

The Awareness posters and their role in the face of intellectual extremism "Analytical sociological study"

Dr. Mirna Dalala*

(Received 21 / 8 / 2019. Accepted 23 / 9 / 2019)

□ ABSTRACT □

Conventional wisdom maintains that images hold “power” to sway public opinion, to move us to action and to ultimately “change history.”

The Directional poster is one of the images of the advertisement, which aims to spread the message by convincing the public and encouraging it to accept a range of ideas and information. It also plays a major role in the development of the cultural, social and political awareness of individuals and contributes to raising the public taste. It is a creative value with visual and emotional qualities. On the other hand, the phenomenon of intellectual extremism is one of the important problems that deserve to be studied, because it poses a real danger to all societies.

Accordingly, this study aimed to emphasize the role of advertising poster on the one hand; and its role in facing the most serious problem faced by societies, namely intellectual extremism. Therefore, the problem of research on how to activate the role of advertising poster awareness in the development of awareness of visual culture, and activate its role also in the face of extremism and the dissemination of cultural awareness and community to accept the other. The research is based on the premise that the advertising poster can be used to change the individual's culture towards accepting the other and confronting extremism.

Key Words: Awareness posters, Intellectual extremism.

* Assistant professor- Department of Sociology, Faculty of Arts- Tishreen University-Lattakia-Syria.

الملصقات الإعلانية التوعوية ودورها في مواجهة التطرف الفكري "دراسة سوسيولوجية تحليلية"

الدكتورة ميرنا أحمد دلالة*

تاريخ الإيداع 21 / 8 / 2019. قبل للنشر في 23 / 9 / 2019

□ ملخص □

تقول الحكمة التقليدية: إن للصورة "قوة"، تستطيع التأثير على الرأي العام، وتدفعنا تجاه الأفعال، وفي النهاية يمكن لها أن "تغير التاريخ". ويعدّ الملصق التوعوي أحد صور الإعلان الذي يهدف إلى نشر الرسالة الإعلانية عن طريق إقناع الجمهور، وحثّه على تقبل مجموعة من الأفكار والمعلومات؛ وله أيضاً دور رئيس في تنمية الوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي لدى الأفراد، كما يساهم في رفع الذوق العام. فهو قيمة إبداعية بمقومات بصرية ووجدانية. بالمقابل فإن ظاهرة التطرف الفكري من الإشكاليات الهامة التي تستحق الدراسة، كونه يشكل خطراً حقيقياً على المجتمعات كافة. لذلك هدفت هذه الدراسة إلى التأكيد على دور الملصق الإعلاني التوعوي من جهة؛ ودوره في مواجهة أخطر مشكلة تواجه المجتمعات، وهي التطرف الفكري من جهة ثانية. وعليه، تتمحور مشكلة البحث حول كيفية تفعيل دور الملصق الإعلاني التوعوي في تنمية الوعي بالثقافة البصرية، وتفعيل دوره أيضاً في مواجهة التطرف ونشر الوعي الثقافي والمجتمعي نحو تقبل الآخر. كما يقوم البحث على فرضية أنه يمكن الاستفادة من الملصق الإعلاني التوعوي في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر ومواجهة التطرف.

الكلمات المفتاحية: الملصق الإعلاني التوعوي، التطرف الفكري.

* أستاذ مساعد ، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية

مقدمة:

إنّ ظاهرة التطرف الفكري - والتي تتمثل في الخروج عن القواعد الفكرية أو الثقافية التي يرتضيها المجتمع لأيّ موقف من المواقف - ليست وليدة عصر التقنية، لكنّها انتشرت لتخرج من نطاق الحالات الفردية لتصبح إحدى الظواهر الاجتماعية المميّزة للعصر الراهن مع اختلاف الثقافات والمجتمعات.

ويكمن الجانب الخطير في هذه الظاهرة في بلوغ الاتجاهات السلوكية للعديد من الأشخاص الذين يحملون فكراً متطرفاً إلى حدّ استخدام العنف والإرهاب. وثمة في الحقيقة أسباب كامنة وراء تفشي ظاهرة التطرف الفكري من أبرزها جمود الفكر، وعدم تقبل الرأي المخالف، والافتقار إلى أدب الحوار، وفقر المنطق العقلي في مناقشة الموضوعات الخلافية. وعليه، فقد جهدت العديد من المجتمعات لمواجهة هذه الظاهرة، وكان من بين الوسائل التي تمّ الاعتماد عليها، المصقات الإعلانية التوعوية باعتبارها وسيلة اتصالية مطبوعة لها قيمها الفنية، وشكلها، ومضمونها. يهدف المصمم من ورائها إلى إيصال فكرة معيّنة، لذلك فهي وسيلة فاعلة للاتصال بالجمهور والتأثير فيه، وهذا ما يجعلها وسيلة هامة في مجال نشر الوعي، والتأثير والتغيير في السلوك.

