

استراتيجيات الاشهار السياسي في فن الرسم المعاصر

أ.م.د. أسماء سمير حلیم الحسان
جامعة البصرة - كلية الفنون الجميلة

Asmaa.Haleem@uobasrah.edu.iq

الملخص:

يتناول بحثنا الموسوم (استراتيجيات الاشهار السياسي في فن الرسم المعاصر) قراءة في انظمة الاشهار السياسي واجراءات تمريره في النص البصري وهي ممارسة تتضوي على خطاب دعائي بالمقام الاول كنوع من اللعب على الافكار لتسويق آيدولوجيا ما ثم السيطرة على سلوكيات الافراد ، ولان فن الرسم حقل بصري مجاله الصورة المرئية فهو الارضية الاكثر ملائمة وتأثير في العقول بما للصورة من فاعلية تفوق الكلمة وعلى نحو خاص في الخطاب الاشهاري السياسي لذا كان فن الرسم احد التشكيلات الفاعلة في تمرير وصناعة الايقونات السياسية وتحقيق القاعدة الجماهيرية وعلى نحو خاص في الفنون المعاصرة مع صعود ثقافة الاستهلاك والتسويق ، وقد تضمن البحث اربعة فصول اختص الاول منها بمشكلة البحث التي اختتمت بالتساؤل عن ماهي الاستراتيجيات الاشهارية المتبعة في فن الرسم المعاصر ، ثم هدف البحث ، كما تضمن اهمية البحث والحاجة اليه ، حدود البحث ، تحديد المصطلحات . اما الفصل الثاني فتضمن مبحثين ضم الاول منها تحديد مفهوم الاشهار السياسي ، في حين اختص الثاني بقراءة ممارسات الاشهار السياسي في فن الرسم ، بينما تضمن الفصل الثالث اجراءات البحث ، وقد تضمن الفصل الرابع النتائج والاستنتاجات .

الكلمات المفتاحية : (استراتيجيات، الاشهار، السياسي، التسويق، فن الرسم، المعاصر).

Political advertising strategies in contemporary art

Assistant professor. asmaa Samir Haleem Alhasan

Basra University, College of Fine Arts

Abstract:

Our research entitled (Strategies of Political Advertising in the Art of Contemporary Drawing) deals with a reading of the systems of political advertising and the procedures for transmitting it in the visual text, which is a practice that includes a propaganda speech in the first place as a kind of playing on ideas to market an ideology and then controlling the behaviors of individuals, and because the art of drawing is a visual field. Its field is the visual image, as it is the most suitable ground and influence on minds because the image is more effective than the word, especially in political advertising discourse. Therefore, the art of drawing was one of the effective formations in passing and making political

icons and achieving a popular base, especially in contemporary arts with the rise of the culture of consumption and marketing. The research included four chapters, the first of which was devoted to the research problem, which concluded by asking what are the advertising strategies used in the art of contemporary drawing, then the goal of the research. It also included the importance of research and the need for it, the limits of the research, and defining terminology. The second chapter included two sections, the first of which included defining the concept of political advertising, while the second specialized in reading the practices of political advertising in art, while the third chapter included research procedures, and the fourth chapter included results and conclusions.

Keywords: (strategies, advertising, political, marketing, art, contemporary).

الفصل الاول

مشكلة البحث :

يتعلق الاشهار كاحد وسائل الاتصال الجماهيري بممارسة اعلامية تفرض نوع من الاقناع والترغيب بما يجعله على صلة وثيقة بالسياسة وتقنياتها في السيطرة على الافكار ، ذلك ان السياسة كعلم معاصر لم يعد يبحث في مفاهيم السلطة بل توجه نحو السلوكيات والتقنيات التي تسهل الوصول للسلطة ، ليشكل الاشهار اليوم احد الادوات الفاعلة في الحملات الانتخابية وبرامج صناعة الرأي وبشتى الوسائل السمعية والمرئية ، وبما ان الرسم حقلاً بصرياً مادته الصورة فقد تصدر الاهمية كأحد قنوات الاتصال الفاعلة لتمير خطاب الاشهار السياسي لما للبصري من تأثير وقوة في استقبال الفكرة ورسوخها . وذلك ما يبرر رعاية رجال السياسة والبلاط الملكي للفن منذ القرن السابع عشر عندما اتخذت الكلاسيكية الجديدة موقفاً يعنى بتزويد وتمجيد الشخصيات والأفكار السياسية .

الا أن الاشهار السياسي نشط بفاعلية مضاعفة في المراحل المعاصرة وذلك لصعود التكنولوجيا ووسائل الاعلام ليمرر السياسي بجرعات يومية الى المشاهد كأجراء لصناعة ايقونات سياسية ذات وجهة وقبولاً جماهيرياً فثمة بيئة جديدة للاتصال السياسي تمثلت بصعوداً للتسويق السياسي أستجابة لشروط البيئة الاستهلاكية المعاصرة وهو ما استدعى تحقيق الاستجابة على مستوى

الفن ويدخل الاشهار السياسي ضمن المنظومة التشكيلية بل اصبح أحد سمات الفنون المعاصرة وعلى نحو خاص فن الرسم وبأستراتيجيات متعددة تستدعي القراءة والتحليل ومن هنا تتحدد مشكلة البحث بالتساؤل عن : الاستراتيجيات الاشهارية السياسية في الرسم المعاصر وما هي اهم الرموز الاشهارية الفاعلة في الخطاب السياسي ؟ ، وهل امتلكت الاشهارات السياسية في الفن تداولاً وقبولاً جماهيرياً ؟

هدف البحث: رصد استراتيجيات الاشهار السياسي في فن الرسم المعاصر .

أهمية البحث والحاجة اليه :

تتحدد أهمية البحث بما يقدمه من قراءة تحليلية لاستراتيجيات الاشهار السياسي في الخطاب المعاصر واليات تسويق وتمرير الفكر السياسي من خلال الفن . اما الحاجة الى البحث فتتحدد بما يقدمه من فائدة للمهتمين بالدراسات المعرفية والجمالية .

حدود البحث :

الحدود الموضوعية : دراسة الاشهار السياسي في اللوحات الفنية المعاصرة وعلى نحو خاص في الحركات الفنية التي تناولت الترويج للخطاب السياسي واهمها البوب ارت القديمة والجديدة .

الحدود الزمانية : من ٢٠٠٣ - ٢٠٢٤

الحدود المكانية : الولايات المتحدة الامريكية

تحديد المصطلحات :

استراتيجيات - strategy : مصطلح اغريقي يتعلق بالعسكرة وفن التخطيط والقيادة ومن الناحية السياسية تعني تحديد الاهداف والقوة والاتجاه الرئيسي للحركة ، وقد توسع المصطلح ليدخل ضمن الدراسات الانسانية ففي مجال الاعلام والتواصل (استراتيجية بناء المعنى) تأتي بمعنى ممارسات الاعلام في التأثير على السلوك والاقناع وبناء الصورة الايجابية من خلال مصادر غير محدودة للمعلومات التي تصوغ وتعديل المعاني التي عرفها الناس في كل شئ بما فيها الشؤون السياسية **الاشهار - لغوياً :** لفظ مشتق من الفعل شهر (ش ، ه ، ر) وتتعلق عند الرازي بمعنى المعلومة والوضوح والشهرة^(١) ، والشهرة بالضم ظهور الشيء في شنة والشهير والمشهور المعروف^(٢) .

الاشهار - اصطلاحياً : للاشهار مفاهيم متداخلة فأذا تعلق بلغة السوق والاستهلاك يعرف بعملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمناً معيناً لإيصال معلومات معينة إلى فئات معينة من مستهلكين بحيث يفصح المعلن عن شخصيته^(٣) لذا تعرفه جمعية التسويق الأمريكية على انه الوسيلة الغير الشخصية الهادفة إلى تقديم الأفكار، السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة نظير أجر مدفوع^(٤) اما اذا تعلق بجانب الترويج والابلاغ فيعرف على انه مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور و إقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة أو استهلاك منتج معين، فالإشهار يشمل جانبين متكاملين ، فهو من جهة عملية لنشر المعلومات ومن جهة أخرى طرق ، تقنيات و وسائل تستعمل في عملية الاتصال والنشر^(٥) وضمن نفس السياق يعرفه بنكراد بعملية تواصلية تتحرك ضمن محيط انساني إنه يشير بدوره إلى استراتيجية ابلاغية قائمة على الاقناع وتستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الانساني من كلمة وصورة ورموز في أفق التأثير على المتلقي. الاشهار لا يبيع منتجات فحسب، وهو ليس واجهة للتواصل محايد ، وهو أيضا ليس مجرد واسطة بين البائع و زبونه إنه ظاهرة اجتماعية في المقام الاول.

