OPEN ACCESS
Crossref DOI: https://doi.org/10.35560/jcofarts1529

التعبوية السياسية في الفن الجرافيكي المعاصر

أ. م. د. ياسين وامي ناصر[1]

Al-Academy Journal-Issue 110 ISSN(Online) 2523-2029/ ISSN(Print) 1819-5229
Date of receipt: 1/11/2023 Date of acceptance: 15/11/2023 Date of publication: 15/12/2023

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

الملخص:

في الوقت الذي يقدّمُ الفنُ تمثيلاتٍ سياسيةً مختلفةً تؤدي أحياناً إلى تحفيز تعبوي غير مباشر، نجد فنّاً آخر ذي أبعادٍ تعبويةٍ سياسيةٍ مباشرة ويترجمُ تصوراتٍ أيدلوجيةٍ بقصد الترويج السياسي عبر الإظهار الجرافيكي وممكناته الفنية المؤثرة، دون أن يكون هذا الفن الشائع والواسع الانتشار مادةً أساسيةً للدراسة الأكاديمية وهو مادفع الباحث إلى الخوض في هذه الموضوعة المهمة. يهدف البحث إلى تعرّف التمثلات التعبوية السياسية في الفن الجرافيكي المعاصر، وبعد مراجعة الطروحات التنظيرية المتعددة حول مفهوم التعبوية والاراء المختلفة فيها ثم استعراض تاريخ الفن التعبوي وأهم المحطات والاشتغالات الفنية التي تركت أثراً ومردوداً سياسيين، تم انتقاء عينة البحث في الفترة الواقعة بين عامي (1968-2007) وبعد تحليلها خلُصَ البحثُ إلى جملةٍ من النتائج والاستنتاجات، من بينها، انّ كلّ الفنون تعبويةٌ بنسبٍ متفاوتة، وإنها تنطوي على هدفٍ ما وتتضمن رسالةً أو مغزىً معينيين، وانّ الصراع السياسي والأيدولوجي أفرز تمثيلات جرافيكية تعبوية وأنتج أضدادها بالمقابل.

الكلمات المفتاحية: التعبوية، التعبوية السياسية، الفن الجرافيكي.

الفصل الأول/ الإطار المنهجي للبحث

١. مشكلة البحث، أهميته والحاجة إليه:

في عصر يمكن فيه إعتبار كل شيء فنًا، وحيث يتم تشجيع المزيد من الفنانين اجتماعيًا ومهنيًا على دمج معتقداتهم السياسية في عملهم، يصبح من الصعب أحياناً فصل الفن عن الأبعاد التعبوية وأهدافها الدعائية المختلفة. وعندما يُنجَز الفن من أجل التعبير عن رسالة معينة أو الترويج لها وتصبح الرسالة هدفا وأولوية قبل العمل الفني نفسه يكون الفن عندها أداة لتحقيق مآرب بعينها ووسيلة لتحقيق غاية محددة، ومشروعا لكسب الدعم أو تشكيل الرأي العام وقد يكون أحيانا في خدمة ومصلحة شخص أو مؤسسة ذات سلطة سياسية أو اجتماعية.

من ناحية أخرى، يمكن للفن أن يكون سياسيًا بطرقٍ مختلفة خلافاً للمقاصد التعبوية الصريحة، ويمكنه تناول الموضوعات والقضايا الكبرى دون تورية وبشكل مباشر، مثل العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان والحرب والسياسات الحكومية، ويمكنه أيضا أن يعكس المعتقدات أو الأيديولوجيات السياسية للفنان أو

[1] جامعة البصرة/ كلية الفنون الجميلة/ قسم الفنون التشكيلية

السياق الثقافي الذي ينتمي اليه، ويمكنه كذلك أن يتخذ شكلا من أشكال المقاومة أو الاحتجاج ضد الأنظمة السياسية أو الأيديولوجيات القمعية، وهو عبر أي من هذه الاتجاهات، له القدرة على تحقيق آثار سياسية، ويمكن لخطابه العام أن يؤثر على القيم والمعتقدات المجتمعية دون أن تكون له دوافع تعبوية دعائية.

غالبًا ما يتقاطع الفن مع التعبئة، رغم إمكانية تداخلهما، ومع ذلك، ليس كل فن دعاية تعبوية، وليست كل دعاية فنًا. يمكن للفن أيضًا أن يتحدى الدعاية أو يفسدها، وقد تكون له أغراضاً أخرى تتجاوز الرسائل السياسية، فالعلاقة بين الفن والتعبئة السياسية معقدة وتعتمد غالبًا على السياق الذي يتم فيه إنشاء العمل الفني والطريقة التي يتم بها استقباله. من جانب آخر ليس كل الفنانين الذين يتعاملون مع القضايا السياسية في أعمالهم ويصنعون أعمالًا سياسية يسمحون قصدياً باستخدام أنفسهم أو أعمالهم في مشاريع تعبوية دعائية تحسب لهذه الجهة او تلك، إذ يقف العديد من الفنانين بقوة وراء أعمالهم وما يؤمنون به صراحة من الأيديولوجيات التي يمثلونها بعيداً عن التطوع الدعائي المباشر، وإن كان من الصعب جداً فصل هوية الفنان وخبرته الحياتية عن تعبيره الإبداعي، ولعل "جرنيكا" بيكاسو أحد الأمثلة المهمة على ذلك. وقد شهدت الفنون الجرافيكية بفعل جماهيريتها البصرية وقابليتها للنسخ والانتشار السريع فاعلية تعبوية كبيرة خلال العقود الاخيرة وهو ما دفع الحكومات والانظمة السياسية لاستغلالها تعبوياً ومكّن الفنانين عبر طاقتها الفنية من الدفاع عن قناعاتهم الايدلوجية وإعلان تعاطفهم مع القضايا العادلة ومظلومية الشعوب .

وفي ضوء ما تقدم، يمكن إيجاز مشكلة البحث بالسؤال التالي:

ماهي تمثلات التعبوية السياسية في الفن الجرافيكي المعاصر؟

٢. أهمية البحث والحاجة إليه:

تكمن اهمية البحث في كونه يرصد الأبعاد التعبوية السياسية في الفن الجرافيكي المعاصر ويكشف تمثلاتها الفنية ودورها الفاعل في تبرير الأفكار والطروحات السياسية وكذلك بيان القدرات الاسلوبية للفن في الترويج والتأثير والإظهار الجمالي، فضلا عن إن الدراسة تعدّ جديدةً على الساحة الأكاديمية التشكيلية وهو ما يعزز الحاجة اليها لتلبيتها تطلعات الباحثين والمتخصصين في تَعَرّف الاشتغال السياسي ورسائله عبر الفن الجرافيكي.

٣. هدف البحث: كشف التمثلات التعبوية السياسية في الفن الجرافيكي المعاصر.

٤. حدود البحث:

الحدود الموضوعية: الأعمال الفنية الجرافيكية التي امتثلت لدوافع الترويج أو دعم الأفكار السياسية بتقنيات وأساليب جرافيكية مختلفة.

الحدود الزمنية: يتحدد البحث زمنيا بالفترة من عام ١٩٦٨ - ٢٠٠٧، لكونها فترة معاصرة شهدت صراعات أيدلوجية وسياسية عديدة اتخذت كل منها طروحات جرافيكية خاصة.

الحدود المكانية: يتحدد البحث الحالي وتلبيةً للتنوع الجغرافي والسياسي خلال الفترة الزمنية للبحث بالدول الآتية: المملكة المتحدة، الولايات المتحدة الاميركية، فلسطين.

٥. تحديد المصطلحات:

التعبوية/ لغةً: "تَعْبَويّ" اسم منسوب إلى "تعبئة"، والتَّعْبِئة: دعوة وحدات الجيش وتهيئة موارد الدولة وإعدادها عند الحرب. وعَبَّأَ العمّالَ لنيل حقوقهم: شجّعهم وزوّدهم بالأفكار والآراء (almaany.com).

التعبوية اصطلاحاً:

التعبوية هي الآراء والأعمال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عمدًا بهدف التأثير على آراء وأعمال أفراد أو جماعات أخرى لتحقيق غايات محددة مسبقًا (Ellul, 1973, p. xi). وهي نشرٌ أو ترويجٌ منهجي واسع النطاق لأفكار أو عقائد أو ممارسات معينة وما إلى ذلك بهدف تعزيز قضية خاصة أو الإضرار بقضية معارضة، وغالبًا ما تُستخدم التعبوية لخداع الجمهور أو تحريف المعلومات، وتتخذ أشكالًا مختلفة من الأعمال الفنية المرئية أو السمعيّة المرئية (moma, propaganda).

التعبوية السياسية: هي معلومات كاذبة أو مضللة في الغالب يتم نشرها وتداولها عمدًا لتشويه فهم الناس لقضية ما أو لتعزيز قضية سياسية أخرى أو لإلحاق الأذى بجهة ما (Elrick, 2021).

الفن الجرافيكي: هو العمل الفني المنجز بوسائط تقنية مختلفة على الأسطح كالورق أو القماش أو الجدران أو غيرها، بهدف الإعلام أو التوضيح أو الترفيه(Mayer,1992, p. 182) .