مشكلة البحث:

يُعدّ الملصق الإعلانيّ التوعويّ صورة من صور الإعلان الذي يهدف إلى نشر رسالة عن طريق إقناع الجمهور، وحثّه على تقبل مجموعة من الأفكار والمعلومات. ومن هنا يتجلى دوره في تنمية الوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي لدى الأفراد، ورفع مستوى الذوق العام. بعبارة أخرى، يمكن أن يكون له دور حقيقيّ وفاعل في مواجهة ظاهرة التطرف الفكريّ باعتباره قيمة إبداعية بمقومات بصرية ووجدانية، فهو وسيلة اتصال هامة وضرورية. فضلاً عن ذلك، فهو أحد الوسائل البصرية التي يمكن استخدامها لتغيير فكر ومن ثمّ سلوك الفرد، حيث يؤثر بالإيجاب في الارتقاء بأخلاق وتفكير وسلوك الآخرين إلى حدّ يمكن القول بأنّه أصبح وسيلة لتنمية وتهذيب سلوك الأفراد في المجتمع؛ لأنّه يعلم، ويُنشط، ويتساءل ويُقنع (إبراهيم محمود، 2001).

بالمقابل، فإنّ ظاهرة التطرف الفكريّ من الإشكاليات الهامة التي تستحق الدراسة، كونها تُشكّل خطراً حقيقياً على المجتمعات كافة. لذلك تكمن أهمية هذه الدراسة في التأكيد على دور الملصق الإعلانيّ التوعويّ من جهة؛ ودورها في مواجهة أخطر مشكلة تواجه المجتمعات، وهي التطرف الفكريّ من جهة ثانية. وعليه، تتمحور مشكلة البحث حول كيفية تفعيل دور الملصق الإعلانيّ التوعويّ في تنمية الوعي بالثقافة البصرية، وتفعيل دوره أيضاً في مواجهة التطرف ونشر الوعي الثقافيّ والمجتمعيّ نحو تقبل الآخر. كما يقوم البحث على فرضية أنّه يمكن الاستفادة من الملصق الإعلانيّ التوعويّ في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر ومواجهة التطرف الفكريّ.

أهمية البحث وأهدافه:**أهمية البحث**

تتبع أهمية البحث من خطورة المشكلة التي أصبحت تعاني منها أغلب المجتمعات، وهي التطرف التفكريّ الذي قد يُفسي في أغلب الأحيان إلى سلوك العنف أو الإرهاب. وعليه، فإنّ مواجهة هذه الظاهرة قد أصبح هاجساً حقيقياً

للمجتمعات، وقد يكون الملصق الإعلانيّ التوعويّ أحد الوسائل الهامّة التي يمكن الاعتماد عليها لتحقيق الهدف المنشود، وهو مواجهة ظاهرة التطرف الفكريّ.

أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى:

توضيح كيف يمكن أن يؤديّ الملصق الإعلانيّ التوعويّ دوراً مهماً في مواجهة أخطر مشكلة تواجه المجتمعات، وهي التطرف الفكريّ؟ بحيث يمكن تبنيها كآلية عمل أساسية في التصديّ بشكلٍ فعليّ لهذه الظاهرة، خصوصاً وأننا نعيش في عصر التكنولوجيا والصورة... الخ التي تجذب وتؤثر بشكلٍ أسرع وأكثر في عقل ووجدان الإنسان.

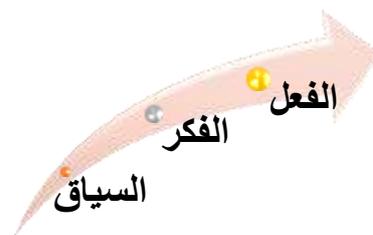
منهجية البحث:

يقع البحث الحاليّ ضمن إطار الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد المنهج الوصفيّ التحليليّ، الذي يمكننا من التوصل إلى معرفة تفصيلية عن مفهوم الملصق الإعلانيّ التوعويّ وإمكانية توظيفه كوسيلة فعّالة في مواجهة التطرف الفكريّ، بالإضافة إلى إمكانية الحصول على كافة المعطيات المرتبطة بهذه الظاهرة الهامة والخطيرة، ومن ثمّ تحليلها مع الإشارة إلى أنّ المنهج الوصفيّ التحليليّ يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي، ويهتم بوصفها وتحليلها تحليلاً دقيقاً. فضلاً عن القيام بتحليل المضمون لبعض الملصقات الإعلانية التي وظّفت لهذا الغرض.

النتائج والمناقشة:

مفهوم التطرف:

يُعدّ التطرف من المفاهيم الجدلية المعقّدة، فمفهوم التطرف والمتطرف أشياء مختلفة لأشخاص مختلفين (Schmid, 2004, p.375). لذلك، يُنظر إلى التطرف على أنّه عملية تعلّم نفسية اجتماعية، وعملية بناء معتقدات واتجاهات نحو الذات والآخر. تتطوّر تدريجياً من السياق Context، إلى الفكر Thought، وأخيراً إلى الفعل Action. كما هو موضّح في الشكل الآتي:



مخطط رقم (1) يبيّن تطوّر عملية التطرف

يرتبط هذا المفهوم بمفاهيم أخرى ذات صلة، وهي توضّح في الحقيقة مدى أو مسارات التطرف، يبيّنها الشكل الآتي:



مخطط رقم (2) يبيّن مدى أو مسارات التطرف

نلاحظ من خلال المخطط السابق، حدود أو مدى التطرف (Crettiez, 2006, p.50)، إذ يمكن النظر للتطرف: من التطرف العام البسيط، حيث يتمركز التطرف عادةً حول اتجاهاتٍ سياسية أو دينية لا تصل لاستخدام القوة أو العنف أو الاستبعاد، وعادةً ما يبقى ضمن العرف العام والقانون؛ أما التطرف العنيف: فهو الإيمان المطلق باستخدام القوة أو العنف واستخدامهما في العلاقات البينية (على مستوى الأشخاص والمجتمعات)، وفي التغيير الاجتماعي. وعليه، فإن فهم أسباب التطرف يستوجب منّا فهم مكوناته وأسبابه على المستويات الثلاثة الموضحة في المخطط الآتي:



مخطط رقم (3) يبيّن مستويات التطرف

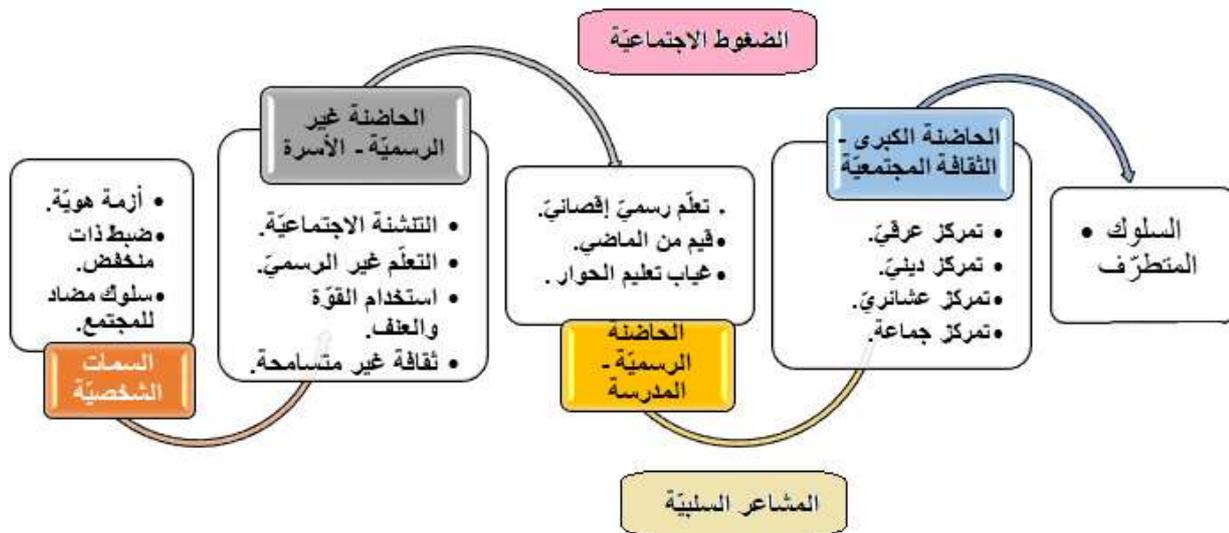
إنّ المستوى الجزئي أو الشخصي يشكّل النزعات والسمات والصفات الشخصية عند الفرد، مثل: العدوانية، وضبط الذات المنخفض، والاندفاعية، والجسمانية. كما يشمل خبرة الفرد في المظالم أو ارتباطه بها، أو عضويته في جماعة متطرفة، أو الشعور بالحرمان النسبي، أو الشعور بالظلم وعدم المساواة. فضلاً عن مدى الانفتاح المعرفي والديني؛ في حين يتمثل المستوى الوسيط بشكلٍ أساسي بالأسرة والمدرسة ودور العبادة التي يتعلّم فيها الشخص سلوكيات وقيم التطرف من خلال ميكانيزم التنشئة الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية. كما يشمل الشعور بالعزلة والحرمان النسبي للجماعة، والشعور بالظلم ضمن الجماعة. وأخيراً المستوى الكلي أو الثقافة المجتمعية التي تشكّل الإطار المرجعي العام لقيم الجماعة المتطرفة، وهي تشمل الضغوط التي تدفع للتطرف عامة.

انطلاقاً ممّا سبق، إنّ سلوك المتطرف ما هو في الواقع إلّا محصلة تفاعلات بين العوامل الشخصية والاجتماعية بمرجعية نظام قيم أيديولوجية متمركزة حول الجماعة والعرق والدين. وهو يُعبّر في بعض الأحيان عن تأقلمٍ سلبي في مواجهة الضغوط وتهديدات الجماعة من الآخر. ومن خلال اطلعنا على العديد من التعاريف التي تناولت مفهوم التطرف، يمكننا استنتاج الأعمدة التي تُشكّل بمجملها البناء المفاهيمي للتطرف، وهي:



مخطط رقم (4) يبين أعمدة التطرف

بناءً على ما سبق، يمكننا القول: أنه ثمة محركات أساسية لفعل التطرف، نوضحها في الشكل الآتي:



مخطط رقم (5) يوضح محركات التطرف الأساسية

نلاحظ من خلال المخطط السابق أنه يوجد عدة محركات للتطرف، وهي:

أولاً. محركات شخصية: ولا بدّ من التنويه إلى أنّ التطرف ليس خياراً شخصياً بحتاً، ولكنه نتيجة طبيعية لتنشئة اجتماعية تراكمية (وهذا كذا قد أشرنا إليه سابقاً)، ولمجموعة تفاعلات تبدأ بالاستعدادات والخبرات الشخصية للفرد. وهو يتطور ضمن مسارات وحاضنات، تُسهّم في تراكم المعتقدات المتطرفة وتُجذّرها عند الشخص. وعليه، كلّ ما سبق يدفع الشخص - على المستوى الفردي - إلى بناء معتقدات وأفكار متطرفة، غير قابلة للنقاش، وهي نتيجة لخبرة الأزمات،

وخاصة أزمة الهوية، وعدم الرضا، والشعور بالظلم. فضلاً عن النظرة الإيجابية للعنف وشرعنته، وانخفاض القدرة على الضبط الذاتي والتي تتزامن مع سمات الاندفاعية والجسمانية والتهور. لذلك يبدأ بترجمة هذه الأفكار والمعتقدات على شكل سلوكيات مضادة للمجتمع.

