

الشرق في إشهار الغرب سيمبولوجيا تُرْجُمان الأشواق الحضارية

عبد النبي ذاكر
كلية الآداب والعلوم الإنسانية
أكادير — المغرب —

تمهيد:

هل يمكن التفكير في الخطاب الإشهاري (يقونيا كان أم مكتوبا أم هما معا) بعيدا عن الموضوعات الثقافية والحضارية الصادرة عن الممارسة الإنسانية عامة، وما يتصل بها من نماذج سوسيولوجية محددة؟ وكيف يُسَخَّر الدالّ الإيقوني والمكتوب القشرة الجمالية للإرسالية الإشهارية، بهدف النفاذ إلى جيب الشريحة — الهدف، وحملها على الاستهلاك، انطلاقا من دغدغة وجدانها بمشاعر وأحوال ثقافية ونفسية مخصوصة؟ وكيف يشتغل التكيف الوجداني، عبر استثمار مستنسخات وثيمات وصور ثقافية Imagerie Culturelle عتيقة، للتأثير في وعي ولا وعي متلقٍ — مستهلك مُتربّص برصيده الثقافي والبنكي على حد سواء؟ ولماذا يتم تميط — وبالتالي قولبة — الأدواق والرؤى والأفكار والأحلام، وتفعيل ترسنة من الوسائط المتشعبة والمعقدة لترجمة إغراء وإغواء المتلقي — المستهلك إلى انفعال يحمله على الفعل عبر سطوة قهر جميل فتان خُلب؟

هذا ما سنعمل على استكشافه وتحليله من خلال الوقوف على الجانب الفني وربطه بالإطار السوسيو — حضاري لمتن إشهاري (إقوني ومكتوب) يترجم أشواق الشرق في إشهار الغرب، عبر آليات خطابية مأكرة مدجّجة باستراتيجيَّتي التناص والتداخل الإيقوني والترجمة المبطنّة ولعبة استدراج المتخيل إلى دهاليز بابل وأقبيتها الموعلة في القِدَم.

استهلال:

ما زال الشرق يشكل إحدى الركائز الثيمية الهامة في الخطاب الإشهاري الأوروبي المعاصر. وما زال ميث (mythe) الشرق يحتل مكانة بارزة في الثقافة الغربية. وما الإشهار إلا وسيلة ترويجية واحدة من بين وسائل عدة: كالسينما والصحف والتلفزة والرواية والشعر والمسرح وقصص الأطفال،

إلخ. الشيء الذي يجعلنا نقول: إن الشرق ما زال يشكل مادة إغراء وإغواء وافتتان ومراودة وقرصنة بالنسبة للمتخيل الغربي. وهذا ما خلصنا إليه في كتابنا: (الواقعي والمتخيل في الرحلة الأوروبية إلى المغرب).⁽¹⁾ إن الغرب ما زال يعيش سلطة — إن لم نقل — دكتاتورية الصورة المُرُوسنة للشرق. وهنا تكمن الخطورة الإيديولوجية للخطاب الإشهاري، المؤسس على التأثير السيكولوجي في جمهور المستهلكين لغاية تجارية صرفة. هذا التأثير الذي يتوسل إستراتيجيات متباينة تسهل النفاذ إلى نفسية المستهلك وجيبه، بهدف تصريف البضاعة.

إضاءة:

النص الذي نروم مقارنته في هذه الدراسة نص مرگب، يتكون من صورة إيقونية (مرئية) ومتمن مكتوب (مقروء). وقد توخينا تحليل هذا النموذج — من بين نماذج كثيرة — لندعم ما وصلنا إليه في دراستنا آنفة الذكر. والتي مفادها أن المتخيل الغربي ما زال يستغل ثيمة الشرق، كما استغلها منذ قرون، في ثيمتي الأسرى والتبشير، إلخ. بمعنى أن الثقافة الأوروبية لم تتحرر بعد من مستنسخات العهد الصليبي، أي أن الذاكرة الأوروبية ما زالت تعيش التذاذا شوقيانيا بالصورة الغيرية، والعمل على تهجيرها عبر أشكال مختلفة من الترجمات. والنص الذي بين أيدينا مأخوذ من مجلة بلجيكية تدعى: **الكتاب الأخضر للجمال (1989) (Le livre Vert de la beauté)**. وسيتعرف القارئ على ثيمة المتن من خلال العنوان والنص كما ترجمتهما:

ألف عطر وعطر من عطور الشرق.