التعبوية الجرافيكية إجرائيا: هي العمل الفني الذي يهدف لتحقيق أثرٍ جماهيري أو توجيه أيدلوجي أو دعم لشخصية أو لموضوع سياسي بوسيط جرافيكي بغية التأثير العاطفي على قناعات جمهور عام، ويقدمه الفنان لقاء أجر معين أو تطوعاً تلبيةً لجهةٍ سياسيةٍ ينتمي اليها أو مقتنع بأفكارها.

الفصل الثاني:

أولاً: مفهوم التعبوية

يواجه مصطلح **التعبوية** اختلافات كثيرة في تحديده والاتفاق على تعريف مُرضٍ لمعناه، وبالنسبة لكثير من الباحثين والكتاب، تعدّ التعبوية أداة تضليل، ويُنظر للمشتغلين بها بوصفهم مروجين للأكاذيب لتحقيق غايات "سيئة"، ومخادعين يتلاعبون بالحقائق بإخفائها أحيانا وتشويهها أحياناً أخرى، وهم يستخفون بالجمهور الذي لا يقيمون له اي وزن ولا أدنى إعتبار (Mull, & Wallin, 2013, p.2).

تتعلق التعبوية بأية أفكار أو معتقدات يتم نشرها قصدياً بغرض التأثير سلباً أو ايجاباً، وباستخدام الكلمات والصور والرسوم والأغاني والاستعراضات وغيرها لتحقيق هدفها وإثارة الجدل، وهناك أنواع تعبوية مختلفة تتباين من الجهود الرامية للخداع والتخريب إلى الترويج الصادق والواضح للأفكار والمقاصد، كما يمكن أن تكون سرّية أو علنية، عاطفية أو منطقية، وقد تكون أحيانا مزيجا من النداءات العاطفية والطروحات التي تخاطب العقل. ويرى آخرون ان التعبوية لا تقتصر على فكرة الترويج بهدف التضليل او التحريض، او إنها موضوعة مرتبطة بالتحريف والتشويه بقصد قلب الحقائق بل انها يمكن أن

تكون ذات فائدة كبيرة ويمكن لها ان تؤدي دورا تنويريا فاعلا وخدمة اجتماعية سديدة، بل ويمكن أن تساند وتعاضد موقفاً أخلاقياً عبر نصرته ودعمه والوقوف معه، ويتجاوزون كل التوصيفات السلبية حولها ويعززون من توصيفاتها المحايدة والإيجابية وهم لا يكترثون بمنتجها أو بجمهورها المستهدف بل يحللونها من خلال التركيز على غرضها، وهي بالنسبة لهم نوع من الخطاب الذي ينطوي بشكل أساسي على مُثُل سياسية أو اقتصادية أو جمالية أو عقلانية، يتم حشدها لغرض سياسي (Jason, 2016, p.52) .

ومن الشائع جدا ان نجد كثيرا من الحقائق قد ذوت وتلاشت بسبب ضعف قدراتها التعبوية وهشاشة خطابها الترويجي وشحّة صورها الرمزية المؤثرة، في الوقت الذي تكون فيه كثير من الأباطيل قد تسلحت بقدراتها التعبوية الماكرة وتوطدت بما تمتلكه من خبرة ودهاء في تصدير خطابها المخادع وترسيخ مشروعها المشبوه. يعتقد البعض ان التعبوية تستند إلى الاشتغال الذي يستخدم النداءات العاطفية في الوصول إلى أهدافه، ويرى آخرون أنها حملة منظمة ترمي الى جذب الرأي العام وكسب تعاطفه بقصد التأثير عليه عاطفيا عبر تفكير منطقي مدروس، وهناك تصور يعتقد ان التعبوية موجودة فقط في المواقف المثيرة للجدل وإنها أداة للصراع والخلاف، تُستخدم عمدًا للتأثير على المواقف والقضايا المختلف عليها، لكن شبه إتفاق عند أغلب الدارسين لهذا الموضوع على أن التعبوية تتعلق بالأفكار والمعتقدات التي يتم الترويج لها بقصدية وبأساليب تتضمن خططاً مدروسةً مسبقاً، مستعينة من أجل الوصول إلى أهدافها بالكلمات والصور والرسوم والمعارض والاستعراضات والأغاني وغيرها. وتتعدد الأنواع التعبوية فمنها ماهو مخادع تخريبي المآرب ومنها ماهو صادق وواضح النوايا، كما يمكن أن تكون مخفية أو علنية، عاطفية أو منطقية. وهي إحدى الوسائل التي يتم من خلالها التأثير على سلوك الإنسان مناطقيا وعقائديا وسوى ذلك، ومن خلال العنف أحيانا والمراوغة واللين أحيانا أخرى، عبر اللهجة الدكتاتورية الصارمة من جانب أو عبر الإيحاء والإقناع الديمقراطي من الجانب الآخر (Lambert, 2021, p. 144) .

عادة ما يُفهم مصطلح التعبوية بالمعنى المرتبط بالرسائل الخادعة، وهي محل شك إذا أنتجتها جهة حكومية، وبخاصة إذا كانت من وزارتي الحرب أو الاعلام، كونها رسائل تهدف إلى إقناع الآخرين بفعل شيء ما أو دعم شيء ما، ومع قيام الأنظمة النازية والفاشية والشيوعية في القرن العشرين بإنشاء وزارات للدعاية واستخدام أكثر الرسائل خداعًا، أصبحت التعبوية مرتبطة بالمعنى الذي يشير الى الكذب على الجمهور المستهدف أو تضليله بأي شكل آخر (Walton, 1997, p. 384).

كتب "جورج أورويل" ان "**كل الفن دعاية**"، وشرح ذلك مبيناً أن كل الفن يحتوي على رسالة هادفة وتعبوية، سواء كانت للخير أو للشر. (Orwell, 2021, p.11) وهو ما يدفعنا إلى الوقوف على الأعمال الفنية بوصفها نواقل للأفكار الهادفة وذات محتوى دلالي يؤدي غرضا. ويعبّر الثوري والمنظر الماركسي السوفييتي "تروتسكي"، صراحةً عن موقفه القاطع بما يخص الفن والتعبئة بقوله إن "**الفن ليس مرآة تعكس صورة المجتمع، بل مطرقة لتشكيله**" (Trotsky, 2005, p. 120) وتصريح تروتسكي يقدم لنا وصفاً صارماً حول دور الفن في إعادة إنتاج المجتمع باستمرار وفق موجهات فوقية ايدلوجية، ورغم ان مقولته قد تنطوي

ضمنياً على معنى مرتبط بماهية الفن في استكشاف الأفكار والتعامل مع المفاهيم المجردة والجماليات بعيداً عن التركيز في صورة العالم اليومية ومحاكاتها بما يحد من آفاق الفنان وإبداعه، الا ان سياسياً ثوريا مثل تروتسكي لن يدع الموهبة الإبداعية تعمل في تشكيل العالم دون وصاية منه او توجيه يتفق مع آيدلوجيته، والأبعد من ذلك، إنه يحذر من استغلال الفنانين وأعمالهم من قبل قوى خارجية تمتلك أجندة تعبوية مضادة.

في كتابه "**الفن الشامل للستالينية**" (1987)، يناقش الفيلسوف الروسي "بوريس جرويس" تطور مفهوم "الواقعية الاشتراكية"، الذي أعلنه رسميًا "أندريه جدانوف"، رئيس قسم الدعاية والتحريض في اللجنة المركزية، باعتباره العقيدة الفنية المعتمدة من قبل ستالين في الاتحاد السوفييتي، وكان الهدف منه وضعَ حدٍ للتعددية النسبية للحركات الفنية التي كانت موجودة خلال سنوات حكم لينين،مبيناً أن مفهوم "الواقعية الاشتراكية" لم يكن له علاقة تذكر بفكرة التمثيل الدقيق للواقع الموضوعي ولم يكن من المفترض أن يُظهِر الرسامون والمصممون والنحاتون وصناع الأفلام والمعماريون الذين وُضِعوا تحت السيطرة الكاملة للدولة العالم كما هو، أو كما يعتقدون أنهم رأوه، بل وفقاً لخط الحزب الذي أملاه ستالين نفسه وبما يحقق التطور الثوري السوفيتي (Groys, 1992, p. 52).

