



Body discourse and its promotional role in political poster design

Yousif mahde saaed^a

^a Al-Rusafa Third Education Directorate



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ARTICLE INFO

Article history:

Received 6 November 2025

Received in revised form 10

December 2025

Accepted 12 December 2025

Published 1 October 2026

Keywords:

reflections. Instructive posters.

Educational awareness

ABSTRACT

School guidance posters are of great importance and an effective tool that helps convey information and ideas to students and encourage them to apply them in their daily lives. Our society, including the student educational community, is exposed to several attacks, such as negative secretions coming from unsupervised use of websites and cases of electronic blackmail And psychotropic substances (drugs), cases of school dropout, cases of bullying, and other problems that, with students' awareness, lead to the creation of a negative society in society. The importance of research can contribute at both the theoretical and applied levels. - The research seeks to enrich libraries and benefit researchers and scholars in the field of specialization. - And to enrich educational awareness For students. It also specifies the goal of the research: to identify the implications of the guidance poster in developing students' educational awareness. The most prominent conclusions of the research were: encouraging positive behaviors School guidance posters can encourage students to adopt positive behaviors, such as paying attention to personal and environmental hygiene, cooperation, social communication, maintaining health and physical fitness, and not bullying other students. The research community was identified from guidance posters whose contents contained topics related to educational awareness, as their number reached 12. Poster, which was implemented in the period (2019), and published on the website (<https://www.pinterest.com>). The research sample was chosen by (3) samples, and at a rate of 25% of the research population. The researcher recommended: the need for attention from the Ministry of Education and institutions. Educational education, by paying attention to school guidance posters and raising the level of educational awareness among students

خطاب الجسد ودوره الترويجي في تصميم الملصق السياسي

يوسف مهدي سعيد¹

الملخص:

تعد الملصقات السياسية أحد أبرز الأدوات البصرية التي تُستخدم لنقل الرسائل السياسية وتشكيل الرأي العام، حيث يعتمد نجاحها على قدرة المصمم على توظيف عناصر بصرية ودلالية تترك أثراً فورياً في ذهن المتلقي. ومن بين هذه العناصر، يبرز خطاب الجسد الترويجي كأداة محورية تتجاوز اللغة المكتوبة، لتستند إلى لغة غير لفظية تعبر عن القوة، والعاطفة، أو السلطة من خلال إيماءات وحركات الجسد وتعابير الوجه، وأوضاع الشخصيات المصورة. وطرح الباحث مشكلة البحث بالتساؤل التالي: ما دور خطاب الجسد الترويجي في تصميم الملصق السياسي؟ كما يهدف هذا البحث إلى دراسة دور خطاب الجسد الترويجي في تعزيز فعالية الملصقات السياسية، وكيفية توظيفها كاستراتيجية تصميمية للتأثير في السلوك الجماهيري ودعم الأهداف السياسية. ومن خلال تحليل نماذج مختارة من الملصقات السياسية، يسعى البحث إلى الكشف عن العلاقة بين الرموز البصرية للجسد والسياقات الثقافية والسياسية التي تُنتجها، مبرراً أهمية هذا العنصر في صياغة هوية بصرية مؤثرة وقادرة على تحقيق التواصل الفعال مع الجمهور. ويمكن لأهمية البحث أن تساهم على المستويين النظري والتطبيقي. حيث يُسعى بالبحث إلى اغناء المكتبات وإفادة الباحثين والدارسين في مجال الاختصاص. كما تحدد هدف البحث التعرف على خطاب الجسد ودوره الترويجي في تصميم الملصق السياسي وحُدد مجتمع البحث من الملصقات السياسية لعدد من رؤساء الولايات المتحدة الأمريكية، التي احتوت مضامينها على مواضيع خاصة بموضوع البحث، إذ بلغ عددها على 12 ملصقا والتي نفذت في الفترة (2024)، والمنشورة على الموقع الإلكتروني (<https://www.pinterest.com>) كما تم اختيار العينة البحثية بواقع (3) نموذج، وبنسبة 25% من مجتمع البحث وأوصى الباحث: بضرورة الاهتمام من قبل الحكومات والأحزاب السياسية وكذلك المصممين المتخصصين في المجال الكرافيكي، بإيلاء الاهتمام بالملصقات السياسية لدورها الفاعل في تغيير مسار التفكير والمعتقدات لدى جمهور الناخبين.

الكلمات المفتاحية: الخطاب. الجسد. الترويج. الملصق السياسي

الفصل الأول:

أولاً: مشكلة البحث

تُعد الملصقات السياسية أداة محورية وفاعلة في الحملات الانتخابية والسياسية، حيث تستعمل لنقل الرسائل وجذب انتباه الجماهير والناخبين. ومع أن خطاب العبارات الكتابية والصور تُشكل العناصر الأساسية في تصميم هذه الملصقات، إلا أن لغة الجسد التي تظهر في صور المرشحين من الشخصيات السياسية تُعتبر عاملاً حاسماً في التأثير على الجمهور. فالإيماءات وتعابير الوجه، ووضعيات الجسد تُساهم في إيصال رسائل غير لفظية، قد تكون أقوى من الكلمات المكتوبة في كثير من الأحيان. وفي هذا السياق، تبرز أهمية دراسة لغة الجسد كعنصر أساسي في تعزيز فاعلية الملصقات السياسية، وهو ما يشكل محورا أساسيا لمشكلة هذا البحث. إذ تكمن مشكلة البحث في أن الملصقات السياسية غالباً ما تُركز على الجوانب البصرية التقليدية مثل الشعارات والألوان، والعبارات الجذابة، بينما يُهمَل الدور المهم للغة الجسد في التأثير على أفكار وانطباعات الجمهور وتفسيراتهم للرسائل السياسية. وتزداد أهمية هذه المشكلة في ظل التطورات الحديثة في علم النفس السياسي والاتصال المرئي، حيث أظهرت الدراسات أن جمهور الناخبين يتأثرون بشكل كبير بالإشارات غير اللفظية التي تُقدمها الشخصيات السياسية. فالجمهور، وإن كان لا يُدرك ذلك بشكل واعٍ، يميل إلى تفسير لغة الجسد كمؤشر على الثقة، الصدق، أو القيادة. ومع ذلك، لا يزال هناك نقص في الدراسات التي تُحلل بشكل منهجي كيفية استخدام لغة الجسد في الملصقات السياسية لتعزيز التأثير وقناع الجماهير نحو اعتناق فكرة معينة أو انتخاب أحد مرشحي هذا الحزب أو ذاك، خاصة في السياقات الثقافية

¹ مديرة تربية بغداد الرصافة الثالثة

او الديموغرافية للمجتمعات المختلفة التي قد تُغير من تفسير هذه الإشارات. ومما تقدم تبرز لنا مشكلة البحث بالتساؤل التالي: ما دور خطاب الجسد الترويجي في تصميم الملصق السياسي؟

ثانياً – أهمية البحث والحاجة اليه:

يمكن لأهمية البحث ان تسهم على المستويين النظري والتطبيقي.

- يُسعى بالبحث إلى اغناء المكتبات وافادة الباحثين والدارسين في مجال الاختصاص.

- يمكن ان يسهم البحث بزيادة فاعلية مهارات المصممين العاملين في مجال التصميم الكرافيكي حيث تتضح أهمية خطاب لغة الجسد، كعامل حاسم في تعزيز فاعلية الملصق السياسي، لما له من القدرة على التأثير النفسي والعاطفي على الجمهور. كما تكمن أهمية دراسة هذا الموضوع في النقاط التالية: تعزيز التواصل غير اللفظي: لغة الجسد، مثل تعبيرات الوجه، وضعية الجسم، أو إشارات اليدين، وأيضا وسائل تواصل غير لفظية تنقل المعاني بشكل مباشر وسريع. في الملصقات السياسية.

ثالثاً – هدف البحث: التعرف على خطاب الجسد ودوره الترويجي في تصميم الملصق السياسي.

رابعاً – حدود البحث:

مسوغات اختيار حدود البحث:

حدثة الظاهرة المدروسة، فالحملات السياسية الانتخابية الأمريكية لعام 2024 تعد من احدث النماذج التي شهدت التوظيف المكثف لوسائل التواصل البصري والرمزي للغة الجسد في الملصقات السياسية، كما ان للحد المكاني (الولايات المتحدة) والتي تعد من الدول الرائدة في توظيفها لاستراتيجيات التواصل البصري والاعلان السياسي.

- الحد الموضوعي: دراسة خطاب الجسد ودوره الترويجي في تصميم الملصق السياسي

الحد المكاني: نماذج للملصقات سياسية أمريكية والمنشورة على الموقع الشهير (www.Pinterest.com)

- الحد الزمني: (2024)

خامساً : تحديد المصطلحات :

الخطاب:

لُغةً: مصدر من خطابٍ خاطبه ومخطبة، والاصل المرجعي المعجمي لمفردة الخطاب تعني مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام خطابا ومخاطبة. والخطاب عند العرب هو الكلام المسجع والمنثور ونحوه، والخطاب مثل الرسالة، لها اول ولها اخر (Jamal. 1985.p361) اصطلاحاً: نجد في كتابات العرب المتنوعة، تعاملهم مع مصطلح الخطاب، على وضوح مفهومه لديهم اذ يصرح على انه توجيه الكلام نحو الغير للإفهام، او قولاً يفهم به المخاطب شيئاً. (mustafa. 2017.p78) ويتوسع معناه الى (البيان الشافي لكل قصد) (jalalaldin.2020.p600)

اجرائياً: رسالة موجهة بشكل قصدي من المرسل الى المستقبل لغرض اقناعي لمفهوم او فكرة معينة وهي عملية للتغيير والتوجيه في الأفكار والبناء الذهني في مجتمع ما عبر وسيلة مؤثرة مثل الملصقات السياسية.