ثانياً. محركات اجتماعية: وهي تشمل في الواقع حاضنات التطرف بشكليها الرسمي وغير الرسمي، بالإضافة إلى الحاضنة الكبرى التي تتمثل بالثقافة السائدة في المجتمع.

أ. الحاضنة غير الرسمية: تتكون جذور التطرف بدايةً في الحاضنات غير الرسمية. بمعنى آخر، إن القيم والمعتقدات والسلوكيات المتطرفة ما هي إلا نتاج أساليب التنشئة الاجتماعية السائدة والتي تُشكّل الوعود الأولية لبناء أفكار ومعتقدات متطرفة، ومن ثم انتشار التطرف العنيف. وعليه، تُعدّ الأسرة الحاضنة غير الرسمية الأولى، لا بل والمحطة الأساسية والمهمة لبناء نظام معتقدات متطرف.

ب. الحاضنة الرسمية: إن المناهج والكتب المدرسية وأساليب التنشئة الاجتماعية الرسمية والتعليم الرسمي، تُسهم جميعها في تطوير بناء نظم القيم والمعتقدات المتطرفة. فهي حلقة أساسية في تطوير مسارات التطرف (التي أوضاعها سابقاً في المخطط رقم (2)، إما في تعزيزه؛ أو في إحلال فكر متسامح، وبالتالي بناء منظومة قيم ومعتقدات تُعظّم احترام الآخر، وتُعزّز ثقافة الحوار بدل ثقافة العنف والقوة.

ج. الحاضنة الكبرى: وهي تتمثل بالثقافة الاجتماعية المتطرفة. فانتشار قيم التطرف ونبذ الآخر ضمن المجتمع أو حتى بين المجموعات، تُشكّل في الحقيقة المظلة الاجتماعية التي تعمل كوقود للسلوكيات المتطرفة.

علاوة على ما سبق، يمكن أن نضيف أيضاً دور الضغوط العامة في المجتمع - على المستوى الشخصي والجمعي - فهي تُعدّ بمثابة عوامل محفزة للسير في مسارات التطرف، خصوصاً إذا اقترنت بالشعور بالظلم وعدم العدالة والمساواة. مع الإشارة إلى أنه يمكن النظر إلى المشكلات الاجتماعية، مثل الفقر والبطالة وخاصةً عند شريحة الشباب، وتطوير المشاعر السلبية ومشاعر الكراهية على أنها فتيل إشعال حقيقي للتطرف.

التطرف الفكري Intellectual extremism:

هناك أنواع عديدة للتطرف، ولكن سيقصر بحثنا على ظاهرة التطرف الفكري، والذي هو في الإطار العام خروج عن القواعد الفكرية والقيم والمعايير والأساليب السلوكية الشائعة في المجتمع، لدرجة قد يتحوّل من مجرد فكر إلى سلوك ظاهري أو عمل سياسي، يلجأ عادةً إلى استخدام العنف Violence كوسيلة لتحقيق المبادئ التي يؤمن بها كفكر متطرف (الخواجة، 2019، ص3). بعبارة أخرى، إن التطرف الفكري هو المبالغة في التمسك فكرياً أو سلوكياً بجملة من الأفكار قد تكون دينية عقائدية، سياسية، اقتصادية... الخ. تُشعر الفرد - الذي يتبنّاها - بامتلاك الحقيقة المطلقة، وتخلق فجوة بينه وبين النسيج الاجتماعي الذي يعيش فيه وينتمي إليه. الأمر الذي يؤدي إلى غريته عن ذاته وعن الجماعة، ويعوقه عن ممارسة التفاعلات المجتمعية المختلفة (Al-Enezy، 2018، p.220) التي تجعله فرداً منتجاً. أي يصبح فرداً يعاني من أزمة الهوية. لذلك تظهر على الشخص المتطرف جملة من السمات، تجمع بين التوتر والخضوع، وترداد لديه مشاعر الخوف والنظرة التشاؤمية، تدرّج من الانعزالية والاعتراّب والنفور من الآخرين، لتصل إلى العدوانية في القول أو الفعل في محاولة منه لفرض أفكاره ووجهات نظره التي يعتقد دائماً بموضوعيتها، ويؤمن بصحتها. على الرغم من قدرته - في أغلب المواقف - على تقديم الأدلة والحجج التي تُبرهن عليها (البرعي، 2002). لذلك يتبنّى المتطرف اتجاهاً عقلياً وحالة نفسية تسمى بالتعصب Prejudice للجماعة التي ينتمي إليها.