و يطلعنا تاريخ الشيوعية على قرينة أخرى لمصطلح التعبوية مرتبطة بمصطلح التحريض، وقد أُستخدم المصطلحان لأول مرة من قبل المنظر الماركسي الروسي "جورجي بليخانوف"، ثم توسع "فيهما فلاديمير لينين" في كتيب بعنوان "ما العمل؟" (1902)، حيث عرّف التعبوية بأنها الاستخدام المعقول للحجج التاريخية والعلمية لتلقين المتعلمين والمستنيرين من الجمهور وعرّف التحريض بأنه استخدام الشعارات والأمثال ونصف الحقائق لاستغلال مظالم غير المتعلمين، ولأن لينين اعتبر الاستراتيجيتين ضروريتان للغاية لتحقيق النصر السياسي، فقد جمع بينهما في مصطلح "التعبئة التحريضية (Smith, 2022)**.**

من المفاهيم المرتبطة بالتعبوية بشكل ديناميكي مصطلح الحرب النفسية (**psychwar**)، وتعني استخدام الدعايات الممنهجة لإرباك وإضعاف معنويات الناس أو القوات المعادية أو حثهم على الاستسلام. وهناك مفهوم تعبوي آخر هو غسيل المخ (**brainwashing**) ويعني التلقين السياسي المكثف الذي يتضمن محاضرات أو مناقشات سياسية طويلة، ومهام قراءةٍ إلزاميةٍ بعيدة المدى، وما إلى ذلك، وهناك مفهوم آخر ذو صلة، وهو الإعلان (**advertising**)، ورغم دلالاته التجارية المباشرة، إلا انه يوظف أحياناً للتعبير عن التغليف السياسي وتسويق البرامج الحزبية والقضايا السياسية والمرشحين وطرحها للناس من قبل شركات إعلانية مختصة بهدف الترويج واستقطاب الجمهور لها (Anderson, 2021, p. 5) .

في كثير من الأحيان، من الصعب معرفة ما إذا كانت المعلومات الشائعة صحيحة أم خاطئة، دقيقة أم مضللة، لأن التعبوية السياسية تميل عادةً لجعل الزاعات مستمرة لفترة طويلة، وهو مايُصعّب الوصول إلى الحقائق من قبل عامة الناس، وإذا كان المعنى اللاتيني للكلمة في البداية يشير إلى "الأفكار التي يجب نشرها" فإنه تحول في الحرب العالمية الأولى إلى "الأفكار السياسية التي من المفترض أن تكون مضللة"

(Marlin, 1989, p. 47) إن وجود التعبوية والتعبوية المضادة أربكا كثيراً من الناس في كل مكان ودفعهم للتساؤل حول ما الذي يمكنهم تصديقه؟بخاصة في عصرنا الحالي حيث الكم اللامحدود من الترويج للافكار والافكار المضادة، وفي هذا الصدد لا يمكن القول الا ان العقل والمنطق والتحليل والتمحيص هي الحلول الوحيدة للتقليل من حجم التأثير التعبوي، فضلا عن تعزيز القناعات والآراء الخاصة بشأن أي مسألة سواء كانت سياسة دولية أو محلية، أو حتى اختيار منتج تسويقي معين بدلاً من آخر.

ثانياً: تاريخ التعبوية

لقد استُخدم الفن كأداة تعبوية باستمرار عبر التاريخ، لخدمة أجندات سياسية ودينية وثقافية مختلفة، وكانت الجهود المبذولة لتعبئة المواقف والآراء قائمة منذ العصور المبكرة وإن معركة السيطرة على العقول قديمة قدم التاريخ البشري، وكثير من الأعمال الفنية القديمة التي نقدرها اليوم ما هي إلا شكل من أشكال الدعاية السياسية والتعبئة.

شكل (١)

في بلاد النهرين كانت الفنون التعبوية أداةً أساسيةً لتدعيم القوة السياسية والسلطة الدينية والهيمنة الثقافية للكهنة والحكام القدماء، في راية أور (٢٥٠٠ ق. م.)، شكل (1) تُظهر هذه القطعة الأثرية المصنوعة من الصدف والحجر الجيري الأحمر واللازورد، مشاهد الحرب والسلام، مع ظهور الملك بشكل بارز في كلا السياقين، مما يعزز دوره كمحارب وحاكم لرعيته وبما يمنح السردية البصرية صوراً معبرة عن قوة الملك وازدهار حكمه، ونشاهد في مسلة النصر شكل (2) من العصر الأكدي (٢٢٥٠ ق. م.) الملك "نارام سين" وهو يرتقي جبلًا على جثث أعدائه مُصوَّراً بهيئة أكبر حجماً في إشارة لمكانته الإلهية وبراعته العسكرية..

شكل (2)

شكل (3)

أما مسلة حمورابي البابلية (1754 ق. م.) شكل (3)، المعروفة بقوانينها، فتتضمن عناصر تعبوية كذلك، حيث يصوَّر حمورابي وهو يتلقى القوانين من الاله شمش، مما يضفي الشرعية على حكمه بالتأييد الإلهي، وقد تم وضع هذه المسلة في مكان عام لتذكير المواطنين بسلطة الملك والأصل الإلهي للنظام القانوني. وفي العصر الآشوري الذي وُسمَ الفن فيه بفن الدولة، نشاهد على نطاق واسع الأعمال الفنية الضخمة والمهيبة التي تصور رحلات الصيد الملكية والمعارك ومشاهد تلقي الجزية، وكل ذلك لم يكن مجرد عرض لقوة الملك وتأكيد دوره بوصفه حامياً وحاكماً مطلقاً فحسب، بل كان أيضاً بمثابة ترهيب للأعداء وإبهار للرعايا بعظمة الإمبراطورية المترامية الأطراف (Fred, 2009, p. 29).

في مصر القديمة لم يكن الفن في القصور والمقابر والمعابد تزيينياً فحسب، بل كان يهدف إلى تمجيد الفراعنة وإثبات حقهم الإلهي وتخليد حياتهم الأبدية، ومن بين الأمثلة البارعة على ذلك، قناع "توت عنخ آمون" شكل (4) المصنوع من الذهب الخالص، فرغم ان الفرعون الشاب كان من الناحية التاريخية، ملكًا صبيًا وضعيفًا مات دون العشرين من عمره، الا ان المقدرة النحتية الاستثنائية خلدته ومنحته عظمة ومهابة دائمتين، والمهارة الفائقة في تسخير الخامة الفنية جعلت الناظر للعمل يتلقاه بصفته الفنية المطلقة وقيمته التي لا تنحصر في هوية وتاريخ الملك الفعليين بقدر التأثير السحري الكامن في عناصره الفنية وطاقته التعبيرية وهو ما يتعدى صورة الفرعون الشخصية إلى الصورة الملكية للفراعنة كسلالة وتاريخ مجيدين (Hawass, 2004, p. 56).

شكل (4)

يقدم لنا المنظر الاستراتيجي الصيني "سون تزو" في كتابه "فن الحرب" الذي يعد أطروحة عسكرية من القرن الخامس قبل الميلاد"، ثيمةً أساسيةً مفادها انّ "كل الحروب تقوم على الخداع"، وهو ما يشير بشكل أو بآخر إلى فاعلية الدور التعبوي والوسائل الدعائية كإستراتيجية حاسمة في خلخلة الخصم وهزيمته (Sun Tzu, 2000, p.19).

في أثينا، أدّى الاختلاف في الأمور الدينية والسياسية إلى ظهور التعبوية والتعبوية المضادة، وكان الأثينيون قادرين على استخدام محركات تعبوية مؤثرة في تشكيل المواقف والآراء الجماهيرية، إذ برع الإغريق بفن المسرح والخطابة واستخدم الكتاب المسرحيون الدراما لتقديم طروحاتهم السياسية والاجتماعية

والأخلاقية، ودعا أفلاطون إلى استلهام الأشكال البلاغية كوسيلة لإقناع الناس والتأثير فيهم. وفي العصور الوسطى كانت الأيقونات المسيحية تستخدم من قبل الكنيسة لتثقيف عامة الناس والأميين حول العقيدة المسيحية، من خلال اللوحات والزجاج الملون والمنحوتات في الكنائس التي توضح القصص التوراتية وحياة القديسين، مما يعزز التعاليم الدينية ومركزية السلطة. وفي عصر النهضة تم تكليف كبار الفنانين بإنشاء أعمال فنية مختلفة كاللوحات الجدارية والتماثيل التي تمجد الدولة والسلطة الحاكمة في الفاتيكان وتروج لقوة الكنيسة وشرعية البابوية (Jowett & O'Donnell, 2006, p. 40) .

يرى "مكيافيلي" ان من حق الأمير أن يسخّر كل الوسائل لتحقيق أهداف سياسية بحتة، وكل شيءٍ بالنسبة له "أداة ملكية" للسيطرة على الشعب وتوحيده (Machiavelli, 2009, p.103) وفي الأصول القديمة للمصطلح، تعتبر التعبئة كلمة مشرفة، وكانت الأنشطة الدينية المرتبطة بها تحظى باهتمام وتقدير كبيرين من المجتمعات، وقد دخل مصطلح (propaganda) وهو النظير الأقرب للتعبوية، إلى الاستخدام الشائع في أوروبا لأول مرة نتيجة للأنشطة التبشيرية للكنيسة الكاثوليكية، حيث أنشأ "البابا جريجوري الخامس عشر" عام ١٦٢٢ في روما "مجمع نشر الإيمان" وهو عبارة عن لجنة من الكرادلة المكلفين بنشر الإيمان وتنظيم شؤون الكنيسة في الأراضي الوثنية والمناطق التي لم تكن الكاثوليكية فيها العقيدة السائدة بغية تحويل الناس إليها باستخدام الحجج وأساليب الإقناع (Jowett & O'Donnell, 2006, p. 2).

