

أبطال للقمامة

(des héros jetables)

سعيد بنگراد

1- ارتبط البطل دائما بفائض: قد يكون ذلك في القيم أو القوة أو طاقة التحمل، وهي كلها زوائد مكنته من تحطى حدود الممكن والمحتمل والمستحيل في الوجود الإنساني. وبذلك صُنف خارج المعتاد من المواقف، إنه موجود في موقع وسط بين الله الذي لا حد لقوته، وبين ما يصدر عن الإنسان الفاني. إنه نصف إله، أو هو إنسان خارق لا شبيه له. وليس غريبا أن تكون نشأة البطل عند اليونان مثلا، حاصل لقاء بين آلهة السموات العلا وبين كائن فان. وهو لقاء يرمز إلى اتحاد المرئي في الوجود مع ما تحفيه الطبيعة باعتباره سرا من أسرارها.

وبعد، من خلال هاتين الصفتين، صورة مثلى لقيمة مطلقة في الوجود، أو صورة لقوة هي أصل لكل قوة. إنه لا يتحدد من خلال فعل بعينه، بل هو موجود في الذاكرة من خلال نموذج يتضمن كل الأفعال الممكنة، أو يجيل على صورة مثلى تتضمن كل القيم النبيلة. ويندرج ضمن هذه العوالم كل الأبطال، بمن فيهم أبطال الملاحم والأساطير والمعارك الكبرى والمقاتلون في سبيل الله أو في سبيل الوطن. إن الأمر يتعلق، في جميع هذه الحالات، بصورة دالة على ما يحدد مرتبة خاصة في الوجود تصل عالم الخلود بالدنيا الفانية. إنه يجسد رغبتنا في الانفلات من محدودية حياة رتيبة للارتقاء إلى عالم الأنوار الخالدة التي لا تموت فيها ولا نبلى. لقد كان البطل في عرف أفلاطون "رمزا للروح التي لا يمكن أن تفتى أبدا"، وسمي في العربية بطلا "لأنه يبطل العظائم بسيفه فيبهرجها" (لسان العرب).

وذاك هو الجوهر الأسمى للبطل في كل الأزمان، قديمها وحديثها. إنه يجيل دائما على ما هو أبعد من فعل ملموس قد يقي الأمة شر الزمان وشر قوانين الطبيعة والقوى الاجتماعية على حد سواء. إن حقيقته مودعة في امتداداته الرمزية لا في شيء آخر. يصدق ذلك على أبطال الملاحم والخرافات والأساطير، كما يصدق على أبطال المقاومة والعمل الخيري. وقد تكون هذه الرمزية دالة على الاستجابة لحاجة الأمة إلى تجاوز المحدودية عندها في العيش والقيمة السلوكية، أو دالة على الرغبة في التخلص من الشر الكامن فيها. وقد يكون البطل، بالإضافة إلى هذا وذاك، "إحالة على مبدأ المثالية باعتبارها موجودة في ذاتها، أي قدرتها على الإحالة على الرضا والطمأنينة والسكينة" (1).

وهو ما يعني أن البطل يمثل، في كل حالاته، خزانة من الأحلام والنماذج السلوكية التي لا يأتيها الباطل من كل الجهات. فجزء من وجدان الأمة مودع في صورة البطل وفي ما يمكن أن يصدر عنه، فلا خير في أمة لا يكثر أبطالها. وهو أمر قد يوسع من دائرة البطولة لتشمل كل ما يمكن أن يجيل على الانزياح عن "الاعتدال" في الطاقة والسلوك وفي القيم. لذلك قد تتسع هذه الدائرة لتشمل "الأولياء الصالحين" أنفسهم. فهؤلاء ليسوا، في حقيقة الأمر، سوى صورة مثلى غايتها خلق ممر مشخص نحو عالم فوقى لا تدركه الأبصار.

