

بناء الملصق الانتخابي

(دراسة تحليلية للملصقات الحملة الانتخابية لمجلس النواب العراقي في عام ٢٠١٤)

د. علاء مصطفى

كلية الإعلام / جامعة بغداد

المستخلص

يعد الملصق الانتخابي من اهم وسائل واساليب الحملة الانتخابية لما له من مزايا وقدرات اذا احسن تنظيمها، فهو رسالة دعائية مكثفة ذات شحنات نفسية ودلالات سيميائية تنتمي للثقافة الفرعية، ويعتمد في بنائه مجموعة عناصر (شعار، رمز صوري، لون، صور) وهي متباينة الثبات من ملصق لآخر، وتلتزم بمحددات الجذب والاثارة والبساطة والوضوح، وهي تعمل وفق قاعدة (جمهور ثابت X متلقي متحرك) والسائرة نحو (متحرك X متحرك) بفعل التطور التقني المتمثل بالشاشات الضوئية، وهي تطورات تشتت مضاعفة قوة الصدمة وتعزيز عناصر الجذب وشد الانتباه لتعويض قصر مدة التعرض.

اعتمد البحث الذي يصنف وصفيا من حيث النوع، على اسلوب تحليل الخطاب؛ للكشف عن عناصر الملصقات الانتخابية لانتخابات مجلس النواب العراقي لدورته الثالثة في ٣٠ نيسان ٢٠١٤، وتحديد مكوناتها، ومحاولة استشعار مضامينها اللا مرئية عن طريق متابعة السياق وربطه بالفضاء الاجتماعي لتحديد ابعادها، بغية الوقوف على الدلالات السيميائية الموظفة والاسس النفسية المعتمدة ومدى امتزاج العناصر البنائية بشكل يعزز قوة اثره، للوصول الى ضوابط تحدد بناء الملصق الانتخابي وتحكمه بمعايير علمية ترفع من اثره.

Abstract:***Building Electoral Posters*****An Analytical Study of the Electoral Campaign's Posters of the Iraqi Representative Council in 2014**

The electoral poster is the most important means and methods of the electoral campaign because of its advantages and capabilities if it is organized properly. It is an intensive propaganda message with psychological figures and semiotic connotations belonging to sub-culture. Its construction depends on a group of elements (logo, photo symbols, color and picture) and their consistency is varying from one to another. Posters must be committed the determinants of attraction, excitement, simplicity and clarity. They are working according to the following base: (fixed audience X moved recipients) and walking towards (moving X moving) due to the technical development of optical screens. These developments require double the force of the impact and enhance the attractive elements and attentions to compensate the short time of show.

The research is described as a descriptive one depending on style of discourse analysis to detect the elements of electoral posters for the election of Iraqi parliament at its third season on April 30, 2014, determine their components, attempt to sensor their invisible contents using follow-up context and link them to the social space to determine their dimensions, in order to stand on the employed semiotics connotations and the approved psychological foundations, the extent of mixing structural elements in reinforcing the power of its impact to get to the controls determining electoral posters' instruction and governed by scientific standards to raise its impact.

مقدمة

ازدادت أهمية الملصقات الانتخابية بازدياد الحاجة الى وسائل واساليب تمكن الاطراف السياسية من بلوغ مبتغاها في اجواء الاحتكام الى اصوات الناخبين، وهي أهمية أسهمت في ارتفاعها التطورات المستمرة في مجال التقنيات الطباعية، بما وفرته من مرونة للمصمم الطباعي من دقة ووضوح وتوليف بين الالوان والابعاد، ومعالجات صورية أيضاً، وهي مزايا تعمل على جذب الجمهور؛ بهدف التأثير فيه وفقاً لهدف القائم بالاتصال، إذ للألوان ابعاد نفسية ودلالة اجتماعية، تضي عليها هوية سيميائية، تحاكي اللاشعور وتسد الرسالة بما تحويه من رموز صورية وعبارات لغوية.

ان المزايا الواردة رفعت من رصيد الملصقات الانتخابية وعززت دورها في الحملات الانتخابية، ولا سيما انها تمتاز فضلاً عن ذلك بسرعة الانتاج ووفرتة وعدم تأثر الكم بالجهد، مع انخفاض تكاليفها مقارنة بغيرها من وسائل الدعاية الانتخابية، وتوفر امكانية التحكم بانتشارها جغرافياً وزمانياً، وهو الامر الذي يوفر سعة في العرض والاتاحة للجمهور المحدد، على وفق معايير الحملة الانتخابية واستراتيجيتها في تقسيم المحطات الانتخابية وجمهورها، مما يوفر مرونة في تنويع المضامين، تبعاً لطبيعة الجمهور ومهاراته في التعرض واتجاهه العقائدي ورغباته وميوله ومزاجه.

المبحث الأول .. الإطار المنهجي

أولاً: أهمية البحث

تتأى أهمية البحث من تناوله موضوعة ذات تماس مباشر بالانتخابات، والتي يقوم عليها النظام السياسي في العراق، اذ تسعى الكيانات والائتلافات الى توظيف جميع الإمكانيات؛ لغرض بلوغ اهدافها في زيادة غلتها من الاصوات، وهي تطلب الاستعانة بالقواعد العلمية في التخطيط والتنظيم، وبما ان الملصق الانتخابي من اهم ادوات الحملة الانتخابية، فقد اصبح من الضروري ايجاد قواعد تحكمه وتحدد الشروط الامثل في تصميمه وبنائه، مما يوفر اضافة علمية وهو الامر الذي افرز أهمية بحثنا هذا.

ثانياً: مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في الغموض الذي يعتري بناء الملصق الانتخابي وعناصر القوة الكامنة فيه، ومحاولة معرفتها عن طريق تشخيص الشحنات النفسية المغروسة، ومحاولة

تحديد الدلالة السيميائية لعناصره المكونة وموروثها الاجتماعي، ومن ثم محاولة كشف كيفية توظيف هذه الدلالات لتحقيق الغاية المحددة في استمالة الناخب؛ بغية اقناعه وتغيير اتجاهه، وهي محددات تمكن من تأطير العناصر المكونة للملصق الانتخابي، وكيفية نقلها للمضامين بشكل فاعل ومؤثر، يخاطب شرائح جماهيرية متنوعة. ان هذه المعرفة تردفها خطوة مكملة، تمثل العلاقة بين العناصر المتنوعة في الملصق الواحد، وكيفية ائتلافها وتكاملها بشكل يجعل منها قوة دعائية مؤثرة، وهي ابعاد اشكالية يمكن ايجازها بالتساؤلات الآتية:

١. ما العناصر المكونة للملصق الانتخابي؟
٢. ما الدلالات السيميائية لعناصر الملصق الانتخابي؟
٣. ما الاسس النفسية للالوان المعتمدة في بنائه؟
٤. هل مزجت عناصر الملصق بشكل تكاملي يعكس وحدة الموضوع ويعزز قوة تأثيره؟
٥. هل بناء الملصق الانتخابي محكوم بمعايير علمية، ام ان انتاجه لا يستند لأي اطر.

ثالثاً: هدف البحث

يتركز هدف البحث في الوصول الى تحديد واضح لمكونات الملصق الانتخابي، وتفكيكها واعادة تفسيرها منفردة ومن ثم مجتمعة؛ لمعرفة دلالتها وما تحويه من ابعاد تعمل على جذب المتعرض ومن ثم استمالاته، بهدف اقناعه بالمضمون الكامن في الملصق والساعي نحو بلوغ هدف محدد، وهي جوانب يمثل تحققها اضافة للرصيد العلمي وفائدة عملية ترشد القائم بالحملة الانتخابية لانتهاج الاسلوب الامثل، ويمكن ايجاز الاهداف بالاتي:

١. معرفة العناصر المكونة للملصق الانتخابي.
٢. كشف عن الدلالات السيميائية لعناصر الملصق الانتخابي.
٣. الوقوف على الاسس النفسية للالوان المعتمدة في بنائه.
٤. الكشف عن نسب امتزاج عناصر الملصق بشكل تكاملي يعكس وحدة الموضوع ويعزز قوة تأثيره.
٥. السعي الى بلوغ ضوابط تحدد بناء الملصق الانتخابي واحكام حريته بمعايير علمية ترفع من اثره.

رابعاً: منهج البحث

يصنف البحث وصفاً من حيث النوع، وهو يتناول ظاهرة محددة في سياق وصف علمي ممنهج، ويعتمد منهج المسح لما فيه من امكانات الحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بالظاهرة المؤطرة بمدة زمنية محددة، ويعتمد أسلوب تحليل الخطاب؛ للكشف عن عناصر الملصق الانتخابي ومكوناته ودلالاتها، ومحاولة استشعار مضامينها اللامرئية عن طريق متابعة السياق وربطه بالفضاء الاجتماعي لتحديد ابعادها، وهي جوانب لا يحققها اعتماد أسلوب تحليل المضمون الذي يركز على الكم لتفسير الكيف، وهو كم غير متوفر في بحثنا هذا، فضلاً عن قصوره عن متابعة سياق الدلالة للوصول الى معناها.