طوال العصور الوسطى وفي الفترات التاريخية اللاحقة ووصولا للعصر الحديث، كانت هناك تعبئة للرأي، لم يخلُ شعب منها، وكان الصراع بين الملوك والبرلمان في إنجلترا صراعًا تاريخيًا شاركت فيه التعبئة الايدلوجية. وكانت التعبوية السياسية إحدى الأسلحة المستخدمة في حركة الاستقلال الأمريكية، كما استخدمت أيضًا في الثورة الفرنسية، وأشعلت فتيل التمرد أقلام "فولتير" و"روسو" المعارضة لحكم "بوربون" في فرنسا، وخلال الثورة عمل "جورج دانتون" ورفاقه على بلورة المواقف والخطاب الحماسي ضد الملك الفرنسي، وكان الفن محوريًا في نشر المُثل الثورية وأصبحت لوحات "جاك لويس ديفيد" مثل لوحة "موت مارا "شكل (5) أيقونات للثورة، حيث روّجت لنبل الاستشهاد وقيم الحرية والمساواة والأخوة (Dowd, 1951, p. 539).

شكل (5)

دائما ما تستخدم الحكوماتُ الدعاياتِ التعبوية أثناء الحروب، بغية إخبار الرأي العام بأن بلادهم تقاتل عدواً ببطولة وان هزيمته حتمية، ساعيةً لتجريمه وجعل الناس يكرهونه. لقد عملت الحرب العالمية الأولى على إضفاء طابع درامي على قوة التعبئة وانتصاراتها وكانت الفاشية والشيوعية في سنوات ما بعد الحرب بمثابة مراكز للتعبئة الثورية المكثفة، وبعد الاستيلاء على السلطة، سعى كل من الفاشيين والشيوعيين إلى توسيع سلطتهم خارج حدودهم الوطنية مستخدمين كل الوسائل التعبوية المتاحة. وقد مكّن الإبداع التقني الذي حققه الإنسان في تطوير آليات الاتصال من تسريع انتشار المعلومات والأفكار وتوسيع دائرة تأثيرها، وسهّل بالمقابل الطريق للايدلوجيات العرقية ومنحها نظامًا سريعًا وفعالًا لنشر طروحاتها واستخدام التقنية لصالح مشروعها، وبدا ذلك في سيطرة هتلر وموسوليني على هذا الجهاز الهائل لتحقيق غايات عنصرية شهد العالم عواقبها فيما بعد. بلغت التعبوية ذروتها في القرن العشرين، عندما وفر تطور وسائل الإعلام الجماهيرية والوسائط المتعددة أرضاً خصبة لنشرها، ووفرت الصراعات العالمية خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية الزخم اللازم لنموها، وراجت الفنون التعبوية إلى حد بعيد وبكل الوسائل المتاحة واستخدمت الأطراف المتنازعة الملصقات واللوحات والمنحوتات والأفلام لرفع الروح المعنوية وتعبئة الجنود وتشويه سمعة العدو، وخاصة في ألمانيا النازية حيث كان الفن خاضعًا لرقابة صارمة وتوجيه بالغ للترويج للمثل الآرية والنزعة العرقية (Lewis, 2005, p. 40).

مثلت الحرب العالمية الأولى نقطة تحول كبير في توظيف الملصقات التعبوية وجعلها أداة مهمة لحشد الدعم العام وتشجيع جهود الحرب، واستخدمت دول مثل المملكة المتحدة وألمانيا والولايات المتحدة الملصقات لأغراض التجنيد وبيع سندات الحرب وتعزيز الروح المعنوية. ويعد الملصق الذي صممه الفنان " Alfred Leete" وعنوانه" بلدك بحاجة اليك" شكل (٥) أحد الأمثلة المهمة في التعبوية السياسية وإثارة العاطفة الوطنية الهادفة لتحشيد المؤهلين للتجنيد والالتحاق بالجيش البريطاني في الحرب العالمية الأولى، وقد كان الملصق ملهماً للأمريكيين كي يقلدوه في ملصق آخر عام ١٩١٧ هو" العم سام"، شكل (٦) الذي استقطب المشاعر القومية للتجنيد في الجيش الأمريكي وإقناع المدنيين بالقيام بدورهم في المجهود الحربي والقتال من أجل الأمة الأمريكية وقد تم طباعة أكثر من أربعة ملايين نسخة منه في حينها ويعد العم سام رمزًا ثقافيًا أمريكيًا مرتبطًا بحكومة الولايات المتحدة والانتماء الوطني.

شكل (6)

شكل (7)

اعتمد البلاشفة بعد ثورة ١٩١٧ بشكل كبير على الفنون الجرافيكية، وقام الفنانون بعمل الملصقات التعبوية لتثقيف الجماهير حول المُثل الشيوعية وتمجيد القادة والترويج للتصنيع وتشويه الرأسمالية وكان الفنان "Dmitry Moor" شكل (٧) مجتهداً في هذا النطاق وأنجز الكثير من الملصقات والمطبوعات الجرافيكية التي تصف القمع الإمبريالي من جهة والبطولة البروليتارية من جهة ثانية (Zhdanov, 2018, p.420)

شكل (8)

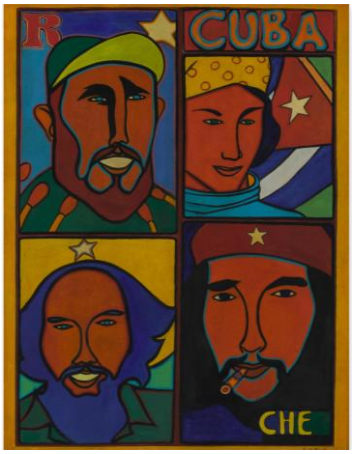
شكل (9)

استخدم النازيون كذلك الفن الجرافيكي للتعبئة النازية والشحن السياسي والآيديولوجي ودعم المشاعر القومية وتبرير الحرب وتحريض الجماهير ضد اليهود والبلاشفة بداية، ثم ضد جميع معارضي الحرب لاحقًا، وقد تساءل وزير الدعاية النازية جوزيف جوبلز" :أليست الدعاية التعبوية أيضاً شكلاً من أشكال

الفن؟"، وحققت أعمال فنانين أمثال "Ludwig Hohlwein" شكل (9) و"Herbert Bayer" تأثيرا جماهيريا واسعا داخل ألمانيا وخارجها بما تمتلكه من بنية جرافيكية جاذبة ومعالجة تصميمية حديثة (Furstenau, 2020).

خلال الحرب الباردة، كان الفن سلاحاً فاعلاً في ميدان الحرب الإيديولوجية واستخدم الطرفان في جانبي الستار الحديدي الفنون الجرافيكية للتعبئة السياسية وتشويه صورة الآخر، وتحول الفن الحديث إلى أداة تستخدمها الحكومة الأميركية وأنفقت لأجل ذلك الكثير من الأموال لتعزيز الأنماط الفنية الأمريكية وخلق هويتها الإبداعية الخاصة فضلاً عن دعم مواضيع الحرية والديمقراطية ونشر الملصقات الجرافيكية الرامية لتشويه الأيديولوجيات الشيوعية التي يقدمها الاتحاد السوفييتي وجمهورية الصين الشعبية، مما مكّنها من التأثير على رأي الجمهور في الشيوعية باعتبارها شرًا يجب هزيمته، الأمر الذي حقق في النهاية الدعم القومي للأجندة السياسية الأمريكية. واستمرت في الجانب الآخر التعبئة السوفييتية في الترويج لفضائل الاشتراكية وتشويه صورة الرأسمالية عن طريق الملصقات والرسوم الكاريكاتورية التي غالبًا ما سخرت من الغرب (Harrison, Wood, 2002) .

في كوبا، أثناء الثورة، نشطت التعبوية السياسية وروّجت للمُثُل الثورية والأيدولوجيا الماركسية وسَعَت لاستمالة الجماهير وكسب التعاطف الشعبي بعبارات مثل ("Patria o Muerte"الوطن أو الموت) ونشط فنانون كثيرون في الترويج لرموز الثورة مثل الفنان الكوبي "Raul Martinez" شكل (10)



شكل (10)

شكل (١١)

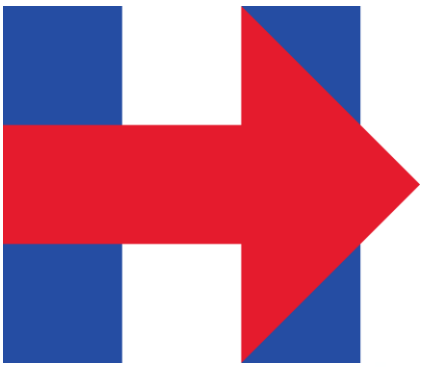
أثناء الحرب الأمريكية في فيتنام، أُنجز الكثير من الأعمال الفنية المناهضة لتلك الحرب لفنانين من كل العالم ومن بينها الملصق الشهير "إصنع الحب لا الحرب" من انتاج (Weisser) شكل (١١) وكان الهدف منه التعبئة ضد التدخلات العسكرية وضد اللجوء إلى القوة والسلاح لفرض القناعات السياسية.