ومع ذلك، فإن كلية هذا المفهوم وكونيته لا تحيلان على التحليلات نفسها، فمردودية القيمة ليست مستمدة من جوهرها، بل موطنها حالات التشخيص الفعلي القادر على استيعاب كل إمكاناتها. وهو أمر يؤكد تطور صورة البطل عبر العصور، ويؤكد شكل تجسده في الوجدان وفي نوعية العوالم المخيالية التي يفرضها. والحاصل أن عوالم البطل ليست سوى تنويع لحاجات إنسانية، بعضها مرئي في الصراع الاجتماعي ذاته، وبعضها يأتي من الاستيهامات التي ولدتها الهواجس والخوف من المجهول. بل

قد يكون الأمر أعمق من ذلك، فالثابت في التاريخ أن صورة البطل كانت (في بعض الحضارات على الأقل) انعكاسا للتحويلات الكبرى التي لحقت ووعي الإنسان لنفسه ومحيطه وكونه. وقد تكون النمذجة التي أقامها هيكل للأبطال دالة على هذه التحويلات ذاتها، فهي لا تحيل على تمييز بين كائنات فعلية، بل تشير، من خلال الفصل بين أشكال تحقق البطولة ذاتها، إلى الانتقال من إبدال حضاري إلى آخر. فالتمييز عنده بين بطل ملحمي وآخر تراجيدي وثالث من طبيعة درامية، هو في واقع الأمر محاولة للإمساك بما يمكن أن يجسد هذه التحويلات في الواقع وفي أشكال حضورها في المتخيل الجمعي. فمن خلال صورة البطل يستطيع الإنسان تحديد علاقاته بنفسه وبقوى الطبيعة والمجتمع على حد سواء.

فكل نوع من هذه الأنواع يشير إلى مرحلة بعينها استطاع الإنسان داخلها تمثُّل شرطه الخاص في الوجود: كان البطل الملحمي مدعوا إلى مقارعة قوى خارجية مجسدة في الطبيعة وفي القوى التي تديرها في خفاء، لقد كانت هذه الطبيعة قدرا يأتيه من ماوراء يجهل عنه كل شيء. أما البطل التراجيدي فقد شكل عودة إلى الداخل الإنساني باعتباره يشتمل على قوى من طبيعة أخرى، إنها الأهواء التي لا يستطيع الإنسان ردا لقضائها. أما البطل الدرامي، وهو البطل الحديث، فيحيل على وعي مَكَّن الإنسان من العودة إلى شرطه الاجتماعي، حيث لا وجود لقدرة آخر غير ما يمكن أن تنتجه الممارسة الإنسانية في تفاعل كلي مع محيط دائم التحول(2).

2- وضمن عوامل البطولة هاته أفرزت الأزمنة الحديثة أبطالها في السياسة والدين والعلم والإيديولوجيا. لقد بلورت، بطريقتها الخاصة، إبدالات جديدة كانت صورة البطل جزءا مركزيا فيها. لقد عاد البطل فيها إلى "الأرض" يبحث في شرطه الاجتماعي والوطني والكوني عن القوة والتفوق والطاقة التي قد تقوده إلى تخليص التاريخ من قيود قوات طبيعية واجتماعية وسياسية تعوق تطوره وانسيابه المعتاد. وإلى هذه العوالم ينتمي كل أبطال العالم المعاصر، ومنهم الخطابي وبن بركة وأدهم الشرقاوي ولينين وغيفارا وهوشي منه، وغيرهم من أبطال الصفوف الأولى والثانية. لقد تحولوا جميعهم إلى رمز للنضال، وإلى بؤرة لحلم إنساني يهفو إلى التحرر من كل القيود والمضني إلى أمام لا ينتهي أبدا.

وبالإضافة إلى هؤلاء جميعا أفرزت هذه الأزمنة، في انزياح كلي عن كل المحددات السابقة، صورا لبطولة من طبيعة جديدة جسدها في البدء نجوم الفرحة في السينما وعممتها الرياضة بكل أنواعها. يتعلق الأمر في جميع هذه الحالات بما يشبه الكائنات الافتراضية التي تتحرك في القاعات المظلمة والملاعب الكبيرة، وتقتات مما يمكن أن تقدمه الفرحة باعتبارها "لحظة استبصار" مدفوعة الأجر. وهي فرجة "اصطناعية" في أغلب الحالات تفصل بين البطل وعشاقه، وتحتكم إلى قواعد صارمة في تقدير حجم المتعة والحكم عليها. إنها تذكر، في العمق، بالحلبات المشهورة في التاريخ حيث كانت تجرى "مبارزات الموت" أمام أنظار القيصر في روما.

