

REVUE **DROIT & SOCIÉTÉ** مجلة القانون و المجتمع

دورية علمية محكمة تعنى بالدراسات و الأبحاث في المجال القانوني و الاجتماعي و الاقتصادي.
PERIODIQUE SCIENTIFIQUE A COMITE DE LECTURE, CONSACRE A LA PUBLICATION D'ETUDES
ET DE RECHERCHES DANS LES DOMAINES JURIDIQUE, ECONOMIQUE ET SOCIALE



معرف الغرض الرقمي: 10.5281/zenodo.10600083 □ العدد الثاني عشر السنة الرابعة / يناير □ مارس 2024 □

توظيفات الصورة في الخطاب السياسي: آليات اشتغال الملصق السياسي

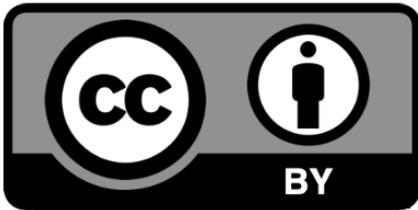
UTILIZING IMAGES IN POLITICAL DISCOURSE: MECHANISMS OF POLITICAL POSTER OPERATION

وفاء بوريقة

طالبة باحثة في التواصل السياسي والاجتماعي

المعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط

Wafabourig28@gmail.com



بوريقة، . وفاء . (2024). توظيفات الصورة في الخطاب السياسي: آليات اشتغال الملصق السياسي. مجلة القانون و المجتمع، 4(12)، 5-28
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10600083>



Éditée Par
SOCIAL AND MEDIA STUDIES INSTITUTE



REVUE DROIT & SOCIÉTÉ
ISSN : 2737-8101

توظيفات الصورة في الخطاب السياسي: آليات اشتغال الملصق السياسي



الملخص:

يتناول هذا المقال قراءة نسبية لأهمية استخدام الصور في مجال التواصل السياسي، مع التركيز بشكل خاص على الملصقات السياسية. يهدف البحث إلى تحليل المكونات البصرية واللغوية التي تستخدمها الملصقات السياسية لتحقيق أهدافها وتوجيه الرأي العام وفقًا لأجندات الفاعلين السياسيين.

وفاء بوريكة

طالبة باحثة في التواصل السياسي والاجتماعي
المعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط، المغرب

سنعتمد في تحليلنا على منهج دراسة الحالة من خلال دراسة ملصق سياسي تابع لحزب التجمع الوطني للأحرار باعتباره الحزب الفائز بالأغلبية بالانتخابات العامة لسنة 2021، كما سنبنّي تحليلنا على مقارنة وصفية تأويلية وتفسيرية لفحص الآليات المستخدمة لتحقيق التأثير والإقناع.

سنعمل من خلال البحث على تسليط الضوء على أهمية الصورة ولغة الصور في سياق التسويق السياسي والتواصل السياسي، وسنقدم نظرة على الاستراتيجيات التأثيرية التي تعتمد على الصور في إطار

حملات الحزب موضوع الحالة المدروسة. سنبرز من خلال المقال أهمية البُعد البصري كوسيلة فعالة في تحقيق التأثير السياسي وتوجيه التوجهات العامة.

الكلمات المفتاحية: الصورة، البورتريه، الملصق السياسي، التواصل السياسي، التسويق السياسي.

UTILIZING IMAGES IN POLITICAL DISCOURSE: MECHANISMS OF POLITICAL POSTER OPERATION

ABSTRACT

This article provides a comparative analysis of the significance of using images in the field of political communication, with a specific focus on political posters. The research aims to analyze the visual and linguistic components employed by political posters to achieve their goals and steer public opinion in accordance with the agendas of political actors.

Our analysis will rely on a case study methodology, examining a political poster affiliated with the National Rally of Independents Party, considering its victory in the general elections of 2021. We will adopt a descriptive and interpretative approach to examine the mechanisms used to achieve impact and persuasion.

Through this research, we aim to highlight the importance of images and visual language in the context of political marketing and communication. We will provide insights into the influential strategies that rely on images within the framework of the party's campaigns, the subject of the case study. The article emphasizes the significance of the visual dimension as an effective means to achieve political impact and shape general attitudes.