من جانب آخر، استمرّت القضية الفلسطينية قضية محورية للشعوب العربية والإسلامية منذ النكبة عام ١٩٤٨ وحتى وقتنا الحالي، ولقيت تعاطفاً عالمياً من قبل فنانين ودول عديدة حول العالم تمثّلَ في الدعم التعبوي السياسي بمختلف الأشكال الفنية، وكانت الملصقات الجرافيكية من المظاهر التعبوية الفاعلة في صناعة الوعي والدفاع عن الحق الفسلطيني وإدانة الاحتلال الاسرائيلي والدعم الأمريكي الساند لها، كما في الشكل (١٢) للفنان السوفيتي "Kazhdan E. A." عام ١٩٧٨.

شكل (12)

كان التطور الحديث للسياسة حافزًا مهماً للتعبئة الدعائية كنوع من الترويج الضروري في الحملات السياسية والديمقراطيات الحديثة، حيث يجب على الزعماء السياسيين في السلطة أن يشرحوا ويبرروا مسارات عملهم للناخبين من خلال استخدام أساليب الإقناع، والتأثير على المواطنين من أجل جعل خط معين من السياسة مفهوماً ومقبولاً على نطاق واسع. وقد أدت التغيرات الاقتصادية والتقلبات السياسية إلى اتساع الدور التعبوي، وفي ظل ظروف الإنتاج والاستهلاك الضخمين تطورت التقنيات التعبوية والعلاقات الرامية الى التسويق السياسي والترويج للايدلوجيات خاصة مع ظهور الإنترنت وهيمنة الوسائط الرقمية وتطور الدعاية والأساليب التعبوية بما يعزز الانتشار السريع والواسع النطاق، وتتنافس الحملات السياسية الحديثة باستخدام الفنون الجرافيكية وإمكاناتها الإبداعية التي يقترحها الفنانون لتحقيق أثرٍ سياسي لافت ومؤثر في استقطاب الجمهور الناخب وتوجيه الرأي العام، كما في شعار حملة "باراك أوباما" الذي صممه "Shepard Fairey"عام ٢٠٠٨ شكل (١٣) وشعار حملة "هيلاري كلينتون" لعام ٢٠١٦ الذي صممه " Michael Bierut" شكل (١٤). (Sooke, 2014)

شكل (13)



شكل (14)

يستخدم الناشطون السياسيون الفن كذلك في أشكال تعبوية عديدة مثل فن الشارع والوسائط الرقمية الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي لتحدي الأعراف أو تسليط الضوء على المظالم أو الترويج للقضايا السياسية والاجتماعية، وتتعدى الفنون التعبوية كل ماسبق إلى تشكيل السرديات والهوية والذاكرة الجماعية، ما يجعلها وسيلة فاعلة في خطابها العقلاني والعاطفي على السواء، وتمتلك القدرة في أن تكون أداة قابلة للاستخدام من قبل السلطةلإحكام السيطرة أو من قبل المعارضين لمقاومة السلطة أو لانتزاعها. ورغم نجاح الكثير من الحملات التعبوية الترويجية الا إن البعض الآخر منها كان فاشلاً إلى حد بعيد، وهو ما يدل على أن العديد من العوامل، التي تتآزر معاً، لها القدرة في مواجهة الأجندات الهادفة للتأثير على الرأي العام وتشكيله.

مؤشرات الاطار النظري:

١. ترتبط التعبوية بالأفكار والمعتقدات التي يتم نشرها عمدًا بقصد التأثير سلبا أو ايجابا، وتستخدم لأجل ذلك الكلمات والصور والرسوم والمعارض والاستعراضات والأغاني وغيرها لتحقيق ذلك الهدف.

٢.التعبوية اشتغال له قاعدة معرفية تقوده نحو أهداف محددة مسبقا.

٣. للتعبوية جنور تاريخية قديمة نجدها في كل مسار حضاري وسياسي من أجل الرسوخ والهيمنة والديمومة.

٤. لاتمثل التعبوية عملا عدائيا فقط كما هو شائع عنها بل هي عمل له مقاصده الأخلاقية الهادفة أيضا.

٥. قدمت الفنون الجرافيكية دوراً فاعلاً في بلورة الطروحات السياسية وتعبئة المجتمعات وحققت في هذا الصدد مآرب كبيرة لصالح القرار السياسي والانتصار العسكري.

٦. تطورت الآليات التعبوية بما يواكب التطورات السياسية والتحولات الفنية.

٧. تتقاطع الطروحات التعبوية ديالكتيكياً بما يجدد خطابها وطرائقها باستمرار.

٨. عملت التعبويةُ على الجماهير شمولياًواستهدفت القواعد الشعبية الواسعة بصورة اوسع من النخب.

٩. تستخدم الحكومات الديموقراطية والاستبدادية الوسائل التعبوية وفقاً لمتطلباتها وايديولوجياتها التي تؤمن بها.

١٠. تشبه التعبوية الإعلان لكن الإعلان يحاول عادةً تسويق شيء ما، تجاريا في الغالب، في حين أن التعبوية تدور حول الأفكار، وهي غالبًا سياسية، وتستخدمها الدول أو الأحزاب السياسية.

الفصل الثالث/ إجراءات البحث

أولاً/ مجتمع البحث:

نظراً لأهمية الموضوع الفني وارتباطه بالأجندات السياسية للأمم والحكومات وجد الباحث ان مجتمع البحث يشتمل على المئات من النماذج الفنية الجرافيكية التي تتوزع بين العديد من الأجناس الفنية والتقنيات المختلفة.

ثانياً/ عينة البحث:

إختار الباحث قصدياً ثلاثة نماذج من مجتمع البحث لتمثل العينة، ووفقاً للآتي:

أ. الاتجاه السياسي التعبوي الممثَّل بالعمل الجرافيكي.

ب. التنوع التقني الجرافيكي للعمل التعبوي.

ج.زمكانية العمل التعبوي الجرافيكي.

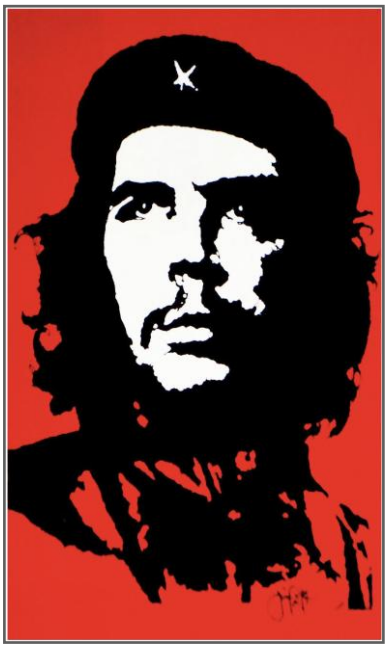
د. الشكل الفني للعمل التعبوي الجرافيكي.

ثالثاً/ منهج البحث:

اعتمد الباحثُ المنهجَ الوصفي التحليلي لموائمته موضوع البحث مع مراجعة تاريخية للنص البصري ومؤلفه والأشكال الساندة له من أجل الوقوف على الحيثيات التعبوية وأبعادها السياسية في نماذج العينة.

رابعاً/ أداة البحث:

اعتمد الباحثُ بغية تحقيق هدف بحثه على مؤشرات الإطار النظري بالإضافة الى الرصد والملاحظة كأداتي تمحيص وتنقيب في المتن البصري.



انموذج ١	
اسم العمل	تشي جيفارا Che Guevara
اسم الفنان	جيم فيتزباتريك Jim Fitzpatrick
الجنس الفني	ملصق Poster /
المادة	طباعة بالشبكة الحريرية بلونين)احمر، اسود (على ورق أبيض وزن ٢٨٠ جرام للمتر المربع.
التاريخ	1968
الأبعاد	(٥٩ سم × ٤٢ سم)
العائدية	متحف دبلن /ايرلندا
المصدر	https://jimfitzpatrick.com

تعد صورة "**تشي جيفارا**"، وعنوانها بالأسبانية "**Heroico Guerrillero**" وتعني "**بطل حرب العصابات**" التي التقطها له المصور الفوتوغرافي الكوبي "**ألبرتو كوردا**" أثناء حضوره برفقة "فيدل كاسترو" وآخرين، جنازةً في هافانا في ٥ آذار عام ١٩٦٠، الصورة الفوتوغرافية الأشهر في القرن العشرين وواحدة من أكثر الصور الفوتوغرافية إعادة إنتاج في العالم رغم الحظر المفروض على الصورة في دول عديدة في مقدمتها الولايات المتحدة الأميركية، وقد تم رسمها أو نحتها أو طباعتها أو رقمنتها، أو تطريزها، أو وشمها، على كل سطح يمكن تخيله تقريبًا، وتجاوزت بانتشارها ونسخها صور السيد المسيح والموناليزا ومارلين مونرو، مما دفع "متحف فيكتوريا وألبرت" للقول بأن الصورة قد تم إعادة إنتاجها أكثر من أي صورة أخرى في التاريخ (Ziff, 2006, p. 7).

