هوامش

كلّما أرادت النساء، بمعظمهنّ، الظهور بين الناس بأفضل إطلالة، يكون أحمر الشفاه مرافقهنّ الوفيّ، مهما اختلف لونه. لكنّ اللون الأحمر ما زال يحظى بالاهتمام الأكبر لأسباب متعدّدة

رفيق النساء... بمعظمهنّ (Getty)

أحمر الشفاه
نضال نسوي ملوّن

لندن ـ **كاتيا يوسف**

يُعَدّ أحمر الشفاه عنصراً تجميلياً أساسياً بالنسبة إلى نساء كثيرات، سواء لجهة تعزيز الثقة أو كأكسسوار يسهل استخدامه واقتناؤه. والعلاقة التي تقوم بين النساء وأحمر الشفاه من اللون الأحمر تحديداً، متجذرة في التاريخ. ففي أوائل القرن العشرين، كان أحمر الشفاه مرادفاً للقوة، وتحديداً في خلال حركة «سوفراجيت» (Suffragettes) التي ناضلت مطالبةً بحق التصويت للمرأة وآمنت بالاحتجاج السلمي الذي ارتبط أو اعتمد بالأحرى على الجمال. وفي حين ناضلت النساء المنضويات تحت لواء هذه الحركة من أجل حقوقهنّ، أصبح اللون الأحمر الجريء رمزاً للقوة، وذلك في وقت كان الرجال يحاولون فيه تجريد النساء من ذلك.

وعندما سارت آلاف الناشطات المناديات بحق المرأة بالاقتراع في عام 1912 أمام صالون إليزابيث آردن (شركة أميركية كبرى لمستحضرات التجميل والعناية بالبشرة والعطور) في مدينة نيويورك، راحت آردن مؤسِّسة العلامة التجارية (أطلقتها قبل عامين) والداعمة لحقوق المرأة توزّع أحمر الشفاه اللامع عليهنّ مجّاناً. يُذكر أنّ إليزابيث كادي ستانتون وشارلوت بيركنز جيلمان، زعيمتي الحركة النسائية، أحبّتا قدرة هذا اللون الجريء على إحداث صدمة لدى الرجال آنذاك، واعتبرتاه علامة على التمرّد والتحرّر.

ويرجع أحمر الشفاه أبعد من ذلك في الزمن، حاملاً معاني كثيرة في حين اختلفت نظرة المجتمعات إليه. ويشير مؤرخون إلى أنّ السومريين القدماء، الذين سكنوا جنوب بلاد ما بين النهرين ما قبل الميلاد، هم الذين اخترعوا أحمر الشفاه. ويُقال إنّهم كانوا يفتّتون حجارة الصخور الحمراء ليحصلوا على مسحوق لتلوين الشفاه. أمّا مؤرّخون آخرون، فيربطون أحمر الشفاه بالنخبة الفرعونية القديمة، إذ اشتهرت كليوباترا بطلاء الشفاه المصنوع من الحشرات المسحوقة الممزوجة بالشمع الأحمر. وفي اليونان القديمة، كان يُستخدم من قبل بائعات الجنس. ففي مجتمعات عدّة، ارتبط اللون الأحمر على الشفاه بالنساء المشكوك بهنّ أخلاقياً. وفي العصور المظلمة، كان يُنظر إلى الشفاه الحمراء كعلامة تدلّ على الاختلاط بالشيطان. وعندما بلغ هوليوود، صار يُعَدّ رمزاً للسحر والجاذبية.

تشير راشيل فيلدر، مؤلفة كتاب «أحمر الشفاه الأحمر: نشيد لأيقونة الجمال» الصادر في إبريل/ نيسان من عام 2019، إلى أنّ المكياج ارتبط بالأنوثة الغامضة المخيفة. وتوضح في كتابها أنّه كما تبنّت الحركة النسائية الأميركية «سوفراجيت» الشفاه الحمراء، كذلك فعلت حركات حقوق المرأة التي انتشرت في مختلف أنحاء أوروبا وفي نيوزيلندا وأستراليا. وتقول فيلدر إنّ المنظّمات البريطانيات والأميركيات كنّ يتبادلنَ الخطط في الغالب، من تنظيم المسيرات إلى الإضراب عن الطعام وصولاً إلى استراتيجيات أكثر هجومية. وقد اتّسع نطاق هذا التضامن إلى المكياج، فاختارت زعيمة حركة «سوفراجيت» البريطانية إيميلين بانكهورست، الشفاه الحمراء متأثرة بنظيراتها الأميركيات، الأمر الذي ساهم في انتشار ذلك بين زميلاتها الناشطات. بالتالي، أدّى استخدام أحمر الشفاه من قبل النساء المطالبات بحق التصويت، إلى تظهير صورة «المرأة العصرية» في أوروبا والولايات المتحدة الأميركية. وفي خلال الحرب العالمية الثانية، كانت الشفاه الحمراء ترمز إلى التحدي، وقد عُرف الزعيم الألماني النازي أدولف هتلر بكرهه لها. أمّا في دول الحلفاء، فأصبحت دليلاً على الوطنية وعلى مناهضة الفاشية. وعندما أدّت الضرائب في بريطانيا إلى رفع ثمن أحمر الشفاه، عمدت النساء إلى صبغ شفاههنّ بعصير الشمندر.