الجسد:

لُغةً: جسم الإنسان ولا يقال لغيره من الأجسام المتغذية، ولا يقال لغير الإنسان جسد، من خلق الأرض.

والجسد: البدن، تقول منه: تَجَسَّدَ، كما تقول من الجسم: تجسَّم. وقد يقال للملائكة والجنّ جسد؛ (Mohammed. 2005.p353)

اصطلاحاً: يتنوع تعريف الجسد حسب تنوع المجال العلمي او الثقافي او الفلسفي، لذا فان الجسد يوصف بامتلاكه الحضور الكلي للأفعال والسلوكيات ويتنوع بتنوع المجتمعات. (Herbert. 1996.p337)

اجرائياً: يحدد تعريف الجسد وفقاً للسياق التطبيقي او الغرض الاجرائي منه، لذا فانه يعرف على انه أداة للتعبير ونقل الافكار في مجتمع ما، عبر أحد وسائل التواصل المتعددة ومنها الملصق السياسي.

الترويج:

لغة: مصدر رَوَّجَ، عملية تسويق تهتم بتشجيع اعمال البيع / روح الشيء: جعله منتشرًا وأكثر تداولاً (majdalden.1971.)
اصطلاحاً: مجموعة من الأنشطة الاتصالية تقوم بها مؤسسات ما أو افراد، لنقل الأفكار أو الخدمات أو السلع لجمهور مستهدف، الغاية منه التأثير على سلوكياتهم واقبالهم عليها، ومن ادواته: الإعلان بمختلف انواعه وكذلك العلاقات العامة والتسويق المباشر (Philip. 2017.p27)
اجرائياً: هو استعمال للعناصر المرئية مثل الصور والخطوط والألوان والاشكال، لإنشاء ملصقات تهدف الى جذب الانتباه وتسويقها اعلانياً لتعزيز الوعي وتحفيز الجمهور المستهدف على تبني رأي أو اتخاذ اجراء معين.
الملصق السياسي: هو وسيلة مرئية تستعمل لنقل رسالة سياسية أو فكرية محددة للجمهور، يهدف منها التأثير على الراي العام وتوجيه سلوكيات الافراد نحو موقف معين لدعم قضية ما أو معارضة سياسية أو لتحفيز المشاركة في حدث وطني أو سياسي (yasen. 2023.p525)

الفصل الثاني

المبحث الأول:

أولاً: الخطاب

مر مفهوم الخطاب بعدة مراحل (فالبحوث الحديثة منحت مصطلح الخطاب زخماً جديداً في الدراسات الأدبية والفلسفية والفنية، مما دفع به الى التداول لمجالات على أوسع نطاق، ليس لأنه يوصف بمصطلح تقني فقط، بل لأنه يوصف كنظرية أو أداة للتحليل، فهو ممارسة لغوية اجتماعية متصلة بموضوع ما، فهو حدث يقتضي اثراً انشائياً متجاوزاً الأثر الجمالي، ووسيلة للتواصل اللغوي داخل احد السياقات، لذا فسلطة الخطاب بمعناها السياسي والاجتماعي توصف على انها مجموعة من العلاقات ذات قوة تفعل فعلها في هذا العالم) (abdallahman.2012.p23) وبهذا المعنى نجد ان الخطاب قد تجاوز حدود النص ليكون عابراً ومرتبطة بمضمون الموضوع واطراف الخطاب .

وتعد الملصقات ومنها الملصقات السياسية، احدى أدوات الدعاية التي تستعمل للتأثير المباشر في خطاباتها مع الجماهير (اذ تعرف كأدوات وتقنيات مؤثرة على الفعل البشري، ومحاولة في تغيير سلوكيات الافراد وافكارهم ومواقفهم) وقد تأخذ عدة اشكال في توظيفها في تصميم الملصقات السياسية، ومنها العبارات الكتابية والألوان واستخدامها لصور ذات ايماءات جسدية وبمدلولات واضحة بخطاباتها مع الجماهير) (akrm.2023.p352) ومن هذا نجد ان الملصقات السياسية تعد كحجر أساس في الاتصال المرئي في الحملات والدعايات سواء كانت حكومية وطنية أو حزبية وفي ظل الانفتاح الفكري والثقافي أدرك العالم الخارجي اهمية القوى الكامنة للخطاب الاعلامي (اذ تحول الخطاب الاعلامي الى خطاب دعائي والذي يعد عبارته عن عمليات اتصاليه راميته الى التأثير بالأفراد والجماعات وبالتالي السيطرة على السلوك الغريزي بما يخدم اهداف المخططات الدعاية عبر مناشدة العواطف لا العقل) (balhuseen. 2018.p250) ومما سبق الخطاب السياسي يُعرف بأنه اللغة أو الرسائل التي يستخدمها السياسيون أو الأفراد أو المؤسسات للتعبير عن آرائهم، أو للتأثير في الرأي العام، أو لتحقيق أهداف سياسية معينة.

اهداف الخطاب

للخطاب اهداف يؤدها وعبر وظائف يمكن اجمالها على النحو التالي: (Mohammed. 2010.p158)

1-الوظيفة الابلاغية أو الإخبارية: وهدفها ابلاغ جمهور المتلقين عن مضمون الخطاب والتأثير فيهم.

2-الوظيفة المرجعية: وهي تؤكد على وجود شفرة مشتركة ومفهومة بين طرفي الخطاب.

3-الوظيفة التواصلية: وهي التي تؤكد على بقاء الصلة مستمرة في عملية التخاطب.

وللخطاب أساليب يمكن ان يعبر عن تلك الوظائف، وهي:

1-أسلوب الخطاب المباشر: ويتسم بالمباشرة في عملية الطرح وبالإحالات البسيطة الى مضمون الخطاب.

2-أسلوب الخطاب الضمني: وهدفه إيصال معنى الخطاب عبر رموز تأويلية غير مباشرة.

3-أسلوب الخطاب الإيحائي: وهدفه إيصال مضمون الخطاب عبر رموز مباشرة أو ضمنية، بمعنى: قد يكون مباشراً في بعض جوانبه، الا انه يومئ بأفكار أخرى.

ثانياً: خطاب الجسد

يعد الجسد الانساني ذو اهمية كبيره في صياغة التعابير اللغوية (وهذه التعابير اللغوية لجسد الانسان فارزه ليست مقصوده على ما اخذى من افواه الرواة او بطون الكتب وانما حسب الهدف الاساسي والنظر الكلية التي تكشف عن علاقات دلاليه والمأخوذة عن كل جزء او عضو من اعضاء الجسد الانساني والتي تعد ثروة لغوية كبيره في إطار تعبيرات الجسد (Mohammad. 2006.p9). كما يعد خطاب الجسد أحد الظواهر اللغوية غير المنطوقة (كالإيماءات والاشارات التي ينتجها الجسد اذ تصبح لحركات الجسد وظيفة تواصلية خلافا للتواصل اللفظي القائم على الوحدات الفونيمية) وايضا لغة ووسيلة مهمة من وسائل الاتصال غير اللفظي توظف للتعبير عن افكار الانسان ومشاعره واحاسيسه ويتطلب وجود مرسل ومستقبل لها وتقوم على اساس النسق اللغوي غير المنطوق كالاشارات والايماءات (Qassim. 2024.p92) ومن هنا تبين اهمية لغة الايماءات الجسدية واشاراتها في نقل الافكار والآراء والعواطف والمشاعر وحتى حين تتوقف عن السنتنا تلك اللغة اللفظية لعدة اسباب الا ان لغة الايماءات تبقى مستمرة في عملية التواصل ولا تتوقف عن أدائها للتعابير المختلفة.