الأشكال (١، ٢، ٣)

نُشرت الصورة أول مرة على غلاف كتاب يحوي مذكرات جيفارا البوليفية بعد مقتله عام ١٩٦٧، وتُبين الأشكال (١، ٢، ٣) النسخة الكاملة من الفيلم الفوتوغرافي، متضمناً الصورة الأصلية التي اشتقت منها الصورة الشهيرة بعد القص وزيادة التباين وإجراء تعديلات طفيفة أخرى، أعطى المصور من خلالها صورة جيفارا صفةً دائمةً، منفصلةً عن تفاصيل الزمان والمكان، وجيفارا وقت التقاط الصورة كان بعمر ٣١ عاماً، مرتدياً بدلةً عسكريةً وقبعةً سوداء في وسطها نجمة، شعره أجعد ووجهه حاد لا يقبل المهادنة، محدقاً بعينيه الحازمتين في الافق البعيد، الظل والضوء يتشاركان في اتزان الصورة، والتفاعل الحيوي للعناصر الفنية يسهم في التحقق الأيقوني لصورة المناضل الذي بذل حياته في سبيل ما يعتقد به من ضرورة العدالة وحق الشعوب في الحياة وتقرير المصير.

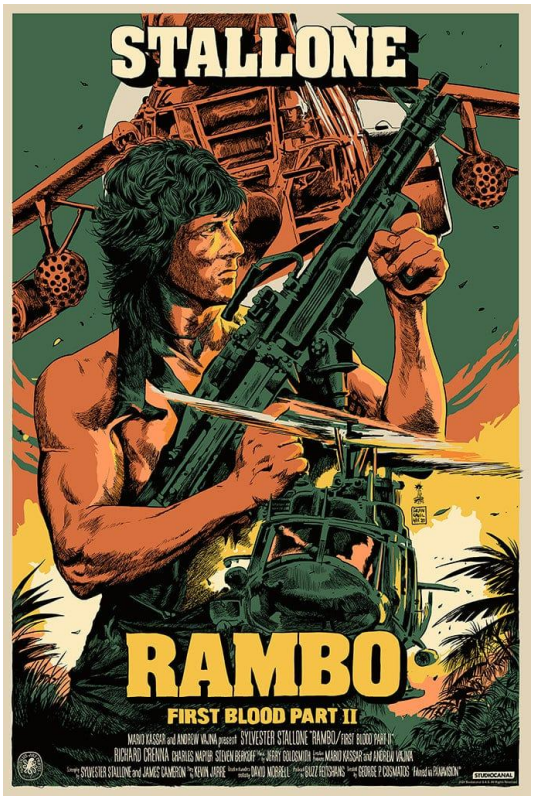
قام الفنان الإيرلندي "**جيم فيتزباتريك** ١٩٤٤- " بعد ذلك بمعالجة الصورة جرافيكياً وإعدادها للطباعة بالشبكة الحريرية مبادرةً منه لإحياء ذكرى جيفارا التي أسهم الملصق كثيراً بتخليدها في الوجدان الشعبي على امتداد العالم.

كان "آرنستو تشي جيفارا ١٩٢٨-١٩٦٧" الإيرلندي الأصول والارجنتيني المولد، طبيباً وكاتباً وثائراً ماركسياً وزعيماً لحرب العصابات، لعب دورًا رئيسيًا في الثورة الكوبية وتسنّم وزارات ومناصب عليا بعد ذلك في الدولة الكوبية التي يترعمها رفيقه "فيدل كاسترو ١٩٢٦-٢٠١٦" قبل أن يُقتل أثناء سعيه لتصدير الثورة إلى بوليفيا على يد جنود بوليفيين تدعمهم وكالة المخابرات المركزية في بوليفيا في ٩ تشرين الاول عام ١٩٦٧.

تمثل صورة تشي جيفارا أكثر من مجرد تمثيل لوجه، وتعدَّت كونها رمزاً سياسياً محدداً، واتخذت خصائص اجتماعية وثقافية وسياسية مختلفة وأصبحت واجهةً جماعيةً ومساراً للتعبير وإرادة للتغيير، وهي بفعل قوة جاذبيتها تكسر الإطار الذي توضع فيه وتستمر بما تمتلكه من بساطة ومرونة من الانتقال الى التدفقات الجماهيرية الرافضة والمحتجة، وعبر تداولها المستمر من قبل الناس تقدم تحدياً رمزياً لكافة الأنظمة والسياقات الحاكمة، مشيرةً عبر وضوحها وقوتها معاً لشرعية افتراضية بديلة.

شقّت صورةُ جيفارا طريقها إلى كل اللغات والثقافات حول العالم وأصبحت بمثابة رمز أبجدي، وأيقونة حاضرة كلما كان هناك صراع، وعلى الرغم من تسليع الصورة واستغلالها من قبل الرأسماليين في كل مكان، الا انها لم تزل تحتفظ بقدرتها المؤثرة على التعبئة الثورية والتوجيه المعارض للسلطات ورفض الهيمنة ومجابهة الامبريالية العالمية، ولا تزال تلقى الصدى نفسه لدى الجموع الناقمة على واقعها السياسي والاجتماعي والاقتصادي، ويوحّد وجهُ جيفارا الناسَ الذين يرفعون صورته على اختلاف أعراقهم وأوطانهم مذكّراً بالصلة بين الآلام الإنسانية والقوى المستبدة في العالم، وعلى هذا فقد سارَ وجهُ جيفارا ضد حرب فيتنام، وضد حلف شمال الأطلسي، وضد بوش في حربه على العراق، وضد خصخصة التعليم في كولومبيا، ومع حقوق الأرض في المكسيك، ومع شافيز والآن مادورو في فنزويلا، وهو حاضر في كثير من بلدان العالم العربي التي ترى فيه صورة البطل المحرّض على العصيان والداعي إلى الثورة ونصرة المستضعفين، وهو تذكير أيضا لكل سلطة حاكمة بما تمتلكه الشعوب من قوة وإرادة في التغيير.

لقد ألهمت صورةُ" تشي "الحركات الاحتجاجية، وأصبحت رمزًا حاشدًا للجماعات الماركسية، وبحلول نهاية القرن العشرين، لم تكن صورة جيفارا مؤثرةً فحسب، بل كانت قابلة للتسويق أيضًا، وكان أحد الجوانب المثيرة فيها هو تأثيرها العابر للحدود الوطنية وتقديمها لجيفارا بوصفه شخصية ثورية عالمية وأنموذجاً مثالياً للتمرد والعصيان، وأسهمت بما تمتلكه من ديناميكية جاذبة وجودة فنية في نقل الفكرة الثورية الكوبية الى العالم، ورغم استياء كثير من الحكومات الغربية التي تصف جيفارا برجل العصابات الشيوعي القاتل، الا ان صورته كانت سلاحاً فعالاً في عصر الإعلام والتسويق الايدلوجي ومايحدثانه من فرق في التعبئة والتأثير، وقد كانت صورة جيفارا رمزًا سياسيًا أحياناً وغير سياسي أحياناً أخرى، وقد تحوّرت وتحوّلت باستمرار طيلة العقود التي تلت وفاته، لتكون شعاراً عصرياً تعبوياً ورمزاً احتجاجياً مناهضاً تستخدمه جماهيرٌ واسعة حول العالم لتأكيد تحررهم من خلاله.



انموذج ٢	
اسم العمل	رامبو ج ٢ Rambo, First Blood II /
اسم الفنان	فرانسيسكو فرانكافيللا Francesco Francavilla /
الجنس الفني	ملصق فيلم Movie Poster /
المادة	طباعة بالشبكة الحريرية Screenprint
التاريخ	1985
الأبعاد	(61 سم × 91 سم)
العائدية	Carolco Pictures, Anabasis Investment, N. V.

انموذج ٢	
المصدر	https://mondoshop.com/blogs/news/new-rambo-2-return-of-the-living-dead-posters

يصور الملصقُ رجلاً عاري الصدر، مفتول العضلات، حاد القسمات، غاضب الوجه، يتوسط مساحة الفضاء التصويري، ممسكاً بقبضتين متماسكتين بندقيةً امريكية الصنع، في بيئةٍ آسيوية تعلو سماءَها مروحيةٌ روسية تملأ المشهد وأخرى أصغر من البطل الذي صُوّر بوصفه مهيمنةً بصريةً في مركز الحدث ومحركاً للعناصر الأخرى في سردية استذكارية لحرب أمريكية في فيتنام حيث المناخ الحار للصورة يلهب الحماس والخطوط المنتشرة في الظلال تمنح المشهد حيويّة دراماتيكية تجذب المتلقي وتقدم له مفهوماً أمريكياً حول الإرادة الإمبريالية التي تتوغل بجيشها دائما حيثما كان لها مصلحة او لخصومها ضرر.

هذا الملصق المتقن في أدائه والفاعل بمهارة في تحقيق وظيفته الفنية الجاذبة هو من الملصقات اللافتة في تاريخ الصناعة السينمائية، وكان واجهة للجزء الثاني من فيلم "رامبو" أحد أهم أفلام الحركة الذي استخدمته الادارة الأمريكية على نطاق واسع لتحقيق البروباغاندا العسكرية التي صورت العمل العسكري وبررته على أنه عمل بطولي وضروري، وفي رامبو، يتضح هذا في الطريقة التي يتم بها تصوير الشخصية كقوة لا يمكن إيقافها، وحلاً وحيداً قادراً بمفرده على هزيمة جيش بأكمله والتغلب على الصعاب المستحيلة، وهو ما يعزز فكرة أن التدخل العسكري هو الخيار المقبول والنهائي.