حتى اليوم، ما زال أحمر الشفاه يُستخدم في إطار اتخاذ مواقف سياسية واجتماعية. ففي عام 2018، وضع رجال ونساء نيكاراغوا أحمر شفاه وحمّلوا صورهم على وسائل التواصل الاجتماعي مطالبين بالإفراج عن متظاهرين مناهضين للحكومة تمّ اعتقالهم. وفي عام 2019، خرجت نحو عشرة آلاف امرأة في شوارع تشيلي، وعصبنَ أعينهنّ فيما طلينَ شفاههنّ باللون الأحمر، تنديداً بالعنف الجنسي في البلاد.

من جهة أخرى، ما زال لون الشفاه الأحمر في عصرنا اليوم يُعَدّ «فاضحاً»، خصوصاً بالنسبة إلى النساء ذوات البشرة الملوّنة اللواتي استُبعدنَ غالباً في خلال حركة «سوفراجيت». وفي هذا السياق، تحكي مؤرخة الموضة شيلبي آيفي كريستي، وهي من أصحاب البشرة السوداء، عن علاقتها الخاصة بأحمر الشفاه الأحمر. وتقول إنّ «ثمّة تاريخاً طويلاً من الإثارة الجنسية المفرطة التي تُضخّم من خلال رسوم كاريكاتورية لنساء سوداوات بشفاه حمراء مبالغ بها». وتشير كذلك إلى «تاريخ من العروض مع ممثلين يسخرون من السود، من خلال طلاء بشرتهم باللون الأسود مع شفاه حمراء ضخمة».

باختصار

في أوائل القرن العشرين، كان أحمر الشفاه مرادفاً للقوة، وتحديداً في خلال حركة «سوفراجيت» التي ناضلت مطالبةً بحق التصويت للمرأة

■■■

يشير مؤرخون إلى أنّ السومريين القدماء، الذين سكنوا جنوب بلاد ما بين النهرين ما قبل الميلاد، هم الذين اخترعوا أحمر الشفاه

■■■

في خلال الحرب العالمية الثانية، كانت الشفاه الحمراء ترمز إلى التحدي، وقد عُرف الزعيم الألماني أدولف هتلر بكرهه لها

وأخيراً

روايات نسائية خليجية في الهند

سعدية مفرح

إلى أين يتجه قطار الترجمة الأدبية من العربية وإليها؟ وكيف يمكن للأدباء والكتاب العرب أن يساهموا فردياً وجماعياً في توجيه بوصلة ذلك القطار والتسريع من وتيرته؟ وما دور القارئ والمتلقّي العربي في مسيرة ذلك القطار التي تبدو بطيئة وعشوائية إلى حد كبير؟

نعم.. هناك محاولات فردية ومؤسسية لإيصال نماذج من الأدب العربي، الحديث تحديداً، إلى الآخر الذي يقرأ بلغة غير عربية، ولكنها محاولاتٌ ضعيفة جداً على صعيدي الكم والكيف، والأخطر من هذا أنها تبدو باتجاه واحد، فمعظم الترجمات العربية الحديثة موجّهة إلى لغات العالم الغربي؛ الإنكليزية والفرنسية والإسبانية والألمانية، ولا شيء إلا فتات الفتات منها للغات القريبة منها بالثقافة والتاريخ والجغرافيا، كالفارسية والهندية والتركية، وغيرها من لغات مشرقية.

شاركت قبل أيام في مؤتمر عبر الإنترنت عقدته أكاديمية التميز في الهند وقسم اللغة العربية ومجلس ضمان الجودة الداخلية في كلية لال غولا التابعة لجامعة كلياني في ولاية البنغال الغربية في الهند، وكان انطباعي الأول هو المفاجأة! فوجئت بكل شيء في هذا المؤتمر الذي عُقد على مدى ساعات طويلة، توزعت على يومين في جلسات متتابعة.