اذن الاشهار وسيلة من وسائل للتأثير في المتلقي على ذلك يحصي دافيد فيكتروف الخصائص الاشهارية بجملة من المعاني ليقدم الاشهار على انه :

- نسق تواصلية يجمع بين منتجين ومستهلكين بواسطة وسائل التواصل الجماهيري .
- نشاط فكري يجمع بين مبدعين ، ادبيين وفنيين ، في افق انتاج رسائل سمعية بصرية
- صناعة ثقافية الغاية منها اشاعة ثقافة جماهيرية .
- سلاح للبيع موضوع في خدمة استراتيجيات تجارية .
- شكل رأسمالي للدعاية واستغلال المستهلكين^(٦)

وبما ان الاشهار عملية تواصل واقناع لا تقتصر على بيع المنتجات بل يمكن ان تدخل السياسة ورموزها كجزء من الظاهرة الاشهارية فيمكن ايجاد تعريف اجرائي الاشهار السياسي في

فن الرسم على انه : استراتيجية تواصلية تشترط الترويج والاقناع من خلال الصور او الرموز وبنوع من التكتيف الجمالي للتأثير في المتلقي .

الفصل الثاني

المبحث الاول : المقاربات المفاهيمية للاشهار وعلاقته بالسياسة :

أرتبط الاشهار كمصطلح معاصر بصعود التكنولوجيا ووسائل الاعلام الجماهيرية كأجراء يساند الرأسمالية وسياستها الاستهلاكية ، الا انه كوسيلة اتصالية يعود الى الاغريق ومن بعدهم الرومان ، كما نقش البابليون على الحجر والخشب والصخور ، رموزاً وصوراً كنوع من الابلاغ لفكرة ما ، بما يضعها موضع الرسائل الاشهارية . اما لإشهار في العصور الوسطى فقد تحقق برموز و صور وايضاً استخدام الصوت وهو الاغلب وغالباً ما ارتبط بممارسات سلطوية كأجراء لا يصال وتبليغ رسائل تتعلق بالرعية .

وقد نشط الاشهار كوسيلة اعلامية مع اكتشاف الطباعة في القرن الرابع عشر واصدار الصحف والمجلات ، وتطور مع الثورة الصناعية وصعود المنافسة الاقتصادية ، ليشكل صعود التكنولوجيا وتطورها المرحلة المتقدمة لتطور الاشهار فبرزت العديد من الوكالات المتخصصة في تصميم الاشهار وبوسائل فنية نفسية اقتصادية ثقافية ، علمية ، لصناعة فكرة اشهارية تجذب اذواق الجماهير ورغباتهم .

وهكذا يتحقق الاشهار بوسائل تواصلية متنوعة تبدأ من :

اولاً: الاشهار المكتوب : ويشمل الصحف والمجلات والتقارير كذلك الملصقات الاعلانية بدأً من الملصقات المستخدمة على المواد الاستهلاكية الى اللوحات الاعلانية الجدارية الخاصة بالاماكن العامة

ثانياً الاشهار المسموع : واداته الملفوظ الذي يبيث عبر خطابات صوتية من خلال اذاعة او ندوة او خطبة مسجد ... ويعتبر الاشهار اللفظي من أقدم الوسائل المستخدمة للاعلان .

ثالثاً : الأشهار السمي - بصري : يتخذ ذلك النوع من الأشهار من الصورة والصوت اداة للاعلان ويعد التلفزيون وسيلة أساسية له .

اذن يتعلق مفهوم الأشهار من حيث المعنى العام بالترويج والتسويق التجاري للاعلان عن منتج او فكرة والترغيب بها ، وذلك المعنى ينفج على الركيزة الاساسية للأشهار من حيث كونه رسالة تسعى الى احداث تأثير في الآخر مما يستدعي تكثيف الجانب الانفعالي وتقديم الرسالة على نحو يثير ذائقة المتلقي مما يجعل للأشهار سمة فنية ^(٧) اذ يمنح الاشهاري الماركات التي يعلنون عنها شخصية تتمتع بقيمة مخيالية مضافة . ومن اجل ذلك يستعينون بمفاهيم وافكار لها في الغالب دلالات فينة واخلاقية ^(٨) ومن ثم تبرز أهمية الإشهار في خلق صورة ايجابية للمنتج والمؤسسة من خلال ما تبثه من مزايا متفوقة تفنن المستهلك بأفضليتها وجودتها عن طريق تصميمات أشهارية جمالية فالاشكال الفنية التي تنبت على سطح الوسيط الاعلامي وتنمو بشروطه لا بد ان تتشكل جمالياً بطريقة تجعل مقاصدها ملائمة لاهداف المرسل . بما يجعل من ((الأشهار شكل رأسمالي للدعاية واستغلال المستهلكين)) ^(٩) لذا فان الأشهار كلغة تواصلية تستهدف للتسويق تفترض توفر قاعدة جماهيرية أي ان يتحقق بلغة مرغوبة ومفهومة للاخرين ذلك ان الاتصال نوع التفاعل الذي يتم عن طريق الرموز ، وقد تكون الرموز حركية ، أو تشكيلية ، أو مصورة أو منطوقة ، أو أية رموز أخرى تعمل كمثير لسلوك ، لا يثيره الرمز ذاته ما لم تتوفر ظروف خاصة لدى الشخص المستجيب له ، فالاتصال هو المجال المتسع لتبادل الحقائق والآراء بين البشر ^(٩)

على ان الأشهار ضمن الحقل البصري يعد من اكثر الأشهارات فاعلية وتأثير في المتلقي ذلك أن للصورة تأثير سحري على الحواس . على ذلك تصدرت الصورة البصرية الأشهار المعاصر ، على اعتبار أن الصورة من اهم ادوات الأشهار لما تملكه من فاعلية وقوة أقتاع تتفوق على الكلمة لانها تضع المشاهد امام عالم جاهز للادراك دون عناء التفكير والاستدعاء ، ثم ان الصورة البصرية اكثر تقبل ويقينية في الطبيعة البشرية ذلك ان طبيعة العقل تتقبل الاشياء المحسوسة التي تقيم علاقة مباشرة مع الحواس لذلك يستعين الاشهاري بالنافذة البصرية وقدرتها على اثاره الحسي عبر الحسي ذاته ^(١٠) وهذا ما تؤكد طبيعة الوصلات التي تعج بها الشوارع والقنوات التلفزيونية

وتنشرها المجالات . فلم يعد اللفظ يلعب سوى دور بسيط في عملية اثارة المستهلك المحتمل الى منتج موضوع للبيع . وهو ما يعني ان الاشهاري لا يصب مضامين جاهزة في صورة خرساء ، بل يضمن سيرورة التمثيل البصري واللفظي كتلة هائلة من الانفعالات هي اصل الرغبة واصل الحاجات وهي السبيل الى تلبيتها ايضاً ((^(١٠)