"في سالف العصر والأوان، كانت هناك وردة وياسمينة مقترنيتين في ظلال بستان فارسي. ومن رائحتيهما الممتزجتين تولدت كل مغازلات الليل. وفي قارورته الزرقاء كالليل، يُحيي إصفهان عناقهما الحار إلى الأبد، في امتزاج مع المواد الشهوانية في الباتشولي (Patchouli) والعنبر ونجيل الهند (Vétiver) والتوابل المغربية القاتمة. إنه [أي عطر إصفهان] رحلة وحلم... وإن أثره ليغمرك بدغدغة شهوانية مكثفة بالأسرار كالشرق".⁽²⁾

وقد اقترن هذا النص بصورة لقوارير عطر "إصفهان"، وبصورة إيقونية لامرأة جميلة فاتنة، مع تفاصيل أخرى سنعمد إلى تحليلها من خلال إستراتيجيتين خطائيتين اثنتين هما: إستراتيجية التناص (Intertextualité) وإستراتيجية التداخل الإيقوني (Intericônité). غير أن هاتين الإستراتيجيتين محتاجتان إلى مدخل موجز حول سيميائية الخطاب الإشهاري.

1 - سيميائية الخطاب الإشهاري:

من المعلوم أنه "لا يوجد - لحد الآن - أي تعريف صارم ومتفق عليه عالميا للإشهار".⁽³⁾ ومع ذلك بمُكنتنا أن نغامر فنقول: إن الإشهار - أساسا - هو فن التعريف بمنتوج ما، بهدف تحفيز المستهلكين على اقتنائه. وهو أيضا مجموع الوسائل المستخدمة لهذا الغرض:⁽⁴⁾ كالصحافة والإذاعة والتلفزة والملصقات، إلخ. "أما تأثيرات الإشهار فغير مُعرّقة، لحد الآن، بشكل جيد. إذ لم يتفق الاختصاصيون على طبيعة هذه التأثيرات، ولا على مداها، ولا على طريقة قياسها".⁽⁵⁾ وغير خاف أن "الجهل المتعلق بالتأثيرات الحقيقية للإشهار يشكل ستارة تعيش في ظلها كل أنواع الميثاق".⁽⁶⁾ وهذا مصدر من مصادر سلطة وتسلط الخطاب الإشهاري، ذي المنحى النفعي. ولا غرابة في ذلك، فقد اقترنت نشأته منذ 3000 سنة قبل الميلاد بطبقة الملاك.⁽⁷⁾ ولذا يصح أن نقول: "إن مساويء وتناقضات الإشهار، هي مساويء وتناقضات المجتمع".⁽⁸⁾

وتكمن خطورة الإشهار في ما تجنّد له من طاقات، حتى أنه يمكنك أن تقول: إن مقياس تقدم دولة ما في ميدان الإشهار، يعكس مدى تقدمها في كافة الميادين. ولنا في هذه الأرقام عبرة وأية عبرة:

مصاريف الإشهار بالمليون دولار حسب إحصاء 1970.⁽⁹⁾

الولايات المتحدة الأمريكية.....	19600,0
ألمانيا الغربية.....	2693,9
اليابان.....	2115,3
بلجيكا.....	207,3
المغرب.....	13,5

2 - المتخيل في الخطاب الإشهاري:

ليس هناك من شك في أن الإشهار يتأسس (يتبنين) على الإغواء والإغراء والاستدراج والإثارة من أجل الإقبال على الشيء واقتنائه. ولا عجب في ذلك، كما نتبين من خلال عنوان مؤلف ر. غيران (R. Guérin): **الإشهار، إنه اغتصاب**.⁽¹⁰⁾ لكن من يغتصب من؟ إن النص يغتصب نصا آخر باستحضاره في سياق مغاير لسياقه، والصورة الإيقونية تغتصب صورة إيقونية أخرى عبر لعبة التداخل الإيقوني، بهدف اغتصاب المستهلك (المتلقي) في نهاية المطاف، "لأن الإخبار لا يشكل بالنسبة للمعلن غاية، بل وسيلة. فلا يقدم هذا الخبر إلا في النطاق أو الصيغة، التي يعتقد المعلن أنها ستتمى مبيعاته وأرباحه".⁽¹¹⁾ وفي غياب المعلومات النافعة للمستهلكين، والملائمة لمصالح المنتجين، يلجأ الإشهار إلى المتخيل⁽¹²⁾ للمتعة والتسلية، لكنها متعة ليست بالمجان، وتسلية مؤدى عنها، وإلا لم صرفت الدول قسطا هاما من ميزانياتها في سبيل الإشهار كما أسلفنا في النقطة السابقة. ولنا أن نقول: إن الإشهار يخدم الباث أولا وأخيرا، قيل أن يخدم المتلقي. وذلك عبر أساليب بلاغية وإبلاغية متنوعة: (كالاستعارات والمجازات وطرق الإقناع الخطابي، الخ)، وكذا عبر إستراتيجيات متباينة أهمها: الصورة الغيرية أو صورة الآخر في خطاب الذات. ونظرا لكون المتن المدروس، هنا، قد توصل هذه الإستراتيجية بشكل لاقت للنظر، فإننا سنعمل على تحديد ماهيتها في إطار أحد مباحث الأدب المقارن: الصورلوجيا.

3 - إستراتيجية الخطاب الصورلوجي:

يمكن إيجاز ماهية الصورلوجيا (Imagologie)⁽¹³⁾ في كونها مبحثا يهتم بالبحث عن الواقعي والمتخيل في الصور أو الميئات المكونة عن الأجنبي والغريب، من خلال نماذج تمثيلية داخل الحقل الثقافي "لأنا".

وهذا التعريف يتفق - إلى حد بعيد - مع ما قدمه سياستيان جواكيم في دراسته: **الزنجي في الرواية البيضاء**، بكونها: "دراسة التمثيلات الأدبية، التي تكونها الشعوب عن بعضها البعض".⁽¹⁴⁾ وإلى هذا ذهب دانيال - هنري باجو معتبرا إياها حقلا "لدراسة صور الثقافة"⁽¹⁵⁾، أو "التمثيل الأدبي للأجنبي".⁽¹⁶⁾

فالإشكال الصوري، إذن، هو إشكال "تكون الميث والصور المعارضة لأننا الكائن" (17)، على حد تعبير سعيد علوش.

وقد ارتبطت ولادة الصوري بأدب الرحلة، لأن موضوعها يسمح "بتجسيد المتخيل، عبر نظام الرموز، حيث تصبح التجربة المعيشة تاريخاً، بينما تلعب الكتابة بالمتخيل والتاريخ، مواجهةً في ذلك تارةً بميثية، وتارةً بنوع من الحقائق" (18) وسنحاول، هنا، توسيع مجال الدرس الصوري بتعرضنا للخطاب الإشهاري الغربي الطافح بالصور التي تعكس تمثيلية الذات والآخر. فحين أحتك عن الآخر، فلا شك أن صورتني تتسلل بين الأحرار المشكلة لتضاريس الصورة المغايرة. وهذا ما سنتبينه من خلال تحليلنا لإستراتيجيتي التناص والتداخل الإيقوني في المتن الترويجي المدروس.