كانت المفاجأة الأولى اهتمام الجهات المنظمة بموضوع مثل موضع الروايات النسائية في منطقة الخليج العربي، ليكون هو العنصر الأساسي في الأوراق البحثية للمؤتمر، فلم أكن أعتقد أن الهند، بتنوعها اللغوي والثقافي الكبير جداً، يمكنها أن تجد وقتاً وظرفاً للاهتمام بموضوع كهذا الموضوع الدقيق، والذي ربما لم تلتفت بعد إليه حتى الجامعات العربية خارج المنظومة الخليجية. ولكن بعد المشاركة والاستماع إلى المشاركين من جامعات هندية كثيرة، اكتشفت أن للأدب العربي مكانته المميزة راهناً في الهند، وأنهم يعرفوننا جيداً وأفضل بكثير مما نعرفهم، إن كنا نعرفهم فعلاً.

المفاجأة الثانية كانت بجودة تنظيم مؤتمر يُعقد لأول مرة عبر تطبيق زوم، ويشارك فيه باحثون وروائيون ونقاد وأكاديميون من مختلف الدول تقريباً، وقد حضره مئات، إن لم يكن آلافاً، من المتابعين في منصات أكاديمية التميز الهندية عبر زوم وفيسبوك ويوتيوب وغيرها من منصات الإنترنت. ومع هذا الحضور الكبير والوقت الطويل الذي استغرقته الجلسات في توقيتاتٍ عالمية مختلفة بالنسبة للمشاركين، إلا أن السلاسة والدقة كانا عنوان التنظيم الرائع للمؤتمر بكل تفصيلاته الصغيرة والكبيرة أيضاً.

كانت المفاجأة الثالثة والحقيقية في المداخلات القيمة والرائعة التي شارك بها طلاب من الجامعات الهندية المختلفة من الدارسين للغة العربية وآدابها، فقد كشفت تلك المداخلات عن إتقانهم اللغة العربية، واطلاعهم الواسع ليس على الأدب العربي القديم وحسب، بل، أيضاً، على كثير من تجليات الأدب العربي المعاصر، فهم يقرأون الروايات العربية الحديثة بلغتها الأم، ويتابعون كل ما هو مستجدّ في الساحة الإبداعية والنقدية العربية، وبمستوىً أثار دهشة جميع المشاركين العرب في المؤتمر كما أظن.

> محاولات فردية ومؤسسية لإيصال نماذج من الأدب العربي إلى الآخر الذي يقرأ بلغة غير عربية

ومن متابعتي أسماء المشاركين في المؤتمر من الجامعات والمعاهد والأكاديميات الهندية، اكتشفت أن هناك اهتماماً أكاديمياً هندياً كبيراً بتدريس اللغة العربية في الوقت الحاضر، فيبدو أن هناك جامعات هندية كثيرة تحرص على تدريس اللغة العربية وآدابها، وعلى إنشاء أقسام علمية خاصة بها.

في المقابل؛ لا ألاحظ مثل هذا الاهتمام في جامعاتنا العربية بالآداب الهندية، أو غيرها من الآداب المشرقية، إلا نادراً جداً. فأين الخلل الحقيقي؟ ومن المسؤول عنه؟ وكيف يمكننا سد تلك الثغرة؟ في نهاية المؤتمر قال رئيسه مدير أكاديمية التميز في الهند، صابر نواس محمد، إنه سوف يفتح آفاقاً جديدة أمام الباحثين والأساتذة في مجال الدراسات والبحوث العلمية، متمنياً أن تنفتح كل الأبواب المغلقة بيننا وبينهم.. ولم نملك، نحن العرب المشاركين في المؤتمر، إلا أن نقول: اللهم آمين.

سعر النسخة: مصر **جنيهان**، تونس **900 مليم**، لبنان **1000 ليرة**، قطر **3 ريالات**، السعودية **3 ريالات**، الكويت **200 فلس**، الإمارات **3 دراهم**، عمان **300 بيزة**، البحرين **300 فلس**، الأردن **400 فلس**، العراق **500 دينار**، المغرب **4 دراهم**، الجزائر **ديناران**، اليمن **50 ريالاً**، سورية **25 ليرة**، السودان **10 جنيهات**، ليبيا **200 درهم**، موريتانيا **35 أوقية** ◻ UK **£ 1,20**, Austria **€ 2,20**, Belgium **€ 2,20**, France **€ 2,20**, Germany **€ 2,30**, Holland **€ 2,30**, Italy **€ 2,10**, Spain **€ 2,20**, Switzerland **CHF 3,50** Turkey **TL 5,00**, USA **$ 2,00**