الاشهار وعلاقته بالسياسة : يعد الاشهار من اهم اجراءات العملية السياسية بما يتضمنه من اجراءات دعائية وتسويقية لسياسة حزب او شخصية سياسية ، فالسياسة كعلم معاصر لم تعد تبحث في مفاهيم السلطة بل توجهت نحو السلوكيات والتقنيات التي تسهل الوصول للسلطة وسياساتها في تقديم صورة مثالية للأفراد او لايدلوجيا ما ، بما يجعل من الاشهار السياسي اجراء ممنهج لصناعة الرأي العام كما يبدو في الخطابات البروباغندية المستخدمة في الحروب والحملات الانتخابية والاقتراع ، وهنا يدخل الاشهار السياسي حيز التسويق * ((اذ يستخدم مصطلح التسويق في العلوم الاقتصادية، و قد نقل الى العلوم السياسية للدلالة على التلاعب بأفكار وسلوكيات الافراد السياسية ... كما يعرف التسويق السياسي على أنه مجموعة من الأنشطة التي تستهدف تعظيم وتنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي ، أو لحزب معين، أو برنامج، أو فكرة معينة بما في ذلك الدعم المادي الجماهيري، باستخدام كافة وسائل الاتصال الجماهيري، أو أي وسائل ضرورية أخرى))^(١١) وهو يضع الاشهار السياسي موضع الخطاب الدعائي وعلى نحو خاص القرن العشرين مع ما شهدته العالم من حروب و صعود التنافس الاقتصادي والسياسي فللدعاية قوة مضاعفة وان اختلفت انظمة الحكم وطرائقه ولهذه القوة خطرها في اوقات السلم و اشد خطراً في الحروب وبالذعاية اوجد ما يعرف بالتجنيد الفكري ، كما حصل في المانيا النازية عندما استمرت لعشر سنوات تحت راية الصليب المعقوف ، وهكذا تعمل الدعاية السياسية على خلق رموز وشخصيات سياسية بطولية وان كانت غير معروفة مسبقاً كما فعلت الاذاعة البريطانية عندما اعلنت حليفها الجنرال الفرنسي شارل ديغول كشخصية سياسية عبقرية ليذيع صيته بين الفرنسيين ، لذا تقتضي الدعاية معرفة وخبرة في استمالة المشاعر وهو ما توصلت اليه وسائل الاعلام والتكنولوجيا المعاصرة ((فالذعاية في تطورها صارت علماً وفناً وهي تعول على علوم وفنون اخرى

كعلم النفس وعلم الاجتماع وفن السياسة ولها برامج واهداف ((^(١٢)) فثمة بروتوكولات تتضمنها عملية صناعة الشخصيات السياسية من اهمها اختيار الخطابات المؤثرة وطريقة الالقاء والحضور الفاعل من حيث طريقة الجلوس او الوقفة وحركات الجسد والازياء وغيرها من الاشياء المتعلقة بكارييزما الشخصية السياسية وذلك لاضفاء الهيبة وال فخامة والجمال بما يستدعي قبوله لدى الجمهور على ذلك تعد الدعاية المصورة اكثر فاعلية من غيرها من الوسائل ((^(١٣)) ومن يملك القدرة على المناورة بالصورة والتحكم في انتاجها وتسويقها يستطيع ادارة المواقف لصالحه ، حيث يقوم الاعلام بدور الاعلان ويتم توجيه الراي باستثارة الحساسية الجمالية للمتلقي ((^(١٣)) لذا نجد ان وسائل الاعلام تنافست لخلق صورة مثالية واطهار الشخصيات السياسية كشخصيات بطولية متفوقة ومتفائلة كما في صورة الرئيس الامريكي هاري ترومان في الخمسينيات والتي تظهر الرئيس بزيّاً رسمياً انيق وقبعة وحالة من السعادة والتفاؤل رغم توتر الاحداث السياسية التي رافقت الحرب العالمية الثانية شكل (١) وكذلك صورة رئيس الوزراء البريطاني ونستون تشرشل الذي غالباً ما تم تصويره وهو و يرفع اصبعيه بعلامة (٧) كأشارة لانتصار بريطانيا شكل (٢)



(٣) جون كندي



(٢) ونستون تشرشل



(١) هاري ترومان

اما جون اف كندي شكل (٣) الذي ارتبط اسمه بصناعة الحلم الامريكي فقد اصبحت صورته جزء من تاريخ امريكا وثقافتها ليعاد احيائها الى جانب العلم الامريكي كنوع من تعزيز التراث والاحتفاء برموزه السياسية ((^(١٤)) فالاشهار بطبيعته متفائل ويعبر عن دينامية وفرح لا يضاويه فيها احد . فبينما وصلت التواترات السياسية اقصى درجاتها ، وتتابع الكوارث من كل الانواع ، وبينما تصر كل الوسائط على كشف مآسي العالم ، ظل الاشهار وحده يشكل بر الامان والسلام ، انه يقدم

اشخاصاً سعداء ويتمتعون بصحة جيدة ... وهناك عناصر اخرى يجب اخذها بعين الاعتبار ، ومنها الابداع الفني الذي استعمل من اجل الابداع والاغراء ((١٤)

و قد تكون الرموز الوطنية محملة بمرجعيات فكرية واحداث خاصة بمجتمع ما كما في رمزية (الحمار والفيل) * في الانتخابات الامريكية ، الحمار رمز الديمقراطيين اما الفيل رمز الجمهوريين وقد تحول الحمار في الولايات المتحدة منذ عقود طويلة، إلى أيقونة سياسية وعلامة تجارية تدر مئات الملايين من الدولارات كما في الاشكال (٤ ، ٥ ، ٦)



(٥)

(٤)

المبحث الثاني : الاشهار السياسي وانتاجية الصورة الفنية (قراءة تاريخية)

نشطت ممارسات الاشهار السياسي في حقل الرسم مع افول السلطة الدينية و صعود السلطة السياسية فمذ عصر النهضة برزت محاولات لتمجيد الشخصيات السياسية وطبقة النبلاء كنوع من الدعاية و التسويق لهذه الشخصيات و اظهار نفوذها وسلطتها في المجتمع ، وقد كان الرسم احد الخانات المهمة والاساسية لصناعة وانتاج الاشهار السياسي لتطفوا العديد من البورتريهات الخاصة بتصوير الملوك والزعماء بنوع من الفخامة كما في بورتريه ملك انكلترا هنري الثامن للفنان هانس هولباين الاصغر Hans Holbein ، فثمة ارسالات دلالية تعلقت بفخامة الشخصية ونفوذها وقوتها برزت من خلال الزي الملكي ولغة الجسد من حيث الوقفة وحمل السيف و والملاح الصارمة شكل (٧) .

وقد امتدت هذه الممارسة وعلى نحو اوسع مع القرن الثامن عشر مع تضخم المد السياسي مما استدعى اتساع الطلب على رسم الصور الشخصية من قبل الطبقات المهيمنة ، كأجراء اشهاري ووسيلة دعائية للانتخابات البرلمانية ، فالصور هنا اداة اقناع وترغيب لهذه الشخصية بما

اقتضى تحميلها جرعات جمالية تجسدت من خلال الازياء الفخمة وتسريحات الشعر والجو
الدرامي المهييب المفعم بقوة الاضاءة المسلطة على ملامح هذه الشخصيات في لوحة السياسي
البريطاني السير جون روشوت Sir John Rushou للفنان الامريكي جون سيمبير شكل (٨)
وكذلك لوحة البرلمان والضايط البحري الاميرال جون بينج John Byng للفنان توماس هدسون
شكل (٩)



(٧) هولباين، هنري الثامن - ١٥٣٦ (٨) سيمبير، السير روشوت ١٧١٦ (٩) هدسون ، الاد ميرال

اما الكلاسيكية الجديدة فعرفت بفن البلاط الملكي لمحتواها السياسي الاشهاري الدعائي بما
استدعى فرض شروط مسبقة على الفنانين تتضمنت الالتزام بالقواعد العقلانية الصارمة من حيث
الاداء الفني كونه يضفي شكلاً من المهابة والتذكير بالارث الحضاري الكلاسيكي اما من حيث
المواضيع المتداولة فتحدت برسم شخصية نابليون الشككين (٩ و ١٠) او المواضيع الاسطورية
البطولية كنوع من الاشهار والترويج لسياسة فرنسا وقوتها كما في لوحة الفنان لويس دافيد قسم
الاخوة هوراس التي نفذت بناءً على طلب القصر في فترة كانت فيها الاضطراب والفوضى تخيم
على فرنسا شكل (١١) فقد " كان الفن حتى اواخر القرن التاسع عشر، يحمل الطابع الرسمي
ويرتبط بالسلطة (الكنيسة ،الملوك والامراء ،الطبقة المهيمنة اقتصادياً ، وجهاز الدولة) التي تدافع
عنه وتوجهه وتستفيد منه . فكان دافيد مثلاً هو الممثل الشرعي للنمط الفني الرسمي" (١٥) .