4 - إستراتيجية التناص:

ويتعلق الأمر بحوارية المتن الإشهاري مع متن سابق. وهذه الحوارية عنصر هام مكون لما نسميه بـ "ذكاء الصورة المكتوبة". فمنذ البداية يصطدم المتلقي بتداخل عنوان المتن: (ألف عطر وعطر من عطور الشرق) مع عنوان الكتاب الشرقي - ذي الأصول الهندية والفارسية - المسمى: (ألف ليلة وليلة). بل إن الجملة الاستهلالية للمتن تزج بالقارئ، وللوهلة الأولى، في أحضان السرد الحكائي، الذي يذكرك بقصص الليالي العربية: "في سالف العصر والأوان، كانت هناك وردة ياسمينية..."، وبهذه الإستراتيجية تُستل الصورة من خميرة المتخيل بامتياز. هكذا نكون قد وضعنا اليد على أهم مكون من مكونات المتن، يسمح لنا بالوقوف على الكيفية التي يقول بها النص ما يقوله. وسنتمكن من تجلية هذه النقطة الأخيرة بتعرضنا للإشتغال النصي للدلالة، عبر التحليل المحايط لشكل المحتوى في النص. بمعنى أننا سنعمد إلى نبش صيغة المعنى أو معماريته أولاً وقبل كل شيء.

4 - 1 - البرنامج السردى للنص:

تحدد السردية (narrativité) بكونها مظهراً من مظاهر توالي الحالات والتحويلات. (19) فهي المسؤولة على إنتاج المعنى. وتتجلى هذه الحالات والتحويلات في ملفوظات المتن المدروس. ويمكن تقسيم تلك الملفوظات إلى قسمين: ملفوظات الحال (énoncés de l'état) و ملفوظات الفعل (énoncés de faire).

- أ - ملفوظات الحال الأولية:
- في سالف العصر والأوان كانت هناك وردة وياسمينية...
 - مقترنين في ظلال بستان فارسي...
 - ومن رائحتيهما الممتزجتين تولدت كل مغازلات الليل...
- ب - ملفوظات الفعل:
- في قارورته الزرقاء كالليل يحيي إصفهان عناقهما الحار إلى الأبد...
 - في امتزاج مع المواد الشهوانية في الباتشولي والعنبر ...
- وواضح كيف تأسست ملفوظات الحال على فعل الحال، الذي هو "كان".
وواضح أيضا كيف تأسست ملفوظات الفعل على فعل "يحيي"، للوصول إلى ملفوظات الحال في دورها النهائي:
- ج - ملفوظات الحال النهائية:
- إنه رحلة وحلم...
 - إن أثره ليغمرك بدغدغة شهوانية مكتتفة بالأسرار كالشرق...
- هكذا نحصل على صيغتين لملفوظات الحال (أ - ج)، أي على شكلين من أشكال العلاقة بين العامل (Sujet) والموضوع (Objet):
- * ملفوظ الحال المنفصل: المستهلك V الوردية والياسمينية...
 - * ملفوظ الحال المتصل: المستهلك A الوردية والياسمينية... = إصفهان.

وقد تم الانتقال من الحالة الأولى إلى الحالة الثانية عبر صيغة التحويل المتمثلة في ملفوظ الفعل "يحيي إصفهان". فبعد أن كان المتلقي في حالة انفصال عن الموضوع: (الوردية، الياسمينية...)، صار في اتصال معه، في صيغة جديدة: (القارورة المغرية بسحر خاص). هذه الصيغة التي تولدت على غرار الإنجاز (performance) الذي قام به العامل الإجرائي (إصفهان). وهو إنجاز مكن من تحقيق تحويل الحال. فإذا كان فاعل الحال: (الإنسان الشرقي) قد ترك الوردية والياسمينية والباتشولي... على حالتها الطبيعية، ونقل الوحشية (Etat sauvage)، فإن الفاعل الإجرائي (إصفهان أو الغرب) قد هذبها وسلكها في قارورة فاتنة بهيئة حوت ما هو نباتي: (الوردية، الياسمينية، نجيل الهند، الباتشولي، التوابل) وما هو حيواني: (العنبر). بل إن الفاعل الإجرائي قد نقل المواد الشرقية من حالة الموت إلى حالة الحياة، كما يدل على ذلك الحقل الدلالي لفعل "يحيي". هكذا يدخل النظام والجمال على المواد الشرقية ليضيف إلى سحرها العقل وإغرائها الكموني، سحرا وإغراء جديدين فعليين. وقد حصل هذا نتيجة توفر الفاعل الإجرائي على عناصر القوة الأربعة:

+ ضرورة الفعل: ضرورة إدخال النظام والجمال على ما هو متوحش وطبيعي.