خامساً: مجتمع البحث:

يحدد مجتمع البحث بالملصقات الانتخابية للقوائم الانتخابية الستة الحائزة على اعلى نسب من الاصوات في انتخابات مجلس النواب العراقي لدورته الثالثة في ٣٠ نيسان ٢٠١٤، بعد استبعاد القائمتين الكرديتين لما تتسم به من خصوصية لا تنسحب على القوائم الاخرى، إذ انها تخاطب جمهور نوعي مغلّق تحدده عناصر ثقافية، فضلاً عن انها لم تركز على اغلب المحافظات في حملاتها، وعدم التركيز تؤكد نتائج الانتخابات ايضاً.

سادساً: مجالات البحث

أ- المجال المكاني

حُدّدت الابعاد المكانية للبحث بالحدود الادارية لجمهورية العراق باستثناء محافظات كردستان(*)، اذ ان اختيار المحافظات كافة انطلق من ان اغلب القوائم ممثلة في التنافس الانتخابي على خارطة العراقية.

ب - المجال الزمني للدراسة

تم تحديد المدة الزمنية للبحث بـ (من ١ ولغاية ٢٩ نيسان ٢٠١٤) وهي تمتد من انطلاق الحملات الانتخابية حتى يوم الصمت الانتخابي، وفقاً لتعليمات وضوابط المفوضية العليا المستقلة للانتخابات.

المبحث الثاني .. الإطار النظري

الملصق الانتخابي .. المفهوم والتعريف

يعد الملصق وسيلة تحوي مضامين اتصالية، توظف الجمال ومؤثراته النفسية لصالح المضامين الكامنة في تراكيبه والسائرة وفقاً لأهداف محددة ومخططة تسعى الى خلق التأثير الاوسع؛ فهو يمزج بين تراكيب شكلية مشحونة بانبعاثات نفسية وايقونات ورموز سيميائية ذات عمق اجتماعي يجعل منها قوة تأثيرية، وجمل لفظية قد تأتي بلغة مباشرة او ايحائية غير مباشرة، فهو بناء يجمع ما بين تراكيب شكلية واخرى لفظية تمتزج بهيئة متكاملة لأجل احداث قوة تأثيرية في المجتمع المستهدف وفقاً لمخطط الحملة وواضع غايتها.

والمصق اصطلاحاً عبارة عن صورة كبيرة أو إعلان في مكان عام يرادفه في اللغة الإنكليزية ((Poster)، وهو يجمع مؤثرات صورية مختصرة وافكاراً مبسطة ومختزلة بعبارات مكثفة في كل جزء منه، ذات ابعاد ذهنية بعيدة الاعماق، لتعطيها خاصية الفهم من نظرة سريعة ومن ثم تمكينه من منافسة المحيط المعقد^(١).

والمصق «وسيلة اتصالية بصرية يتم من خلالها نقل الأفكار والمعلومات بين المرسل والمتلقي، وصمم ليفهم من نظرة سريعة ويجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوساطة وسائل اتصال مختصرة يتم بمقتضاها جذب انتباه المتلقي وإثارة اهتمامه»^(٢) ويركز هذا التعريف على صفة الاجاز وقوة التأثير، في توظيف المؤثرات الصورية الجذابة، إذ تناول شكلية الملصق ولم يتطرق الى المضمون بشيء واضح، وهي جوانب قد نلمسها وان لم تكن بالوضوح الكافي في تعريف اخر يفصل اهداف الملصق تبعاً لمضمونه وما يحتويه من دلالات، إذ يعده «من اهم الوسائل الاتصالية التي تؤدي هدفاً فكرياً وعقائدياً وسياسياً، فضلاً عن الارشاد والتوجيه وغيرها. يراد من فكرته التركيز على المعاني عن طريق الدلالات الموجهة والمتجسدة بواسطة عناصر الملصق وبنيتها»^(٣)، فتركيز الفكرة من اهم عوامل نجاح الملصق، ان لم يكن مركزه ونواته التي تدور حولها مكوناته الاخرى، والملصق الناجح لا يتحدد بمجموعة صور ورسوم وشعارات ونصوص لفظية، بل يقوم على فكرة محددة روعي باختيارها حاجة المجتمع واهتمامه ومستوى تفكيره وانشغاله وثقافته الفرعية^(٤)، يتم مزجها وتنسيقها بشكل يكسبها قوة تأثيرية، وفقاً لتصميم يجعل من الملصق ذا قدرة على التأثير في فكر وعقل المتلقي او المشاهد^(٥)؛ وهي قدرة تبرزها مناغمة المضمون الكامن الذي يستقي مادته من الداخل غير المحتكم لقوانين الزمان والمكان، وهي مناغمة تحدثها

محفزات بالمضمون الظاهر، الذي يحيل المنجز الى انتشار بعض الصور والدلالات من بنيتها الاصلية ذات المضامين الغزيرة، وادراجها في بناء جديد يتغذى من خصوصيتها، فتغنيه من ابعدها ذات المعرفة السابقة والموروث الاكثر ايجالاً في القدم^(٦).

ان ما يهمننا من الملقق الانتخابي، ليس بوصفه وسيلة اتصالية مجردة، بل الذهاب الى مضمونه وما يحتويه من عناصر وتراكيب ذات قدرة على احداث اتصال مع المتلقي وتحفيز ادراكه في اجادة توظيف المؤثرات، وكيفية تنمية هذه العناصر وتطويرها بشكل يعزز قوة تأثيره في العمل الدعائي بصفة عامة والحملات الانتخابية بشكل خاص، وهي ابعاد يتطلب الغوص فيها، وضع تعريف يضبط مسارها ويمكن البحث من تحقيق اهدافه. وبناءً على هذا يمكن تعريف الملقق الانتخابي بأنه رسالة دعائية مكثفة، ذات شحنات نفسية وسيميائية، تلتزم بمحددات الزمان والمكان، وتمزج في بنائها بين تراكيب شكلية وعبارات لغوية تتسم بالإيجاز والبساطة وقوة الجذب واثارة الانتباه، وهي تسعى الى رسم اتجاه الافراد بما يتناسب واهدافها.

فالملقق الانتخابي رسالة مكثفة ذات اهداف ووظائف، يعتمد المبالغة الشكلية؛ لخلق الجذب وشد الانتباه، ومراعاة التنوع والتكثيف في تنظيم الكتل (صور، رموز، اشارات لفظية) وهو يسعى الى ابراز الوجه الدرامي للصراع عن طريق الصورة المحركة للخيال المنتج لمشاهد محددة، وربطها بالزمان والمكان، مما يعطيه فرصة رسم مشهد متكامل يمر على الماضي ويستوعب الحاضر ويستشرف المستقبل، وبه يتحقق التفاعل ما بين المصدر والمستقبل^(٧)، ويفتح لذات المتلقي نافذة يطل منها على معارفها الكامنة، ومحاولة ضبط ردود فعلها وشكلها، وهي آلية اقناعية تحاكي حاجة المتلقي وتضعه في دائرة محددة، تنسجم والهدف الاساس للقائم على بناء الملقق^(٨).

ان آلية البناء المنتج، تشترط بالوقت ذاته توافر مهارات تنشيط الحواس وثير الانتباه وتحفز التفكير وتشبع الذوق بمتعة الجمال المتوافر، ومن ثم تحرك الذاكرة وتحفز حب الاستطلاع ورغبة الخيال في بناء التصورات والاستنتاجات المحكومة بالهدف الاساس^(٩).

وهي جوانب تكاملية ترفع نسب الاستمالة وتنمي مهارات الاسترجاع والتحليل بغية تحقق التفاعل المنتج مع المتلقي، شريطة التزام القائم على بناء الملقق ومصممه بمراعاة توظيف العلامات والاشارات والرموز بشكل يخدم موضوعه ويجنبه التأويل المعاكس، لاسيما وان عملية التعرض للملقق تعتمد العين الناظرة، وان الاخيرة بدورها لا تكتفي بالمعنى المباشر للملقق؛ بل تمتد في نظرها الى اعماق الذات لإكمال استنتاجها، فالمرئي يؤدي الى اللامرئي.

