

صورة المغرب في الملصق الإشهاري الفرنسي

عبد الرحيم مؤذن

شرنقة الصورة ومشقة الدلالة

مدخل:

أ- لا يخرج الملصق عن كونه خطابا، مثل باقي الخطابات. والوسيط الأساس، في هذا الخطاب، الصورة (رسما/ صورة فوتوغرافية/ كولاج..الخ) مدعمة بعناصر عديدة- بلاغية وإيلاجية- من لون وخط، وتقنيات بصرية متعددة، بهدف امتلاك المتلقي في مجتمعات - كما أجمع الكثير من الباحثين في الصورة ووسائل الاتصال عامة- انتقلت من "هيمنة المكتوب إلى هيمنة المرئي".

ب- للإشهار حضور يومي في حياة الناس الذين يستهلكون- بوعي أو بدون وعي- "مضامينه" في مختلف الأوقات والمواقع.

ج- يخاطب الجميع بغض النظر عن المستوي المعرفي، أو الاجتماعي..الخ.

د- يجمع معظم الباحثين، في هذا المجال، على أن القرن 19. كان بمثابة العصر الذهبي للإشهار، خاصة في المجال السياحي، لأسباب عديدة (الثورة الصناعية/ تحولات الاستعمار والبحث عن أسواق/ المستعمرات/ تطور وسائل الاتصال البري والبحري والجوي لاحقا/ دور الملصق في تكييف الرأي العام فترة ما بين الحربين/ تحويل العالم إلى فضاءات للتواصل والصراع وتبادل المصالح..).

ه- يوازي خطاب الإشهار الخطاب الرحلي، بشكل مباشر أو غير مباشر، بل يجاوزه من حيث كونه يحفز على الارتحال، أو - من جهة أخرى- قد يكون خارجا من صلب هذا الارتحال متحولا، في النهاية، إلى دليل لا غنى عنه في كل رحلة، أو لدى أي مستهلك. فهو قد يبدأ برحلة وينتهي بها.

و- الملصق نتاج مؤسسة معينة يتكامل فيه عمل الرسام، بعمل المصور الفوتوغرافي، وعمل المؤسسة الاقتصادية بالمؤسسة الثقافية (دور نشر/ جمعيات..الخ).

وتجدر الإشارة إلى أن مكون الرسم، في الملصق الأوروبي عامة والفرنسي خاصة، جاء نتيجة لتأثير حركة الاستشراق الرومانسي التي أثرت في الحركة الرومانسية، بمختلف أجناسها وتلويناتها، كما أن ظهور التصوير الفوتوغرافي، في القرن 19، وتجارب الضوء، وتأثير ذلك على الألوان والظلال. كل ذلك أثر على ظاهرة الملصق إنتاجا وتوزيعا وتأثيرا..

ثلاثة وثلاثون ملصقا هي العينة التي اشتغلت عليها هذه الورقة. ومصدرها مؤلف the orientalist Osters, 1997 منشورات مليكة. وتعود الملصقات، في الأصل إلى منتوج الحماية الفرنسية بالمغرب، ثم انتقلت ملكيتها الفعلية إلى "مؤسسة عبد الرحمان السلاوي" التي كانت وراء إصدار الكتاب، من جهة، ووراء تسويقها على شكل بطاقات بريدية" كارت بوستال" متداولة ظلت مخصصة للملصق موضوعا ولونا ورؤية، من جهة ثانية.

وقبل تحليل هذه الملصقات، أشير إلى الجوانب التالية:

1. يعود زمن هذه الملصقات إلى عشرينيات القرن الماضي. أما زمن الطبع فهو زمن متجدد، خاصة أن طبيعة الملصق الإشهاري فرضت هذا التجدد لأسباب عديدة تداخل فيها السياحي بالسياسي، والعلمي بالإيديولوجي، المعرفي بالنفعي..

2. اقتصرنا على عينة دالة من الملصقات الإشهارية الخاصة بالمغرب، علما أن فترة ما بين الحربين شهدت إنتاجا غزيرا للملصق الإشهاري الذي اتخذ من دول المستعمرات الإفريقية، ومناطق الهند الصينية فضاء لاستراتيجيته الاستعمارية متوسلا بأدوات عديدة تمحورت حول الكشف(1)، والاكتشاف، فضلا عن المغامرة والمتعة والبحث عن الثروة... الخ. ويمكن إحصائيا، يمكن تصنيف موضوعات (ثيمات) هذه العينة على الشكل التالي:

أ- الطبيعة، برا وبحرا، بمختلف مكوناتها الحيوانية والإنسانية والنباتية. وعددها سبع وعشرون صورة(27.صورة) بنسبة 81٪.

ب-المعمار المغربي: (مساجد/صوامع/أبواب/مداخل الأزقة والدروب/الدواوير والمداشر/القصبات..). وعددها أربع وعشرون صورة. (24.صورة) بنسبة 72٪.