+ إرادة الفعل: الرغبة في ذلك.

+ قدرة الفعل: الكفاءة في الإنجاز.

+ معرفة الفعل: التكنولوجيا التي يفتقر إليها الشرق. وفي ذلك افتقار إلى فعل الفعل، الذي يضمّنه "إصفهان" بضمانه لحال الحال: (قارورة عطر إصفهان) في أشكالها العديدة واستعمالاتها المتباينة، كما هو مبين في الوصفات التالية: [إصفهان حليب اللبونة المعطر.

"بعد الحمام أو الدوش ضعي على بشرتك هذا الحليب السائل الناعم فتصير ناعمة لمساء. وسيصحب كل المواد العطرة الشهوانية لعطرك إصفهان شعور عارم ولطيف بالنعومة."

] إصفهان المعطر.

"بعد الدوش أو الحمام، إعهدي حمايتك إلى هذا المعطر الناعم، الذي سيحفظ إلى المساء نضارتك الصباحية، وإن أثره الناعم لفي انسجام تام مع المواد العطرة لإصفهان."

] مرّهم الدوش إصفهان.

"مركب ناعم وصيغة ناعمة ورغوة ناعمة. إن مرّهم الدوش الناعم هذا يجعل من الاستحمام لحظة عظيمة من اللذة، مغمورة بأريج إصفهان. وبالتشبع اللّيق بأثره الساحر، تغدو بشرتك نضرة ناعمة لينة."

هكذا تحولت المواد الشرقية الغفل إلى إنجاز باهر في قوارير سحرية ساحرة، كما سنبين من خلال تحليلنا للحقل الدلالي للمتن.

4 - 2 - الحقل الدلالي للمتن:

لقد عمل المتن على استجلاب العناصر الميثية للشرق بكل الأساليب الممكنة:

4 - 2 - 1 - المعجم:

ويمكن أن نوجزه أولاً في أسماء المواد الشرقية المستخدمة في تصنيع عطر إصفهان:

وردة + ياسمينة ٨ بلاد فارس

الباتشولي: اسم هندي لنبته من المناطق الاستوائية.

نجيل الهند: نبته هندية.

التوابل: الهند أهم مصادرها.

العنبر: كلمة عربية لمادة عطرة ذات أصل حيواني.

ويمكن تحليل هذه السياقات المعنوية (Sèmes contextuels) والكلاسيما (Classèmes) إلى معان عامة (Sèmes généraux) أو جنسية (Génériques):

وردة + ياسمينة + باتشولي + نجيل الهند = حي.

عنبر + توابل = غير حي.

أي: /حي/ م /غير حي/

وردة + باتشولي + ياسمينة + نجيل الهند = نباتي

عنبر = حيواني

أي: /نباتي/ م /حيواني/

وإذا راعينا المستوى السيميولوجي للدلالة، نحصل على المعان النووية

(Sèmes nucleaire) التالية:

وردة + ياسمينة + نجيل الهند + توابل + باتشولي = /نباتية/ + /معطرة/

العنبر = /حيواني/ + /معطر/

فعلى الرغم من اختلاف هذه المواد على المستوى الجنسي:

/ما هو نباتي/ م /ما هو حيواني/

إلا أنها تلتقي في مستوى من مستويات المعان النووية، ألا وهو التعطير، الذي يلخص، إن لم نقل يختزل صورة الشرق في الذاكرة الغربية. وهذا ما كتفه العنوان بنجاح: (الف عطر وعطر من عطور الشرق)، مثلما كتفته عناوين الوصفات سالفة الذكر:

- إصفهان حليب اللبونة المعطر.

- إصفهان المعطر.