Keywords: *Image, Portrait, Political Poster, Political Communication, Political Marketing.*

Wafa Bouriga

PhD student in political and social communication

Higher Institute of Information and Communication in Rabat, Morocco



مقدمة:

صور لحيوانات مختلفة. لكن مع تطور الحضارة الإنسانية بدأت تظهر للصورة استعمالات أخرى، على سبيل المثال في الصحافة والإعلام والسياسة والاقتصاد وغيرها...

تعتبر الصورة أهم ما أفرزه الزواج الحاصل ما بين الفن والتكنولوجيا، هذا الزواج الذي سيشهد تطورات عديدة مع ظهور الإعلام الجديد، الذي سهل بدوره عملية انتشار الصور

قديمًا، كان للصورة طابع فني صرف، بحيث أنها كانت وسيلة لتوليد المتعة عند الإنسان من جهة، ومن جهة أخرى وسيلة للتعبير عن كينونة الذات وماهيتها. فمنذ العصور القديمة اتخذ الإنسان من الرسم على الجدران والخشب، ولسنوات طويلة، وسيلة للتعبير عن نفسه وأفكاره؛ فكانت أولى الحروف في اللغة عبارة عن

ينطلق البحث العلمي كما هو معلوم من إشكالية تحدد معالمه وترسم مساره. ومن هذا المنطلق، يسعى هذا الموضوع إلى التركيز على الصورة بشكل عام والملصق بشكل خاص باعتبارهما أحد أهم حوامل الخطاب السياسي في العصر الحالي.

وبهذا الصدد، سنستهل الإشكالية بالسؤال عن الكيفية التي يساهم بها الملصق في عملية التواصل السياسي من خلال البحث في الآليات والأساليب الإقناعية التي يوظفها الملصق السياسي في التواصل، ومن ثم في التسويق والدعاية. وفي محاولة للوصول إلى إجابات عن هذا السؤال الإشكالي، اخترنا الاشتغال على حالة ملصق سياسي تواصله لحزب التجمع الوطني للأحرار.

تتولد من هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

كيف تتدخل عملية تصميم الملصقات السياسية وصناعتها، في عملية التأثير في الرأي العام وتوجيهه؟ وقبل ذلك، هل تتم صناعة هذه الملصقات السياسية بأشكال تتماشى فيه خصوصيات المكونات البصرية واللغوية؟ ثم ماهي العلاقات الممكنة بين النسق البصري والنسق اللغوي للملصق؟ بمعنى آخر، هل صناعة الملصق، السياسي في السياق الحزبي المغربي، خاضع لضوابط فنية منظمة أم أنه مجرد ممارسة عشوائية مستنسخة من تجارب سياسية أخرى؟ ثم ماهي الدلالات الرمزية التي يولدها الملصق السياسي؟

على أوسع نطاق، وجعلها تصل إلى جمهور عريض؛ الأمر الذي جعلها أداة فعالة في يد الفاعل السياسي، بحيث أصبح هذا الأخير يتلاعب بها كما يشاء ويوظفها خدمة لأجنداته الشخصية. بل وفي عصر التطورات التكنولوجية الحالية، تحولت الصورة إلى صناعة سياسية؛ إذ تتم صناعتها وتكييفها مع كل ما يريده الفاعل السياسي ويشتهي. وصارت توظف تقريبا في كل العمليات المرافقة للتواصل السياسي والانتخابي، من تسويق ودعاية وإعلان وتكذيب وتزييف وتضليل وإقناع وتحريض وتجيش. بالتالي، فالصورة أضحت ذات تأثير كبير، لقدرتها على توجيه الرأي العام بإمكانيات جديدة.