والمصمم هنا لا يختلف عن المهندس المعماري من حيث تحديد فكرة التصميم وتنفيذها، فهو يخرز الهدف في ذهنه ويحاول ان يتحرك به ضمن افكار تتسم بالوضوح وتحاكي اهتمام الجمهور وخبرته ومدخراته الثقافية، متوارثة كانت ام معاصرة، ثم يوازن بين ذلك كله والوظيفة الاساس التي تقوم على نواة الهدف المحدد، وهو بذلك يشترط الاتكاء على معطيات علمي النفس والاجتماع؛ عليه فان مصمم الملصق كالمهندس المعماري الذي يمزج بين الوظيفة وعامل الشكل وخواصه المحلية ومحاكاة التطور، في فكرة يخرزنها ذهنياً ويقربها من الواقع بالاطلاع على خصائص البيئة وعامل الارض وهي معلومات تسعفه بها علوم اخرى.

ان التشبيه بين الاثنين هنا لا يعني عدم وجود الفارق» فالفكرة عند المصمم هي غيرها عند المعماري، بيد ان الاثنين يتشابهان في القدرة على التفكير وبناء ناتج فني معين، وقد تكون تلك الافكار ابتكارية او مستطرفة»^(١٠) وان متغير الابتكار لا تحكمه خواص الوسيلة وجوانب الشكل وعناصره من رسوم ونصوص وصور الى حد ما، بل تقوم الفكرة المبتكرة على اساس حاجة الجمهور ومستوى اهتمامه^(١١)، والفكرة في الملصق الانتخابي نواة العمل ومرتكزه الذي لا يحيد عنه، وتحوي الهدف والرؤية التي لا يخرج القائم على بناء الملصق منها، وتتسم بالبساطة والوضوح وبلاغة التأثير في المتلقي ومحاولة اقامة علاقة تفاعلية معه، مستفيدة من الاساليب النفسية لإحداث اكبر قدر من التأثير في الجمهور المستهدف^(١٢).

يعتمد بناء الملصق الانتخابي على مجموعة من العناصر الشكلية والدلالات الرمزية واللغوية، والتي يتباين توظيفها من ملصق لأخر تبعاً لفكرة الملصق وهدفه، والجمهور المستهدف ومؤهلات التعرض التي يملكها، ومستوياته الثقافية، وهي تباينات تبرز مهارة القائم على الملصق، فعلى عاتقه تقع مسؤولية انسجام تراكيب الملصق وانصهارها بوحدة شكلية معبرة وجاذبة ومثيرة للانتباه وقادرة على ترك الاثر وتحفيز الاستجابة؛ بغية التعاطي ومن ثم الادراك الذي يسبق الموقف او الاتجاه، ويمكن حصر عناصر بناء الملصق الانتخابي بالاتي:

1. العنوان

يمثل وجه الملصق وهويته المميزة وعنصر جاذب ومثير للانتباه، ونقطة الاحتكاك الاولى في عملية التأثير على المتلقي؛ بهدف دفعه لاتخاذ موقف وقرار يتناسب وفكرة الملصق المتضمنة مجموعة الاهداف المحددة، ويتطلب وضعه تركيزاً عالياً وتقانة دقيقة لما له من خطورة في جذب المتلقي او اعراضه عن الفكرة^(١٣). وهو يوضح رسالة الملصق ويوجز المضامين ويلخصها بدقة وبلاغة، ويراعي فيه عامل الاختصار لرفع مستوى استيعابه وسهولة حفظه وتذكره، ويكتب على نوعين رئيسي وثانوي وحسب طبيعة الملصق

وحاجته^(١٤)، كما ان العنوان يعد من عناصر جمالية الملصق وعوامل الجذب فيه، إذا أحسن رسم حروفه وتنوع خطوط رسمه، وكذلك يمكن تحميله شحنات تأويلية بعيدة الحدود وقابلة للإفراز والتفرع باعتماد ذاتية المتلقي ومخزونه المعرفي واتجاهه، إذ ان علامات الاستفهام والتعجب تدفع الى التشكيك والسخرية والظن.

2. الشعر

يعد الشعر رسالة اتصالية موجزة تحمل دلالات ومعاني تتسم بوضوح غير قابل للبس والغموض، وهي تسعى الى التعبير عن قضية او موقف او رأي حول موضوع محدد غالباً ما يشغل الرأي العام، بهدف التأثير في الجمهور واستمالاته^(١٥)، والشعر باختصار «عبارة مؤثرة يسهل تذكرها وتستخدم للإعلان والترويج لبعض الأشياء أو لتوضيح أهداف جماعة أو منظمة»^(١٦) ويتمتع بقوة استحضار ورسوخ في اذهان الجمهور، اذا احسن صياغته وطريقة رسم حروفه وثبات نظامه اللوني، مما يحوله مع التكرار المتقن الى علامات تستحضر الاصل، وهو استحضار يحول النص في مراحل متطورة الى صورة يتم التعرف عليها من الشكل واللون دون الحاجة الى القراءة، بمعنى ادق امكانية تحويل الشعر اللغوي الى شكل ايقوني^(١٧).

ان مهارة القائم على بناء الملصق تتجسد في امكانية مداخلة الشعر بنصوص مألوفة وذات قوة عاطفية تحيل قوتها على النص الجديد، وان هذا الربط يتم من حيث المضمون او الاسلوب، اذ ان بعض العبارات المترسخة في الازهان كايقونات مألوفة، هي قادرة على تفعيل شبكة ارتباطات ذهنية مخزونة في ذاكرة الجماهير وتأخذ حيزاً واسعاً من شبكته المعرفية^(١٨)، كما ان بعض العبارات تتحول الى ايقونات مؤثرة تحفز المخزونات الذهنية وتربطها بالجديد عن طريق الاسلوب والمداخلة التي تحقق للشعار هدفه بالانتشار.

تتضح هنا مساحة ابداع القائم على بناء الملصق عبر محددات الاختصار والايجاز وبلاغة الصياغة والاحاطة بالفكرة او الهدف، ومن ثم اتقان مزاجتها بنصوص ايقونية راسخة وذات صورة ذهنية نشطة، تمد الوليد الجديد (الشعار) بموروث النص الاصيل وعمقه المعرفي والنفسي، وهذه جوانب تزيده عمقاً وفاعلية، وتمده بشحنات عاطفية توسع اثره وتمكنه من تحفيز الازهان لإجراء معالجات ذاتية تمنح الشعر مساحة دوران واسعة في مخيلة المتلقي متزامنة مع معالجاته العقلية، وهو دوران يعزز مكانته واثره، وفي الوقت نفسه يؤكد الحرص على تجنب عبارات التأويل الواسع، حيث ان مغايرة الدلالة من قبل الخصوم والاضداد تسيء الى الهدف وتعرضه لإخطار لا يحمد عقباها، وبذات الاتجاه مراعاة المفردات التي تتغير دلالاتها برفع او اضافة حرف واحد اليها (محافظة-

محفظتي) ويؤدي حرف الالف هنا خطراً كبيراً قد يحيل الشعار الى موضع استهزاء.

3- اللون

يعد اللون ركييزة اساسية من ركائز بناء الملصق الانتخابي إذا احسن توظيفه، لما للون من قدرة على خلق حالات نفسية معينة لدى المتلقي واحداث تأثيرات قوية عليه، وهي قدرة جعلت منه رمزاً بحد ذاته لدى الاقوام والديانات وكل حسب ثقافته الخاصة^(١٩)، ويدرك اللون هنا وفقاً للمكنون الثقافي المميز لكل ثقافة فرعية عن سواها، وهي خصوصية نلمسها في اختلاف دلالات الالوان بين الشعوب والمكونات المجتمعية، التي تعبر بواسطة الالوان عن مشاعرها ومواقفها، وتحدد ادراك اللون بإرث ثقافي... « فالدلالات الخاصة بالألوان هي دلالات محلية ومرتبطة بسياق ثقافي بعينه»^(٢٠).

يتضح ان للون دلالة سيميائية متجلية بحد ذاتها ورسالة ذات معنى صريح وعمق اجتماعي موروث يتغذى على الثقافة الفرعية للمجتمع، التي تحيل المتلقي في أثناء عملية ادراكه للون الى خزينه الثقافي، وهو امر يحد من نسب التأويل. وهكذا تتضح اهميته كدلالة قابلة للفهم وقادرة على احداث الاثر اذا اتقنت الجهود البنائية داخل الملصق، ووظفت الخواص النفسية للون كافة، والتي من شأنها ترك اثر على المتلقي، فتحدث فيه مشاعر الاسترخاء والاطمئنان او تثير فيه الالم والخوف والقلق. وهي محفزات مختلفة طبقاً لاختلاف اللون وحدته ووزنه البصري، لا سيما وان اوزان الالوان ليست متطابقة، وطبقاً لذلك يتغير تأثيرها النفسي الذي تحدثه، ف«الاسطح ذات الالوان الباردة الفاتحة تظهر للعين اخف وزناً واقل اهمية في حين تظهر الالوان الساخنة والقائمة اكثر ثقلًا»^(٢١).