ويقوم الخطاب السياسي بعملية اقناع للجهة الموجه اليها الخطاب عن طريق عدة وسائل مدعمة بالبراهين والحجج منها الوسائل اللغوية المنطقية الصحيحة والمناسبة مع المتلقين من جمل تعبيريه او صور او استخدام لغة الجسد التي تتناسب مع المقام والموقف السياسي (فالخطاب السياسي يُعرف بأنه اللغة أو الرسائل التي يستخدمها السياسيون أو الأفراد أو المؤسسات للتعبير عن آرائهم، أو للتأثير في الرأي العام، أو لتحقيق أهداف سياسية معينة. يشمل الخطاب السياسي مجموعة واسعة من الأشكال مثل الخطب، البيانات، المقالات، أو حتى المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، ويتميز بقدرته على تشكيل المواقف والمعتقدات من خلال استخدام الإقناع، العاطفة، أو الحجج المنطقية وبلغة الجسد) (van. 2008.p308)

ويتفاوت تعريف الجسد الانساني حسب المدارس الفلسفية والتيارات المختلفة الا انه بشكل عام يتمركز بحاله تعالق بين المادة والروح ووعاء يحمل الوعي او العقل ووسيلة الانسان في تفاعله مع العالم لتحقيق وتجربه المعنى والتعبير عن الذات وعن طريقه يدرك العالم ، وايضا محمل ومشحون بالدلالات الرمزية والمعاني الاجتماعية والثقافية وهو كونه مجرد كيان مادي وانما وسيط دلالي بين الانسان والعالم وخطاب الجسد عن طريق الايماءات والاشارات هي حاله للتواصل المستمرة في تواصلها مع الآخرين (واذا كانت اللغة اللفظية منطوقا كانت او مكتوبة فيمكن عن طريقها ان تخفي المشاعر وحتى الكلب على الآخرين على عكس لغة الجسد فأنها تكشف ما نخفيه دائما وكثيرا ما تفضح امام الآخرين اي (لغة الجسد) ولها اهميتها وقدرتها التعبيرية وحيويتها كما تتخذ اللغة المنطوقة من لغة الجسد عكازا لأغراض تعبيريه واسعه المدى تشمل كل اشكال وسلوكيات الانسان في الحركة والسكون والعواطف والمشاعر (Mohammad. 2006.p15) وهذا الامتزاج اللغوي بين اللغة المنطوقة ولغة الجسد هو ما اتخذته اللغة من تعبيرات لغوية كانت لأعضاء الجسد محورا لها.

تعد الاشارات والايماءات الجسدية بان لها خصوصية ثقافيه ومعنى مختلف لكل مجتمع (اذ تشترك المجتمعات الإنسانية جميعا في استعمالها لإشارات جسدية وايماءات واحده مثل الغمز بالعين او هز الراس وتحريك الشفتين ورفع الحاجبين والتعبير بالأيدي والاصابع الا انها مختلفة الدلالات والمعاني، اذ ان هز الراس يسارا ويمينا دلالة على الرفض دائما الا ان هذه الإشارة دلالة على الموافقة كما في بعض البلدان مثل بلغاريا والهند والباكستان (Mohammad. 2006.p17) ومن هذا نجد تباين دلالات الاشارات والمعاني باختلاف المجتمعات الإنسانية في استخدامها لأعضاء الجسد في مساله التعبير. وايضا ما نجده عند الإنكليز في مسالة التوقير والتعظيم برفع القبعة، لكن تلك الإشارة تعني عند العرب بالتهديد، كما في هذا البيت الشعري (انا ابن جلا وطلاع الثنايا ...متى ما اضع العمامة تعرفوني) فنحن بحاجة الى الوعي بدور اللغة غير اللفظية، بانها أكبر من كونها وسيلة للتخاطب، بل انها أعمق من ذلك بكثير في تجسيد أعماق الروح الإنسانية وفي الثقافة والهوية. تطور الاتصال غير اللفظي في العقود الأخيرة (فالباحثين في علم الاجتماع واللغة وعلم النفس، قد بحثوا بالطرق التي تستعمل بها لغة الجسد، لكن في

السنوات الحالية وما يناهز الأربعين سنة الأخيرة، نجد انه تم الاتفاق على المزيد من معاني وحركات الجسد في خطاب الانسان مع سائر الناس) (ahmed.2020.p266) وتعد لغة الجسد مخرجاً للكم الهائل من الأفكار والمشاعر والأحاسيس في خطاب الانسان والتي لا ينطق بها (اذ ان الانسان مهما كان يتمتع بقدرة على التواصل الجيد مع الآخرين خلال الكلام المنطوق والذي يتمثل بنقل نصف المعنى للكلام، والنصف الباقي تتكفل به لغة الجسد) (peter.2003.p9) فاللغة المنطوقة في عدة مواقف عرضة لسوء الفهم، الا ان لغة الجسد غير ذلك. والاستخدام الجيد والصحيح للغة الجسد يساعد في توصيل الرسالة الى جمهور المتلقين بصورة اكبر وبالتالي اقناع بتغيير الآراء لمحتوى ومضمون الرسالة في الملصق السياسي (فالساسة يعدون من اكثر الشخصيات في المجتمع بعدم مصداقيتهم، الا انهم لهم القدرة على اقناع الجمهور بصورة اكثر فاعلية ونجاحاً، بما أعطوا من الاهتمام الكبير للغة الجسد) (peter.2003.p38) وفي الاتصال مع الآخرين يكاد ان يكون مستحيلاً التوقف عن الاتصال غير اللفظي (فكثيراً ما تتحرك الايدي في التعبير اكثر من الكلام، وفي حالة الابتسام والعبوس وفي تشابك الاذرع والحركة المستمرة باتجاه الأشخاص والأشياء او تتحرك بعيداً عنها، وطريقة الوقوف والتكلم والاكل والايماءات، بالمجمل تعطي من المعلومات ما يكشف عن الشخصية بشكل كبير ولغة الجسد هذه، تعد كخطاب ووسيلة من وسائل الاتصال بين الناس وكذلك للتعبير عن مشاعرهم) (ahmed.2020.p266) ولغة الجسد، تعد كوسيلة رئيسية يمكن من خلالها بيان مشاعر الفرح والحزن او الامتعاض او الإشارة بالأيدي او باقي أجزاء الجسد، كرموز واشارات نستطيع عن طريقها التعبير عن الانفعالات والمشاعر المختلفة (اذ ان لغة الجسد الدور الأسرع في توصيل الأفكار والرسائل المختلفة باستخدام الرأس وتعابير الوجه واليدين والاشارات والايماءات المختلفة) (huda.2013.p156)

تعد لغة الجسد من الاحتياجات المهمة للسياسيين في العمل السياسي والدعاية والتي منها الملصق السياسي كونه احد الادوات او الوسائل الدعائية (فالساسة يحتاجون الى التواصل بشكل فعال بمعينه التعابير الكلامية الى لغة الجسد فالناس تتأثر تأثراً كبيراً بلغة جسد الشخص الذي يتواصلون معه، فعلى السياسيين وغيرهم من القادة ان يكونوا على معرفه ودراية بلغة جسدهم لأنها في الغالب ما توضح الى الجماهير وبشكل عام ان الشخص اذا ما شعر بالتوتر او عدم الارتياح بشأن امر ما فان ذلك ينعكس على طريقته تحريك الايدي او القدمين او تعابير الوجه من الايماءات او حتى الرمض بشكل متكرر) (Joe Navarro www.kiranvoleti.com) دور لغة الجسد في تصميم الملصقات السياسية

1. تحويل السلطة والثقة

في الملصقات السياسية، غالباً ما يُصور المرشحون في أوضاع تعكس القوة والثقة. على سبيل المثال، خلال حملة باراك أوباما الرئاسية في عام 2008، استخدمت ملصقات "Hope" صورة له وهو ينظر إلى الأعلى بوجه واثق، مما يرمز إلى التفاؤل والقيادة. هذه الوضعية، وفقاً لدراسة إيمي كادي حول لغة الجسد والسلطة، تُعزز إدراك الجمهور للمرشح كشخصية قوية وقادرة على القيادة (Cuddy, 2015, p. 112).

2. التواصل الوجداني مع الجمهور

لغة الجسد يمكن أن تُستعمل لإنشاء صلة وجدانية مع الناخبين. على سبيل المثال، في ملصقات الحملات العربية، غالباً ما يظهر المرشحون بابتسامة بشوشة أو بإيماءات منفتحة (مثل مد اليدين)، مما يعكس الانفتاح والتواضع. دراسة أجرتها جامعة كامبريدج عام 2018 أشارت إلى أن "الإيماءات المفتوحة تزيد شعور الجمهور بالثقة بنسبة 30% مقارنة بالأوضاع المغلقة" (Cambridge University Press, 2018).

3. الرمزية الثقافية

تختلف معاني لغة الجسد باختلاف الثقافات. في الدول العربية، قد تُستعمل إيماءات مثل وضع اليد على القلب للتعبير عن الصدق والاحترام، بينما في الغرب قد تُفضل الإشارة بالإبهام لأعلى كرمز للتفاؤل. هذا يستدعي من مصممي الملصقات فهم السياق الثقافي للجمهور المستهدف.

أمثلة عملية

ملصقات هتلر النازية: استخدمت الدعاية النازية صور هتلر في وضعيات ثابتة مع ذراع مرفوعة، مما يعكس السيطرة والقوة المطلقة. هذه الرمزية كانت تهدف إلى ترسيخ صورته كزعيم لا يُقاوم (Welch, 1993, p. 67).

حملة ترامب 2016: ظهر دونالد ترامب في ملصقات بوقفة ثابتة وإيماءات حادة، مما عزز صورته كرجل أعمال قوي وشديد. ملصقات عربية محلية: في بعض الدول العربية، يظهر المرشحون بجلايب تقليدية وهم ينظرون مباشرة إلى الكاميرا، مما يعكس الثقة والارتباط بالهوية الثقافية.

ومما سبق فإن لغة الجسد في الملصقات السياسية ليست مجرد شكل جمالي، بل أداة ذات أهمية تؤثر في فهم الجمهور وردود أفعالهم. عبر انتقاء الوضعيات والحركات بعناية، تستطيع الحملات السياسية تقوية رسائلها وتحقيق غاياتها. ولكن، هذا يحتاج إلى معرفة متينة بالواقع الثقافي والنفسي للجمهور المستهدف. في المحصلة، تبقى الملصقات السياسية مزيجاً مميزاً بين الفن والعلم، حيث تقوم لغة الجسد بدور الرابط بين المرشح والناخب.