إن فضاء البطولة هو غير فضاء الرياضة، الأول تبنيه الصراعات الفعلية كما تتم في الزمن المؤلف، أما الثاني " فعالم يُسقط فيه المجتمع صورا لا يستطيع تحقيقها في الواقع الفعلي" (3)، إنه دال على لحظة مستقطعة من المتصل الزمني. ومع ذلك، فإن طرق تصريف الطاقة ليس عرضيا، إنه ينتقي ساحاته وألعابه، "للفقراء الملاكمة وكرة القدم، وللأغنياء التنس" (4). كل شيء صريح في هذه اللعبة، لا عنف فيه ولا خرق للقواعد، أما في الكرة، فجزء كبير من سحر اللعبة يكمن في هذا الخرق بالذات. إن تدمير الطاقة الزائدة يحتاج إلى لعبة حبلية بالممكنات التأليفية، عكس التنس الذي يكشف عن قوته في تكرار حركاته. وقد يكون الفاصل بينهما هو الفاصل بين حقيقة الأغنياء واستيهامات الفقراء. لا يحتاج الغني إلى النجوم، ولا يعيش الفقير إلا منغمسا في نجم أو بطل.

وقد يكون ذلك مرتبطا بطبيعة الأنظمة الحديثة ذاتها. فلا أحد يستطيع في عالم الوفرة في كل شيء، في النساء والرجال والسيارات والآلات، الإفلات من إكراهات "العرض"، ذاك "العري" المنع والشرعي. فوحدها "المساحات" التي وفرتها المدنية الحديثة قادرة على منح الذات والشيء الذي يحددها، هوية في الوجود والاشتغال وفي إمكانات المتعة أيضا. يصدق ذلك على واجهات الشوارع الفسيحة والأسواق المنظمة، ويصدق على الملاعب الرياضية والمسارح وساحات الحكي والألعاب السحرية. إن المستهلك، في كل هذه الفضاءات، ليس حقيقة موضوعية إلا في الظاهر، أما في الجوهر، فهو فرضية تتحقق في صور "الماركات" وأوهام "الأنا" التي تهمو إليها. إنه حاصل ما يسقطه اللاوعي وما تعد به "الماركة" وتغري به. وذاك هو الجوهر الرمزي للإنسان؛ فجزء كبير من معتقداته وقناعاته ليست سوى أشكال إيحائية يعبر من خلالها عن تجارب لا يمكن الإحاطة بها في تحليلها المباشر.

وضمن عوالم الاستهلاك هاته تدرج صورة النجم/البطل، "الماركة" واللاعب الرياضي على حد سواء. إنه حلقة مركزية داخل سيرورة إشباع لحاجات بعضها مادي وأغلبها من صنع "الماركة" ومن صنع النفس الأمارة بكل الأوهام. فكما أن المستهلك ليس فردا معزولا، بل استراتيجية في التسويق وبؤرة للاستيهامات، فإن النجم ليس ممثلا، فهناك آلاف الممثلين يقومون بالدور ذاته؛ وهو ليس لاعبا بسيطا أيضا، فهناك ملايين مثله يملأون الملاعب ولا يُنظر إليهم إلا باعتبارهم كومبارسا في الفيلم وفي اللعبة، ما يبرر وجود النجم ويؤكد ضرورته.

إن النجم شيء آخر، ولن يستطيع الفعل المفرد وحده استيعاب كل إمكاناته، إنه من صنع العين، "فهو تجسيد للغريزة الجماعية" (5)، أو هو "مرآتنا، بؤرة لكل الاستيهامات التي بها نحيا، ومعها نتماهى ومن خلالها نتخذ أبعادا فردية" (6). وهو بتلك الصفات في الشاشة وفي الذوات اللاعبة في الميادين الرياضية، وفي منتجات السوق أيضا؛ فالإشعاري هو الذي يُحبي ويُميت ويرفع ويحط من شأن ما يشاء ومن يشاء، ويفصل بين الأمس واليوم، ويجعل من "ووليت مسحوقا للحلم لا للغسيل" (faire de Woolite non une poudre à laver, mais une poudre à rêver) بتعبير سيعيلا دائما (7). فعندما تنهار الأحلام الكبيرة، ينسحب الأبطال أمام زحف النجوم.