ج-الإنسان المغربي، خاصة في جانبه الذكوري، في أوضاع مختلفة، وعددها تسع عشرة صورة(19 صورة) .

د- أما بالنسبة للمرأة، فعدد صورها سبع عشرة صورة(17 صورة) بنسبة 51٪.

وتجدر الإشارة إلى أن تصنيف هذه الثيمات نبع من [الصورة- البؤرة] مجسدة في الطبيعة المغربية التي هيمنت على فضاء الملصق، في حين انتشرت "الثيمات" الأربعة، بنسب متفاوتة، عبر هذا الفضاء لونا وإضاءة ورؤية... الخ.

ما دلالة هذه النسب؟ تعود النسبة المرتفعة لثيمة الطبيعة إلى مجموعة من العوامل أهمها:

1- دور الطبيعة- خاصة الإفريقية منها- بعد أن تم رصدها من قبل الرهبان والمغامرين والعسكريين- في تحفيز المستعمر على الكشف والاكتشاف تمهيدا للاستغلال المنهج. وفي هذا السياق تساوق الملصق الإشهاري مع كتابات عديدة للعديد من الكتاب على اختلاف مواقعهم وأهدافهم (لوتي/ فلوبيير/ نيرفال/ جوتيه/ جيد..). فضلا عن رسومات (جوجان/ ماجوريل..). وكل هذه الانتاجات صبت في الاحتفال بالطبيعة، ودورها في المتعة والإمتاع، وتحديد الجسد والروح والوجدان.

2- أما بالنسبة للمعمار المغربي، فهو يميل على استيهامات خاصة ارتبطت برؤية الأجنبي للماضي من جهة، والثبات من جهة ثانية. في المستوى الأول نجد المعمار المخزني، وفضاءات الموكب السلطاني، فضلا عن القصبات والقلاع. وفي المستوى الثاني نجد الأكواخ والدور البسيطة في القرى والجبال، وما يحيط بها من تقاليد الغريب والعجيب (عيساوة)، ومظاهر الشجاعة والفروسية أحيانا، أو الصمت والفضة والغموض المحفز على المغامرة أحيانا أخرى. وكل هذه المظاهر تمتح من زمن المرسل الذي يسبح هذه المرثيات بزمن لا يأتئم بأوامر الزمن.

3- في هذه الحانة نجد ثيمة الرجل الذي لا يحرك ساكنا ولو لامست الطائرة رأسه، فهو لا يرضى عن صينية الشاي بديلا. إنه سعيد بعالمه بعيدا عن كل ما يخلخل هذه السكينة، أو الهدوء. والرجل- في ملصقات أخرى- هو الفارس فرديا وجماعيا، أو - من جهة أخرى- في ركاب المخزن خادما مطيعا. وهو- في المستوى الثالث- المرتبط بالضرورة البيولوجية في الأسواق الشعبية.

4- تتجسد الثيمة الرابعة في صورة المرأة التي توزعت بين الوجه الذي لا يحمل ملامح محددة، فهو مجرد ملامح ضبابية أخذت من بعيد، وبين صورة المرأة المتزوية في مكان ما مكتفية بمتابعة ما تراه بجياد تام. بين المرأة الخارجة من عمق الحريم، والمرأة المكروسة للمتعة عبر المتاجرة بالجسد في folie bergere (2) أماكن المتعة، وبين استيهامات صاحب الملصق المستوحية لنماذج من ألف ليلة وليلة.

يقوم الأسلوب المتبع في هذه الملصقات على الثنائيات الضدية بحكم تضاد كل من العالمين: عالم المرسل وعالم المتلقي.

1-ثنائية الرسم والصورة الفوتوغرافية: في الرسم نجد تيار الاستشراق - والاستشراق هنا يتجاوز منطقة جغرافية محددة ليصبح رؤي للعالم- القائم على مظاهر العجيب والغريب، فضلا عن الألوان الساخنة واللحظات الطازجة والاستيهامات ألألف ليلية(دولاكروا/ ماجوريل...).أما بالنسبة للصورة الفوتوغرافية فنجد إلحاحا دائما على الألوان الصاخبة، وزوايا الالتقاط المثيرة من حيث الضوء والظل والإيهام والتوهيم بعوالم مثيرة، انتشرت بانتشار التصوير الفوتوغرافي، بالقياس إلى اللوحة المحدودة الانتشار فرديا أو متحفيا.

2-ثنائية الخط والتشكيل:والخط في هذه الملصقات مختلف الأشكال، متعدد اللغات، خاصة اللغة الفرنسية المطعمة بحروف عربية تداخلت مع المشريبات والمنسوجات- الزرابي- وأشكال أخرى من التوريق والمقرنصات الجبسية. وللخط، فضلا عن ذلك، دور وظيفي بارز في الإعلان عن الرحلة السياحية بدقة متناهية شملت الزمن والمسار والأداة، مع تبير مقصود لمظاهر الطبيعة، ومواقعها الشهيرة.