الذي
ال



التي
،

فا

الم (٩) دافيد ، نابليون عابر الالب ١٨٠٠ (١٠) اندريا ، تتويج نابليون ١٨٠٥ (١١) دافيد ، قسم الاخوة هوراس ، موسيليني ، تسي ماو الاشكال (١٢ ، ١٣ ، ١٤) ومن جانب اخر تمجيد الايدلوجيا المهيمنة للدولة وتمثلت بالفكر الشيوعي من خلال اعلاء وتمجيد الطبقة العاملة كما في الاتحاد السوفيتي والصين الاشكال (١٦ ، ١٥ ، ١٧)



(١٤) الزعيم ماو - وانغ مينغ ١٩٦٨

(١٣) آرثر فيشر ١٩٤٥

(١٢) هاينريش كيرنر ١٩٣٧



(١٥) بروفسور ستالين ١٩٣٣ (١٦) تشيان داشين انتج المزيدي ١٩٥١ (١٧) أندرية ميلنيكوف، "في الحقول السلمية" ١٩٥٠

ومع صعود التكنولوجيا المعاصرة وتحول العالم الى شاشات عرض مستمرة اتخذ الاشهار السياسي فاعلية مضاعفة فثمة تمرير لسياسات وافكار بنوع من اللعب على الافكار تحت ما يعرف بايدولوجيا الترفيه وهنا يقدم وليامز رايموند مفهوم الهيمنة الايدولوجية كسياسة لوسائل الاعلام وتشكيلها للوعي الجماهيري وهذه اكثر خطورة مما هو سياسي ويفرض بالقوة فيقول في ذلك ((يمكن وصف الهيمنة والسيطرة الايدولوجية بديهياً . نحن مهيمن علينا ، لكن لا يمكن التعرف ان هذه هي الحال لان الهيمنة موجودة في كل مكان ويبدو انها ليست اكثر من الفطرة السلمية ، وان مهمة هذه الهيمنة هي المحافظة على الوضع الراهن وترسيخ دور الطبقة الحاكمة في المجتمع))^(١٦) لذا يبدو ان احد وسائل الهيمنة الايدولوجية للسياسات المعاصرة توسيع النشاط الاعلامي وتوجيه نحو صناعة الايقونات السياسية وتداول الرموز الوطنية بنوع من التكتيف الجمالي الذي يحقق القبول والقاعدة الجماهيرية ، وهذه الايدولوجية وجدت طريقها في الفنون التشكيلية المعاصرة منذ الخمسينيات من القرن العشرين وعلى نحو خاص في فن البوب ارت ليطفو الى السطح الاشهار السياسي في العديد من اعمال فناني الولايات المتحدة الامريكية التي سعت لتقديم نفسها كقوة تمتلك التفوق الاقتصادي والسياسي ((اذ من الواضح ان هناك جرعة مفيدة من الوطنية في فن البوب الامريكي ، او الاخرى ، ان من الواضح ان الوطنية قد ساهمت في هذا النجاح المبالغ والكاسح له . لقد وجد الامريكيون فيه انعكاسا حقا للمجتمع الذي يحيط بهم ، ورأوا فيه كذلك تأكيداً على فرادة الرؤية الامريكية))^(١٧) فثمة ممارسة بروباغندية لصناعة الرأي العام والترويج السياسي جاءت بأستراتيجيات مختلفة تراوحت بين استثمار الرموز الوطنية الخالصة كما في عمل جاسبر جونز ثلاثة اعلام ، شكل (١٨) وتمثال الحرية للفنان اندي وراهول شكل (١٩) ، الذي افتتح الاشهار السياسي بأستراتيجية اخرى تمثلت بصناعة ايقونات سياسية للزعماء والسياسيين ومنها صورة الرئيس الامريكي جون اف كندي بوصفه من الرموز

المعاصرة للحلم الأمريكي الشكليين (٢٠، ٢١) فضلاً عن تنفيذه للعديد من الشخصيات السياسية
الزعيم الصيني تسي ماو ، الملكة اليزابيث ، جيفارا .



جونز- ثلاثة اعلام ١٩٥٨ (١٩) وارهول - الحرية ١٩٨٦ (٢٠) وارهول الحلم الأمريكي ١٩٧٤ (٢١) وارهول الحلم الأمريكي ١٩٦٨
والسياسية كأشارة دلالية الى مجتمع الوفرة والرفاهية للحياة المعاصرة وسياستها الرأسمالية كما في
الشكل (٢٢) للفنان توم يسلمان الذي يجمع بين صورة الرئيس كندي والعلم الأمريكي وماركات
المواد الغذائية ، كذلك جيمس روزنكويست المتضمن دمج لصورة الرئيس جون كندي وقطعة من
الحلوى وسيارة شكل (٢٣) ، وفي عمل اخر يختار العلم الأمريكي الى جانب المواد الاستهلاكية
شكل (٢٤)



(٢٣) روزنكويست الرئيس المنتخب ١٩٦٤ (٢٤) روزنكويست جدارية العالم ١٩٦٤

(٢٢) ويسلمان ستيل لايف ١٩٦٢

وهكذا استت البوب ارت لخطاب اشهار سياسي بلغة الفن وصنعت ايقونات سياسية كجزء من التوثيق لتاريخ امريكا نجده لازال فعالاً ويحظى بقاعدة جماهيرية وتعاطف لغاية الوقت المعاصر فثمة اعادة انتاج لهذه الايقونات نجده مع فن البوب ارت الجديدة التي تضعنا امام اشهارات سياسية تجمع بين العلم كرمز وطني والشخصيات السياسية شكل (٢٥) ، او قد يمرر الاشهار السياسي عبر الدمج بين العلم و ماركات المواد الاستهلاكية كالكوكا كولا و الايقونات الثقافية كالنجمة



مارلين مونرو كنوع من الاحتفاء

بالتاريخ الثقافي الامريكي شكل (٢٦) ، وفي اعمال اخرى تمدج الايقونات الثقافية للمشاهير مع علم الدولة شكل (٢٧)

وقد اتبع الفنان توماس كينكيد استراتيجية اشهارية اخرى تمثلت بأظهار الولايات المتحدة الامريكية كمدينة مثالية والاكثر وطنية من خلال سلسلة اعماله التي تصور المدن الامريكية بنوع من اليوتوبيا تعلوها الاعلام الامريكية بنوع من التكتيف الجمالي كما في عمله نيويورك، الجادة الخامسة شكل (٢٨) ، وكذلك لوحته نور الحرية شكل (٢٩) اما الفنان جون ماكنوتون فيستدعي الاساطير وتقديمها بشخصيات سياسية معاصرة كنوع من التمجيد والفخامة بما يضع المشاهد امام مشهد درامي مهيب ونوع من العاطفة كما في الشكل (٣٠)



(٢٥) روبرت مارس - احتفظ بهودنك ٢٠١٦ (٢٦) روبرت مارس كوكا كولا ٢٠١٥ (٢٧) روبرت مارس - القلب الجائع ٢٠٢٢ - ٢٠٢٣

الذي جمع بين الرموز الوطنية - السياسية بمرجعيات اسطورية نظمها في مشهد مهيب من خلال تضخيم حجم الشخصية السياسية التي تعلو الجماهير حاملاً قنديل اضاء المكان ولمضاعفة الاحساس الوطني اختار الفنان العلم الامريكي محمولاً على ملاك كأشارة الى القوة والسلام والرعاية الالهية لهذه الشخصية واتباعها .



مؤشرات الاطار النظري

- ١- من اهم شروط انتاج وتمير خطاب الاشهار السياسي الوضوح والاقتراب من ثقافة عامة الجماهير .
- ٢- يرتبط الاشهار بعلاقة احتوائية بعالم التسويق بما يضع الخطاب الاشهاري السياسي موضعاً بروباغندياً ليشكل مبدأ تطويع الافكار لشخصية او فكرة ما احد اهم استراتيجيات السياسة وتقنياتها المعاصرة في توسيع القاعدة الجماهيرية .
- ٣- تفترض لغة الاشهار جرعات جمالية مضاعفة بما استدعى فن الرسم المعاصر معالجة الاشهارات السياسية بنوع من اللعب على الغرائز البصرية من خلال الاهتمام بالمعالجات التقنية التي

- اندرجت تحت مستويين الاول محاكاة تصاميم الملصقات الاعلامية والحملات الانتخابية ، اما الثاني فتمثل بنوع من اليوتوبيا واجواء درامية .
- ٤- للاشهار السياسي قوة سحرية مضاعفة في صناعة الرموز البطولية بما يقدمه من صورة مثالية للزعماء والشخصيات السياسية ، ويعد فن الرسم احد وسائل الاعلام الاكثر اهمية في صناعة وترويج هذه الرموز وادامتها
- ٥- تصدرت الرموز الوطنية والثقافية والاستهلاكية مشهدية خطاب الاشهار السياسي في الحقل الفني المعاصر كنوع من تعزيز ومضاعفة الثقة وروح الانتماء نحو الشخصيات والقادة .
- ٦- من بين اهم استراتيجيات الاشهار السياسي في الفنون المعاصرة - صعود الاساطير والتراث الحضاري كأجراء لاثارة العاطفة الجمعية .
- ٧- استدعت بعض التجارب الفنية المعاصرة الرموز الثقافية والاستهلاكية الخاصة بمرحلة الستينيات تحت فكرة اعادة احياء الارث الثقافي الامريكي .