نرمي، من خلال هذه الموضوع، الى إبراز دور الصورة ومكوناتها في عملية التواصل السياسي، ولبلوغ هذا الهدف ارتأينا الاشتغال على صنف الملصقات السياسية، باعتبارها أحد أهم الحوامل الأساسية للخطاب السياسي في العصر الحالي. فالملصق يتم تصميمه بغرض استمالة عدد كبير من الناس، وجعلهم يتوحدون حول موقف معين. وبالرجوع لتاريخ ظهور الملصق السياسي بالخصوص، نجد أنه قد ساهم بالفعل في رسم المعالم الأولى للتنظيمات والأحزاب والممارسات السياسية في علاقتها بالمواطنين، عن طريق التوجيه والتأطير، وكذا عبر إنتاج الخطاب في صيغة بصرية مثيرة وجذابة.

إشكالية:



فرضيات:

السياسية. يتمثل التحدي الأساسي في فهم أساليبه وفك رموزه الدلالية، حيث تتنوع الرسائل وتظهر طرق إقناعية متعددة داخل هذا السياق.

في نفس السياق، يستوعب التحليل الدقيق للملصقات السياسية أهمية فهم جوانب وخبايا صناعتها وكيفية تأثيرها على الرأي العام، حيث يعتبر فحص الرموز الدلالية وتحليل الأساليب الإقناعية في هذه الملصقات تحديًا يتطلب فهما عميقًا للسياق الثقافي والاجتماعي الذي يشير إليه كل ملصق.

من جانب آخر، يعكس تزايد استعمال الملصقات السياسية الرقمية في الفضاء الرقمي تحولًا نوعيًا في ممارسة التواصل السياسي. يساهم هذا التطور في تعزيز الوعي السياسي لدى المواطنين، حيث يصبح التفاعل مع الملصقات السياسية جزءًا أساسيًا من الحياة الديمقراطية. يتيح الفضاء الرقمي نشر وتوزيع الملصقات بشكل أوسع، مما يعزز الديمقراطية ويجعل عملية التواصل السياسي أكثر شمولًا وفعالية في بيئة إعلامية متطورة.

حدود الموضوع:

- التركيز على بعض أشكال الصورة وأدوارها في إطار الحملات الانتخابية والتسويق السياسي.
- تبيان الأساليب الإقناعية والآليات التي يوظفها الملصق السياسي لاستمالة الجمهور والرأي العام.

أولاً: الملصق السياسي أضحى من الحوامل الرقمية الفعالة في عملية التواصل السياسي.

ثانياً: الملصق السياسي يعتبر وسيلة فعالة لتصريف المواقف السياسية في المجال السياسي.

ثالثاً: الملصق السياسي يوظف ترسانة من المكونات والأساليب الإقناعية لتحقيق عملية التأثير وتوجيه الرأي العام.

رابعاً: الملصق السياسي، شأنه شأن الملصق الإشهاري، يؤدي دوره في الدعاية والتسويق من خلال عمليات التزييف والكذب والإغراء والغواية.

خامساً: الملصق السياسي يقلص من هامش حرية المتلقي، ويمارس نوعاً من السلطة على عين المشاهد وإدراكه.

المنهجية:

تهدف مناهج البحث الأكاديمي في عموميتها، إلى جعل نتائجه موضوعية وقابلة للتعميم. من هنا فقد تم الاعتماد في هذا الصدد على المنهج الوصفي التأويلي (السيمبائي)، كل هذا بغاية فك الرموز التعبيرية داخل الملصق السياسي عينة الدراسة، وكذا بغاية الكشف عما يخفيه من دلالات ومعاني.

أهمية الموضوع:

يعتبر الملصق السياسي واحداً من الأدوات المعاصرة البارزة في مجال التواصل السياسي، حيث يلعب دوراً حيويًا في نقل المفاهيم والرسائل



خلال التحكم في العواطف والانفعالات لصالحها.

من جهة أخرى، تعمل الصورة على التأثير في البرامج السياسية للآخرين، من خلال التشكيك فيها والتشويش عليها وتكذيبها، وذلك بتوظيف حجج حقيقية أو مزيفة. ذلك ما فعلت المرشحة "هيلاري كلنتون" في وصف خصمها السياسي "دونالد ترامب" بكونه مرشحا خطيرا، ونشرت له صورا كاريكاتورية على هيئة وحش يهدد المهاجرين والمسلمين¹. فالفاعل السياسي يسعى من خلال توظيف الصورة إلى التلاعب بأذهان الجمهور. فنحن نعيش اليوم في عصر ثقافة ما بعد المكتوب، ذلك أن هذا العصر هو عصر الصورة بامتياز، وعصر المجتمع الفرجوي، الذي تمارس فيه الصورة سلطتها بأشكال مختلفة².