عندما نتحدث عن التطرف الفكري فإنه يتوجب علينا بالضرورة التطرق إلى تجليات ومظاهر هذا النمط من التطرف، يمكن أن نوجزها بالآتي:

1. الميل إلى الخلاف والصراع: فمن الطبيعي أن تختلف آراء الناس وأفكارهم في أمور الحياة تبعاً للخلفية الثقافية التي يحملها كل شخص، والتي تولد أيضاً اختلافاً في الأمزجة والميول والرغبات. وهي حقيقة لا يدركها إلا أصحاب العقول السليمة. بمعنى آخر، يُسلم أصحاب الفكر السوي (الطبيعي) بتعدد الرؤى ووجهات النظر، ويعملون على التواصل مع الآخرين، والانفتاح على العالم، والاستفادة من خبراته وأفكاره دون تسفيهه أو صراع؛ بالمقابل ينزع أصحاب الفكر المنحرف إلى الخلاف والصدام مع الآخرين عند ظهور طيف أي خلاف.

2. التناقض الفكري أو السلوكي: وهذا يشير إلى التناقض بين القول والفعل، أي عدم تلازمهما. ألسنتهم وفكرهم الذي ينشرونه يقول شيئاً؛ وأفعالهم – على المقلب الآخر – تقول شيئاً آخر مختلف ومناقض تماماً.

3. التبسيط المختل: وهي إشارة واضحة إلى أن الشخص المنحرف فكرياً، يعالج الأمور والأشياء والقضايا بنظرة غير متوازنة. بعبارة أخرى، قد ينظر إلى توافه الأمور بجديّة وصرامة؛ في حين ينظر إلى عظام الأحداث بسطحية وبشكلٍ سفيه.

4. تبرير الغايات: يقدمون النصح لغيرهم باستخدام أي وسيلة متاحة في الصراع، ويبررون لأنفسهم ممارسة أي فعل للوصول إلى أهدافهم.

5. تشويه الحقائق: ينسّم أصحاب الفكر المنحرف بقدرتهم على قلب المفاهيم وتشويه الحقائق وطمسها، وتقديم براهين وأدلة غير كافية أو مناقضة للواقع. فضلاً عن استعمالهم الكلمات والمصطلحات بمعانٍ مبهمّة، غير محدّدة؛ أو بمعانٍ متقلّبة ومختلفة.

6. القدرة على التضليل والخداع: فأصحاب الفكر المنحرف قادرون – في بعض الأحيان – ان يخدعوا ويضلّلوا صغار السن والجهلاء من العامّة، والتغريب بهم باستعمالهم اللغة الانفعاليّة في التأثير فيهم وتغييرهم.

ثمّة محاولات عديدة لمعالجة التطرف الفكري، من قرع الحجة بالحجة، ومحاججة الفكرة بالفكرة، والرأي بالرأي. وهذا الأمر هو في الواقع مسألة عويصة ومتشعبة (GENDARMERIE ROYALE DU CANADA, 2011)، وقد نوّهنّا سابقاً إلى إشكاليّة هامّة وداعمة للتطرف الفكري ألا وهي الثورة المعلوماتيّة وتطوّر التقنيات التكنولوجيّة. لذلك ارتأينا أن نبحث في طريقة عصريّة ومواكبة للعصر الذي نعيشه لمواجهة التطرف الفكري انطلاقاً من تأثير الصورة وأهميّتها. بناءً عليه، سنبحث في طريقة الملصق الإعلانيّ التوعويّ كإحدى الطرق العصريّة لمواجهة التطرف الفكري. لكن علينا أن نقدّم لمحة موجزة عن مفهوم الملصق الإعلانيّ.

مفهوم الملصق Poster concept:

الملصق هو وسيلة اتصاليّة موجّهة إلى جمهورٍ غير متجانس، يمكن من خلاله أن نقدّم المضمون الذي يتمثّل بالدلالات والرسوم والمعاني والخطوط والألوان وعناصر أخرى لتحقيق الغرض الذي وجد من أجله (كامل، 1978، ص23). يتبيّن لنا من خلال هذا التعريف، أن أهميّة الملصق تكمن في فكرته ووضوحها. بمعنى آخر، أن يكون متوازناً من ناحية القيمة الوظيفيّة والفنيّة. فضلاً عن أن الملصق وسيلة للفهم المتبادل بين المرسل والمستقبل بهدف إقناع المستقبل من خلال ما يحمله المرسل من أفكار وآراء لها مساس مباشر أو غير مباشر بحياة المتلقّي.

وتجدر الإشارة إلى أنّ كلمة "ملصق" تُطلق على الإعلانات المطبوعة أو المرسومة على الورق أو الخشب أو أي مادة أخرى، تُلصق على الجدران المخصصة. لذلك، فهي تؤدي إحدى الوظائف الإعلامية والدعائية والسياسية والاجتماعية والفنية والإرشادية أو التوعوية والتعليمية لنقل أيديولوجيتها من أجل التأثير في الجماهير وكسبها باعتبارها وسيلة اتصالية سهلة النقل للأفكار والمعاني إلى فئات المجتمع بصورة عامة.

نشأة الملصق وتطوره The origin of the poster and its development:

لقد مرّت المصقات بمراحل عديدة سواء فيما يتعلّق بالتصميم والطباعة واستخدام المواد الأولية، أو بالتوظيف الدعائي لها. ولا يمكن أن نتجاهل تأثيرها بالتطوّر الصناعي وتغيّرها حسب المكان والزمان. وتشير العديد من الدراسات إلى أنّ نشأة الملصق تعود إلى السنوات الأولى لاختراع الطباعة من قبل الألماني يوهان غوتنبرغ Johannes Gutenberg 1445-1438 عند اختراعه أول آلة طبع خشبية، حيث كانت أغلب المصقات تحتوي على مادة كتابية، شملت بيانات ملكية أو تخمينات ضريبية، تُلصق في الكنائس أو في الأماكن العامة (صايات، 1996، ص24).