ثالثاً: الترويج:

كلمة "الترويج" بشكل عام: تعني التثقيف أو التعريف حول شيء ما، بهدف تسهيل بيعه. ويعرف الترويج أيضاً (بأنه التوافق بين جهود البائع لإنشاء قنوات معلومات لتسهيل عملية بيع المنتج أو الخدمة أو الفكرة). (samer. 2011.p19) والتسويق الفعال يعتمد على الترويج كأداة أساسية للتواصل بين المؤسسات أو الأحزاب، وما تعرضه من خدمات وأفكار، والجمهور المستهدف. ولهذا، هو نشاط متخصص يركز على نظام اتصالي، حيث تنتقل المعلومات من المصدر إلى المتلقي عبر وسيلة أو أكثر، بهدف التأثير عليهم وتشجيعهم وتحفيزهم على تبني أفكار وأراء معينة، مما يؤدي إلى زيادة أعداد الناخبين. والترويج السياسي، مهارة وعلم يهدف إلى التأثير على الرأي العام والحصول على دعم الناخبين لمرشح أو حزب أو فكرة سياسية محددة. تعتبر الملصقات السياسية من أقدم وأكثر الأدوات فعالية في هذا المجال، فهي تجمع بين الكلمات القصيرة والصور البصرية لإيصال رسائل مؤثرة في وقت محدود. في هذا السياق، (فالترويج السياسي، عملية مخططة تهدف إلى تشكيل انطباع إيجابي عن المرشح أو الجهة السياسية لدى الناخبين. حسب "برنارد هينيسي" في كتابه الرأي العام، "الدعاية السياسية الناجحة تركز على إدراك البيئة الثقافية والاجتماعية للجمهور المستهدف" (Hennessy, 1992, p. 45). تعتمد الحملات السياسية على أساليب متعددة مثل الخطابات والإعلانات التلفزيونية والملصقات، لكن الملصقات تظل فعالة بسبب قدرتها على الانتشار السريع والتكلفة المنخفضة والوصول إلى عدد كبير من الجمهور. والترويج ضمن سياق هذا البحث: مجموعة تقنيات موجهة لتحفيز الجماهير على الاقتناع بالأفكار المطروحة للحزب أو المنظمة وأيضاً لمرشحها (اذ يعتبر أحد الوظائف التسويقية التي تحقق الاتصال الحيوي والفعال ما بين المنظمة والحزب وما بين الجمهور المستهدف) (ymena. 2013.p17)

وظائف الترويج:

1. إثارة الاهتمام: تهدف أنشطة الترويج إلى الوصول إلى الجمهور والتأثير في مشاعره، ويقوم المسوقون بتذكيرهم برغباتهم وتطلعاتهم واحتياجاتهم.
2. تقديم معلومات: تزويد الجمهور بمعلومات عن المرشح الجديد وما يقدمه من إنجازات مستقبلية، وتعريفهم بالضمانات المتوفرة. (ali. 2009.p37)
3. تحقيق التوقعات: يعتمد الترويج على آمال الناس، والتي تتحقق عند انتخاب المرشح. ومن أهداف الترويج (العمل على تغيير الآراء والاتجاهات والانماط السلوكية ذات الطابع السلبي لدى الجمهور، إلى آراء واتجاهات وانماط سلوكية إيجابية، نحو الخدمة أو الفكرة التي جاء بها المرشح عن الحزب، وأيضاً تعميق الأفكار الإيجابية لدى الجمهور نحو المرشح بهدف دفعهم لانتخابه عبر طرق مقنعة (Mohammad.2009. p1)

ومما تقدم، نجد أن الترويج من الأنشطة المهمة سواء على المستوى العام وعلى المستوى الحكومي والمنظمات والأحزاب والانتخابات، ومما زاد من أهمية الترويج في تلك الأنشطة هو عدة أسباب ندرج منها: (Samir. 2011.p19)

- 1-بعد المسافة بين المؤسسات (حكومات وأحزاب) والجمهور، مما يتطلب لوجود الاتصال والتفاهم بين الطرفين.
- 2- زيادة الخيارات للمرشحين والتنوع الكبير من المطروح في الساحة الانتخابية
- 3- اشتداد حالة المنافسة المختلفة مما يتطلب القيام بالنشاط الترويجي لكسب الصراع التنافسي
- 4- التطور الكبير الذي حصل في وسائل الاتصال المختلفة
- 5- للترويج دور كبير في زيادة مستويات الوعي عند الجماهير من خلال تزويدهم بالمعلومات والإرشادات حول الخيارات والوعود الايجابية التي سوف تتحقق مستقبلا.
- 6- استخدام وسائل الإعلان ومنها الملصقات السياسية المختلفة بشكل واسع مما يعطي زيادة في أهمية النشاط الترويجي.
- 7- رصد المبالغ الكبيرة من قبل الأحزاب والحكومات على النشاط الترويجي بحيث أصبح يأتي في المراتب الأولى للأنفاق الحزبي.
- ان نجاح الترويج في الحملات الانتخابية يتوقف على مدى تطبيق واهتمام المؤسسات والأحزاب للإعلانات الملائمة ومنها الملصقات السياسية على الجمهور المستهدف (وايضا القدرة على معرفه الخصائص السلوكية والديموغرافية للجمهور مع الاخذ بالاعتبار زيادة حده المنافسة بين الاحزاب ومرشحهم فارزه وظهور تقنيات الاتصال الحديثة والتكنولوجيا المعلومات لذا أصبح من الضروري على الاحزاب معرفه نقاط ضعفها وقوتها واستغلال ما يمكن من الفرص للحفاظ على مكانتها ومستوياتها بين الجمهور (ymena. 2013.p144)
- والترويج ضمن سياق هذا البحث: مجموعة تقنيات موجهة لتحفيز الجماهير على الاقتناع بالأفكار المطروحة للحزب او المنظمة وأيضا لمرشحها (اذ يعتبر أحد الوظائف التسويقية التي تحقق الاتصال الحيوي والفعال ما بين المنظمة والحزب وما بين الجمهور المستهدف)
- (ymena. 2013.p17)
- ومن هذا يعد الترويج من النشاطات التسويقية المتخصصة وذات نظام اتصالي يتم عن طريقه بتغذية المعلومات من المرسل الى المستقبل، عبر عدة وسائل اتصالية كالإعلانات والملصقات السياسية وغيرها من وسائل التواصل المرئية بهدف اقناع والاستمالة السلوكية للجماهير وبالتالي زيادة عدد الناخبين.
- الترويج البصري:**
- يعد الترويج البصري أداة تسويقية أساسية في وقتنا الحالي. ويعتمد هذا على استخدام عناصر بصرية كالصور، المقاطع المصورة، الرسوم والتصاميم، كالمصقات، بغرض لفت انتباه الناس وتوصيل رسائل معينة بأسلوب ناجح ومؤثر. في عالم مليء بالبيانات والمحتوى، وأصبحت القدرة على التميز والتأثير البصري مسألة ضرورية لنجاح الحملات الترويجية للانتخابات وكذلك للترويج عن الأفكار سواء كانت للحكومات أو الأحزاب وبناء صورة ذهنية لدى الجماهير. (ففي البيئة التنافسية في أوقات الانتخابات، تكافح الأحزاب والتيارات السياسية المختلفة من اجل زيادة الدعم الجماهيري لهم، وافضل طريقة لتحقيق تلك الأهداف هو السعي والنظر الى أهمية الترويج البصري ، اذ يساعد هذا الترويج الأحزاب على بناء صورة إيجابية وقوية لمرشحهم، على اعتبار ان الترويج البصري، عملية يتم عن طريقها جذب الناخبين وتحفيزهم وخلق انطباعات جيدة في اذهانهم، وتفيد تلك الجهات السياسية عبر تشكيل رؤية تتميز بالأصالة والشفافية وقناة مهمة للتواصل مع الجمهور (huda.2021.p540)ذا يعد الترويج البصري، مزيجاً من الفن والعلم، يجمع بين الإبداع والتخطيط للوصول إلى مشاعر الجماهير وأفكارهم. وإنه عنصر أساسي في عالم التسويق الحديث في الجانب التسويقي الاقتصادي والاجتماعي والسياسي كما في الانتخابات عبر الملصقات السياسية، حيث تتخطى الكلمات حدودها، والصورة تصبح لغة عالمية تخاطب الجميع. وتكمن فعالية الترويج البصري في قدرته على إيصال المعلومة إلى الجمهور بسرعة كبيرة. الإنسان مفطور على معالجة الصور المرئية أسرع من النصوص، والدراسات تؤكد أن الدماغ يعالج الصورة في وقت قياسي. هذا مما يجعل الترويج المرئي أداة ممتازة لجذب الانتباه في وقت قصير، خاصة مع شدة التنافس على اهتمام الجماهير على وسائل التواصل والإعلانات الرقمية ومنها الملصقات السياسية.