فالصورة في المجال السياسي، تمارس سلطة قاهرة على المشاهد نظرا لقدرتها على الإمساك بالمرئي، وعرضه في قالب حسي. وطبقا لهذا، فهي تشتغل وفق مبدأ توليد اللذة³، خصوصا في صيغتها الرقمية، بحيث تجعل المشاهد يجد ضالته فيها. واستنادا لذلك، فالصورة، ترسم بين طياتها أملا تتوجه به إلى المتلقي وتصنع بينها وبينه حبالا رفيعة من الثقة، عن طريق تبنيها لطرق الخداع والتزييف. إنها في النهاية، تسعى إلى خدمة مصالح الاتجاه السياسي والإيديولوجي

• الاشتغال على حالة ملصق سياسي لحزب التجمع الوطني للأحرار المغربي.

المحور الأول: الصورة وسلطاتها في المجال السياسي.

1. توظيفات الصورة في مجال التواصل السياسي.

إن توظيف الصورة في عملية التواصل السياسي، يتأسس على ضرورة الإلمام بالواقع المعيشي للأفراد، ذلك أن التشخيص الدقيق للوضع المجتمعي، هو ما يساعد على التوظيف الإيجابي للصورة في عملية التواصل السياسي. فالصورة كحاملة للخطاب السياسي تحاول بعث تطلعات الأفراد وتجسيدها لهم في قالب فني مثير وجذاب. والهدف هو العمل على ترجمة آمال وطموحات الجمهور المستهدف. فالحقيقة التي تتسرب إلى ذهن المتلقي من خلال الصورة غالبا ما تكون مؤثرة، بل وتجعل المشاهد لها ينخرط لا إراديا في تبنيها. وفي هذا الصدد يتم استغلال مجموعة من الأساليب التعبيرية، كلغة الجسد والأشكال والألوان والخطوط وغيرها. فالصورة في الميدان السياسي، لا تنقل الواقع فحسب، بل تعيد إنتاجه من جديد، لكن طبقا لما يشتهي المشاهد ويريده، من خلال تغطية النقص الذي يشوبه، وملئ كل الفراغات وترميم كل الندوب التي تتخلله. ويتم هذا أيضا من خلال تقديم حلول وإجابات عن السؤال الاجتماعي للأفراد. الصورة لا تتكلم، لكنها تمتلك القدرة على خلق الخطاب بصيغ أخرى، من

¹ خذري. ع. (2016). سلطة الصورة في الخطاب السياسي. مجلة فتوحات. 2016، 84-96.
² بنگراد. س. (2003). السيميائيات وموضوعها، مجلة علامات، العدد 2001، 180-200.
³ الزاهي. ف. (2002). فيما وراء المفاهيم، فتنة الصورة وسلطتها، مجلة علامات، العدد 18، 25-33.



ويتحكم في مصيرك. فرييس الدولة هو بمثابة أب للأمة⁶. كما أن الصورة أثناء الحملات الانتخابية، تلعب دورا في البروباغندا، إذ أنها تقوم على امتداح المحاسن الإيجابية، والتغطية على كل ما هو سلبي في تاريخ الفاعل السياسي وحزبه. إنها تركز على التواصل بصيغة أحادية ونمطية وغير موضوعية. وذلك بغاية التأثير على آراء الأفراد والجماعات، وخلق عنصر الإبهار إزاء ما تحتويه الصورة. هكذا يغدو التصوير الانتخابي اعترافا نسبيا بمدى عمق اللاعقلانية السائدة في السياسة، فما يظهره معظم المرشحين ليس هو مشاريعهم الانتخابية، بل هو نمط عيشهم وظروفهم المعيشية وأعرافهم وتقاليدهم وكذا النمط البورجوازي الذي يسرون عليه، أي كل ما نسميه إيديولوجيات. وفي نفس سياق حديثنا، لابد لنا من الإشارة إلى البورتريه Portrait باعتباره آلية من آليات الفوتوغرافيا الانتخابية. فالبورتريه هو عبارة عن صورة موجزة ومكثفة، ودمية effigie تعرفنا بالموضوع المصور (الفاعل السياسي) ومميزاته. وهو ما من شأنه أن يقربنا من خصوصياته الفيزيولوجية والسيكولوجية وأسلوبه في الحياة وانتمائه الاجتماعي. فالبورتريه السياسي صيغة من صيغ الدعاية السياسية التي يسعى من خلالها الفاعل السياسي إلى ذكر كل ما هو إيجابي ومحمود في شخصه، وما يمكن أن يجعل الناس يلتفون من حوله وينجذبون له ولشخصيته؛ بحيث يستغل البورتريه، في هذه