الفصل الثالث : إجراءات البحث

المنهج المستخدم / المنهج الوصفي التحليلي لما يقدمه من توصيف دقيق للظواهر و استحصال النتائج بطريقة علمية .

مجتمع البحث / ضم مجتمع البحث الاعمال الفنية المنجزة في الولايات المتحدة الامريكية

والمرتبطة بحدود البحث الممتدة من (٢٠٠٣ - ٢٠٢٤) وقد ضم اطار مجتمع البحث (٥٠)

لوحة فنية انتقت منها الباحثة نماذج عينة البحث .

عينة البحث / تم انتقاء (٤) نماذج أنتقاءً قصدياً في ضوء المبررات الاتية :

- ١- احتواء العينة المختارة ارسالات بروباغندية يمكن دراستها وتحليلها وفقاً لمفهوم الاشهار السياسي .
- ٢- التنوع الموضوعي والزمني .
- ٣- تحقق النماذج الفنية المنتقاة تغطية لاهم استراتيجيات الاشهار السياسي .

اداة البحث / تتحدد اداة البحث لتحليل نماذج العينة بما تم استحصاله من مؤسسات الاطار

النظري والتي تم تحديدها في المؤشرات وقد جاء التحليل وفق جملة من الإجراءات هي :

- التوصيف البصري للعمل .
- تفحص نماذج العينة ورصد الارسلات الدلالية .
- رصد وتحديد خطاب الاشهار السياسي التي تضمها العينة

تحليل نماذج العينة

انموذج (١)

اسم الفنان : توماس كيكيد - Thomas Kinkade

اسم العمل : فخر امريكا

تاريخ الانجاز : ٢٠٠٣

الخامة : زيت على كانفاس

تحليل العمل :

يصور العمل مشهداً من الطبيعة ضم مفردات اهمها مبنى البيت الابيض وسارية للعلم الامريكي يعلوها طائر الصقر .

من خلال القراءة البصرية لمفردات العمل تطفوا للمشاهد ارسلات دلالية تتعلق بممارسة بروباغندية سياسية من خلال الجمع بين

رموز وطنية كالعلم الامريكي ومبنى البيت الابيض صورها الفنان بنوع من الفخامة والسمو ضمن اجواء درامية تمثلت بألوان السماء والطبيعة المفعمة بالحوية والجمال مع سطوع الاضاءة على العلم والمبنى وبما ان الممارسة الاشهارية تقتضي الترغيب وجعل الاشياء اكثر جمالاً يقدم الفنان لنا صورة متعالية للمدينة الامريكية بنوع من التحفيز العاطفي نجد لها مقاربات في الرومانسية من حيث اضاء شيء من الخيال تحقق من خلال حيوية اللون وشدة الاضاءة ، ليضعنا امام مشهد



مهيب اخرجها الفنان من خلال اختيار زاوية نظر للعلم توجي بتصويره من اسفل الى اعلى بما يخلق احساساً بصرياً بالعلو والارتفاع نحو السماء ، ومثل ذلك الاحساس انعكس على قبة المبنى الذي بدى اشد سطوعاً وجمالية . ولتأكيد الاجواء الدرامية وفخامة المشهد يستقر طائر الصقر فardاً جناحيه قمة السارية ليشكل مع بقية المفردات علاقة دلالية تتعلق بمعاني القوة والحماية والعزة لما لذلك الطائر من مكانة مقدسة ارتبطت بأله السماء في الحضارات القديمة .

اذن يبدو ان الموضوع العام للعمل تضمن ابعاداً دعائية باستراتيجية اشهارية سياسية بنوع من اللعب على غريزة الانتماء والوطنية من خلال تقديم مدن الولايات المتحدة الامريكية بأبهى صورة واكثر وطنية فالفنان عندما يصور واشنطن بهذه الصورة المثالية فهو يريد ايصال رسائل تتعلق بجمال البلاد وتخطيطها العمراني ومن جانب اخر قوتها واحتفائها برموزها الوطنية التي تشكل مصدر الهام وقوة وفخراً للفرد الامريكي ، ومحط جذب واهتمام للجنسيات الاخرى ممن تسعى الى الهجرة والعمل في الولايات المتحدة الامريكية . ولأن تاريخ انتاج العمل جاء عام ٢٠٠٣ وهو تاريخ الحرب على العراق نجد انه العمل قد جاء للاحتفاء بأمريكا وقوتها وتقديمها كدولة صانعة للحرية والسلام .

وبهذا يكون الفنان قد انتج صورة اشهارية سياسية وطنية تتعلق بخلق عالماً مثالياً ورؤية جمالية يسهل فهمها من قبل كل فئات المجتمع فالفنان عندما اختار العلم الامريكي ومبنى البيت الابيض والصقر فهو يغادر النخبوية ويهبط لمخاطبة الجمهور البسيط كونها رموزاً متداولة وقريبة من عقول الناس ليس على مستوى الجمهور الامريكي فقط بل كافة الجماهير الاخرى ، وهذه هي



لعبة الممارسة الاشهارية التي تقتضي امتلاك القاعدة الجماهيرية والوضوح وبساطة الفهم ، وهكذا يبدو العلم احد الادوات المهمة في تشكيلة الاشهار السياسي في امريكا لما يمتلكه من اهمية في الفكر الجمعي نجد لها مقاربات في تمثال الحرية المصمم نسبة الى

(شخصية ليبرتاس) إلهة الحرية الرومانية. التي صورت وهي ترفع بأحد ذراعيها شعلة للأعلى وفي ذراعها الأخرى لوحة نقش على سطحها مجموعة من الأرقام ضمت تاريخ إعلان استقلال الولايات المتحدة. أما القدمين فبرزت وهي بخطوات للامام مع سلسلة مكسورة كدالة تتحرك نحو معاني الحرية وإدانة العبودية ، لذا تصدر ذلك التمثال مكانة مهمة لما يحمله من إرسالات تتعلق بفترة تاريخية مهمة من فترات تأسيس الذات الأمريكية ، ولاهمية ومكانة ذلك التمثال سياسياً ووطنياً كرمز مرادف لقوة أمريكا ووجودها تحول الى موضوع متداول بين غالبية الفنانين المعاصرين كما في الأشكال الساندة (١ ، ٢ ، ٣) لما له من قوة وجاذبية في تعزيز فكرة الانتماء وتقديم الذات



الإمريكية
كأنموذج
للحرية
والتحرر



انموذج (٢)

اسم الفنان : هيفي جيه ، Heavy J.

O. A.

اسم العمل : باراك اوباما

تاريخ الانجاز : ٢٠٠٩

الخامة : اكريك على خشب

تحليل العمل :

تقدم القراءة البصرية للعمل مشهداً من احد خطابات الرئيس الامريكى باراك اوباما وهو يرفع احد ذراعيه للامام وخلفه صورة للعلم الامريكى تضمن عبارة باراك اوباما اول رئيس اسود لامريكا . تحركت الارسلات الدلالية للعمل ضمن معاني الدعاية السياسية والترويج على ذلك التقط الفنان حركات الجسد الموحية بالسيطرة والقوة فضلاً عن النظرات الثاقبة والزي الرسمي فقد تم تصوير الرئيس اوباما بكاريزما صممت بنوع من الفخامة والاحتفاء بهويته الامريكية - الافريقية انكشفت من خلال عبارة باراك اوباما اول رئيس اسود لامريكا (وهذه العبارة تضم اجراءً دلاليًا مضاعفًا يجمع بين تعزيز الهوية الوطنية من جانب والهوية العرقية من جانب اخر فعندما يدمج الفنان بين العلم الامريكى وخطاب يقدم اوباما كأول رئيس افريقي فإنه يكون قد سلك سلوكاً بروباغندياً ويقدم امريكا كأنموذج للحرية والتعددية التي تضمن التعايش السلمى .