وقد انتبه إدغار موران في النصف الثاني من القرن الماضي إلى هذا الخلط أيضا. وقد كان ذلك عنده في عوالم السينما. ففي تصوره هناك فاصل كبير بين "الدور" و"الشخصية الحقيقية"، أي بين المظهر المُسوق وبين حقيقة المرء خارج دائرة الافتراض. ذلك أن النجم ليس مجرد "ممثل يقوم بدور شخصية ما، فهو أكثر من ذلك، إنه يتجسد في الشخصية ومن خلاله تتجسد هي الأخرى وتتحقق" (8). إن الأمر يتعلق بكائن جديد "ولد من زواج الدور والشخصية، مزيج من هذا وذاك، إنه يحتضن الأول والثاني" (9).

ومع ذلك، فهو خارجهما ليس سوى "افتراض"، عالم من صنع صور لا يمكن أن نحيا تفاصيلها إلا في القاعات المغلقة. وهو ما يذكر بزواج آلهة اليونان بعدراوات الأرض لكي يأتي إلى الوجود أبطال الأساطير. والحاصل أن حقيقة النجم الوحيدة هي هذا الافتراض ذاته، ففيه يشع وفيه يخفت أيضا. تماما كما يولد الأبطال الرياضيون في الفرجة، ويموتون خارجها، وكما تختفي الماركات أو تغير من "لوكها"، أي من شكلها أو لونها.

وهو أمر تؤكد كل الوقائع، بما فيها حالات التنافس بين الشباب في ساحات المدارس والكلبيات حول من يملك أحسن "ماركة" في المحمول والأحذية وملابس الرياضة بكل أرقامها المميزة: 7 و9 و10 وباقي الأرقام السحرية في عالم الكرة، وهي أرقام لا تفوقها قدسية سوى أرقام الماركات في السيارات،: 190-200 و205 و505، وما سبقها وما تلاها من الأرقام. ذلك أن بوابة العرض في السوق حسية دائما، وهي بذلك تنق بالعين وما تراه، ومن خلالها تنتعش كل الحواس

الأخرى. فهي تدرك ولا تتمثل، إنها أسيرة للشيء ولا تملك عالما. ذلك أن آليات التسويق لا تكنفي بإعادة خلق المستهلك، إنها تؤنس الآلة وتبث فيها شيئا من الحلم، تماما كما تتناقل الأفواه الصغيرة والكبيرة وكبريات الصحف والفضائيات آخر أخبار سوق النخاسة الجديدة، حيث يُعرض النجوم/الأبطال للبيع.

وهذا ما يفسر الخلط الذي تقوم به استراتيجيات العرض دائما بين وظيفة الشيء وبين صورة الماركة التي ينتمي إليها. إننا نشترى نوعا وليس نسخة معزولة، وما يذهب إلى السوق ليس فردا بل نوع ثقافي. فلا ثقة في منتج بلا هوية، ولا خير في مسحوق لا يقوم سوى بالغسيل. إن الفريق بنجومه لا بلاعبيه، والنجم في الفريق كالمميز التجاري (logo) يُرى من بعيد اسما وصورة ولونا. والفريق كالأوركسترا لا تستقيم إلا بنجمها، أي بمايسترو يسرب النغم من عصاه، فيها يرى وبها يوزع الأنغام. إن الفريق ثابت كالكون، فيه تسطع النجوم ويتلاشى بريقتها وتختفي إلى الأبد، بعضها بمضي إلى النسيان والموت البطيء، وبعضها تبتلع فضائح الجنس والمخدرات.