3-ثنائية الخبر والمحكي:الخبر في هذا السياق، قد يكون إعلانا عن رحلة محددة، أو تعريفا بصورة معينة/ من صور الطبيعة،أو غيرها. وبالمقابل نجد المحكي المشكل من طقس معين، أو لقطة مقتطعة من محكيات الحریم. ولاشك أن التلازم بين الخبر والمحكي ضرورة لا مفر منها في الملصق، أو الصورة عامة، بحكم ارتباط الإخبار بالقص في الوقت ذاته.فوراء حركة شخصية معينة، يتردد ديب المحكي بين السابق واللاحق، مفسحا المجال للاستيهامات المختلفة.

4-ثنائية القديم والحديث: طائرة وشارب الشاي/باخرة وامرأة لا تتوقف عن غزل الصوف..الخ. والمتلقي لهذه الصور الإشعارية، يصل إلى النتيجة التالية:لكم " أصلاتكم" ولنا حدائتنا /لكم ثباتكم ولنا حركتنا/ قوتكم في ثباتكم عوض الحركة والاضطراب/هنا البال عوض القلق الدائم. ولاشك أن الخلفية الفكرية الثاوية وراء هذا المنظور تعود إلى فكرة[ا لشرق الخالد] التي تتم فيها المزوجة بين الشرق الحديث وبين الشرق القديم بهدف شل أي حركة مستقبلية.

5- وهذا يؤدي إلى ثنائية الصمت والصخب.الصخب من خصائص أوروبا القرن19،والصمت من خصائص الفضاء المغربي الذي يجب أن يحافظ على صمته حسب مشيئة المرسل.ف"آرتو" ذهب إلى المكسيك الأخرى- رافضا المكسيك المعاصرة- بحثا عن "جنة عدن".

6- اليومي والاستثنائي: يسمح الملصق المظاهر اليومية العادية، دون أن يتردد في استنبات الغريب والعجيب، سواء تعلق ذلك بمرجعية استشراقية سائدة في هذه المرحلة، أو تعلق ذلك بمظاهر احتفالية مثيرة للمتخيل الأوروبي انسحبت على الوجوه والألوان والأزياء ومظاهر العمران...

7-ثنائية الجميل والنافع: لا يقتصر الملصق على تقديم رؤية جمالية محددة، بل يقدم، أيضا، ما ينفع المرتحل - السائح- من طرق ومسالك ومحطات سياحية و سلع صابون). وللتذكير، فالملصقات تحمل علامات سياحية، أو تجارية محددة، تعكس منظور أصحاب الملصق للفضاء المرتحل إليه، والإلحاح على النافع قرب هذه الملصقات من "الدليل" الذي يخدم أهداف المستعمر في تلك المرحلة. فليس من قبيل الصدفة أن يحمل أحد الملصقات صورة منطقة "للا مغنية" وما تحيل عليه من المعاهدة الشهيرة، بعد هزيمة "إسلي" (ق19) ورسم الحدود الجزائرية - المغربية، وفسح المجال للامتيازات الأوروبية. كما أن الهزيمة، ذاتها، في ملصق آخر، تحولت إلى مزار سياحي تشرب فيه أنخاب النصر.

خلاصات:

أ-لا ينفصل الملصق عن رحلة سابقة، أو عن رحلة لاحقة. فهو سبب ونتيجة، في آن واحد. ومن ثم تحول إلى دليل مصور يساعد المرتحل، على قراءة الأمكنة، واكتشافها بأهداف مختلفة.

ب-قام الملصق الإشهاري الفرنسي، حول المغرب، على مفهوم "المشركة" التي تجاوزت الجانب الجغرافي(الشرق)لتنسحب على العالم العربي، والإسلامي، بهدف خلق رؤية جمالية تداخل فيها الحسي بالروحي،والعقلي بالجسدي، والحلم بالواقع..في سياق ازدهار الحركة الاستشراقية أثناء هذه المرحلة على مستوى الكتابة والفنون المختلفة. وهو في كل ذلك ينتصر لعنصر المفارقة بين العالمين. إن هذه الدلالة-دلالة المشركة-نابعة من مكون مسبق تحكم في هذه الدلالة، بحكم طابعه الإيديولوجي الذي انطلق من توهم- واستيهام أيضا- "عالم مفترض"، عالم الشرق ولو كان في القطب الشمالي المتجمد. إنها " مشركة " العالم و شرنقته" في آن واحد. والحالتان معا مستمرتان، إلى الآن، لكن المتلقي، هذه المرة، هو "المتلقي الوطني" قبل المتلقي الأجنبي. وهذا موضوع آخر..

هوامش:

1. شارل دو فوكو(ق19) على سبيل المثال.
2. في سياق تجارة الدعارة التي نظمها المستعمر في مناطق مغربية عديدة.