- مرهم الدوش إصفهان

غير أن الباحث (ناسج المتن) قد أضاف إلى لكسيمة التعطير لكسيما أخرى لتعزيز صورة الشرق الشهواني. وهذا ما سنكشف عنه النقطة الموالية:

4 - 2 - 2 - الصورة:

لقد لجأ الباحث إلى الصورة البلاغية لابتداع أجواء الشرق، كما رسختها المستنسخات الغربية:

- كانت هناك وردة وباسمينية مقترنتين في ظلال بستان فارسي.
إن المسار المعنوي (Le parcours sémémique) لكلمة "مقترنتين" (unis) طافح بالدلالات الإيروسية، حيث تعني كلمة (unis) الاقتران والتوحد والتجمع والتمازج والتداخل والاندماج والتلاحم والانصهار والتزاوج والترابط. (أنظر الحقل الدلالي للكلمة في المعاجم الفرنسية).
والشيء نفسه يقال عن كلمة "ظلال" الموحية بالظلمة والسرية والخفاء والتكتم والنسيان. وفي ما يلي بقية الصور:

- بستان فارسي: (التأكيد هنا على بستان يحيل على الخصوبة والغنى، كما تحيل كلمة فارسي على منطقة شرقية بامتياز).
- من راحتيهما الممتزجتين تولدت كل مغازلات الليل: (التأكيد هنا على الامتزاج والتولد والمغازلة والليل، ولا تخفى دلالاتها الإيروسية).
- قارورته الزرقاء كالليل: (الزرقاء رمز الصفاء. ولقطة ليل تتناغم في هذا التشبيه مع كلمة ليل في الجملة السالفة، لتوهم بانتقال (تحول) مغازلات الليل الشرقي إلى قارورة عطر إصفهان الزرقاء كسماء الشرق).
- يحيي إصفهان عناقهما الحار إلى الأبد: (إن العطر هنا يضمن للمستهلك حياة وديمومة ذلك العناق). ولا غرابة بعد ذلك أن ينتقل الباحث من خلود المادة المقدمة إلى الإيهام بخلود الشباب، كما توحى بذلك الصور المقتطفة من الوصفات المصاحبة للمتن:

- حليب إصفهان حليب الليونة المعطر.

إن المسار المعنوي للكسيمة "الحليب" تحيلنا على:

1 - المادة الغذائية التامة في حالتها السائلة. وتنتجها الثدييات لصغارها.

2 - يحيل الحليب على الرضاع والامتصاص.

3 - يحيل أيضا على الحب أو العاطفة الأمومية.

وكان حليب إصفهان المصنوع من مواد شرقية ساحرة، سيضمن لك خلود الطفولة. والكل يعلم نعومة بشرة الطفل.⁽²⁰⁾ ومن هنا جاء الإقصاص في

الوصفات على عدة لكسيما تلتقي حقولها الدلالية في النعومة والنعارة
والليونة: (onctueux - lisse - satinée - douceur - raffiné - fraîcheur)
(- délicat - douce - mousse - fine - fraîche - souple).

- وفي ما يلي صور أخرى من هذا التصوير الجنسي للشرق:
- في امتزاج مع المواد الشهوانية.
 - التوابل المغرية القائمة.
 - إنه رحلة وحلم.
 - إن أثره ليغمرك بدغدغة شهوانية مكتنفة بالأسرار كالشرق.
- هكذا يتم اختزال الشرق في قارورة إصفهان، التي تعيد للمرأة النضارة والشباب، وكأنها إكسير الحياة:
- ضعي على بشرتك هذا الحليب السائل الناعم فتصير ناعمة لمساء.
 - سيصحب كل المواد العطرة الشهوانية لعطرك إصفهان شعور عارم ولطيف بالنعومة.
 - المعطر الناعم.
 - سيحفظ إلى المساء نضارتك الصباحية الصافية.
 - إن أثره الناعم لفي انسجام تام مع المواد العطرة لإصفهان.
 - مرغّب ناعم.
 - صيغة ناعمة.
 - رغبة ناعمة.
 - مرهم الدوش الناعم.
 - يجعل من الاستحمام لحظة عظيمة من اللذة.
 - بالتشبع اللبق بأثره الساحر تغدو بشرتك نضرة ناعمة لينة.
- إن كلمة "النشبع" تعزز لفظة "الحليب" في إفادتها للامتصاص والنضارة والنعومة والشباب. وبالتالي خلود الجمال.