رابعاً: الملصق السياسي:

تعد الملصقات الإعلانية من أقدم طرق التواصل مع الجمهور، فهي قادرة على التخاطب مع الأفراد والمجموعات في الأماكن العامة والخاصة، (فقد انتشر استخدامها عالمياً، كما في أوروبا في القرن التاسع عشر على يد الفنان الفرنسي تولوز لوترك، الذي ابتكر ملصقات مسرحية وغيرها، ووصل عددها إلى الألف، وكذلك اشتهر الفنان الفرنسي جول شيريه في هذا المجال، واعتبرت تلك الملصقات تحفاً فنية بفضل جمالها وروعته) (muhmamd.2022.p521) كما تُعد هذه الوسيلة أيضاً من أدوات التواصل التي تقدم معلومات ممزوجة بالأساليب الإعلانية حول خدمة معينة، بهدف التأثير على سلوك المتلقين. والملصقات تستخدم رسائل محددة، هدفها الأساسي توجيه الناس نحو فكرة معينة. ولكن أيضاً، (يمكن استخدامها كأداة بصرية للتعبير عن الأفكار، فهي تعتبر شكل من أشكال الاتصال المرئي. والملصقات تستخدم قوة الكلمات والصور معاً؛ لتبسيط الرسائل، وتوصيلها للجمهور. إذ تتكون الملصقات من مجموعة من العناصر المرئية مثل: الألوان والأشكال والنصوص والصور، لعمل تصميم مؤثر. كما تسمح بالتعبير عن رؤية المصمم، وتوضيحها للقارئ. (Bevlis. 1970.p13)

المبحث الثاني:

الوحدات البنائية في تصميم الملصقات

أولاً - الصور والرسوم: تُعد الصور من العناصر البنائية الهامة التي تُسهم في إيصال الأفكار عبر خلق لغة موضوعية بصرية في تصميم الملصق. تبرز أهمية الصور من أدوارها المعرفية مع المتلقي، فهي تُوصف كأداة رئيسية في جذب الانتباه، ودعم إدراكات المتلقين للنصوص اللفظية، وتقديم معانٍ إضافية معززة لقيم تلك النصوص، بالإضافة للمساهمة في عملية التذكر عبر المحفزات المتعددة في محتوى الصور. (Muhammad.2004.p7) الصور هي إحدى وسائل التعبير التي تتضمن وظائفها لأغراض متعددة، يختارها المصمم لإبراز مضمون الرسائل الإعلانية في الملصق، ولها مميزات التأثير الفعال على الجمهور. فالصورة ليست شكلاً ضمنيًا في التصميم، بل ضرورة لها مقوماتها في تجسيد وصياغة الأفكار. لذلك، يتم اختيارها بشكل مقصود وواضح لتحقيق أهداف وغايات الملصق في جذب المتلقين وإحداث أثر تحفيزي فيهم. (وتُعد الصور في الملصق مدرّكاً بصرياً غير ملفوظ، يعتمد على مبدأ التشابه والمطابقة للواقع الاجتماعي، سواء كانت الصور فوتوغرافية أو مرسومة، فإنها تساهم وتدعم فهم رسالة الملصق وللافكار المراد إيصالها إليهم) (warqaa. 2022. p254) بناءً على ذلك، نجد أن استخدام الصور والرسوم، وخاصة العنصر الإنساني، في تصميم الملصقات السياسية يعمل على جذب انتباه الجمهور، لما تحمله مظاهر التعبير الجسدي من الانفعالات المختلفة، خاصة انفعالات الوجوه، وما تحمله من مشاعر الفرح والحزن أو الخوف وغيرها من التعابير الجسدية. لذا، فإن تحقيق هذه المظاهر الجسدية يجعل الملصق أكثر جاذبية وانتباهاً لجمهور المتلقين، مقارنة بالملصقات التي لا تحتوي على الصور والرسوم.

ثانياً - العنوانات الرئيسية والفرعية والعبارات الكتابية

تمثل العبارات الكتابية في تصميم الملصقات بشكل عام وحدات بنائية هامة، وذلك لإسهامها في شرح الجوانب المحورية لموضوع وقضية الملصق. تُعد هذه العبارات من الشواهد الهامة في نجاح توصيل الفكرة، إذا ما تم توظيفها بشكل فعال ومدرّوس عند بناء النص البصري للملصق. وذلك بالابتعاد عن الإفراط في استخدام الكلمات والنصوص، والتركيز على عرض الفكرة والمضمون بشكل مباشر ومرتبطة بالمعاني المصورة، وتفسيرها بأسلوب مشوق ومفهوم وجذاب ومثير للعواطف والانفعالات. ويجب أن تكون الخطوط المستخدمة في الملصق السياسي واضحة وسهلة للقراءة ومناسبة لموضوع الملصق. (للعبارات والنصوص الكتابية في الملصق أدوار مهمة وإبداعية في التأثير والإقناع، وتأتي مرافقة لصور الملصق ومفسرة لها) (Hossam.2012.p88) كما يلجأ المصمم غالباً لشرح الفكرة المصورة في الملصق عن طريق العنوانات أو العبارات الكتابية، مما يؤدي إلى اهتمام المتلقين وإثارة انتباههم وزيادة الفهم وتوضيح معاني الملصق لذلك، يجب مراعاة أن تكون العبارات في الملصقات الموجهة مفسرة لحركة الجسد في خطاب الملصق السياسي للجماهير.

ثالثاً: الألوان

تعد الألوان جزءاً مهماً في تصميم الملصقات السياسية، إذ أنها تؤثر بشكل كبير في لفت الأنظار، وإيصال الرسائل، وتحريك المشاعر لدى الجماهير. وإنما ليست مجرد اختيار ذوقي، بل وسيلة فاعلة في التأثير النفسي والثقافي للمحتوى السياسي. وتستخدم الألوان في الملصقات، لجذب الانتباه وإثارة الخيال والحماسة. وتختلف الألوان المستخدمة حسب الفئة العمرية والثقافية في كل مجتمع. يمكن استخدام الألوان لتمييز الملصقات بناءً على نوع وموضوع الملصق، وتمارس الألوان أدواراً تأثيرية عند توظيفها مع الصور والرسوم والكلمات في تصميم الملصقات، وذلك عن طريق نقل الإحساسات بكل دلالاتها ووظائفها الجمالية والدلالية (shaker. 2008.p129). تستخدم الألوان في الملصقات لإضفاء الحيوية والجاذبية على التصميم، وللمساعدة في التمييز بين المواضيع المختلفة في الملصق. يستخدم اللون أيضاً لرسم الأشخاص والأشياء المختلفة التي تظهر في الملصقات، مما يعزز جاذبية المظهر العام للملصق. يمكن استخدام الألوان لنقل الرسائل الاجتماعية، مثل التحذير من الخطر وتشجيع العمل الإيجابي، وهي مهمة للمجتمع. وتعتبر الألوان من العناصر الأساسية في تصميم الملصقات، فهي تساعد على جذب الانتباه، وتخدم العديد من الوظائف الترويجية للأفكار المطروحة. على سبيل المثال، يعطي اللون الأحمر إحساساً بالقوة والحيوية والتحذير من المخاطر، والأزرق يمثل شعوراً بالاستقرار والثقة، والأخضر يمثل الطبيعة والنمو، والأصفر يمثل السعادة والحرية، والبرتقالي يمثل الحركة والنشاط والتفاؤل. وأيضاً اختيار الألوان التي تكمل وتدعم فكرة وموضوع الملصق (wala. 2024.p374).

ومما سبق نجد ان الملصقات السياسية لا تعد كمجرد وسيلة دعائية، وإنما هي اداة تواصل مرئي قوية تجمع بين فن التصميم الجرافيكي والرسائل السياسية مشكلة بذلك الوعي الجمعي للجماهير لإنتاج تأثيرات عاطفية وفكرية بالاعتماد على الاقناع البصري عبر جراءة الالوان والرموز المباشرة او كرفع السلاح او المطرقة او التعابير والايماءات للوجوه وسائر الاعضاء الجسدية، كاليد القابضة او استعمال تعابير لوجوه بشعة تشبه وتمثل العدو. وغيرها من الافكار التي يمكن ان يعبر عنها وتجسد في تصميم الملصق لإثارة الحماس وردود فعل غاضبه او لخلق شعور بالواجب الملح نحو خدمة الوطن لذا فالملصق السياسي يعد سلاحاً لتعميق التأثير النفسي خاصه اذا ما تم توظيف لغة الجسد فيه، فالالاتجاه والنظر المباشر للعيون في بعض الملصقات، يصرح بان (لا للاستسلام) ويشعر ويعبر بالمشاركة المباشرة، واما في حاله النظر الى الاعلى فإنها توجي الى الامن بغد مشرق بصور بعض الملصقات وهم في حاله قبضة اليد المشدودة كما في (الشكل 1) فأنها توجي للقوه كمصقات الرئيس الروسي لينين او الرئيس الاميركي ترامب وكذلك اظهار الشخصيات المنحنية الظهر، والتي تجسد ضعف وانهازام الجنود الاعداء كما في الملصقات الحربية وايضا في استعمال الاذرع الممتدة كما في تصميم الملصق المشهور للعم سام (شكل رقم 2) والذي يمثل (امريكا تحتاجك) لجذب المتطوعين للحرب وفي توظيف عدده شخصيات لمجموعات بشرية متلاصقة والتي يعبر عنها عن وحده الشعب، او في تصوير حاله التصادم في الاجساد او في القبضات للدلالة على الصراع كما في الملصق (شكل رقم 3) الذي يمثل الصراع الصيني والاميركي. فالملصق السياسي الناجح والذي يراد به تحريك المشاعر او لتغيير المواقف، لابد ان تكون لغة الجسد جزءاً اساسياً وليس تفضيلاً ثانوياً للتعبير عن سردية مواقف القوة والضعف والامل والخطر. وعلى المصمم في تصميمه للملصق السياسي ان لا يروج او يبيع منتجاً وإنما يصنع وعياً لدى الجماهير. وبالتالي، الملصقات السياسية تُعتبر أداة إستراتيجية للتواصل المرئي تتجاوز حدود الدعاية التقليدية لتُصبح وسيلة لتكوين الوعي الجماعي والهوية السياسية. تعابير الجسد تُعد العنصر الأكثر أهمية في هذه العملية، حيث تُجسد القيم والمشاعر بأسلوب مباشر ومؤثر. لكن، يتطلب نجاح الملصقات إدراكاً عميقاً للسياقات الثقافية والنفسية، إلى جانب الإبداع في التصميم والتكامل مع التكنولوجيا الحديثة. عبر مراعاة هذه العوامل، يُمكن للملصقات السياسية أن تُحدث تأثيراً دائماً في تشكيل آراء الجمهور وتصرفاتهم.