حقق الفيلم، على الرغم من التقييمات المتباينة حوله، مردوداً مالياً هائلا، واصبح ثاني أعلى فيلم من حيث الإيرادات في شباك التذاكر المحلي وثالث أعلى فيلم من حيث الإيرادات على مستوى العالم، وقد ألهم الفيلم عددًا لا يحصى من عمليات التقليد والمحاكاة وألعاب الفيديو وغيرها (Wood, 2006). "رامبو" الصادر في ثمانينيات القرن العشرين، دعاية واضحة المعالم في معاداتها للسوفييت، وقد استغل المنتجون ومالكو الاستوديوهات الأمريكيون لتقديم هذه المروية السينمائية، خطابَ الرئيس الأمريكي "رونالد ريغان ١٩٨١-١٩٨٩" الذي وصف الإتحاد السوفيتي بـ "إمبراطورية الشر"، رافضاً الفكرة القائلة بأن الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي مسؤولان بالتساوي عن الحرب الباردة وسباق التسلح، مؤكداً ان المعركة بين الخير والشر ومشدداً على حتمية إنهيار الشيوعية العالمية.

استغلت الدعاية السياسية الأمريكية النجاحَ الواسع والانتشار الشعبي الذي حققه "رامبو" لتمرير مواقفها الأيدلوجية الهادفة الى التقويض الرمزي لصورة الخصم السوفيتي اللدود إبان الحرب الباردة، ويقدم لنا تاريخ الفن السينمائي العديد من الأفلام التي عملت على الترويج للنزعة العسكرية وتمجيد العنف، و"رامبو" أحدها، ويمكن اعتباره مثالاً بارزاً للدعاية العسكرية، بخاصة إذا ماعلمنا ان فترة الثمانينيات في الولايات المتحدة وبسبب حرب فيتنام وما تلاها من الشعور بالإحباط وخيبة الأمل بين الجمهور الأمريكي شهدت ميلاً حماسياً بإتجاه الأفكار الوطنية والقومية، وأصبح "رامبو"، بوصفه أحد

المحاربين القدامى في هذه الحرب، وبما يمتلكه من ملامح واثقة وقوة جسدية، رمزًا للإمكانات غير المستغلة والصورة المثالية للجندي والبطل الوطني.

لا يمكن إغفال تأثير "رامبو" على الثقافة الشعبية، إذ أصبحت الشخصية مرادفة لنوع معين من الذكورة المفرطة وأثرت على عدد لا يحصى من أفلام الحركة التي تلتها، ويعزز الفيلم أيضا هياكل السلطة والأيديولوجيات القائمة من خلال تمجيد العنف وترجيح العمل العسكري وإدامة فكرة أن القوة هي الوسيلة الأكثر فعالية لتحقيق الأهداف، ولا يؤثر هذا التصوير في الرأي العام فحسب، بل يؤثر أيضًا على قرارات السياسة والدعم العام للتدخلات العسكرية وتبرير العنف، وبذلك يعدّ "رامبو" مثالاً رئيساً للتعبوية السياسية والعسكرية، ومن خلال تصويره لبطل لا يقهر، تدعم صورته المرسومة بعناية وقصدية واضحتين، المُثلَ العسكرية وتبسّط الصراعات الجيوسياسية المعقدة، وتنزع الصفة الإنسانية عن العدو، وتلقي بتأثيرها الاجتماعي والثقافي بما يخدم العسكرة في المجتمع.

انموذج ٣	
اسم العمل	تفتيش Frisk /
اسم الفنان	بانكسي / Banksy
الجنس الفني	فن الشارع Street Art /
المادة	Multi-layered stencils, spray paints on a wall قوالب مفرغة، أصباغرش، جدار
التاريخ	2007
الأبعاد	(٢٠٠ سم × ١٨٠ سم)
الموقع	الضفة الغربية، فلسطين
المصدر	https://the8percent.com/wp-content/uploads/2017/06/Banksy_Disarm.jpg

قدّمَ بانكسي تاريخاً من العمل الإبداعي في قطاع غزة والضفة الغربية المحتلة، داعماً لفلسطين وحقوق الانسان، وله دور تعبوي مهم في لفت الانتباه العالمي إلى الصراع في الأرض المحتلة حين أنجز عام ٢٠٠٥ عددًا من الجداريات على الجانب الفلسطيني من حاجز الضفة الغربية، الأشكال (١، ٢، ٣).

الأشكال (١، ٢، ٣)

يخالف العمل الذي رسمه بانكسي على جدار في الضفة الغربية عام ٢٠٠٧ التوقع النمطي لصورة الجندي الاسرائيلي الذي اقترنت صورته بالعنف والقتل العمد، ويخضع هنا للتفتيش من قبل فتاة صغيرة وليس العكس حيث الواقع المأساوي في فلسطين، ويثير الجدل عبر المفارقة واللعب على موضوع الاضطهاد وكيف يزع الناس عن أنفسهم صفة الإنسانية من خلال النظر إلى بعضهم البعض باعتبارهم تهديدًا فقط، توضح هذه الصورة مساحة الحرية المحدودة للفلسطينيين من خلال عكس الأدوار، وتقدم مدلولاً واضحاً حول الصورة القاسية والمُذلة التي يتعرض لها الفلسطينيون صغارا وكبارا لآلة الحرب والغطرسة وبطش الدولة القمعية الاسرائيلية المستمرة منذ عقود. عبر إشاراتٍ متعددة يقدم بانكسي دحضاً للكيان الاسرائيلي، فبراءة الطفلة بضفائرها وثوبها الوردي وهي تُخضِع الجندي المجهّز ببدلة العسكر وعدة الحرب للتفتيش إنما إدانة وتجريم للصورة الفعلية على أرض الواقع، وإذا كانت الصورة الافتراضية التي يقدمها بانكسي على جدار العزل تعد صادمةً ومنفرةً للمتطرفين الاسرائيليين فإن جدار العزل نفسه والترويع الدائم هو الحقيقة الثابتة والصادمة للفلسطينيين، كما ان المشهد يمنح المتلقي إشارة ضمنية لاحتمالية التغيير الممكن عبر الأجيال القادمة وتحرير المستقبل الفلسطيني من سلطة السلاح والبطش.

اختار بانكسي عدم الكشف عن هويته وقد أتى هذا الاختيار بشهرة أكبر وفضول مستمر للتعرف عليه ومتابعة أعماله الفنية، ولا يزال اسم وهوية الفنان والكاتب الإنجليزي المثير للجدل غير معروفين بشكل مؤكد حتى اليوم على الرغم من المحاولات المختلفة للتعريف بالفنان الذي قد يكون امرأة أو مجموعة من الفنانين تجمَّعوا تحت هوية واحدة، أو لتجنب القبض عليه بسبب أنشطته الفنية غير القانونية، لكن المؤكد هو أن اسم بانكسي مرتبط ارتباطًا وثيقًا بفن الشارع الذي يُنجز في أماكن عامة بهدف توجيه رسالة مباشرة للناس بعيداً عن السلطة الرقابية وضدّها احياناً، وبموضوعاته التي تتناول بالسخرية والنقد قضايا إشكالية في السياسة والثقافة والمجتمع.

يعد بانكسي أول من استخدم "فن الاستنسل" بهذا القدر من الجدية والتأثير، وحققت هذه التقنية الجرافيكية "التي تستند الى مجموعة من القوالب المفرّغة التي تَنفذ من خلالها أصباغ الرش وتؤدي الى الإظهار المتسلل للعمل الفني" بفضل فنه، شعبية عالمية وتوجهات تعبوية واسعة اليوم. حقق بانكسي أيضاً بفاعليته الفنية في الفضاء المديني العام، وتأثيره التعبوي الملهم والمستفز بفن الشارع، الحضور الأمثل لأعماله وتصوراته التي يواجه بها عبث المجتمع الغربي، وفظائع الحروب، والتلوث، واستغلال الأطفال، ووحشية القمع، حريصاً على مغزى الرسالة الفنية وتداولها، وواقفاً بالضد من تسليع الفن وسطحيته.

الفصل الرابع

النتائج:

1. برهنت الفنون الجرافيكية عبر إظهاراتها المتعددة وتطبيقاتها المختلفة على قدرتها الفاعلة في التعبئة السياسية المؤثرة والمضادة في مساحة واسعة من الجماهير، وبدا ذلك في جميع نماذج العينة.

2. حققت الصورة الجرافيكية الأيقونية "أنموذج ١" عبر اختزالها وألوانها الصريحة تأثيراً تعبوياً غير مسبوق، وأصبح وجه "جيفارا" بوصفه تمثيلاً ماركسياً للثوري العالمي هو الوجه الاكثر إنتشاراً وتسويقاً عبر التاريخ، كما وحّدت صورته الحراك الجماهيري والاحتجاج الشعبي في أماكن كثيرة من العالم، بعيداً عن الانتماءات العرقية والدينية والأيدلوجية، وتحولت الصورة الجرافيكية إلى شفرة بصرية ودلالة تشير الى الرفض والثورة.