ان اهمية اللون للقائم على بناء الملصق تتبع من ثلاثة محاور، الاول تقني يتعلق بحدة الالوان ودرجتها، وما له من علاقة بتقنية الطباعة ونوع المادة المطبوع عليها وتأثيرات المناخ، ومكان عرض الملصق لاختلاف درجة الرؤية والمنظور من لون لآخر وما لها من اثر في الجذب واشارة الانتباه، في حين يتحدد المحور الثاني بالتأثيرات النفسية وما تتركه من اثار في النفس تبعاً لأوزانها وتباينها من ساخنة الى باردة، ويدور المحور الثالث حول نواة سيميائية اللون وما لها من دلالات تصل الى حد الاستقلال احياناً، فما ان يذكر كنه اللون حتى تففز الى الوعي دلالاته، وهو استقلال يمنح اللون هوية مستقلة ذات بيانات مركزة تجد ترجمتها واضحة في المجتمع المحلي او الثقافة الفرعية، مما يضع المصمم امام مهمة ادراك تلك الدلالات وتوظيفها لإسناد اهدافه وعدم الارتباك في التعاطي معها، وهو ارباك من شأنه توليد استجابات عكسية ومضادة، وهي معرفة

لا تأتي الامن دراسة المجتمع وثقافته الفرعية، فان كان مهندس البناء يدرس خواص الارض فان القائم على الملصق ملزم بدراسة الفضاء الاجتماعي، بوصفه جغرافية عمله.

٤- الصورة

تعد الصورة من اهم العناصر المكونة للملصق الانتخابي، لما تحمله من طاقة تعبيرية ذات ارتباط بالخواص السيكولوجية والفسولوجية، لاتصاف خطابها بالمباشرة والوضوح الذي يسرع الفهم ويوسع قاعدة التأثير، وهي قدرات كامنة تمد الملصق بقدرة جذب المتلقي وسرعة لفت نظره اذا احسن تنسيقها، فضلاً عن اتساع قاعدة تأثيرها لسهولة استيعاب مضمونها وعدم اشتراطه مهارات تعرض ومستوى ثقافي، ويتوج ذلك كله، قدرتها على احداث مخاطبة الاعماق ومداعبة النفس بإثارة كوامن الماضي، بالتعبير عن حالات الحزن والفرح والغضب بوضوح^(٢٢)، فالصورة خطاب يتسم بالسهولة والوضوح ويتسم بالحيوية التي يضيفها على الملصق ويجعله اقرب الى عالم الواقع اذا احسن توظيفها بشكل تراكمي قادر على صنع مشهد درامي تفاعلي يديم استمرارية الرسالة الى مراحل لاحقة في ذهنية المتلقي، وفقاً لسيناريو سجالي بين طرفي المنظور عن طريق العين والمخزون الثقافي.

وتشير الدراسات الى ان الصورة والاشكال المرسومة تكون اشد وقعاً على بصيرة المتلقي، وهي اسرع من اللغة اللفظية واكثر كفاءة في ايصال الفكرة المحددة، واكثر رسوخاً واطول ثباتاً في الذاكرة من الجمل المكتوبة^(٢٣)، فهي تضي المصادقية على الملصق، وتلخص معاني واسعة وتقرب المشاهد لفكر المتلقي وتدعم المعاني الواردة في شعاراته ونصوصه اللغوية، اذ ان الملصق تراكم بصورية ولغوية يكمل احدهما الاخر، ويقوم القائم على بناء الملصق بالمزج بين النص والصورة بشكل تكاملي يجعل احدهما يكمل الاخر، للوصول الى ملصق قادر على الاثارة والشد والجذب، ومد جسور التفاعل النفسي الساند للفكرة الرئيسية او الهدف^(٢٤).

والصورة ليست كياناً معزولاً عن الفضاء الاجتماعي، بل انها دلالة ذات بعد ثقافي اكسبها اياه المجتمع الفرعي واورثها خواصه « فلا وجود لصورة تدل فقط على ما تقدمه للعين^(٢٥)، وهي دلالة لا تقتصر على المرئي منها بل انها مضمنة بايحاءات لا مرئية، وهي جوانب تتطلب من القائم على بناء الملصق الانتباه للخواص لأجل انتاج دلالات تصب في مسار هدفه، وقادرة على الاحالة على معانٍ بعينها، وهنا تبرز علاقة حاكمة لنظرة المشاهد للصورة واتجاهها تبعاً لوضع الصورة واتجاه حركتها، فكل وضعية دلالات متعارف عليها اجتماعياً، فان كانت امامية فانها تثير سجالاتاً بين انا «الصورة» وانت «المشاهد»

وتولد تفاعل المشاركة لديه، في حين تتمحور الوضعية الجانبية حول انا «المشاهد» وهو «الصورة» حيث تستمر النظرة مفتوحة ماسحة جميع فضاء الصورة بحثاً عن الهدف، ويتحدد الوضع الثالث بالوضعية الخلفية التي تعطي دلالة النهاية أو الانسحاب والتخلي عن المواجهة^(٢٦)، فالصورة هنا عالم مرئي يحيلنا الى لا مرئي ايحائي يخاطب الموروث الثقافي المتشكل بفعل ممارسات وتراث فرعي، وهنا تتبارى مرئيات الصورة مع الخزين الثقافي المتراكم لإنتاج الفهم السابق لإصدار الموقف، وهو سجل تأخذ فيه لغة الجسد موضعها المتميز والمؤثر في حسم النتيجة، لما يعطيه من ايعاءات ودلالات تفوق النص المباشر احياناً، فان تعارضت وضعية الصورة مع النص شعر المتلقي بالامتعاض، حيث لا يستحسن وضع صورة جانبية أو خلفية مع نص يدعو الى المشاركة والتفاعل والانضمام لموقف ما. وهي جوانب تلزم القائم على بناء الملصق مراعاتها بدقة عند شروعه بالعمل، والانتباه لخواص الالوان وسيكولوجيتها عند مزاجتها مع الصورة والنص اللغوي ورسم الخط، إذ ان الصورة الجيدة تتطلب ألواناً واشكالاً وخطوطاً وكلمات تعينها وتعزز قدراتها على التفاعل مع المتلقي والتأثير فيه.

المبحث الثالث .. الدراسة التحليلية

اتضح عبر الاطار النظري ان الملصق الجيد يشترط توافر ركائز اساسية تتحدد بـ (الشعار لغوي/صوري، العنوان، اللون، الصورة/ ايقونة) وهي تمثل مكوناته الاساسية التي تحقق توازناً بينها، بشكل يجعل منها وحدة شكلية منسجمة جاذبة للمتعرض ومحفزة لاستقطاب نظره بغية مد جسور التواصل الاساس للتفاعل، وهي امور تتطلب البساطة والاختصار في المضمون والشكل، اذ ان عملية النظر تتم في زمن قصير جداً ووفق قاعدة (ثابت X متحرك ، متحرك X متحرك)، وهي مرحلة اتصال اولية تليها مرحلة اخرى يتولاها المتلقي بمفرده عبر احالة المرئي على اللامرئي المستند في تفسيره الى المخزون الثقافي والخصوصية الاجتماعية، وهي مرحلة يتوقف عليها نجاح هدف الملصق من عدمه، بمعنى ادق ان للملصق هنا دلالة او ماثولاً يبغي ايصال موضوع محدد بقدر تأويلي معدوم او منخفض، وان براعة القائم على بناء الملصق تبرز في قدرته على التحكم في المؤول واحكام التأويل وفقاً لقواعد التبسيط والوضوح وتجنب ازدواج المعنى او المثيرات العكسية، وهي جوانب تشترط عليه إمامه بطبيعة المجتمع وخواصه الثقافية .

أولاً: ائتلاف دولة القانون

انطلاقاً من العناصر البنائية للملصق والموضحة في الشكل (١)، يلاحظ توافر عناصر شكلية ثابتة الى حد ما، وهي تتحدد بالاتي:



شكل (١) يبين مجموعة من الصور لائتلاف دولة القانون

١. الشعار: وهو يتكون من جملة واحدة (معاً نبني العراق)، تحوي كلمات تدل على معنى محدد، الا ان التصميم لم يبق على هذه الوحدة، اذ فصل مفردة (معاً) عن النص وحولها الى شكل صوري سعى الى ترسيخه عن طريق الثبات على لونه وشكل رسمه الاقرب الى الصورة، في خطوة لتحويله الى ايقونة تستحضر الكيان الانتخابي بمجرد النظر اليها، وان تحقق هذا الامر مرّ عبر مرحلة تمهيدية سبقت الحملة الانتخابية بمدة استمرت ثلاثة اشهر، إذ استعملت المفردة نفسها وبالتصميم نفسه في ملصقات سائدة للقوات الامنية في حربها ضد داعش، وكما موضحة في الشكل (٢)، وهو امر يؤكد استناد القائم على بناء الملصق الى خطة متتابعة مرحلياً بهدف تركيز (معاً) كصورة ثابتة ترتبط بقضايا الوطن بغية تحويلها الى ايقونة تستحضر المراد استحضاره، وهي امور روعي بها جانب التصميم الصوري إذ صممت بشكل ذي ابعاد ثلاثية، واختير لها اللون الاحمر الذي يعد الاقوى من حيث قدرة الابصار والامتداد الى مسافات مكانية بعيدة، وهذا يرجح الاستنتاج الذاهب الى ان الحملة بنيت على مفردة (معاً) كأيقونة سعت الى ترسيخها بأساليب متنوعة.