بعد ذلك قام المصمم وليم كاكستون William Kakston 1477 بتطوير ماكينة الطباعة بحيث تكون أكثر قدرة على طباعة المصقات والمنشورات الدعائية والتجارية وبأقلّ كلفة (حميدي، 1998، ص76). وفي أواخر القرن السادس عشر، انتشرت المصقات الدعائية الإعلانية، وكان من أبرزها الملصق الذي أصدرته جماعة تجارة السمك في بريطانيا (مونرو، 1972، ص18)، وهو يُعدّ أول إعلان يُنشر على شكل نصيحة.

فضلاً عما سبق، فإنّ الاختراعات التي تزامنت مع بداية الثورة الصناعية - وخاصةً في مجال الطباعة الميكانيكية - قد ساهمت في تقدّم إنتاج المصقات، حيث أنتجت مؤسسة روستون في باريس ملصقات ملونة يعود تاريخها إلى عام 1845. التطوّر المهم في المصقات كان قد تجلّى في ظهور الملصق السياسي بهدف تطوير العلاقة بالجماهير، وقد استُخدم منذ الحرب العالمية الأولى، حيث أصبح وسيلة دعائية وظّفت بهدف تشجيع التجنيد للدخول في القوات المسلحة لغرض القتال عن طريق إثارة مشاعرهم (Richards, 1974, p.16). وبعد الحرب العالمية الثانية (1939-1945)، ظهرت تطوّرات فكرية وسياسية جديدة ولدت نتائج جديدة تُعارض الحروب وتدعو للسلام (Hillier, 1974, p.124)، ففي الستينات من القرن العشرين، ازدادت أهمية المصقات السياسية التي كانت سبباً في تعميق علاقتها بالجماهير، نذكر منها على سبيل المثال، المصقات التي ظهرت في كوبا عام 1952 والتي كان لها تأثيرات دعائية، امتازت أيضاً بإيجاد قرابة بين لغة المجتمع وأعمال المصممين (العزاوي، 1974). وأخيراً، نجد في العقدين الأخيرين من القرن العشرين تطوّراً وانتشاراً واسعاً لهذه المصقات.

خصائص الملصق الناجح Characteristics of successful poster:

إنّ نجاح أيّ ملصق يفرض على مصممه الالتزام بجملة من الشروط تتشكّل بمجمّلها خصائص الملصق الناجح. لذلك يجب الأخذ والالتزام بها لضمان نجاحه وتحقيق الهدف منه:

1. الاختيار الصحيح للمفردات: إنّ الاختيار الأفضل والأنسب للكلمات يؤدي دوراً مهماً في أسلوب التأثير في الانفعالات والعواطف. مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة تجنّب الحشو غير المبرر له في النص والعناوين، ومع التأكيد بالمقابل على أهمية الوحدة والانسجام بين المظهر العام للملصق والمادة المذكورة (مونرو، 1972، ص57).

2. التعبير عن الحقيقة: إن أكثر مصممي الملصقات يجسّدون أفكاراً واقعيةً وأحداثاً قد تكون دعائيةً أو سياسيةً أو توجيهيةً أو إرشاديةً توعويةً أو تربيةً أو ثقافيةً أو اجتماعيةً... الخ. لذلك، لا بدّ أن يكون في الملصق جانباً كبيراً من الصدق (منديل، 1979، ص127).

3. التوقيت المناسب: فمن الضروري الالتزام بالوقت المناسب والملائم لطرح موضوع الملصق؛ لأن ذلك يضمن تفاعل الجمهور مع الموضوع، حيث تعود نسبة الاستعداد والتقبّل للملصقات إلى استعداد الجماهير لتقبّل الأفكار. وعليه، يجب أن يرتبط الملصق - بكل أنواعه - بتوقيتٍ زمنيٍّ محدّد ومكانٍ معيّن (ناتان، 1992، ص70).

أنواع الملصقات Types of posters:

يؤدّي الملصق دوراً مهماً في الحياة اليومية، ويكمن دوره بشكلٍ أساسيٍّ في إمكانية توظيفه لمواجهة المشكلات المختلفة التي قد تظهر في المجتمع والبيئة التي يعيش فيها الإنسان. وعليه، ثمة أنواع عديدة للملصقات تختلف حسب الوظيفة والهدف المرجوّ منها:

الملصق السياسي:

وهو يرتبط بالجمهور ارتباطاً مباشراً باعتباره وسيلةً هامةً في نشر الوعي الثقافي والسياسي، وهو ذو طابع فكري سياسيٍّ الوعي الثقافي والسياسي، وهو ذو طابع فكري سياسيٍّ موجّه. يشمل الأحداث السياسية، ويعمل على تجسيد الشعارات والأفكار. يمكن توظيفه للتأثير واستقطاب الجمهور حول فكرة أو موقفٍ معيّن (الواسطي، 1978، ص24).

الملصق التعليمي:

ويُستخدَم هذا النموذج من الملصقات في مجالات التربية والتعليم والتجارة. لذلك، فإن أهدافه تعليميةً وتربويةً واجتماعيةً وثقافيةً وترفيهيةً. كما يُستخدَم كوسيلةٍ إيضاح عند التدريس (منديل، 1979، ص28).

