" للعرى، وهو وحده يجعله "طبيعاً" في العين. أو هو العنصر الأصل في الطبيعة ذاتها، فليس بعد الماء شيء، وليس بين الجسد العاري في الماء وبين العين شيء آخر غير الهوى الحسي الذي يُذكر بلحظة العري الأصلي في الرحم، أو بلحظة الولادة وبكل اللحظات التي يخلص فيها الإنسان من كل مضائق الثقافة، ليستعيد "صدمة الأولى"، كما استبطنهما وجданه وعاشها في شكل رغبة دائمة إلى العودة من حيث جاء: تحثار الكثير من الععارضات البحر للكشف عن "كل شيء"، أو جله.

وسيكون العطر بلا قيمة أيضاً خارج فعل جنسي مستهام، فاللحم هو مصدر الرائحة وهو مثواها، إنه الحس الأصلي الذي يُغذي الجسد الحاس. لذلك لن يكون العطر إحالة على

اللحم فحسب، بل هو الوسيط الضروري لاستهلاكه. وهي الخاصية التي تجعل الشم سبيلاً أمثل للذهاب إلى موضوع مرغوب فيه، وهو السبيل إلى الانصهار في حامله.

إن الشم ليس حاسة خارجية إلا في الظاهر، أو هو كذلك في الإدراك الاستهوائي فقط، أما في حقيقة الوعي فهو شرط التعرف على الشريك الجنسي، وتلك بقايا الحيوانية فيها. وليس غريباً أن تكون المرأة التي تعرض حسداً هي الشيمة المفضلة في كل الوصلات الإشهارية للعطر، بل تكون في غالب الحالات إحالة صريحة على فعل جنسي، حيث يصبح العطر فيه منبهها على اللحم. لذلك " لا تخلو وصلة إشهارية من الإحالات، بشكل مباشر أو غير مباشر، على ما يمكن أن يستثيره العطر من "الشهوة"، وهي الطاقة الأولى للعطر، مادة الإغراء وواجهاته الشمية، فالأنف يشم خارج كل "رقابة". فليس أمام الإشهاري لتشخيص رائحة لا ترى سوى الإيحاء بهذه الخاصية من خلال "لحظة شمية مصدرها الجسد وحده" (12).

إن المرأة من خلال ذلك لا ترى، إنما موضوعة لكي تكون ملكاً لكل الأنظار. وبالمثل لا يرى المتلقى مُنتجاً، إنه يكتفي بالجسد الحامل له. فلا علاقة للباس في كل صور الموضة الإشهارية بشيء آخر غير الإحالات على طريقة مثلثي في عرض "مساحات لحمية" تحتت لكي تكون بدليلاً عن الثوب المعروض. تصبح الوصلة الإشهارية في هذه الحالة تمجيداً للعربي المثالي، إنما لا تدعوا إلى شراء لباس داخلي، بل تكشف عن خيرات كان من الممكن أن تظل صامتة دون وجود هذا اللباس. ها نحن نعود من جديد إلى الإبدال القديم: لقد نظر قدماً إلى المرأة باعتبارها أمة بضاعتها الجنس وحده، وهذا هي الآن تتحرر وتستعيد كينونتها من خلال هذا الجنس ذاته. وهذا ما لا تتوقف آليات التسويق عن الترويج له.

وتلك هي طبيعة الإبدال الاستهلاكي المعاصر: كل شيء يسير نحو "العربي" و"الحسية" وانكفاء الذات على ما يأتيها مباشرة من عالم الحس الخارجي. إن اللحظة وحدها كما تمثلها الصورة قابلة للتمجيد، أما "الزمن الفعلي" فلا قيمة له، إنه مجرد تجميع عرضي لهذه اللحظات، أو هو وعاء يختص بالنفعي وحده في حياة الناس. ولن يكون بذلك حاضرنا لسيرة التطور في النور والوجودان والقيم الجمالية. فكل الأفعال في عالم الذات المستهلكة وثيقة الصلة بمحاجات

تبليور داخل الرغبة ووفق إكراهاها، وتتلاشى بعد ذلك لكي تحل محلها رغبات تستدعي إشباعا.

وهذا هو الفاصل بين "حسية" هي جزء من وجود الجسد باعتباره مستودعا حاجات موضوعة للإشباع، وذاك جزء من كينونة الإنسان وشرط من شروط وجوده، وبين الإيروسية الموجهة إلى الآخر بالضرورة، أي بما يجعلها بضاعة معروضة للبيع. لقد حرر النظام الرأسمالي الجسد من كل ما يعوق وجوده في الحميمية وفي الفضاء العمومي، لكي يتداوله بعد ذلك باعتباره موضوعا يبيع من خلاله كل المنتجات.

إن ما تقوم الوصلة بتمثيله، في الحالتين معا، ليس امرأة من "الجمهور الواسع"، بل نموذج مثالي لـكائن يتقن دوره الاجتماعي، أو يمتلك جسدا تخلص من كل المحددات الإضافية، ولم يحفظ سوى "بمغافيتها" الخاصة. إن المرأة في كل الوصلات هي كائن بلا نقائص ولا عيوب في المطبخ، وفي الفضاءات العامة. إن كل وصلة هي في الأصل طقس استثنائي، تحول المرأة من خلاله من حالة إلى حالة. إن الأصل في الحياة هو "الكمال"، والإشهار هو الضامن لذلك، فهو عالم "السعادة" و"الصحة" و"الجمال" و"النظافة" و"السماء الصافية" و"الربيع الغناء"...

J. Baudrillard : La société de consommation, éd Denoël, 1970, p198 -1

-نفسه ص 197 -2

Jacques Séguela : Hollywood lave plus blanc, éd Flammarion, 1982, p.18-3

Nicolas Riou : Pub fiction, édition d'Organisation 2 édition, Paris , 2002 -انظر 4

Régis Debray : Vie et mort de l'image, éd Gallimard, p 60-5

J. Baudrillard : Le système des objets, éd Gallimard, 1968, p . 247-6

7- الشخصية الأساسية : personnalité de base

J. Baudrillard , op cit p.207-8

-نفسه ص 204 -9

10- نفسه ص 205

J. Baudrillard : Le système des objets, p.250 -11

11- انظر كتابنا : بين اللفظ والصورة، تعددية المواقع وفرجة الممكن، المركز الثقافي العربي، بيروت 2017 ص 221