وبما أن احد شروط نجاح الخطاب الاشهاري للعب على الغرائز من خلال مضاعفة الاهتمام بأخراج الصورة بأعلى مقاييس الجمال نجد ان للعمل مقاربات مع البوسترات وتصاميم الاعلان ، لما لها من تقنية جمالية مضاعفة تتحقق من خلال قوة الالوان واشراقتها وهنا يكون الفنان قد حقق استراتيجية اشهارية سياسية تمثلت بصناعة ايقونة سياسية لشخصية الرئيس مع ايقونة وطنية وعبارات تؤكد الاحتفاء بالهوية والعرق الافريقي الامريكى ومثل هذه الاجراءات من المؤكد ان تلامس ابناء عرقه من الجمهور وعلى نحو خاص وان الفنان ذاته امريكى افريقي بما يجعل لهذه الصورة تأثير قوى وسحري على المشاهدين عموماً وعلى المهمشين والاقليات على نحو خاص ، وبما أن غاية الفنان اقناع الجمهور وترغيبه بهذه الشخصية السياسية نجد انه اختار مفردات بسيطة ومتداولة في وسائل الاعلام والمشاهد اليومية وذلك لفهمها وقربها من كافة فئات الجمهور ، وهكذا نجد ان الشخصيات السياسية احد اهم استراتيجيات الاشهار السياسى بما يحولها الى ايقونات حتى وان غادرت هذه الشخصيات مواقعها السياسية كما في صورة اوباما التي تحولت الى ايقونة سياسية تتعلق بمرحلة تاريخية من مراحل تاريخ امريكا فمنذ ان اطلق اوباما حملته الدعائية عام ٢٠٠٨ صعدت صورة اوباما كأيقونة متداولة في المجتمع الامريكى عندما صمم الفنان شيبيرد فيري بوسترًا باللونين الازرق والاحمر (الوان العلم الامريكى) كملصقاً لحملته الانتخابية ولينوالى



العديد من الفنانين على رسم صورة اوباما مقرونة بالعلم الامريكى كما في الاشكال الساندة (٣٤)
٣٥، ٣٦ ، ٣٧) .



انموذج (٣)

اسم الفنان : روبرت مارس

Robert Mars

اسم العمل : يفعل ذلك -

جيمس دين

تاريخ الانجاز : ٢٠١٢

الخامة : وسائل مختلفة

وكولاج مع طلاء راتينج

صناعي ، على خشب

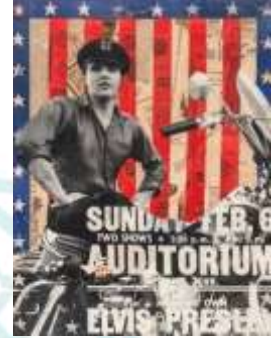
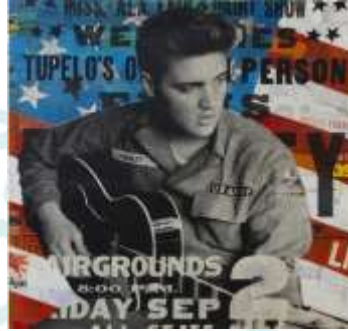
تحليل العمل :

تحدد القراءة التصويرية لمحتويات النص بمجموعة مفردات ضمت صورة لنجم سينمائي من نجوم هوليوود + العلم الامريكى مع كتابات اشارت الى الهوية الامريكية + ظهور بسيط لجزء من سيارة .

يبث العمل معاني تتحرك ضمن التفخيم والترويج لتاريخ امريكا الثقافي ونجومها من المشاهير من خلال الدمج بين شخصية فنية ورمز وطني ورمز صناعي فثمة ممارسة بروباغندية تدعو المشاهد الى التفكير بعظمة الولايات المتحدة كصناعة ومنتجة للشخصيات الابداعية من جانب

ومن جانب آخر كمنتجة لاهم واقوى الصناعات الاستهلاكية كالسيارات ، ولتعزيز هذه الفكرة ادخل العلم الامريكي وعبارة امريكا لتكثيف المعنى وجعله اكثر وطنية ، ولهذه التوليفة من الرموز ابعاداً سياسية بالمقام الاول ولكنها تمرر من خلال استراتيجيات الترفيه بأختيار ايقونة ثقافية لها قاعدتها الجماهيرية فالنجم جيمس دين المولود عام ١٩٣١ رشح لجائزة اوسكار لمرتين بعد وفاته بحادث سير عام ١٩٥٥ ورغم صغر عمره الفني الا انه تصدر قائمة المشاهير كرمزاً ثقافياً منذ الخمسينيات ولغاية الوقت الحاضر ، بما استدعى فناني البوب ارت الجديدة ومن بينهم الفنان مارس استدعاء الرموز الثقافية لحقبة الخمسينيات واعادة بعثها واحيائها كنوع من التذكير بالعصر الذهبي لامريكا ثم تمجيد رموزها بوصفهم جزء مهم من تاريخ امريكا لذا نجد ان العديد من اعمال مارس تجمع بين الرموز الثقافية والعلم الامريكي كنوع من تعزيز الانتماء والهوية الامريكية وكذلك تحفيز وتنشيط الرغبة الانستولوجية فضلاً عن تعريف الاجيال المعاصرة من الشباب بالارث الثقافي لامريكا وتاريخها ، لذا يختار مارس لقطة للنجم دين تضمنت ارسالات للغة الجسد من حيث النظرات الواثقة وطريقة الجلوس فثمة كاريزما بطولية تخللت صورة جيمس وهو نوع من اللعب على الغرائز والرغبات لجذب المشاهد محققاً اهم شروط الممارسة الاشهارية وهو جعل الاشياء اكثر جمالاً لتحقيق قبولاً واسعاً وينجح استهلاكها . فمن زاوية اخرى يبدو ان صورة جيمس كأيقونة ثقافية وصورة السيارة كرمز صناعي ما هي الا جزء من السياسة الرأسمالية وثقافتها الاستهلاكية بما يستدعي القول ان الفنان هنا اتخذ استراتيجية اشهارية سياسية من خلال الجمع بين اهم الرموز الثقافية والوطنية والاستهلاكية في الولايات المتحدة الامريكية ، واكثرها قرباً ووضوحاً لعقول الجماهير بكافة مستوياتها بل اكثرها رغبة ورسوخاً في الذاكرة الجمعية ، وهكذا جاءت اشهارات مارس السياسية مفعمة بأعادة احياء الرموز الثقافية ودمجها بالرموز الوطنية وثقافة الاستهلاك لينتج سلسلة اعمال تنوعت بين العديد من المشاهير كما في الاشكال () واحياناً اخرى يدمج بين الماركات الاستهلاكية والرموز الوطنية ففي الشكل () يجمع الفنان بين الكوكا كولا والعلم الامريكي كنوع من الاحتفاء بالصناعة الامريكية وهي ممارسة يتم من خلالها تمرير نوع من الدعاية والاشهار السياسي وتقديمه من خلال استراتيجيات الترفيه خصوصاً وان مشروب الكوكا كولا المشروب المفضل لدى اغلب الجماهير بما يعزز من الهوية والانتماء لامريكا

بوصفها من مجتمعات الوفرة كذلك نوع من اعادة بعث واحياء العلامات التجارية كمنتج وطني استعاره فنانونا البوب ارت في الستينيات وهي ايضاً ممارسة تضم نوع من الترويج والتعزيز للرأسمالية وسياستها الاستهلاكية .



انموذج (٤)

اسم الفنان : جون ماكنوتون - Jon

McNaughton

اسم العمل : ترامب شراغد

تاريخ الانجاز : ٢٠٢٤

الخامة : زيت على كانفاس

تحليل العمل :

تتأسس القراءة البصرية للعمل على ثيمة اساسية لشخصية الرئيس ترامب قدمها ماكنوتون برؤية فنتازية واستدعاءات اسطورية ، فثمة حضوراً درامياً اتضح من خلال تقديم ترامب كشخصية بطولية حاملاً الكرة الارضية على اكتافه متوشحاً بالعلم الامريكي في اجواء مهيبه .