هكذا تأسس الخطاب الإشهاري المدروس على إجلال خدمات عطر إصفهان. وذلك عبر التوسل بعناصر وصور الشرق كما تكلست في الوعي - أو اللاوعي - الأوروبي. وقد ركز هذا الإشهار على إستراتيجية أخرى لتسخير الشرق خدمة للإشهار الغربي. تلك هي إستراتيجية التداخل الإيقوني.

5 - إستراتيجية التداخل الإيقوني:

وتتعلق بحوارية المتن الإيقوني - إن صح التعبير - مع إيقونات أخرى. وهي تقنية تعزز إستراتيجية التناص، وتركيز مقصديتها عبر ما نسميه بـ"ذكاء الصورة الإيقونية".

5 - 1 - سيميائية المرأة الشرقية:

لتعزيز الدلالة الجنسية للمتن المكتوب جاءت الصورة الإيقونية للمرأة الغربية ذات الملامح الشرقية. وإن هذا التداخل واضح من خلال الحاجبين الكثين، والنظرات الطافحة بالإغراء، وسترة الرأس الزرقاء، التي تخفي - أو على الأصح تظهر - فتنة وسحر المرأة الشرقية. بل إن السترة أو الحجاب أحد أسرار جمالية المرأة الشرقية. وقد استُغلت هنا بذكاء هائل في شكل انزياح شعري، يمنح الصورة الإيقونية بلاغتها وإبلاغيتها. هكذا يؤسس الإشهار إجلال الشيء - عطر إصفهان هنا - عبر "الصورة التي يسمح للمستهلك أن يعطيها لذاته". (21)

5 - 2 - سيميائية المعمار:

خلف قوارير عطر إصفهان يلمح المرء في الصورة الإيقونية بنايات شرقية: (قبة، مساجد، صوامع). إنه الشرق بكل تفاصيله. وقد اتخذت القوارير شكل تلك الصوامع والقبة لتضيف إلى جاذبية وروحانية اللون الأزرق - الشرقي بامتياز - جاذبية الأشكال الشرقية وروحانيتها.

5 - 3 - سيميائية اللون:

يطغى اللون الأزرق على الصورة الإيقونية، فـ"القوارير زرقاء كالليل". والصورة الشعرية المستندة هنا على التشبيه لا تخلو من دلالة. فالمقصود بزرقة الليل صفاء الليل الشرقي، الذي يعكس صفاء وجه الصورة الإيقونية للمرأة الشرقية. وقد انضافت متممات أخرى إلى الصورة لتعكس هذا الصفاء الشرقي، كالنجوم المتلألئة في سماء صافية الأديم، ذات هلال بدیع، ينقلك إلى سر الأسرار: شرق الليالي العربية، شرق شهرزاد الفاتنة.

5 - 4 - سيميائية الهلال والحليب:

سبق أن أشرنا أثناء تحليلنا لعبارة "حليب إصفهان" إلى الحقل الدلالي للكسيمة الحليب. حيث نصبح أمام المادة الغذائية التامة، أي أمام ما يساعد على

النمو عن طريق الامتصاص أو الرضاع. هنا تغدو المستهلكة لإصفهان بمثابة طفلة بنعومة بشرتها المضمونة إيحائيا. وهذا واضح من خلال التكرار المفرط للكسمة النعومة. وإن يقوِّنة الهلال (croissant) المشتقة من كلمة (croître) النمو لتعزز هذا المقصد. بل إن كلمة (croissant) ذاتها تعني نام أو متنام. ولن تنسى الذاكرة الغربية أنها مبدعة الحلوى المسماة بالهلالية (croissant)، هذه الفطيرة التي يطلق عليها الألمان اسم: (hornchen). وكان أول ما صنَّع هذا الصنف من الفطائر بفينينا بعد هزيمة الأتراك سنة 1689م. (22) وإذا كانت الهلالية قد عرفت طريقها إلى معدة الجسد الغربي لإشفاء الحقد الشوفيني والعرقى، فإن المواد الشرقية المصنعة، هي الأخرى ستعرف طريقها إلى هذا الجسد عبر حليب إصفهان وعطره، لتكسبه الصفاء والجمال الخالدين المتناميين. ولهذا نجد نور الهلال منعكسا على قوارير العطر، مثلما هو منعكس على صفحة المحيا الأنثوي الشرقي. ولا عجب بعد ذلك أن تتفق كلمة "حليب" وكلمة "هلال"، فكلاهما يفيد النمو والتزايد.