ان القائم على الحملة اعتمد مفردة (معاً) لتحاكي لا وعي المتلقي وتزيل موارد القلق الكامنة في ذاكرته، وهي جوانب يسعى المؤول الى تبديدها باحالة السلبيات الى وجود خلاف (اجتماعي/سياسي/مذهبي) وتجاوزها بتحقيق بالاتفاق والتكاتف (معاً) وبه يتحقق الاطمئنان.



شكل (٢) يبين صور الحملة التمهيدية

٢. اللون: تميز بثبات لونه الاخضر المتدرج بشكل وهاج يشد النظر ويجذب الانتباه، وهو لون ثابت استعمله الائتلاف منذ اعلان تشكيله في عام ٢٠٠٩، وان هذا الثبات اتخذ طبيعة مركزية ألزمت جميع مرشحيه بعدم الخروج عنه او اجراء تغييرات عليه، بغية تحويله الى ثابت يستحضر الكل عند النظر اليه، لاسيما وان التعرض للملصق يجري بعملية سريعة، وفقاً لقاعدة ثابت (الملصق) X متحرك (المتلقي)، وهي قاعدة تسير نحو التغير بفعل تقنية شاشات العرض الحديثة لتصبح: متحرك (الملصق) X متحرك (المتلقي)، مما تفرض الاختصار والاستعانة بالرموز والثوابت. وبالانتقال الى الشعار السوري للائتلاف والمكون من كفتي ميزان يتوسطها غصنا زيتون يحتضنان اسم الائتلاف، نجده من العناصر الثابتة موقعاً وحجماً في جميع الملصقات تقريباً.

٣. العنوان: روعي في كتابة اسم الائتلاف عامل الثبات على نوع الحرف، كذلك تسلسل الائتلاف الذي حورت ارقامه الأخيرة (٧٧) الى تلويح بأصابع اليد كإشارة نصر مؤكدة لما في ذلك من تصورات اجتماعية متفق عليها، في حين جاءت العناوين كمواجيز لأهداف الائتلاف المستقبلية او مختصرات تعكس انجازات زعيمه (رئيس الحكومة) ومحاولة توظيفها.

٤. الصورة: ركزت على زعيم الائتلاف نوري كامل المالكي، وهي صورة تكاد تكون ثابتة في اغلب الملصقات، مع تنويع مضمونها، فتارة تتحدث عن انجاز امني واعمار، واخرى عن مضمون سياسي مستقبلي (قائد ذو ارادة لعراق قوي موحد) وثالثة بمرافقة صور المرشحين في ملصقاتهم الشخصية (توظيف الاقتران المشروط)، باستثناء البعض القليل من رموز الائتلاف إذ حوت ملصقاتهم صورهم الشخصية فقط، ومن تحليل (٤٠) ملصقاً، تبين ظهور زعيم الائتلاف بنسبة (٨٧٪) مما يؤكد السعي الى توظيفه كرمزاً انتخابياً لاستمالة الجمهور لصالح الائتلاف.

ان النظر الى ملصقات الكتلة يؤكد خضوعها لإدارة مركزية ضبطت انساقها، وفقاً لثوابت لم يخرج عليها، فالشكل والنص والالوان اتسمت بالثبات، والانتقال الى التحليل

يكشف مجموعة مفاهيم اريد لها ان تصب في قناة واحدة سعى اليها القائم على بناء الملصق ومهندسه، وهي تتمثل في خلق روح الجمع عند الجمهور عن طريق مفردة (**م**) وهي تعطي احياء بالتكاتف والاجتماع لأجل بلوغ الهدف المتمثل ببناء العراق (معاً **م**) نبني العراق)، وان هذا الجمع او حالة الاتفاق التي توحي بها دلالة او ماثول (**م**) التي سعى الائتلاف الى ترسيخها وتحويلها الى ما يشبه ايقونة تستحضر تفاصيله حال النظر اليها دون اتمام تفاصيل الملصق، وهي تفيد حالة التعرض السريع للملصق في الطرقات وفقاً لقاعدة ثابت (الملصق) x متحرك (المتلقي) و تحوله الى متحرك (الملصق) x متحرك (المتلقي) باعتماد شاشات العرض، وان تمام معنى البناء يشترط حضور القائد متمثلاً بزعيم الائتلاف الذي لازمت صورته اغلب مرشحي الائتلاف، ووضعت بصورة امامية تديم التفاعل مع المتلقي وترفع الفوارق وتشعره بالندية وانه في وضع يباري فيه رمز الائتلاف، وهو وضع يرفع من نسبة التفاعل مما لو وضعت بشكل جانبي، وبحضور عامل اللون المميز والذي ثبت كوحدة شكلية في الملصقات كافة، وما يعطيه الاخضر من دلالة الخير والازدهار، وهو عطاء يتصاعد بشكل تدريجي بارتفاع حدته من التلاشي حتى البروز، مع توظيف الاصفر الذهبي بخطوط تصميمية تقطع الرتابة وتضفي الجمالية والجذب، ومن ثم تأتي بقية المكونات الشكلية كتسلسل الائتلاف ورمزه الصوري، وهي امور لم يركز عليها باعتماد معيار الحجم بذات التركيز على جزء الشعار الأول (**م**) التي اريد لها ان تكون ايقونة الحملة لما تحويه من احياءات نفسية، فالجمع خير من الانعزال (حشر مع الناس عيد)، فضلاً عن الاستمرار والمواصلة وفقاً لدلالاتها، وهي ايقونة حظيت بتركيز ممنهج سبق الحملة بشهور عدة، وربط بقضية اجماع شعبي (مقاتلة داعش)، وبالتالي خلق صورة ذهنية ايجابية للايقونة ليتم مزجها بعناصر الملصق في مرحلة لاحقة مما يصب بصالح الهدف، وبهذا الصدد يجب المرور بأثر عامل التصميم الثلاثي الابعاد (D3) وهو تصميم يمنحها منظوراً وعمقاً يعزز اثرها لدى المتلقي كأيقونة تستحضر ما خلفها، فضلاً عن اعتمادها للون الاحمر الاكثر بعداً من حيث مسافة الامتداد والقدرة على الابصار من المتلقي.

ثانياً: ائتلاف المواطن

يكشف تحليل ملصقات ائتلاف المواطن بتسلسل ٢٧٣ ، عن مؤشر بارز وهو عدم ابرازه لشخصية سياسية او رمزية دينية تركز عليها ملصقاته، والاكتماء بصور المرشحين منفردة، مقابل اقتصار التركيز على ثوابت اخرى، تبينها عملية تفكيك الملصقات الموضح عدد منها في الشكل (٣)، وتتمثل بالاتي:



شكل (٣) يبين مجموعة من الصور لانتلاف المواطن

١. الشعار: روعي في اختيار الشعار عامل الاختصار المستند الى سرعة التعرض للملصق، ف جاء مختصراً يثير الانتباه والتذكر، كما يلاحظ على واضعه اتقان ربط اسم الانتلاف (المواطن) بمفردة فعلية (ينتصر) مع وضع نقاط متجاوزة توحى بالاستمرارية والمواصلّة وعدم التوقف، بمعنى ان المشوار يستند الى خطة بعيدة الامد، ويمكن استشفاف رغبة واضع الشعار للإيحاء بارتباط كيانه بشرائح المجتمع، فانتصار المواطن انتصار للجميع. في حين تجسد شعاره الصوري بالنخلة العربية بدلالاتها المجلبة ذات القدسية في الموروث الثقافي، وقد رسمت باللون الاخضر لما يحمل من معنى للخير والمستقبل والاخصاب، وان وجودها على خلفية صفراء تبرزها ولا تصادر خواص لونها.

٢. اللون: ركز ائتلاف المواطن على موضوعة اللون ومحاولة ترسيخها كهوية ثابتة له، عبر إلزام مرشحيه كافة بعدم الخروج عن اللون المثبت، مما يعني الاسهام بتكراره المتنوع بتنوع صور المرشحين وارقامهم، وهو ينفع الانتشار والتذكر، وهو لون ذو دلالة مستوحاة من القرآن الكريم، حاول الانتلاف توظيفها، فالأصفر الفاقع هنا (بقرة صفراء فاقع لونها) وهي دلالة خير وشهادة انصاف للحق، وقد تطرق بعض المرشحين الى هذه الآية الكريمة في كلماتهم وتصريحاتهم.