3. عمل الامريكان على رسم صورة البطل الذي لايقهر "رامبو"، أنموذج (٢)، من أجل التعبئة السياسية والعسكرية ضد الاتحاد السوفيتي السابق من جهة وتبييض صفحتها القاتمة في فيتنام من جهة أخرى، وقد تم ترويج الصورة المفهومية للبطل الامريكي عبر تطبيقات جرافيكية تعدت الفيلم السينمائي إلى العديد من الحقول الثقافية والميديوية بما يجعل من الشخصية الافتراضية أيقونة للمخيال الأمريكي العابر للحدود، ورغم ان شخصية "رامبو "خيالية إلا انها بفعل التوجيه والدعم التعبويين كانت ذات تأثير عالمي جعلها بمثابة رمز للقوة والبطولة الأمريكيتين.

4. حقق فنان الشارع البريطاني "بانكسي" انموذج ٣، تأثيراً تعبوياً واسعاً في العالم عبر طروحاته الجرافيكية الناقدة والساخرة لموضوعات سياسية وثقافية متعددة، وعبرت رؤيته التهكمية الحاذقة عن وعي إنساني وإبداعي لمشكلات العالم الراهنة، واستطاع من خلال أعماله الموقعية لفت أنظار العالم لموضوع الجدار العازل والفصل العنصري، منددا بالاستبداد والعسكرة الصهيونية القائمة على الايدلوجيات المتطرفة ورفض الآخر واستلاب حقوقه، وتمكن من خلال فاعليته الإبداعية في فن الشارع أن يجعل من رسوم الجدران لغة احتجاجٍ عصرية قادرة على التعبئة والتعريف بالقضايا المهمشة والمواضيع الملتبسة.

الاستنتاجات:

١. كل الفنون تعبوية بنسب متفاوتة، بمعنى انها تنطوي على هدف ما وتتضمن رسالة ومغزى معينيين.

٢. التعبوية الجرافيكية شكلٌ فاعل ومتطور من أشكال الاتصال، لديها القدرة على التنوير والخداع، والتوحيد والتقسيم، ويساعد فهم آلياتها في التعامل النقدي مع وسائل الإعلام المناوئة.

٣. تعمل الفنون الجرافيكية على التمثيل البصري للتوجهات الأيدلوجية التعبوية بما يحقق المآرب والأهداف التي ترمي اليها الأجندات السياسية.

٤. الصورة الايقونية بصفتها الجرافيكية التشخيصية تؤثر بشكل واسع على الجماهير التي تبحث عن مفهوم للبطل تكثفه الصورة التشخيصية.

٥. الصراع السياسي والأيدولوجي أفرز تمثيلات جرافيكية تعبوية متباينة في ثيماتها وأنتجت أضدادها بالمقابل.

٦. كان للفنان الجرافيكي دور تطوعي في تعزيز السياسات التعبوية من خلال قناعاته الايدلوجية ومبادئه التي يؤمن بها.

٧. برهن الفنّان الجرافيكي على إمكانية الفن التعبوي في صناعة الوعي وإحداث التغيير وبلورة الرأي المعارض.

٨. تقع التعبوية الجرافيكية عند نقطة التقاء الفن والسياسة وعلم النفس، وتستخدم بغية تحقيق هدفها العناصر الفنية المختلفة وممكنات الجذب البصري للتأثير على الرأي العام .

٩. أكدت التعبوية الجرافيكية فاعليتها وقدرتها على توصيل رسائل معقدة بسرعة قياسية عن طريق استخدام العناصر البصرية وممكناتها في تحقيق استجابات عاطفية وحشد الدعم أو المعارضة.

١٠. تستند التعبوية إلى المعرفة الواسعة والخبرة الفنية في الاشتغال التصويري، وغالبًا ما تنطوي على الإنتقائية والتلاعب بالشفرات بغية تشويه الحقائق لأغراض سياسية.

١١. لا تعكس التعبوية الجرافيكية الاهداف السياسية والاجتماعية والثقافية في عصرها فحسب، بل إنها أيضًا بمثابة شهادة على كيفية تسخير الفن لتحقيق أجندات مختلفة، والتأثير على الأجيال والهوية الثقافية والذاكرة وتشكيل السرديات التاريخية.

التوصيات:

دراسة التعبوية الجرافيكية في الفن العراقي المعاصر.

المقترحات:

تنظيم معارض دورية تعبوية في الفنون الجرافيكية المختلفة لتعزيز ثقافة التعايش والمواطنة والمحافظة على البيئة وحماية التراث والآثار العراقية.

References:

1. almaany.com/ar/dic.
2. Anderson, C. W., (2021). *Propaganda, misinformation, and histories of media techniques*, Harvard Kennedy School Misinformation Review, Vol. 2, Special Issue on Propaganda.
3. Camber, Maria (2019). https://thewire.in/culture/che-guevara-image-posters.
4. Dowd, L. David (1951). *Art as National Propaganda in the French Revolution*, The Public Opinion Quarterly, Vol. 15, No. 3, Autumn**.**
5. Ellul, Jacques (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage Books, USA.
6. Elrick, Robyn, (2021, Nov. 24). https://www.liberties.eu/en/stories/political-propaganda.
7. Fred, S. Kleiner (2009). *Garden's Art through the Ages, The Wesrern Perspective*, Vol. 1, Wadsworth Cengage Learning, Boston.
8. Furstenau, Marcel (2020 Nov. 30) *How the Nazis used poster art as propaganda*, www.dw.com.
9. Groys, Boris (1992). *The Total Art of Stalinism*, Princeton University Press, USA.
10. Harrison, Charles & Wood, Paul (2002), *Art in Theory 1900 - 2000: An Anthology of Changing Ideas*, 2nd Edition, Blackwell Publishing.
11. Hawass, Zahi (2004). *The Golden Age of Tutankhamun*, American University in Cairo Press.
12. Jowett, Garth, & O'Donnell, Victoria (2006*). Propaganda and Persuasion*, Sage publications, UK.
13. Lambert, Steve (2021). *Art and Fear of Propaganda*, The Journal of the New Media Caucus, Volume 17 Issue 2.
14. Lewis, S. William (2005). *Art or Propaganda? Dewey and Adorno on the Relationship between Politics and Art*, Journal of Speculative Philosophy, Vol. 19, No. 1.
15. Machiavelli, Niccolò (2009). *The Prince*, penguin classic, UK.
16. Marlin, Randal (1989*). Propaganda and the Ethics of Persuasion*, International Journal of Moral and Social Studies, Broadview Press. Ontario, Canada.
17. Mayer, Ralph (1992). *Graphic arts, or graphics*, 2nd ed., New York: Harper Perennial.
18. Mull, C., & Wallin, M. (2013). *Propaganda: A Tool of Strategic Influence*. American Security Project.
19. Orwell, George, & Gessen, Keith (2021). *All Art is Propaganda: Critical Essays*, Harpercollins Publishers INC.
20. propaganda. (2023, January, 25). https://www.moma.org/collection/terms/propaganda.
21. Smith, B. Lannes (Oct 06, 2022*). propaganda*. Encyclopedia Britannica. https://www.britannica.com/topic/propaganda.
22. Sooke, Alastair (2014). *Can propaganda be great art*, www.bbc.com.
23. Stanley, Jason (2016). *How Propaganda Works*, Princeton University Press, USA.
24. Sun Tzu (2000). *The Art of War*, Allandale Online Publishing, England.
25. Trotsky, Leon (2005). *Literature and Revolution* (1924; edited by William Keach , Ch. 4: Futurism.
26. Walton, Douglas (1997). *What is Propaganda, and What Exactly is Wrong with It?* Public Affairs Quarterly, Vol. (14). 27. Wood, M. (2006). *Kamula Accounts of Rambo and the State of Papua New Guinea*. Oceania, 76(1).
28. Zhdanov, Andrei (2018). *Speech to the Congress of Soviet Writers*, "Harrison and Wood (eds.), Art in Theory 1900-1990.
29. Ziff, Trisha (2006). *Che Guevara; Revolutionary & Icon*, Harry N. Abrams.

The Political Propaganda in the Contemporary Graphic Art

Asst. Prof. Dr. Yaseen Wami Nasser [2]

Abstract:

While art presents different political representations that sometimes lead to indirect propaganda, there is another art with direct political propaganda that translates ideological perceptions with the aim of political promotion through graphic display and its influential artistic potential. This research aims to identify political propaganda representations in the contemporary graphic art. After reviewing the various theoretical opinions on the concept of propaganda and reviewing the history of art from this perspective, and after selecting and analyzing the research sample, the research concluded with a set of results and conclusions, including, that all arts are propaganda to varying degrees, and that they involve a certain goal and include a specific message or meaning, and that the political and ideological conflict produced propaganda graphic representations and produced their opposites in return.

Keywords: propaganda, political propaganda, graphic art.

[2] University of Basrah, College of Fine Arts, Plastic Arts Department, yaseen.nasser@uobasrah.edu.iq