خاتمة:

بهذا الديكور الشرقي: (مساجد، قبب، منارات)، وبهذه المواد الأولية الشرقية الخام: (بالتشولي، عبر، نجيل الهند، إلخ)، وكسمة "إصفهان" ذاتها، يُنشَل المتلقي - في رحلة وحلم جميلين وقاسيين - إلى حضرة السحر الشرقي، وذلك عبر إستراتيجيات متباينة، أهمها: إستراتيجية التناص وإستراتيجية التداخل الإيقوني الناجمين عن استيهامات الغرب في لحظات ترجمة أشواقه عبر أسطورة الصورة الإشهارية، وتأييد تحريف الصورة الشرقية، وتكليس تعويذة سحر شرق الليالي العربية.

هوامش

- 1- ذاكر، عبد النبي: الواقعي والمختل في الرحلة الأوروبية إلى المغرب، منشورات مطبعة كوثر - الدار البيضاء 1997.
- 2 - Revue: Le livre Vert de la Beauté - Belgique 1989.
- 3 - J - Marcus -Steff: "Publicité", in: Encyclopaedia Universalis, Vol 13. S.A. France 1980. p800.
- 4 - Le Dictionnaire de notre Temps, Hachette 1989. p1234.
- 5 - ماركوس ستيف، المرجع السابق، ص798.
- 6 - نفسه، ص798.

- 7 — نفسه، ص799.
- 8 — نفسه، ص799.
- 9 — نفسه، ص799.
- 10 - Guérin, R: La Publicité c'est le viol - Paris 1961.
- 11 — ماركوس ستيف، المرجع السابق، ص801.
- 12 — نفسه، ص801.
- 13 — الصورولوجيا: استعملها أستاذنا سعيد علوش كتعريب لمصطلح: Imagologie. ونظرا لمرونة اللفظ الاشتقاقية، وعدم توفر بديل يغني عنه إحتفظنا به في كتابنا المذكور وفي العديد من دراساتنا المنشورة لحد الآن. انظر:
- سعيد علوش: معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، دار الكتاب اللبناني — بيروت 1985. ص136.
- سعيد علوش: مكونات الأدب المقارن في العالم العربي، الشركة العالمية للكتاب، دار الكتاب اللبناني — دار الكتاب العالمي، ط1. 1987.
- 14 - Sébastien Joachim: Le Nègre dans le Roman Blanc , P.U.M. 1980. p11.
- 15 - D - H. Pageaux: "L'Imagerie Culturelle: de La Littérature Comparée à L'Anthropologie Culturelle", Revue Synthesis, N° X , 1983. p79.
- 16 — المرجع السابق، ص79.
- 17 — سعيد علوش: مكونات الأدب المقارن، المرجع السابق، ص482.
- 18 — نفسه، ص466.
- 19 — المفاهيم السيميائية المستعملة في هذا التحليل مستقاة من المرجع التالي:
Groupe d'Entrevernes: Analyse Sémiotique des Textes, P. U. L. France 1979.
- 20 — بصدد استغلال الطفل وبشرته في هذا السياق، أنظر الإشهار التلفزيوني المغربي الحالي لمادة: (Mixa bébé) حيث نسمع:
(Doux pour les bébés, doux pour les mamans): (ناعم للأطفال، ناعم للأمهات).
- 21 — ماركوس ستيف، المرجع السابق، ص802.
- 22 - Paul Robert: Le Petit Robert - Paris 1982. p 428.