ان المقاربة اللونية تكشف سر التركيز على اللون وسر اختياره الكامن بالواقع الاجتماعي المعاصر، فتدرجات اللون معتمدة من قبل حركة المقاومة الاسلامية وحزب الله اللبناني، وهي امور تحيل المتلقي الى جوانب استدلالية تسند المؤول.

٣. العنوان: لم تورد ملصقات انتلاف المواطن عناوين رئيسية او فرعية، واكتفت بذكر اسم الانتلاف، بقدر التركيز على الشعار واللون ورقم الانتلاف.

٤. الصورة: لم تبرز صورة زعيم الانتلاف عمار الحكيم؛ لأمر يُرجح انه يعود لعدم ترشحه للانتخابات، ولرغبة الانتلاف بعدم البقاء ضمن إطار المذهب والدين والعمامة والرغبة بمخاطبة شرائح اوسع، وقد وظف الانتلاف صورة وجه طفل ومن خلفه وجه أم في مشهد

اشرافة من حيث زاوية عرضها في الملصق، لما في ذلك من اشارة الى المستقبل المتمثل بالطفل، ورمزية العطاء المتجسد بالأم.

ان ما يؤشر على ملصقات ائتلاف المواطن، اولها احكامه الى ادارة مركزية ضبطت ملصقاته وفقاً لنسق محدد، وتمثل المؤشر الاخر بارتكازها الى ثوابت الشعار واللون بشكل اساس يفوق العنوان اهمية، بل ان الاخير تم اهماله لأسباب ترجع على الاكثر الى الرغبة بترك باب الخيال المنتج مفتوحاً وللتقليل من الخطوط في الملصق لغرض تبسيطه، وعمل على التركيز على ثوابت الشعار واللون ساعياً الى ترسيخها بحملات تمهيدية سبقت مدة انطلاق الحملة الانتخابية (شكل ٤)، أذ حملت شعار (المواطن يريد...؟) وباللون نفسه ورسم الكتابة والتي حولت الى المواطن ينتصر ابان الحملة الانتخابية، وان شعار المواطن يريد، تعطي احياءات برغبة في التغيير، وهي تغمز الى منافسها الابرز الذي يقود الحكومة حينها (دولة القانون)، وان القائم على الملصق راعي مسألة سرعة التعرض فأجاد في مسألة الاختصار، فضلاً عن تضمينها دلالات تحاكي العمق الاجتماعي محاولة تحفيزه للتغيير، وان اختيار اللون الاخضر لكتابة الشعار بما له من احياءات نفسية كلون خير واخصاب ويحمل دلالات سيميائية في المجتمع الاسلامي (نصوص قرآنية)، وان النظر الى الملصق بأنساقه من الاعلى والاسفل، تكتمل الرؤية حيث ان اعلاه طفل يرمز الى المستقبل، خلفه أم تسنده تدل على الامة او المجتمع المسؤول عن المستقبل، وهو مستقبل مرهون بالتغيير (المواطن يريد...؟) وبتأجيل التغيير يتحقق النصر (المواطن ينتصر) وهو مكنون الحملة وهدفها.

باختصار ان الشعار حاول اشارة الجمهور بالغمز لكن المؤول الواضح يذهب الى وجود نقص صريح في الشعار، اذ ان الشطر الاعم من الرؤية وهو الاخطر (ما لا يريد المواطن) قد غاب عن الملصق، فان كان المواطن يريد (رفاهية/ امن/ فرص عمل...) فان ما لا يريد (الفقر/ البطالة/ الفساد) هي اشد وقعاً، وان الرفض يسبق التغيير.



شكل (٤) ملصق تمهيدي

ثالثاً: ائتلاف الاحرار

تبين العناصر البنائية للملصق والموضحة في الشكل (٥)، توافر المكونات البنائية الاتية:

١. الشعار: خلت ملصقات الائتلاف من شعار مركزي موحد، في قت وضع بعض المرشحين شعارات تتحدث عن التغيير وعدم الخيانة، وهي شعارات تمتد بعمقها الى حملة تمهيدية سبقت الحملة الانتخابية وركزت على صور زعيم الائتلاف مقتدى الصدر وهو يدعو الى التغيير عبر المشاركة بالانتخابات، والمبالغة بالدعوة الى عدم المشاركة بالخيانة، وان التوجيه بلغة الترغيب والترهيب ليست بالغريبة عن فكر المؤسسة الدينية «لا تقولوا قولاً ولا تفعلوا فعلاً الا بعد مراجعة المراجع العظام» (٢٧)، بل ان نصوصاً قرآنية تضمنت ذلك. وان الارتباط برمزية مؤسس التيار ومرشده الروحي تتضح في الشعار الصوري المكون من عناصر بنائية تتجسد في كفين مبسوطتين نحو السماء تنفلق منها، عصا اية الله الصدر ذات المكانة الاجتماعي والعمق السيميائي لدى انصار التيار وهي اشارة ذكية حبلى بالمؤثرات بالنسبة للثقافة الفرعية لجمهور القائمة، فضلاً عن انها تؤول الى الدين (عصا موسى) والى الطاعة، ثم العقاب، وقد لف عليها علم العراق بشكل تصاعدي نحو الاعلى، وهو مشهد يعكس مكانة الفكر الصدري متجسداً بعصا رمزه كنواة للعراق ووحدته المتجسدة بالعلم، وتسلقه العصا يشير الى ان الرقي وتغير الحال لا يتم الا بوجود الائتلاف، ومن هنا جاء تأكيد اغلب المرشحين على عنوان (التيار الصدري) في ملصقاتهم وعدم الاكتفاء بدلالة (ائتلاف الاحرار).

٢. اللون: اعتمد الائتلاف على اللون البرتقالي الذي يحمل دلالة الدفء والعاطفة، ولكن ربطه بالأسود يعطي شعوراً بالحرمان (٢٨)، هو ما اعتمده الائتلاف في استعمال الاسود بكتابة النصوص، لإثارة الشعور بالظلم (اطلاق سراح المعتقلين) والتحفيز للتغيير عن طريق سعة المشاركة، في وقت استبدله في ملصقات تالية بالأخضر للكتابة، بما يضيف عنصر الخير والاخصاب، فضلاً عن رمزيته الاسلامية.

٣. العنوان: لم يتم التركيز على العناوين الرئيسية والفرعية بشكل ممنهج وثابت بل تفاوت من ملصق لآخر، وفي الاعم الاغلب خلت الملصقات من العناوين الى حد ما، الا ان ما يؤشر عدم الاكتفاء بأسم الائتلاف فقط، بل حرصت اغلب الملصقات على تأكيد الانتماء للقاعدة الاوسع فكتبت (التيار الصدري) على الملصق اضافة الى اسم الائتلاف، الى جانب الرقم الانتخابي.

٤. الصورة: لم تحتو ملصقات التيار الصدري صورة زعيمه بخلاف الحملات التمهيدية التي سعى الى اعتمادها في مهرجاناته الانتخابية، وهنا يمكن الذهاب الى ان اقتران صور زعيم التيار ومطالبه باللون البرتقالي في المرحلة التمهيدية اسهمت في تركيز اللون كدلالة تستحضر التيار عند مواجهتها بالعين من المتلقي، وهكذا فان اخفاء صورته التي عززت رمزية اللون في مرحلة سابقة، جاء لإبراز صور المرشحين والاستفادة من رمزية اللون المكتنزة لرمزية زعيم التيار مقتدى الصدر، وهذا تلاعب ذكي مارسه الحملة، التي تؤكد ملصقاتها ان هناك فحة حرية منحت لمرشحها، شريطة التزام الثوابت المتمثلة بالعنوان واللون، في مقابل انزواء الشعار اذ لم تكشف المراجعة الدقيقة للملصقات وجوده بوفرة.



شكل (٥) يبين مجموعة من الصور لائتلاف الاحرار

رابعاً: ائتلاف متحدون

انطلاقاً من العناصر البنائية للملصق والموضحة في الشكل (٦)، يلاحظ توافر عناصر شكلية متفاوتة الثبات، وتتمثل بالاتي:

١. الشعار: اعتمد ائتلاف متحدون على الشعار المصور المتمثل بغمامة ماطرة والتي تمثل ايقونة ثابتة تشير الى الخير والايناع والارتواء حيث دلالة المطر، والمطر يأتي كذلك كعامل تنقية وازالة الركام، ويربطها باسم الائتلاف (متحدون للإصلاح) يتضح الهدف، اذ انه يرمز الى مشهد قائم يتطلب اعادة رسمه، وهي رسالة ذات مثيرات ومنبهات فاعلة في جمهور القائمة المتحفظ على كثير من افرازمات العملية السياسية، يشار وفي الاطار نفسه الى ان بعض الملصقات احتوت شعار (من اجلكم) التي تعطي المعنى المذكور نفسه.