تستدعي الارسلات البصرية للعمل معاني تتعلق بفكرة التضحية والقوة برزت من خلال تصوير ترامب بنوع من الدراما والعاطفة تجسدت بلامحه المرهقة وجسده المنحني من شدة ثقل الكرة الارضية المحمولة على اكتافه وفي ذات الوقت يتوشح العلم الامريكي بأصرار وقوة وثبات ، فقد اوجد الفنان المعادل الصوري لتفخيم صورة ترامب وتكثيف العاطفة من خلال استدعاء مرجعية حضارية لاسطورة اطلس اليونانية ، واطلس في اللغة اليونانية القديمة يعني شديد التحمل ومنه اشتقت اسطورة اطلس التي انتجت صورة بطولية ارتبطت بمعنى القوة وشدة التحمل من خلال حمله قبة السماء على كتفيه كما في الشكل (٤١) ويعد اطلس بحسب الاساطير الاغريقية احد الجبابرة الاثني عشر ممن حكموا الكون ثم دخلوا الحرب مع الاولمبيون من اجل السيطرة على الكون فخسروا الجبابرة وكان عقاب اطلس بأن يحمل الارض على كتفيه مدى الحياة .

وبما ان الاشهار السياسي يقتضي تفخيم الصورة واخراجها بنوع من الدراما والبطولة استدعى الفنان شخصية اطلس بوصفه رمز الهي جمع بين القوة والحكمة والسيادة من جانب ، ومن جانب اخر تحمل الابعاء والخسارة بروح بطولية ، ذلك ان تاريخ انجاز العمل جاء بعد فترة انتهاء المدة القانونية لحكم ترامب فأراد الفنان صناعة صورة مثالية تخلد اسم ترامب وتعزز من موقفه ، ولمضاعفة الاحساس الوطني وتكثيف العاطفة الجماهيرية ادخل الفنان العلم الامريكي بعلاقة احتوائية مع ترامب فرغم ثقل الكتلة المحملة على اكتافه الا انه لم يتخلى عن وطنيته وانتماءه ، ولتعزيز الفكرة العامة وتحقيق الهدف شيد الفنان رؤيته في اجواء درامية نجد لها مقاربات في الحركة الرومانتيكية فثمة طريقة اخراجية استوعبت مناطق العتمة وشدة الاضاءة التي ركزت على المفردات الاساسية كالكرة الارضية وشخصية ترامب فضلاً عن لغة الجسد الانفعالية والتوهج اللوني والاهم من ذلك تصعيد الرؤية الخيالية ، فالفنان عندما يختار رمزاً اسطورياً ويعيد انتاجه بشخصيات سياسية من الحياة المعاصرة الى جانب رمزاً وطنياً انما هي محاولة للعب على الغرائز من خلال احياء الرموز الحضارية وهي ممارسة تتعلق بتمجيد الذات المؤسسة والاحتفاء بالمنجز الحضاري بما يعزز موقف القادة والشخصيات السياسية المعاصرة بوصفهم امتداداً

لاسلافهم ، وهكذا يكون الفنان قد اختار مفردات متداولة وعلى تماس مع الجمهور بكافة مستوياته كالعلم وصورة ترامب وحتى اطلس كرمز الهي كان قد تحول الى رمز متداول في بعض العملات والعديد من الافلام والاغاني والعباب الفيديو والتكنولوجيا وهو ما يحتاجه الخطاب الاشهارية لتحقيق القاعدة الجماهيرية . بما يستدعي القول ان العمل ذا ارسالات بروباغندية تضمنت جانبان الاول الاحتفاء بالذات المؤسسة وامجاد الماضي اما الثاني صناعة صورة اشهارية لشخصية سياسية معاصرة فثمة جمع بين الرمز السياسي والوطني والحضاري .

الفصل الرابع النتائج والاستنتاجات

- ١- شكل العلم الامريكي دالة مشتركة ضمن استراتيجيات خطاب الاشهار السياسي في فن الرسم المعاصر بما يقدمه من جرعات مضاعفة لتعزيز الشعور بالانتماء كما في جميع نماذج العينة .
- ٢- احد تقنيات الاشهار السياسي في حقل الرسم الدمج بين الرموز الوطنية (العلم الامريكي) والرموز الحضارية (الصقر) وتقديمها في مشهد درامي كأجراء لمضاعفة فخامة المشهد واللعب على غريزة الهوية والذات المتعالية بما يحقق الاستجابة والقبول في الوعي الجمعي فضلاً عن تقديم صورة مثالية لامريكا في وعي الأخر كما في انموذج (١)
- ٣- شغل تمثال الحرية في فن الرسم المعاصر مساحة واسعة ضمن استراتيجيات الخطاب الاشهاري السياسي كأداة لتحريك فكرة الحرية والتحرر والاستقلال ولما له من قوة سحرية وقاعدة جماهيرية ارتبطت بمرحلة تاريخية من مراحل تأسيس الذات الامريكية ولتأكيد الفكرة وتحفيز العاطفة الجماهيرية قدم تمثال الحرية بنوع من الفخامة وبأسلوب جمع بين الاجواء الدرامية والرومانسية كما في الاشكال الساندة لانموذج (١) (٣١ ، ٣٢ ، ٣٣) .
- ٤- من استراتيجيات الاشهار السياسي لفن الرسم المعاصر صناعة الايقونات الساييسية من خلال الدمج بين العلم الامريكي وصورة الزعماء السياسيين التي جاءت بنوع من الفخامة تجمع بين التناؤل والقوة كأجراء لمضاعفة القاعدة الجماهيرية والاعجاب بتلك الشخصية كشخصية قيادية كما في انموذج (٢) والاشكال الساندة (٣٤ ، ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٧)
- ٥- من استراتيجيات الاشهار السياسي لفن الرسم المعاصر الدمج بين الرموز الوطنية (العلم الامريكي) والايقونات الثقافية من المشاهير والنجوم والالات الصناعية لحقبة الخمسينيات

كأجراء يضمن تقديم الولايات المتحدة الامريكية دولة متقدمة تنصدر العالم بالصناعة والمبدعين بما يحقق صورة متعالية في ذهن الاخرين على قوة امريكا وثقافتها ومن جانب اخر تعزيز الارث الثقافي لامريكا والاحتفاء بتاريخها كما في انموذج (٣)

٦- استوعب الاشهار السياسي فن الرسم المعاصر العلم الامريكي كرمز الى جانب العلامات التجارية كأستراتيجية لها فاعليتها في تحفيز وتوسيع القاعدة الجماهيرية لما لهذه العلامات من قوة مضاعفة في توسيع القاعدة الجماهيرية ليشكل شراب الكوكا كولا احد اهم العلامات التجارية المتداولة بل علامة ارتبطت بثقافة امريكا وتاريخها كما في الاشكال الساندة للنموذج (٣) (٣٨ ، ٣٩ ، ٤٠) .

٧- من استراتيجيات الاشهار السياسي فن الرسم المعاصر المزوجة بين الرموز الوطنية (العلم الامريكي) والشخصيات السياسية والاساطير كأجراء يضمن مضاعفة حضور الزعيم وتقديمه بصورة بطولية تضاهي الالهة بما يحقق نوع من تعزيز الثقة والقبول لدى الجماهير كما في انموذج (٤)

٨- تحركت استراتيجيات الاشهار السياسي على المستوى الجمالي ضمن مستويين الاول اتبع تصعيد الجانب الدرامي من خلال التلاعب باللون والاضاءة كما في النماذج (١) واشكاله الساندة . وانموذج (٤) اما المستوى الثاني فأتبع طريقة الاعلانات التجارية والملصقات الانتخابية من حيث قوة اللون ووضوحه مع ادخال نصوص كتابية كما في انموذج (٢ و ٣)

الاستنتاجات

١- للاشهار السياسي على مستوى فن الرسم المعاصر قوة تضاهي وسائل الاعلام وتشاركها الاهمية في صناعة الايقونات للشخصيات القيادية .