شكل (3)



شكل (2)



شكل (1)

مؤشرات الاطار النظري

1. التفاعل الديناميكي للخطاب: الخطاب ليس مجرد عملية أحادية الاتجاه، بل هو تفاعل ديناميكي يتشكل من خلال التفاعل بين المرسل (المصمم أو الحزب السياسي) والمتلقي (الجمهور)، مع الأخذ بنظر الاعتبار السياقات الاجتماعية والثقافية التي تُحدد استقبال الرسالة. هذا التفاعل يُعزز من قدرة الملصقات السياسية على التكيف مع التغيرات في الرأي العام.
2. الرمزية في لغة الجسد: لغة الجسد في الملصقات السياسية لا تُستخدم فقط للتعبير عن المشاعر، بل كرمز للقيم الاجتماعية والسياسية. على سبيل المثال، الإيماءات المفتوحة (مثل مد الذراعين) قد ترمز إلى الشمولية والانفتاح، بينما القبضة المشدودة تُعبّر عن المقاومة أو القوة.
3. تأثير التكنولوجيا على الخطاب البصري: مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت الملصقات السياسية تُصمم لتكون متوافقة مع المنصات الرقمية، مما يتطلب تصميمات موجزة وجذابة بصرياً تتناسب مع سرعة استهلاك المحتوى عبر الإنترنت.
4. الأثر النفسي للألوان: الألوان في الملصقات السياسية تُستخدم لتحفيز استجابات عاطفية محددة. على سبيل المثال، الألوان الدافئة (مثل الأحمر والبرتقالي) تُحفز الحماس والطاقة، بينما الألوان الباردة (مثل الأزرق والأخضر) تُعزز الشعور بالهدوء والثقة. هذا التأثير النفسي يُعتبر مؤشراً أساسياً في تصميم الملصقات.
5. السياق التاريخي للملصقات السياسية: الملصقات السياسية لها جذور تاريخية عميقة، حيث كانت تُستخدم في الحروب العالمية والثورات لتعبئة الجماهير.
6. دور الثقافة في تفسير الخطاب: الخطاب في الملصقات السياسية يخضع للتفسيرات الثقافية التي تختلف بين المجتمعات. على سبيل المثال، إيماءة رفع الإبهام قد تُفسر كعلامة إيجابية في الغرب، لكنها قد تحمل دلالات سلبية في بعض الثقافات الشرقية. هذا يُبرز أهمية التصميم المحلي الذي يراعي الخصوصيات الثقافية.
7. الترويج كاستراتيجية اتصالية: الترويج السياسي يُعتمد كاستراتيجية اتصالية تُركز على بناء هوية بصرية للمرشح أو الحزب. هذه الهوية تُعزز من خلال الملصقات التي تُصمم لتكون متسقة مع القيم والرسائل التي يريد الحزب إيصالها.

الفصل الثالث – إجراءات البحث

أولاً-منهج البحث:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي في التحليل، من أجل الوصول الى النتائج، وبالتالي تحقيق هدف البحث.
ثانياً-مجتمع البحث: حُدد مجتمع البحث من الملصقات السياسية التي احتوت مضامينها على مواضيع خاصة بالترويج السياسي للقضايا الوطنية والانتخابات، إذ بلغ عددها على 4 ملصقا والتي نفذت في الفترة (2024)، والمنشورة على الموقع الالكتروني (<https://www.pinterest.com>)

ثالثاً-عينة البحث:

تم اختيار النماذج البحثية بطريقة قصدية غير احتمالية، وبواقع (2) انموذج، ونسبة 50% من مجتمع البحث، للمبررات التالية:

- اختيار نماذج لها صلة بموضوع البحث.
- استبعاد بعض النماذج المتشابهة، واختيار نماذج مختلفة مغطيه بذلك مجمل موضوع البحث.
- تنوع الموضوعات التي تناولتها تلك الملصقات السياسية المختارة.
- أداة البحث: تحقيقاً لهدف البحث، تم القيام بتصميم (استمارة التحليل) بالاعتماد على ما أسفر عنه الإطار النظري لهذا البحث.

رابعاً-تحليل نماذج العينة:

انموذج: (1)

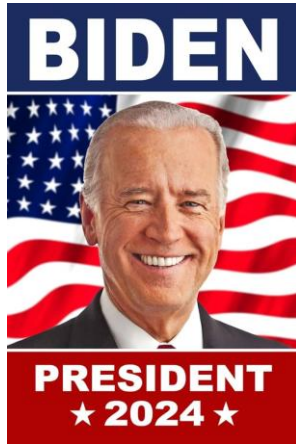
مصدر الإعلان: <https://www.pinterest.com>



الوصف العام: ملصق سياسي يحتوي على صورة لشخصية الرئيس الأمريكي دونالد ترامب في انتخابات 5 نوفمبر 2024، مع عبارات مثل "TRUMP سيفوز في 5 نوفمبر 2024 100%" وشعارات مثل "TRUMP" و"اجعل أمريكا عظيمة". الملصق ملأ بالرموز الوطنية الأمريكية مثل الرايات والنجوم، مما يعزز الإحساس بالانتماء الوطني.

التحليل

ارتبط خطاب الجسد في بنية هذا الملصق السياسي الظاهرية شكلياً بلغة الجسد فوضعية الأذرع المرفوعة بقوة: هذه الوضعية تُبرز القوة والثقة والسيطرة. ورفع الأذرع بشكل متماثل يعطي انطباعاً بالانتصار والتفائل، وهي إشارة غالباً ما تُستخدم في السياقات السياسية لإثارة حماس الجماهير وإظهار الزعامة. أما الوقوف خلف المنصة، فالمنصة تعزز صورة السلطة والرسمية. إذ إنها تُظهر الشخص كمتحدث رسمي أو قائد يخاطب الجمهور، مما يعطي انطباعاً بأنه مستعد لقيادة البلاد. والتعبير من خلال الوجه: فإن السياق العام (يدل على نظرة واثقة مع ابتسامة خفيفة تدل على الشخص المسيطر وكذلك الأذرع المرفوعة، والشعارات الوطنية الإيجابية) يوحي بتعبير واثق ومتفائل، وهو ما يُستخدم لجذب المؤيدين وبث الأمل. ونقل الثقة والقوة للغة الجسد، مثل رفع الأذرع أو الوقوف بثبات، والتي تُظهر المرشح كشخصية قيادية يمكن الاعتماد عليها. وإثارة العواطف عن طريق الوضعيات الديناميكية تُحفز الحماس والشعور بالنصر لدى الجمهور، مما يعزز الدعم العاطفي. ويتم تعزيز الرسالة السياسية عبر لغة الجسد التي تُكمل الشعارات المكتوبة في هذا الملصق السياسي. في هذا الملصق، ووضعية ترامب تدعم فكرة "الفوز" والعودة العظيمة لأمريكا. والرمزية الوطنية. لذا نجد أن لغة الجسد في الملصقات السياسية: تُعد أداة فعالة للتأثير على الجمهور بصرياً وعاطفياً، حيث تُكمل الرسائل النصية وتُعزز جاذبية المرشح.