٢. اللون: اعتمد اللون الازرق كلون مميز لائتلاف وهو يرمز الى السعة والى الفاعلية وهي امور تبعث على التفاؤل، ويوصفه لون السماء فانه يمتزج مع الغيمة والمطر، وهنا يحدث الإيحاء بان الانجاز والامل يأتي من السماء، وهذا مؤثر على دقة تناسق الملصق. الا ان ما يؤشر على مرشحي ائتلاف متحدون عدم التزامهم اللون الازرق

كثابت من ثوابت الحملة واعتمادهم الوان اخرى، مع التزامهم الغمامة كثابت في جميع الملصقات.

٣. العنوان: برز اسم الائتلاف بشكل واضح وكأنة الشعار والهوية، كذلك الرقم الانتخابي للائتلاف، في وقت لم تؤشر عناوين رئيسة او فرعية في الملصقات.

٤. الصورة: مع ان الائتلاف له زعيم رسمي متمثل بالسيد. اسامة النجيفي الا انه لم يُعتمد كرمز للقائمة؛ ويعود ذلك على الارجح الى ان القائمة مكونة من اطراف متوازية المكانة.

عليه فان الملصقات تعكس عدم وجود ضوابط حاكمة تلزم المرشح بالوقوف عندها، وانما تركت لهم الحرية، شريطة التزام العنوان والشعار الصوري ، فجاءت الالوان مختلفة، والصور اقتصرت على المرشحين باستثناء بعضهم القليل الذي اعتمد صورة زعيم القائمة الى جانب صورته؛ لاعتماد اثرها وعمقها الشعبي لدى الثقافة الفرعية للجمهور المخاطب.



شكل (٦) يبين مجموعة من الصور لائتلاف متحدون

خامساً: ائتلاف الوطنية

تكشف عملية تحليل ملصقات الائتلاف وكما موضح في الشكل (٧) عن تباين في ثبات مكونات الملصق ونسب توظيفها من مرشح لآخر، وهي كالآتي:

١. الشعار: خلت ملصقات قائمة ائتلاف الوطنية من وجود شعار لغوي يوجز فكرتها، وانما وظفت نصوص عدة منها آيات قرآنية وشعارات تحاكي عواطف الجمهور لجذبه، الا ان الثابت في جميع الملصقات هو الشعار الصوري المتمثل بالعلم العراقي مرسوم بشكل هلال تتوسطه نخلة خضراء كتب عليها (الوطنية)، وللهمال سيميائية اسلامية فهو علامة معرفة الشهور، والوان العلم تضيفي الخصوصية الوطنية، في حين تمثل النخلة رمز العطاء والخير، وهو صمم ليعطي رسالة توحى بترقب القائمة المرتبطة بالعطاء والاصالة.

٢. اللون: ان المراجعة الدقيقة لملصقات القائمة تكشف عن تنوع الالوان وعدم ثباتها من مرشح لآخر، وهو حال يؤكد غياب المركزية في بناء ملصقات القائمة، وكذا الحال للون طباعة النصوص، اذا تراوحت بين الاخضر والازرق والاحمر والاسود.

٣. العنوان: لم يركز الائتلاف على عنصر العنوان كثابت بنائي يخاطب المتلقي باختصار المضمون، بل اكتفى ببعض العناوين المختلفة من مرشح لآخر، في وقت ابرز عنوانه وتسلسله الانتخابي بشكل ملحوظ ليسد فراغ الشعار والعناوين، ويمكن تفسير ذلك بأن اهداف القائمة وزعيمها اياها علاوي معلومة لدى الجمهور ولا تتطلب الاعلان، ومجرد ظهور اسمه يستحضر المضمون، وهذا ما اشارت اليه بعض الملصقات، حين وضعت اسم الدكتور اياها علاوي بجانب اسم الائتلاف.

٤. الصورة: سعت الحملة الى التركيز على رمزية زعيم القائم الدكتور اياها علاوي كرئيس حكومة سابق، بتحفيز ذاكرة الجمهور بلقطات متنوعة أبرزها صور للقوات الأمنية؛ بغية اضعاف صفة القوة ومخاطبة غريزة الخوف والامان لدى المستهدفين، الان ان صورة زعيم القائمة لم يتعامل معها كثابت في ملصقات بقية المرشحين الذين فضلّ اغلبهم عدم اعتمادها.

ان تنوع مكونات ائتلاف الوطنية، من رموز سياسية واحزاب متحالفة عكسها المشهد المتنوع في بناء وتصميم الملصقات، اذا لم تتفق الا على عنوان الائتلاف وشعاره الصوري، في حين لم يستقر الائتلاف على لون محدد، وهو تجاهل لأثر اللون ورمزيته ودلالته السيميائية، يعكسه عدم اعتماد المرشح الواحد على لون ثابت، بل تغير من ملصق لآخر بهدف تحقيق التنوع، وهو امر لا ينسجم مع اهمية اللون واثره، في وقت يؤشر تغليب رمزية الدكتور اياها علاوي لإكساب القائمة لخبراته وما تكتنزه عنه الذاكرة المجتمعية، عن طريق تحفيزها بدلالات (القوة.. القدرة.. الامن) وهي دلالة وظفت بعض المشاهد الصورية احيانا لإنعاشها واعادة نسج مشاهد درامية في المخيلة تربط بين الحاضر والماضي القريب.



شكل (٧) يبين مجموعة من الصور لائتلاف الوطنية

سادساً: ائتلاف العربية

يكشف تفكيك ملصقات ائتلاف العربية للوقوف على عناصرها الاساسية بغية تحليلها، عن تباين في مدى ثبات المكونات واجتماعها، فضلاً عن بروز جانب سيميائي ممتد الجذور لمضاعفة الصدمة على المتلقي ورفع قوة جذبها، وهي امور يمكن لمسها بنظرة دقيقة للملصقات الموضح عدد منها في الشكل (٨) وتتمثل بالاتي:

١. الشعار: صيغ شعار القائمة اللغوي بنص حديث نبوي ضعيف السند (***) (اذا ذلت العرب ذل الاسلام) وقد صيغ وفقاً لقاعدة مداخلة النصوص ومزجها؛ بهدف اضعاف طابع العمق والتجذر على القائمة ومحاولة العودة بالحاضر الى الماضي لاستحضار قدراته، فضلاً عن ان مثل هذا النص يمثل ايقونة راسخة تضيء القدسية وبالوقت نفسه توحى بوجود صراع يحمل صفة طائفية، فإذلال العرب يفترض وجود طرف مارس الازدلال بحقهم، وهي عبارات محملة بشحنات انفعالية عصابية ذات امتداد في العقلية الاجتماعية، ويمزجها بالشعار السوري الذي تجسد في صورة لنصب الشهيد، وهو النصب الذي شيده النظام السابق ليرمز الى شهداء الحرب العراقية-الايرائية، وبمداخلة النص اللغوي مع الشعار المصور يكتمل المشهد في ذهنية المتلقي ومخيلته، ويمكن دفعه لاتجاه عصابي يصب في اتجاه هدف الائتلاف، إذ ان العدو المقصود في (الاذلال) صار واضحاً، وهو غمز في الوقت نفسه لقوائم منافسة واتهام مبطن من شأنه توفير مساحة مقبولة لدى شرائح تتفاعل مع الشحنات العصابية.

٢. اللون: لم تعتمد القائمة على لون محدد بل انسحب عليها اللون الاخضر المزرق المعتمد في اكساء جدران نصب الشهيد، حتى ان بعض الملصقات استعملت تدرجاته كخلفية لصورة النصب، وهو اعتماد يعزز الهدف باعتماد العمق الاجتماعي بما يستحضره من موروث ثقافي قائم على الصراع، ليمد الائتلاف بمستوى تعاطف عصابي، فضلاً عن ان لهذا اللون جانب نفسي ايجابي وسيميائي اوسع لارتباطه بالحضارة الاسلامية وعمارتها، حتى أمسى ايقونتها المميزة.

٣. العنوان: افتقدت ملصقات القائمة للعناوين، في وقت ركز القائم على بناء الملصق على مفردة العربية فصيغت بحرف اكبر من مفردة الائتلاف، وهي مفردة لا تنفصل عن الشعار اللغوي والصوري للائتلاف، وكأنها تريد القول انها المعنية بالنص او الحديث المعتمد (اذا ذلت العرب)، وهو تركيز نجده في جميع ملصقات القائمة، في حين عومل الرقم الانتخابي للائتلاف باهتمام متفاوت من ملصق لآخر.