٢- للاشهار السياسي في فن الرسم المعاصر مرجعيات فكرية تبدأ من الرموز الحضارية والاساطير الى لغة السوق والعلامات التجارية .

٣- يختار الفنان في خطاب الاشهار السياسي الرموز الاكثر تحفيزاً للعاطفة الجماهيرية

٤- صناعة صورة النبل للشخصية السياسية استراتيجياً ملازمة للاشهار السياسي سواء على مستوى الفن او الاعلام .

٥- تضمنت استراتيجيات الاشهار السياسي لفن الرسم المعاصر ممارستان الاولى مباشرة من خلال استخدام صور الشخصيات السياسية بينما الثانية تضمنت سلع استهلاكية او صور النجوم والمشاهير ممزوجة برموز وطنية واذا كانت الاولى تتحرك نحو افرادا او حزب فان الثانية تتحرك نحو سياسة دولة وثقافتها .

الهوامش:

- ^١ (محمد بن ابي بكر عبد القادر الرتزي ، مختار الصحاح ، دار الرسالة ، الكويت ، ص ٣٤٩
- ^٢ (مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي : القاموس المحيط ، مكتبة التراث ، مؤسسة الرسالة ، ط ٨ ، بيروت - لبنان ، ص ٤٢١
- ^٣ (محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، دار مجدلاوي، ط ١، الأردن، ١٩٩٨ ، ص ١٠
- ^٤ (محمد عبيدات، مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٨٩، ص ٢٥١
- ^٥ (زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط ٢، ٢٠٠٢، ص ٣ .
- ^٦ (دافيد فيكتروف: الصورة الاشهارية ، تر ، سعيد بنكراد ، منشورات الاختلاف - ط ١ ، لبنان ، ٢٠١٥ ص ١٩ .
- ^٧ (بيرنار كاتولا : الاشهار والمجتمع ، تر. سعيد بنكراد ، دار الحوار للنشر والتوزيع ، ط ١، ٢٠١٢ ، ص ٢٤ .
- ^٨ (دافيد فيكتروف: الصورة الاشهارية ، مصدر سبق ذكره ، ص ١٩ .
- ^٩ (محسن الندوي : استراتيجية التسويق السياسي في الحملات الانتخابية ، مركز الدراسات والابحاث الانسانية ، مجلة رهنات ، العدد ٤١ ، ص ٤-٥
- ^{١٠} (دافيد فيكتروف : الصورة الاشهارية ، مصدر سبق ذكره ، ص ٩-١٠
- ^{*} (تعود نشأة كلمة التسويق الى الولايات المتحدة عام ١٩٥٩، فان تطبيقها في الميدان الاعلامي ضمن لعبة التسويق السياسي، يعود في الولايات المتحدة نفسها، الى إدارة الرئيس الامريكى ويلسون. لكن وبشكل دقيق، طبقت اولى أساليب التسويق السياسي المنهجية خلال الحملة الانتخابية التي خاضها إيزنهاور عام ١٩٥٢^٦ ، وقد صممت هذه الحملة وادارتها وكالة الاعلام تاديبنتز Ted bates الامريكية للمزيد ينظر : محسن الندوي : استراتيجية التسويق السياسي في الحملات الانتخابية ، مصدر سبق ذكره ، ص ٤
- ^{١١} (محسن الندوي : استراتيجية التسويق السياسي في الحملات الانتخابية ، المصدر السابق ، ص ٣
- ^{١٢} (مصطفى الحفناوي : الدعاية السياسية والاستعلام ، وزارة الثقافة - الهيئة العامة لقصور الثقافة ، ٢٠١٢ ، ص ٢٣- ٢٤
- ^{١٣} (صلاح فضل : قراءة الصورة وصور القراءة ، رؤية للنشر والتوزيع ، ط ١ ، ٢٠١٤ ، ص ٦-٧
- ^{١٤} (بيرنار كاتولا : الاشهار والمجتمع ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٨
- ^{*} (بدأت قصة الحمار مع الديمقراطيين عام ١٨٢٨ عندما اختار المرشح الديمقراطي لخوض سباق الرئاسة آنذاك أندرو جاكسون شعار "لنترك الشعب يحكم"، وسخر منافسه الجمهوري كثيرا من هذا الشعار ووصفه بأنه شعبي ورخيص، فما كان من جاكسون إلا أن اختار حمارا رمادي اللون جميل المظهر وألصق على ظهره شعار حملته الانتخابية وقاده وسط القرى والمدن المجاورة لمسكنه من أجل الدعاية لبرنامجها الانتخابي "الشعبي" ضد منافسه الذي كان يظهر على أنه "تخبيوي" وليس قريبا من هموم الناس. ولكن تحول الحمار إلى رمز سياسي للحزب الديمقراطي بشكل عام ١٨٧٠، عندما قام رسام الكاريكاتير توماس ناست الذي كان يعمل لصالح مجلة "هاربر" الأسبوعية إلى اختيار حمار أسود اللون «عنيد» كرمز للحزب الديمقراطي يتبارز مع فيل جمهوري مذعور. وأصبح الحمار منذ ذلك الوقت، رمز الديمقراطيين المدلل، حيث يقومون بتنظيم مسابقات لرسم أفضل بورتريه له وأفضل الشعارات السياسية، التي يمكن أن ترافق صورته، هذا بالإضافة إلى

القمصان والقبعات والنظارات الشمسية وعلاقات المفاتيح وأقداح القهوة، التي يطبع عليها رسم الحمار الديمقراطي والتي تباع خلال المؤتمرات الانتخابية للحزب.

^{١٥} محمود امهز: الفن التشكيلي المعاصر (١٨٧٠- ١٩٧٠)، دار المثلث للتصميم والطباعة والنشر، بيروت - لبنان ، ١٩٨٠، ص ١٢.

^{١٦} آرثر آسا بيرغر: وسائل الاعلام والمجتمع - وجهة نظر نقدية، تر. صالح خليل ابو اصبع، عالم المعرفة، ٢٠١٢، ص ٢٨

^{١٧} ادوارد لوسي سميث: الحركات الفتية بعد الحرب العالمية الثانية تر. فخري خليل، محمد: جبرا إبراهيم جبرا، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ١٩٩٥، ص ١٣٢

المصادر:

- ١- اسماعيل عبد الفتاح الكافي: معجم مصطلحات عصر العولمة.
- ٢- مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي: القاموس المحيط، مكتبة التراث، مؤسسة الرسالة، ط ٨، بيروت - لبنان.
- ٣- محمد بن ابي بكر عبد القادر الرتزي، مختار الصحاح، دار الرسالة، الكويت.
- ٤- وضاح زيتون: معجم المصطلحات السياسية، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن - عمان، ٢٠١٤.
- ٥- ادوارد لوسي سميث: الحركات الفتية بعد الحرب العالمية الثانية تر. فخري خليل، محمد: جبرا إبراهيم جبرا، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ١٩٩٥.
- ٦- آرثر آسا بيرغر: وسائل الاعلام والمجتمع - وجهة نظر نقدية، تر. صالح خليل ابو اصبع، عالم المعرفة، ٢٠١٢.
- ٧- بيرنار كاتولا: الاشهار والمجتمع، تر. سعيد بنكراد، دار الحوار للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٢.
- ٨- دافيد فيكتروف: الصورة الاشهارية، تر، سعيد بنكراد، منشورات الاختلاف - ط ١، لبنان، ٢٠١٥.
- ٩- زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط ٢، ٢٠٠٢.
- ١٠- صلاح فضل: قراءة الصورة وصور القراءة، رؤية للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٤.

- ١١- محسن الندوي : استراتيجية التسويق السياسي في الحملات الانتخابية ، مركز الدراسات والابحاث الانسانية ، مجلة رهانات ، العدد ٤١ .
- ١٢- محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، دار مجدلاوي، ط ١، الأردن، ١٩٩٨ .
- ١٣- محمد عبيدات، مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٨٩ .
- ١٤- محمود امهز :الفن التشكيلي المعاصر (١٨٧٠ - ١٩٧٠) ، دار المثلث للتصميم والطباعة والنشر، بيروت - لبنان ، ١٩٨٠ .
- ١٥- مصطفى الحفناوي : الدعاية السياسية والاستعلام ، وزارة الثقافة - الهيئة العامة لقصور الثقافة ، ٢٠١٢ .