الملصقات الدعائي:

ويُستخدَم بهدف الدعاية السياسية أو بهدف الترويج لسلعة تجارية أو صناعية في الأسواق والأماكن العامة والطرق. إذاً الهدف منه هو الربح. فضلاً عن أنه وسيلة مهمة للمرشحين لكسب أصوات الناخبين عن طريق إظهاره لصور المرشحين وبرامجهم الانتخابية. وعليه، فهو قادرٌ على كسب الجمهور (العزاوي، 1974، ص64).

الملصق السياحي:

يوظّف هذا النموذج من الملصقات بهدف الدعاية السياحية لمواقع سياحية أو اثرية أو دينية. بعبارةٍ أخرى، يمكننا هذا النموذج من إيصال صورة عن الواقع السياحي لمواقع مختلفة قد لا يستطيع المشاهد الوصول إليها. (محمد حسين، 1977، ص5).

الملصق التجاري:

يعمل هذا الملصق على تعميق ثقة الجمهور بالمنتج وجذب انتباهه له، وإبراز فوائده. وهو يطبع في أذهان الجمهور صورة الجهة المعلنة عن طريق تصميم شعار خاص بها والتعريف به.

الملصق الثقافي والفني:

وهو ملصق صادر عن المؤسسات الثقافية والإعلامية. هدفها الأساسي يكمن في تغطية الفعاليات والمهرجانات الثقافية المتعددة.

انطلاقاً مما سبق، نجد أن هناك أنواع من المصقات تبعاً للناحية الوظيفية، وهي:

المصقات التعليمية الإرشادية:

هدف هذا النوع من المصقات، هو نشر المعلومة والرسالة التعليمية وتطبيقها من جانب المتلقي في أقل وقت. وهي تمتاز بالوضوح والبساطة في نقل الفكرة أو الرسالة، مع التأكيد بالمقابل على المحتوى التعليمي التربوي.

المصقات التذكيرية:

الهدف منها هو إيصال بعض الأفكار الاجتماعية والتربوية البسيطة المفهوم والعميقة الفكر. لذلك فهي تمتاز بالحروف المختصرة، واستخدام الكلمات ذات المعاني المؤثرة. أي التي لها وقع على النفس. فهي تضمن رسوخها وثباتها في ذهن المتلقي لفترة طويلة.

المصقات الإخبارية الإعلامية:

هدفها الأساسي تقديم بعض الحقائق عن خبر تم إشاعته، أو عن حادثة وقعت. لذلك، فهي تضمن تقديم تصورات أو حقائق عن المستقبل. وعليه، فهي تحذر سلفاً من الأخطار المستقبلية. ويتسم هذا النوع من المصقات بصعوبة الإعداد لرسالته؛ لأنها ستخاطب في الواقع كافة العقول باختلاف مستوياتها الذهنية والإدراكية، وخلفياتها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

لكن ما يهمنا في هذه الدراسة الوصفية التحليلية هو المصقات الإرشادية التوعوية، لذلك سنستعرض عدة أمثلة توضح لنا أهمية هذه المصقات في مواجهة المشكلة الخطيرة التي تعاني منها أغلب المجتمعات، وهي ظاهرة التطرف الفكري:



Third International Conference on
Fighting Extremism

المؤتمر الدولي الثالث لمكافحة التطرف

The World Is Rising Up
United against Extremism

ملصق رقم (1) في المؤتمر الدولي الثالث لمكافحة التطرف، مكتبة الاسكندرية، مصر

<https://www.bibalex.org/ar/Events/EventDetails?DocumentID=48367&Keywords>

تم عرض هذا الملصق في المؤتمر الدولي لمكافحة الفكرية للتطرف والإرهاب، شارك فيه ما يزيد على 300 باحث ومفكر ومتخصص في قضايا الإرهاب. وقد جاء هذا المؤتمر في إطار برنامج متكامل للمكافحة الفكرية للتطرف، شمل عدة مستويات تبدأ بتعزيز دراسة ظاهرة التطرف على صعيد علم الاجتماع الديني؛ وتأسيس سلسلة مرصد متخصصة في دراسات ظواهر التطرف ونقد خطاب التطرف.



ملصق رقم (2) عن التطرف الفكري 2010 للدكتور محمد بن حمود الهدلاء

<https://www.assakina.com/center/files/6075.html>

يعرض لنا هذا الملصق صورة ليدَي رجل مرتبطتان ببعضهما، وهي دلالة على أنّ صاحبها على خطأ بدليل الرمز الدائري الأحمر، الذي يُعبّر عن الممنوع. وعليه، يدلّ هذا الملصق على أنّ التطرف الفكريّ يعني الخروج عن القواعد السليمة سواء كانت قيم أو أعراف أو أطر فكريّة ودستوريّة، وهو ممنوع ويُعاقب عليه.



ملصق رقم (3) الحركة العالمية للدفاع عن الأطفال 2013، المدرسة الديمقراطية، اليمن

<http://dsyemen.org/showdetails.php?id=37>

يدعو الملصق رقم (3) إلى نبذ التطرف والإرهاب في المجتمع، وهو عبارة عن شعار ملوّن بالأحمر لدلالة منع حمل السلاح المتمثّل بالصورة على شكل بندقية.