٤. الصورة: مع ان الائتلاف له زعيم رسمي متمثل بالدكتور صالح المطلك الا انه لم يُعتمد كرمز للقائمة، كما هو الحال لدى دولة القانون وبدرجة اقل لدى القائمة الوطنية، اذ اقتضت صورته على ملصقات القائمة وملصقاته الشخصية، ويعود ذلك على الارجح الى ان القائمة مكونة من اطراف متنوعة وذات امتدادات اجتماعية اوسع من ان تختزلها زعامة المطلك.



شكل (٨) يبين مجموعة من الصور لائتلاف العربية

النتائج والاستنتاجات:

في ضوء ما تقدم يمكن الوصول الى عدد من النتائج والاستنتاجات، هي:

١. الملصق الانتخابي رسالة دعائية مكثفة ذات شحنات نفسية ودلالات سيميائية، تنتمي للثقافة الفرعية، ويعتمد في بنائه مجموعة عناصر (شعار، رمز بصوري، لون، صور) وهي متباينة الثبات من ملصق لآخر، وتلتزم بمحددات الجذب والاثارة والبساطة والوضوح.
٢. بين البحث ان الملصقات ليست كيانات معزولة عن الفضاء الثقافي الفرعي ومرتكزاته السيميائية، بل انها تستمد القدرة منه، وهي تحاول ان تطرح مرئيات تحيل الى لا مرئيات منضبط مؤولها، مراعية خاصية التعرض اليها وفقاً لقاعدة (ثابت×متحرك) والمتجهة بفضل التقنية الى (متحرك×متحرك).
٣. بروز تباين في مركزية بناء الملصق الانتخابي من قائمة انتخابية لأخرى، وفقاً لاستقرار مكونات الملصق ودورانها حول وحدة بنائية يسعى لبلوغها مهندس بناء الملصق بمزجه بين الوظيفة وعامل الشكل والرموز والايقونات السيميائية، لإنتاج توليفة تعتمد قوة الصدمة لجذب المتلقي وادامة التفاعل معه.
٤. السعي الى انتاج صور ايقونية سريعة الاستحضار والتأثير، باعتماد مداخلة النصوص

والشعارات المطروحة والالوان والصورة المعتمدة، مع ايقونات نصية مؤثرة ذات مخزونات ذهنية نشيطة، تمد الوليد الجديد بميراث الايقونة المتداخل معها، وما تتميز به من عمق معرفي ونفسي، وهو امر اجادته الحملة الانتخابية لـ (دولة القانون) تليها (المواطن) الى حد ما.

٥. التركيز على اللون من منطلقات فيزيائية وسيميائية ونفسية وسيكولوجية، وهي جوانب ترتبط بالفضاء الجغرافي ولا تخرج عن خارطة الثقافة الفرعية المميزة بما تحتزنه من ايقونات ودلالات سيميائية تستحضرها الوان بعينها، وهو امر التزمته ائتلافات (دولة القانون/ المواطن/ الاحرار) في حين انخفض نوعاً ما لدى ائتلافي (متحدون للاصلاح/ العربية) في وقت لم يلتزمه (ائتلاف الوطنية).

٦. توظيف الصورة لتمييزها بالسرعة والكفاءة وقوة الثبات في الذاكرة، لما تحمله من قدرة على صناعة مشاهد درامية في ذهنية المتلقي عن طريق اجادة تحريك المحفزات والمثيرات التي تدخل بضمنها اتجاه الصورة وحركتها (امامية/جانبيه/خلفية)، وهي جوانب بتحققها يقترب المشاهد من الواقع ويضفي عليه اجواء نفسية ويحرك مخزونه الثقافي بمنبهات سيميائية تقربه من التفاعلية.

٧. وضوح الجانب الابتكاري في بعض الملصقات، من حيث حداثة شعارها وطبيعة تصميمها وعدم تنافر مكوناتها، وهي جوانب ميزتها عن ملصقات قوائم منافسة.

٨. كشف البحث عن اعتماد قوائم انتخابية على توظيف الدلالات السيميائية لإنتاج مواقف تنسجم وهدفها، باعتماد ايقونات صادمة تحرك المخزون العصابي في الذاكرة الاجتماعية ومن ثم ربطه بمدخلاتها عبر المكونات البنائية للملصق للوصول الى حالة ارتباط بالمحفز او المنبه المستقر في اللاشعور، وقد برز هذا التوظيف لدى (ائتلاف العربية) بشكل واضح وصريح، في وقت حاول ائتلافا (الاحرار/ متحدون للاصلاح) الاقتراب منه بزج دلالات اقرب زمنياً.

الهوامش والمصادر

- (*)- فضل الباحث استثناء كردستان لتمتعها بخصوصية قومية وجغرافية وسياسية، تجعل معها وجود فوارق في طبيعة التنافس الانتخابي وادواته ومضامينه عن بقية محافظات العراق.
- (**) - يُصنف هذا الحديث في سلسلة الضعيفة، فضلاً عن تعارضه مع تعاليم الاسلام، للمزيد انظر: <http://fatwa.islamweb.net>
- 1- ضياء العزاوي, فن الملصقات في العراق، السلسلة الفنية (٦٢)، بغداد: وزارة الإعلام، مطبعة الأديب، ١٩٧٤، ص ١١، ٤.
- 2- Barbara Baer, Capitan: American Trade mark Design Dover publication, Inc, New york. 1976.P:2
٣. معتز عناد غزوان اسماعيل، متغيرات الزمان والمكان في بنية الملصق المعاصر، سورية: دار علاء الدين، ٢٠٠٩، ص ٥٣.
٤. خليل إبراهيم الواسطي، المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق، رسالة ماجستير، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ١٩٨٧، ص ٤٦.
٥. شيرين احسان شيرزاد، مبادئ في الفن والعمارة، بغداد: الدار العربية، ١٩٨٥، ص ١٩٢.
٦. غي غوتيي، الصورة، المكونات والتأويل، ترجمة: سعيد بنكراد، الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي، ٢٠١٢، ص ٢٥.
٧. معتز عناد غزوان اسماعيل، مصدر سابق، ص ٥٥-٥٦.
٨. غي غوتيي، مصدر سابق، ص ٣٠.
٩. شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، العدد ٣١١، الكويت: موسوعة عالم المعرفة، ٢٠٠٥، ص ٣١٨.
١٠. معتز عناد غزوان اسماعيل، مصدر سابق، ص ٥٨.
١١. خليل إبراهيم الواسطي، مصدر سابق، أين رقم الصفحة
١٢. معتز عناد غزوان اسماعيل، مصدر سابق، ص ٥٩.
١٣. مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباع، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ١٧٨.

١٤. سمير عبد الرزاق العبدلي، الترويج والاعلان، الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٩٣، ص ٧٥
- د. علي حسين طوينة، الشعارات السياسية، دراسة وصفية للشعارات السياسية غير الموقعة في مدينة بغداد، بحث غير منشور، ٢٠٠٣، ص ٣-٤.
- (16) A.S. Hornby-Oxford Adranced Learners Dictionary of Current English
oxford university press, London, 1974, P.825
- ١٧- قدور عبد الله ثاني، سيميائية الصورة، مغامرة سيميائية في اشهر الارساليات البصرية في العالم، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٩٠
- ١٨- آرثر آسا بيرغر، وسائل الاعلام والمجتمع، وجهة نظر نقدية، ترجمة: صالح خليل ابو اصبع، الكويت: موسوعة عالم المعرفة، ٢٠١٢، ص ١٦١-١٦٢.
- ١٩- شيرين احسان شيرزاد، مصدر سابق، ص ١٧٦.
- ٢٠- سعيد بن كراد، السيميائيات، مفاهيمها وتطبيقاتها، سورية: دار الحوار للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص ١٤٩.
- ٢١- د. عياض عبد الرحمن امين، مفهوم اللون ودلالاته في الدراسات التاريخية، بغداد: دار الشؤون الثقافية، ٢٠٠٩، ص ١٣٤.
- ٢٢- قدور عبد الله ثاني، مصدر سابق، ص ١٥٤-١٥٦.
- ٢٣- بشير عباس العلاق وعلي محمد ربابعة، الترويج والاعلان، اسس. نظريات. تطبيقات، عمان: دار اليازوردي، ١٩٩٨، ص ٣٦٦.
- ٢٤- سمير عبد الرزاق العبدلي، الترويج والإعلان، الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٩٣، ص ١٩٨.
- ٢٥- غي غوثي، مصدر سابق، ص ٢٠.
- ٢٦- سعيد بن كراد، مصدر سابق، ص ١٣٧-١٣٩.
- ٢٧- هيئة تراث السيد الشهيد الصدر، خطب الجمعة لشهيد صلاة الجمعة، بيروت: مطبعة البصائر، ٢٠١٣، ص ٩.
- ٢٨- د. عياض عبد الرحمن امين، مصدر سابق، ص ١٣٨.