يتعلق الأمر في جميع الحالات، حالة النجم/البطل وحالة الماركة وحالات المنتجات الاستهلاكية، بدعوة إلى حسية يلعب فيها المظهر الخارجي الدور الرئيس: التعليل واللون والشكل في الآلة، والجسد في عالم النجوم/الأبطال. إننا لا نلحم بشيء أكثر من حلمنا بحمال الممثلين والممثلات، ولا نحتفي بشيء أكثر من احتفائنا برشاقة الرياضي وقدرته على القفز أو التصويب أو المراوغة؛ كل شيء يبدأ في الجسد وينتهي عنده. إنه صورة حسية، منها تستمد البطولة مضمونها وفيها تتحقق ومن خلالها تختفي أيضا. وقد تفسر هذه الحسية رغبة العابد في الذوبان في المعبود من خلال لمس النجم وشمه والاقتراب منه والتقاط صورة رفقة.

إن البطل الرياضي، وكذلك نجم السينما، لا يملك سوى جسده، به يقنع وبه يتحدث وبه يغري ومن خلاله يتسلل إلى انفعالاتنا أيضا. إنه يجسد رغبة حرّى هز الفؤاد، ولكنها لا تستغرق سوى لحظة عابرة ستختفي لتحل محلها رغبة أخرى، ضمن دورة زمنية لا تتوقف أبدا، يلغي الأبطال داخلها بعضهم بعضا. فلا خير في بطل يشيخ، أو يختفي بريقه، ستصرخ ضده كل الحناجر، تلك التي غمرته بالأمس تصفيقا. فمن تكرش وظهرت أوداجه، لفظته الفرجة واستبدلته بأخر يقوم بالدور نفسه، وسينسأه عشاقه. اختفى بيلي ومارادونا بعده، كما اختفى قبلهما آخرون وجاء آخرون. وستظل اللعبة وحدها البطل الحقيقي.

وهنا أيضا تتجلى قدرة الإشهار على بعث الحياة من رمادها، فقد سوى، من خلال فكرة "الإنسان الاقتصادي" **homo economicus**، بين كل المنتجات من كل الطبائع الحي والجامد فيها. وهذا الخلط بين استهلاك منتجات صناعية وخدمات، وبين استهلاك أبطال وأفكار يوضح، بما يكفي، وجود مظهر جديد في ثقافتنا، تبدو من خلاله الآليات الإشهارية باعتبارها إحدى المؤسسات الاجتماعية الأكثر أهمية (10). فالإشهار لا يساعد المشتري في شرائه، إنه يودع الوهم والاستيهام والحلم المزيف في الأشياء والكائنات التي يعرضها. فميسي ورونالدو وكاكا كالعرسان، سلاطين ليلة، وليلة الفرجة ليست كيوم الحكومة. يتجسد النجم داخل الفرجة "هنا" و"الآن" في نسخة ستختفي باختفاء صنيعتها وصانعها. تماما كما تختفي الماركات أو تنوع من أشكائها، وكما تموت الآلة بفساد أجزائها.

ولذلك وجب تصنيف النجم/البطل ضمن كل المنتجات الأخرى التي تعج بها "الأسواق الممتازة" (les grandes surfaces)، فهو جزء من آلية تسويقية تباع الماركات في السلع والآلات والوجهات السياحية وتبيع "لوك" السياسيين والرياضيين أيضا. إنه سلعة تتجدد بتجدد آليات السوق وتنوع بتنوع مظاهر المهارة والجمال وحسن الأداء. وقد برهن جاك سيغيلا، وهو أشهر العاملين في ميدان الإشهار في فرنسا، أن "الماركات" ذاتها، ومن زوايا مختلفة، تصنف هي الأخرى ضمن عالم النجوم :

الثلاجات وآلات الطبخ والسيارات. إن "الإشعاري لا يكثرث لما يمكن أن تقوم به الماركات في كل الآلات، إنه يصنع منها نجوماً ويمنحها روحاً" (11).

