

يجعلها حمورابي حقا مملوكا للرجل يرهنها ويبيعها حسب شريعة هذا القانوني الفحل⁽³¹⁾.

وجاءت المنحوتات القديمة في بلاد الرافدين مصورة للمرأة على أنها جسد جنسي تبرز فيه الأعضاء الجنسية كالثديين والرحم وعضو الأنوثة دون سائر الأعضاء⁽³²⁾.

وهي صورة تتواتر ثقافياً وحضارياً لتزداد رسوخاً مع الزمن حيث تطل الحضارة المعاصرة لنجد المرأة في الفن الحديث وفي الدعاية والنحت والسينما وكأنها جسد فحسب. وي طرح جون بيرجر في كتابه (طرق النظر Ways of seeing) إفادات مزعجة عن صورة المرأة في فنون القرن العشرين، حيث تتغلب النظرة الرأسمالية في رسم المرأة على أنها بضاعة جسدية⁽³³⁾. وتبرز الرغبة في المال لتكون أساساً يحرك الفنون التشكيلية وفنون الدعاية. وبما أن الدعاية قد التقطت الدور من الفن التشكيلي فإن فنون القرن العشرين كلها توجهت لهدف واحد - حسب قول بيرجر - وهو المشتري المذكر. فالرجل هو الذي يرسم وهو الذي ينشيء النص ويخرج الفيلم أو اللوحة، وهو الذي أخيراً يشتري ويستهلك. وجرى استخدام جسد المرأة في هذه الفنون ليحقق أقصى درجات الإغراء والإثارة. والمشتري المفترض لهذه المعروضات هو الرجل حتى وإن كانت البضاعة نسوية فإن النساء يتعرضن لتثقيف متواصل في أن هذا هو ما يجعلها جذابة ومثيرة. وبذا تكون المرأة نفسها بضاعة معروضة لإغراء الرجال ويكون الفن واللغة وسائل دعائية تعبر إلى المشتري بواسطة الجسد المؤنث وما يملكه من إغراء جنسي. وليس في هذه الثقافة الذكورية بضاعة أكثر جذبا وإغراء من أجساد النساء.

(31) محمد وحيد خياطة: المرأة والألوهية 84، دار الحوار، اللاذقية 1984.

(32) السابق، حيث يعرض صوراً للنساء في الصفحات 109-131

(33) انظر: John Berger: ways of Seeing 65, London Penguin Book 1972.