يمكننا أن نلاحظ من خلال الأمثلة السابقة عن الملصقات، أنّها تعكس في الواقع مفاهيم فكريّة متداولة اجتماعياً تحمل في طبيعتها تأويلات فردية أو جماعية بوصفها ترجمة لثقافة ووجدان المجتمع؛ لذلك يمكن عدّ هذه الملصقات أنّها جماهيرية التلقّي والتأثير. علاوة على ذلك، تُمثّل هذه الملصقات أيضاً خطاباً مكثفاً ذو دلالة. وعليه، يمكن أن يكون للملصق دور بالغ الأهمية في تحقيق نظام اجتماعي واقتصادي وثقافي مستدام، وذلك من خلال تصميمه بطريقة تمتاز بتوظيف القدرة التعبيرية للكلمة والصور والرموز التي يتكوّن منها الملصق، فهو وسيلة فاعلة للاتصال بالجمهور والتأثير فيه، وبالتالي التغيير في سلوكه. لما يمتلكه من قوّة في مخاطبة العقول والنفوس من مختلف المستويات، فضلاً عن أنّه يُسهم في إثارة وتنمية الوعي بأشكاله المختلفة.

وتجدر الإشارة هنا إلى أنّ العمل الفنيّ الذي يعكسه الملصق التوعويّ يفترض بالضرورة قراءة واستجابة وإضافة ذاتية لمحاولة اكتماله في ذهن الإنسان، على اعتبار أنّ العمل الفنيّ ولاسيما الملصق الجداريّ أكثر انتشاراً وتفاعلاً مع المجتمع،

الاستنتاجات والتوصيات:

1. يجب إعادة النظر بالملصقات وخاصة تلك التي تُصمّم بهدف التوعية والإرشاد، وفهمها اجتماعياً باعتبارها تجسيدا للواقع، وهنا يمكننا أن نستذكر تجليات الفنّ عند بيكاسو Pablo Ruiz Picasso، فمهمة الفنّ - من وجهة نظره - تتجلى في إعادة خلق الواقع. حيث قال: "لا أرسّم الأشياء كما هي، بل كما أراها أنا". وعليه، نجد أنّ الفنّ - والملصق أحد أشكاله - ليس مجرد خلق لأشياء وعلاقات جميلة - وإن كان ينطوي عليها جميعاً - إنّهُ يحمل أيضاً رؤى إنسانية ومضموناً اجتماعياً وفكرياً، ويُعبّر عن موقفٍ محدّد من الحياة، ومن التطرف، ومن الإرهاب... الخ. أيّ من كلّ القيم الإيجابية والسلبية.
2. يجب أن تُكَلّف لجان متخصصة من المؤسسات الفنية وبالتعاون مع الجهات الإعلامية وحتى المختصين في علم الاجتماع والنفس للعمل على موضوع الملصقات التوعوية، وتبنيها كآلية فاعلة للاتصال مع الجماهير بمستوياتهم المختلفة، والتأثير فيها بهدف تغيير السلوك والوصول إلى الهدف المنشود.

المراجع:

المراجع العربية:

- 1- حميديّ، علي طالب، القدرات التصميمية للملصق: وسائله، وإنتاجه، وأهدافه الإعلامية، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر، 1998.
- 2- صايات، خليل، الإعلان، تاريخه، وأسس، وفنونه، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1996.
- 3- عبد الله الحريّ، سليمان. مفهوم الأمن: مستوياته وصيغته وتهديداته، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 19، بيروت، 2008.
- 4 - العزاويّ، ضياء، فنّ الملصقات في العراق، السلسلة الفنية، مكتبة الآداب، بغداد، 1974.
- 5 - عساف، محمود، أصول الإعلان، دار النشر العربيّ، القاهرة، 1990.
- 6 - كامل، عادل، مسيرة الفنّ بعد عشر سنوات من الثورة، آفاق عربيّة، العدد (11)، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1978.
- 7 - محمد حسين، سمير، فنّ الإعلام في الصحافة، القاهرة، 1977.
- 8 - منديل، عبد الجبار، الإعلان بين النظرية والتطبيق، مطبعة الإرشاد، بغداد، 1979.
- 9 - مونرو، توماس، التطوّر والفنون، ترجمة. محمد علي، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1972.

- 10 - ناتان، تويلر، حوار الرؤيا، مدخل إلى تذوق الفن والتجربة الجمالية، ج1، ط1، بيروت 1992.
- 11- الواسطي، خليل إبراهيم، عناصر التصميم الغني للمصنقات السياسيّة في العراق، كلية الفنون الجميلة، بغداد، 1978.

المراجع الأجنبية:

1. AL- ENEZY, *The role of University Curricula in Dealing with intellectual extremism from The perspective of Faculty members at Kuwait University*, Route Educational& Social Science, Volume 5 (14), December 2018.
2. BAJC, V. Sociological Reflections on Security through Surveillance, Sociological Forum, Vol.22, No.3, 2013.
3. CRETTEZ, Xavier (2006). *The Radicalization Process: From Conversion to Jihad*, Federal Bureau of Investigation.
4. GENDARMERIE ROYALE DU CANADA, *Les jeunes en ligne et à risque Internet - un outil de radicalisation*, Programme des enquêtes relatives à la sécurité nationale, 2011.
5. HILLIER, B. *Posters*, New York, Published by Phaidon Press Ltd 1976.
6. RICHARDS, M. *The Rise and of the poster*, New York, 1974.