انموذج: (2)

مصدر الإعلان: <https://www.pinterest.com>

الوصف العام:

: ملصق سياسي يحتوي على صورة لشخصية الرئيس الأمريكي جو بايدن في انتخابات 5 نوفمبر (2024) بناءً على لغة الجسد والعناصر الترويجية والتركيز على الهوية والسلطة مع خلفية للعلم الأمريكي، وعبارات كتابية في أعلى وأسفل الملصق

التحليل:

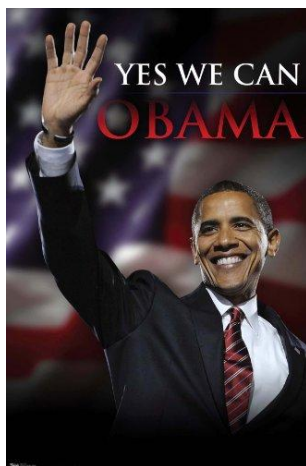
يظهر خطاب الجسد في هذا الملصق السياسي، التوازن بين الرسمية والود، إذ جمع الملصق بين صورة رسمية (بدلة رسمية) وابتسامة، مما خلق توازنًا بين السلطة والتفاعل الإنساني، والذي يناسب شريحة واسعة من جمهور الناخبين. فلغة الجسد الافتراضية بناءً على السياق العام والوضعية الجسدية للرئيس الأمريكي بايدن تظهره واقفًا باستقامة وكتفين مفتوحين وهذا يعكس الثقة والقيادة. إذ توظف تلك الوضعية المستقيمة، غالبًا لنقل الاستقرار والقوة. أما التعبير من خلال الابتسامة الودية: تُعزز الانفتاح والقرب من الجمهور. وإظهار كلمة (BIDEN) بخط كبير وعريض تُبرز الهوية الشخصية، مما يخلق ارتباطًا مباشرًا بين الاسم والشخصية. أما توظيف كلمة (PRESIDENT) أسفل الاسم تؤكد الشرعية السياسية وتذكير جمهور الناخبين بمنصبه الرئاسي الحالي، مما يعزز الثقة فيه كقائد قائم. وايضا توظيف رقم عام (2024) تُشير إلى الاستمرارية والتجديد، مما يوحي بالطمح للبقاء في السلطة وربط الحملة بمستقبل الجمهور. وللعناصر المرئية والألوان الأخرى المستعملة في هذا الملصق السياسي كاللون الأزرق والذي وظف كدلالة للون الحزب الديمقراطي، لارتباطه الرمزي بالثقة والاستقرار والولاء، مما يعزز صورة بايدن كرمز للأمان مع وجود رموز وطنية (مثل العلم الأمريكي) والذي يُضفي طابعًا وطنيًا ويؤكد المشاعر حول الهوية المشتركة. والاستمرارية مقابل التغيير اتضحت بتركيز الملصق على عام (2024) والذي نجده يستهدف جمهور الناخبين الراضين عن أداء الرئيس جو بايدن، مع التأكيد على الحاجة لإكمال المشوار.

التحليل:

انموذج: (3)

مصدر الإعلان: [https://homeloft.ch/products/24x36-barack-obama-yes-we-](https://homeloft.ch/products/24x36-barack-obama-yes-we-can-art-poster-print)

can-art-poster-print



الوصف العام: ملصق سياسي يحتوي على صورة لشخصية الرئيس الأمريكي باراك أوباما (Obama) وبالزي الرسمي، مع التركيز على الهوية الأمريكية من خلال توظيف العلم الأمريكي في الخلفية، وأيضا توظيف لعبارات كتابية لاسم الرئيس أوباما مع عبارة باللغة الإنكليزية (yes we can) نعم نحن نستطيع

التحليل:

ان تحليل لغة جسد الرئيس الأمريكي أوباما في هذا الملصق السياسي، تشمل على وضعية الجسم: إذا كان يظهر واقفًا وبظهر مستقيم وكتفين مفتوحين، وهذا يعكس القيادة والثقة، أما الإيماءات برفع اليدين أو الإشارة إلى الجمهور يُظهر التواصل المباشر والانفتاح، مما يعزز الشعور بالتقارب مع جمهور الناخبين. فتعايير الوجه والابتسامة الواسعة والواقعة تظهر التفاؤل والأمل ونجدهما محورين رئيسيين في تصميم هذا الملصق السياسي لحملته الانتخابية. إذ كانت الصورة تُظهر الرئيس أوباما في مركز الملصق، وهذا يعكس التركيز على القيادة الفردية. واستخدام لغة الجسد والعناصر البصرية في هذا الملصق السياسي كخطاب يهدف إلى: تجسيد الأمل من خلال معايير الوجه الإيجابية

وتعزيز الشرعية عبر الربط بالتراث السياسي الأمريكي كتوظيف العلم الأمريكي وتحفيز المشاركة عبر خطاب جماعي ("نحن"). للتأثير النفسي على جمهور الناخبين. وجاء التبسيط البصري في هذا التصميم الواضح والخطوط القوية التي تسهم في جذب الانتباه وجعل الرسالة سهلة الحفظ. وأيضاً في التفاعل العاطفي عن طريق الجمع بين الألوان واللغة التحفيزية للغة الجسد وللعبارات الكتابية والتي نتج عنها توازناً بين العقلانية والعاطفة، مما يشجع على الثقة في القيادة. وفي توظيف الشعار "YES WE CAN" استعمل الخط بتباين عال مع الخلفية لإبراز الرسالة، مما يعكس الثبات والثقة، وهي خصائص ارتبطت بحملة أوباما الانتخابية. فكلمة (WE) (نحن) تُظهر التركيز على المشاركة الجماعية للجماهير، مما يعزز فكرة الوحدة والتضامن مع المصوتين ويقلل من الفردية ويربط النجاح بالجمهور، بينما تعزز الرموز المرئية شرعية القيادة وتاريخها.. مع دعم الجمهور (ممثلاً في الشعار). أما السياق التاريخي والرسالة السياسية ارتبط بشعار "YES WE CAN" وبحملة أوباما الانتخابية، التي ركزت على التغيير وتجاوز الخلافات. لذا نجد أن في هذا الملصق تم التركيز على خطاب الجسد والعناصر البصرية والنصية بشكل متكامل لنقل الخطاب الترويجي لرسالة الوحدة والتغيير والثقة، والتي كانت من العوامل الأساسية والفاعلة في خطاب أوباما.

الفصل الرابع

نتائج البحث:

- شهدت تصاميم الملصقات السياسية للنماذج (1،2،3) تكاملاً بين العناصر البصرية (لغة الجسد، العبارات الكتابية، الألوان) مما عزز في وضوح الرسالة واسهم في تحقيق تأثير فكري وعاطفي كبير على جمهور المتلقين.
- وجد في النماذج (1،2،3) الاهتمام بالنظم البنائية والعلاقات بين الصور الموظفة والعنوانات مما أسهم في إضفاء راحة بصرية لخلوها من التشويش البصري.
- أسهم توظيف عناصر لغة الجسد للنماذج (1،3) للرئيس ترامب والرئيس اوباما، والمتمثلة برفع الايدي الى تأثيرات عاطفية لدى الجمهور وكذلك للفت الانتباه والايحاء بالقوة والسيطرة للمرشح.
- استعملت في كل النماذج، صوراً أظهرت لغة الجسد والمتمثلة بالابتسامة على الوجوه، مما اعطى انطباعات للتواصل الإيجابي مع الجمهور والتي توحى بالثقة والاقتراب والود.
- الابتعاد عن التكثيف في الشكلي للصور في كل النماذج التي وظفت في الملصقات، مما أدى الى الجذب البصري بدون تشويش.
- تم توظيف اللون الأبيض في العبارات الكتابية لكل النماذج (1،2،3) دلالة على نقاء سريرة المرشحين، مما يعكس رسالة مضمرة لدى الناخبين من وراء هذا القصد في الاختيار اللوني.
- مثلت وضعية الوقوف باستقامة في النماذج (1،3) انعكاساً إيجابياً ودلالة على الثقة والقيادة.

استنتاجات البحث:

- 1- تكامل العناصر البصرية واللفظية: نجاح الملصقات السياسية يعتمد على التكامل بين العناصر البصرية (الصور، الألوان، لغة الجسد) والعناصر اللفظية (العبارات الكتابية).
- 2- تأثير السياق الزمني: فعالية الملصقات السياسية تتأثر بالسياق الزمني للحملة. على سبيل المثال، في أوقات الأزمات (مثل الحروب أو الاضطرابات الاجتماعية)، تكون الملصقات التي تستعمل لغة الجسد القوية (مثل الإيماءات الحازمة) أشد تأثيراً في تعبئة الجماهير مقارنة بفترات الاستقرار.
- 3- دور التخصيص في التصميم: الملصقات السياسية الناجحة تصمم بناءً على دراسة دقيقة للجمهور المستهدف، بما في ذلك العمر، الثقافة، والتوجهات السياسية. هذا التخصيص يعزز من قدرة الملصق على التأثير في سلوك الناخبين.
- 4- تأثير العولمة على الملصقات: العولمة ساهمت في تبادل الأساليب البصرية عبر الثقافات، مما أدى إلى ظهور تصميمات هجينة تجمع بين الرموز المحلية والعالمية. على سبيل المثال، قد تستخدم ملصقات عربية إيماءات عالمية مثل الإبهام المرفوع مع رموز محلية مثل الجلباب التقليدي.
- 5- تحديات التكنولوجيا الرقمية: مع انتقال الملصقات إلى المنصات الرقمية، ظهرت تحديات جديدة مثل تشتت انتباه الجمهور بسبب كثرة المحتوى. هذا يتطلب تصميمات أكثر إبداعاً وإيماءات جسدية مكثفة لافتة الانتباه في ثوانٍ معدودة.
- 6- الأثر طويل المدى للملصقات: الملصقات السياسية لا تؤثر فقط خلال الحملات الانتخابية، بل يمكن أن تساهم في تشكيل الذاكرة الجمعية على المدى الطويل.
- 7- أخلاقيات استخدام لغة الجسد: استخدام لغة الجسد في الملصقات يتطلب مراعاة الأخلاقيات، حيث إن الإيماءات المغلوطة أو المبالغ فيها قد تثير انطباعات سلبية أو تسيء إلى فئات معينة من الجمهور. هذا يبرز أهمية التصميم المسؤول.
- 8- تأثير التنوع الثقافي: في المجتمعات متعددة الثقافات، يجب أن تصمم الملصقات بحيث تراعي التنوع الثقافي لتجنب استبعاد فئات معينة. على سبيل المثال، استعمال إيماءات محابدة ثقافياً يمكن أن يوسع من قاعدة الجمهور المستهدف.