وتلك هي الحدود الفاصلة بين العوالم المفتوحة التي يحيل عليها البطل، وبين الانفعالات التي يستثيرها النجم في نفوس "عشاقه"، إنه الفاصل بين الأفق الممتد أمام العين، وبين الزبد الذي يتكسر عند أقدم الرائي. الأول ممتد في الزمان، أما الثاني فيموت بموت نجوميته. يعيش البطل في الذاكرة في شكل خزان قيمي يتجدد باستمرار، ولا أحد يلتفت للنجم/البطل خارج ما يمكن أن تفعله رجلاه. لذلك لا يجيئ البطل إلا ميتاً، فالموت شرط من شروط البطولة. أما الثاني فصورة محدودة تحييها النظرة وتميتها وتستبدلها بأخرى ضمن سرورة لا تتوقف أبداً.

إن البطل رمز لشيء آخر غير ذاته، إنه موجود فيما تنسجه الذاكرة أكثر من وجوده في ما ترويه الوقائع. أما نجوم اللعبة فأبطال من طبيعة أخرى. إن النجم يُرى في ذاته، فنحن نهُفُو إليه لما هو لا لما يكن أن يمتله، إنه لاشيء خارج نفسه، أو قد يحيل على نموذج قابل للمحاكاة المباشرة والمحدودة: لن نحلم ونحن نرى "ميسي" يمتع العين بمهاراته سوى باللعب مثله أو أحسن منه. إنه صورة حسية ملموسة هي مصدر البطولة، فيها تتحقق ومن خلالها تختفي أيضاً. لذلك لا يمكن أن يكون النجم الرياضي بطلاً لكل الأزمان، إنه بطل لحظي. إن عمر النجم قصير، أما البطل فله التاريخ كله.

فما يميز النجم عن البطل هو ما يميز الفرجة عن الحياة. إن الفرجة حيز فضائي وزماني وأعراف تحدد للعبة (في الشاشة والملاعب على حد سواء) قواعد وقوانين تحمي اللاعب وتضمن للفرجة هويتها. أما الحياة فامتداد وصخب وهدوء ومفاجآت وموت وغربة وحنين وحسرة. هنا الموت والعذاب والمنافي، وهناك الكاسكادور والعشب الناعم والحكم والشرطة في المدرجات وخارجها. للبطل فظاعة الواقع وحقيقته، وللنجم فسحة الافتراض وإغراءات المزيف.

والأمر لا يتعلق باختلاف في أشكال التجلي؛ إنه يمس جوهر إبدالات تشمل طبيعة الوعي بالذات وبالحيث المباشر والعالم. إن ما يفصل البطولة القديمة عن بطولة اليوم هو ما يفصل بين الحلم والرغبة. يتعلق الأمر بنمطين مختلفين في إشباع الحاجات. هناك دائرتان قيميتان متناقضتان: الحلم مفتوح بطبيعته ولا يمكن أن يتحقق في النسخة الواحدة إلا في النادر من الحالات، إنه زاد للفعل وللأمل وطريقة للدفع بالمستحيل إلى التراجع، أو هو بلورة لمساحات جديدة يتفتح فيها الأمل ويزداد المرء عشقاً للحياة؛ إن لحظات التأجيل فيه أغنى من أشكال تحققه.

أما الرغبة فلحظية، وعادة ما تكون مشروطة بتحققها، إنها الوجه المباشر للحاجة التي تستدعي إشباعاً فورياً لتُنسى وتحل محلها حاجة أخرى. إن الزمن سرورة في الحلم، أما في الرغبة فهو كم بلا قيمة، لذلك يمضي البطل إلى التاريخ، ويُلقى بالنجم إلى القمامة.

Hegel : Esthétique, éd Livre de poche, 1997,p.255-1

2-انظر ما تقوله: Violette Morin : Les héros, encyclopédie universalis 10-

3-Franck Evrard : L'hérotique du tennis, éd Hermann, 2011, p.26-

4- نفسه ص26

5- Jaques Séguéla : Hollywood lave plus blanc, éd Flammarion, 1982,p17-18

6- نفسه ص17-18

7- نفسه ص18

8- Edgar Morin : Les stars, éd Seuil, 1972, p.37.

9- ، نفسه ص38

10- Bernard Cathelat : Publicité et société, éd Payot, Paris 2001, p71-

Jaques Séguéla, op cit p.120 -11