التوصيات:

يوصي الباحث:

- ضرورة الاهتمام من قبل المؤسسات الحكومية والأحزاب السياسية، للأدوار الكبيرة التي تؤديها الملصقات السياسية عن طريق توظيف لغة الجسد في خطابها لرفع مستوى الوعي الثقافي والفكري لدى الجماهير المستهدفة.
- قيام المؤسسات الحكومية والأحزاب السياسية بخطوات جادة لطباعة ملصقات سياسية وتوزيعها، واعتماد الخبرة والمهارة المتخصصة في لغة الجسد عند تصميم الملصقات السياسية وعدم استعمال الأساليب التلقائية في التصميم ومراعاة لغة الخطاب البسيطة والغير معقدة الموائمة للفئات العمرية للجماهير.

المقترحات: يقترح الباحث القيام بالدراسات التالية:

- 1- دور لغة الجسد في الحملات الاجتماعية فيما بين الرسالة الإنسانية والتأثير الكرافيكي.
- 2- أثر الايماءات الجسدية واتجاه النظر في توجيه عين المتلقي داخل التصميم الإعلاني.

Conclusions

- 1-Integration of Visual and Verbal Elements:** The success of political posters depends on the integration of visual elements (images, colors, body language) and verbal elements (written phrases). This integration enhances the clarity of the message and contributes to a greater emotional and intellectual impact on the audience.
- 2-The Impact of Temporal Context:** The effectiveness of political posters is influenced by the temporal context of the campaign. For example, during times of crisis (such as wars or social unrest), posters that use strong body language (such as assertive gestures) are more effective in mobilizing the masses compared to periods of stability.
- 3-The Role of Personalization in Design:** Successful political posters are designed based on a thorough study of the target audience, including age, culture, and political orientations. This personalization enhances the poster's ability to influence voter behavior.
- 4-The Impact of Globalization on Posters:** Globalization has contributed to the exchange of visual styles across cultures, leading to the emergence of hybrid designs that combine local and global symbols. For example, Arab posters might use global gestures such as the thumbs-up with local symbols such as the traditional robe.
- 5-Challenges of Digital Technology:** With posters moving to digital platforms, new challenges have emerged, such as audience distraction due to the sheer volume of content. This necessitates more creative designs and impactful, attention-grabbing body language that can be effective in seconds.
- 6- The Long-Term Impact of Posters;** Political posters don't just have an impact during election campaigns; they can contribute to shaping collective memory in the long term. For example, Obama's "Hope" poster has become a cultural symbol associated with political optimism.
- 7-The Ethics of Body Language:** Using body language in posters requires ethical considerations, as inappropriate or exaggerated gestures can create negative impressions or offend certain audience groups. This highlights the importance of responsible design.
- 8-The Impact of Cultural Diversity;** In multicultural societies, posters must be designed to be culturally inclusive to avoid excluding certain groups. For example, using culturally neutral gestures can broaden the target audience.
- 9-The Power of Visual Symbolism;** Political posters transform abstract ideas (such as freedom or power) into tangible visual symbols, making them easier for audiences to understand and internalize. Body language plays a crucial role in this process by embodying these symbols.

References

- 1.Abu al-Fadl Jamal al-Din ibn Manzur. Lisan al-Arab. Adab al-Hawza Publishing, Qom, Iran, 1405 AH, Volume 1.
- 2.Mustafa Abdul Kazim Al-Hasnawi. The Concept of Discourse among the Ancients. Al-Qadisiyah Journal for Arts and Sciences, 2017, Volume 17, Issue 4.
- 3.Al-Suyuti, Jalal al-Din Abdul Rahman. Tafsir al-Jalalayn. Dar al-Qalam for Printing and Distribution, Beirut, 2020.
- Muhammad ibn Makram. Lisan al-Arab. Dar Sader, Beirut, 2005.4
- 5.Herbert Read. Education through Art. Egyptian General Book Authority, Cairo, 1996.
- 6.Al-Fayruzabadi, Majd al-Din Muhammad. Al-Qamus al-Muhit. 2nd Edition, Dar al-Kutub al-Ilmiyya, Beirut, 1971, Entry: Rawwaja.
- 7.Kotler, Philip. Marketing Management. Dar al-Marikh for Publishing, Riyadh, 2017.
- 8.Yassin and Ammi Nasser. Political Mobilization in Contemporary Graphic Art. Al-Academy Journal, Issue 110, 2023.
- 9.Al-Shammari, Muhammad Badiwi. Features of Renewal and Closure in Contemporary Islamic Media Discourse. Academic Scientific Journals, Volume 2, Issue 8
- 10.Akram Muhammad Rashid. Investigating Iraqi Electoral Propaganda Posters. Journal of the College of Education, University of Wasit, 2023, Volume 2, Issue 51.
- 11.Muhammad Abdul Hamid. The Effects of Press Photography. Alam al-Kutub Publishing, Cairo, 2004.
- 12.Muhammad Zakaria Sultan. The Influence of the Chinese Environment on Poster Design. Journal of Architecture, Arts, and Humanities, Issue 4, Egypt, 2022.
- 13.www.maktaba.net. Hussam Hassan. Marketing the Egyptian Way (E-book), 2012.
- Dijk, T. A. van. Discourse and Power. Palgrave Macmillan, 2008.14
- 15.Abu Bakr Muhammad Rasoul. The Discourse of the Body in Abu Nuwas' Poetry. Diyala Journal for Humanistic Research, Volume 1, Issue 100, 2024..
- 16.Huda Malik Shabib. The Use of Body Language in Television Advertising. Media Researcher, Issue 21, 2013.
- 17.www.kiranvoleti.com. Kiran Voleti. Body Language for Political Leaders: The Importance of Body Language for Political Leaders, 266
- Hennessy, Bernard. Public Opinion. Brooks/Cole Publishing, 1992.18
- 19.kotler, Philip & Gary Armstrong. Principles of Marketing. Prentice Hall, 2017

- 20.Huda Osman. The Importance of Visual Promotion in Conveying Institutional Identity. Journal of Architecture and Humanities, Volume 6, Issue 29, 2021.
- 21.Muhammad Abdo Hafiz. The Promotional Mix. 1st Edition, Dar al-Fajr for Publishing and Distribution, Cairo, 2009.
- 22.Yamina Boukhoun. The Role of Advertising in Sales Promotion. Master's Thesis, University of Biskra, Algeria, 2013.
- Bevli Hillier. Posters. New York, 1970.23
- 24.Shaker Abdel-Hamid. Visual Arts and the Genius of Perception. Al-Ain Publishing House, Egypt, 2008, p. 129.
- 25.Soviet Posters in Times of the Great Domestic War: National and Regional. Russia, 634050, Tomsk, pr. Lenina, 136. DOI: 10.17223/18272685/40/12..
- 26.Bevli Hillier: Posters. New York. 1970
- 27.Shaker. 2008. p129 Shaker Abdel-Hamid. Visual Arts and the Genius of Perception. Al-Ain Publishing House. Egypt. 2008.
- SOVIET POSTERS IN TIMES
THE GREAT DOMESTIC WAR: 1941-1945
DOI 10.17223/18272685/40/12
- 28.NATIONAL AND REGIONAL Russia, 634050, Tomsk, pr. Lenina, 136
- 29.The guiding role of the political poster during the two world wars
and its impact on the recipient
- 30.Walaa Hosni, Journal of Arts & Humanities
Vol. 13, 2024, pp.374 -384. Doi: 8.24394/ JAH.2024 MJAS-2402-1207
- 31.www.kiranvoleti.com.kiran voleti. Body Language for Political
(Leaders: The Importance of Body Language for Political Leaders 266
- 32.Cuddy, Amy. (2015). Presence: Bringing Your Boldest Self to Your Biggest Challenges. Little, Brown Spark.)
- 33.Cambridge University Press. (2018). "The Impact of Nonverbal Communication in Political Campaigns".)
- 34.Welch, David (1993). The Third Reich: Politics and Propaganda. Routledge.
- . (Hennessy, Bernard. (1992). Public Opinion. Brooks/Cole Publishing.)
- 35.Principles of Marketing “(Prentice Hall) Philip Kotler & Gary Armstrong) 2017 Do campaign posters trigger voting based on looks. Michael Herrmann1· Susumu Shikano2 Published online: 11 May 2020 © The Author(s) 2020.Original Article
- 36.Dijk, T. A. van. 2008. Discourse and Power. Palgrave Macmillan