⁶ R. Barthes, (1970), *Mythologies*, Éditions du Seuil.

الذي تمثله. فهي سلاح فتاك، مؤثر، ومقنع، يفتح آفاقا وإحياءات رمزية متعددة تثير شحنات عاطفية تدفع الفرد إلى الانخراط في كينونة محتواها⁴. إن الصورة أداة التوسط المثلى بين سياسي [عارض لبضاعته] وبين زبون مواطن، يختار ما يناسبه من العرض وما يستجيب لسقف أحلامه وتوقعاته. وتعتمد الصورة في ذلك على كافة وسائل التأثير النفسية والاجتماعية، بل إن تأثيرها الأكبر وقوتها، يكمنان في قدرتها على التسلل إلى البيوت والمنازل والفضاءات العامة والحميمة دون استئذان⁵.

توظف الصورة وبمختلف صيغها من قبل الأحزاب السياسة للدعاية والترويج والتسويق لذاتها وبرامجها. وفي هذا الصدد يتم استغلال الصور للتعريف بقيادة الأحزاب السياسيين، عن طريق استغلال الفوتوغرافيا الانتخابية photogénie électorale، التي تساهم في إظهار المرشح كمنتج قابل للاستهلاك من طرف الجمهور، عن طريق خلق رابط شخصي un lien personnel بينه وبين الناخبين. فالمرشح لا يقدم برنامجاً انتخابياً فحسب، بل إنه يقدم مناخاً مادياً ومجموعة من الاختيارات اليومية المعبر عنها في شكل الجسم والملابس والوضعية. من جهة أخرى، يعزز التصوير الانتخابي الطابع الأبوي للانتخابات (كما قال بارث)، من خلال فرض طابع الوصاية على المواطنين، فحينما تنتخب شخصا فإنه يصبح وليا لك ووصيا عليك، وبالتالي فهو يأخذ قرارات باسمك

⁴ خذري، ع. مرجع مذكور.
⁵ بنكراد، س. (2009). الصورة الإشهارية وآليات الإقناع والدلالة، منشورات المركز الثقافي العربي.



اللباس وطريقة العيش والإكسسوارات واللباس والخلفية للتعبير عن نمط عيش متميز بالكمالية للتأثير في الجمهور. عن طريق توليد دلالات ومعاني وسلوكيات محددة. فعلى سبيل المثال، يمكن أن يتم توظيف الظلال كتعبير على الأمل والحمل الثقيل والهموم، كما يمكن كذلك توظيف الملابس والإكسسوارات إما للدلالة على الرقي والفخامة والغنى، وإما للدلالة على التواضع والبساطة. قد يرتدي المرشح ملابس عالية الجودة وإكسسوارات فاخرة، وينقل عن نفسه صورة عكس ما سيوصله بارتدائه ملابس بسيطة وعادية. فالفاعل السياسي لا يقدم فقط من خلال البورتريه شخصية سياسية، بل إنه يقدم نموذجاً مثالياً *idéal type* من السلوكيات والانطباعات والمواقف، ونمط عيش اجتماعي واقتصادي.

العملية، توظيف الأفكار والصفات السيكلولوجية والجسمانية والاجتماعية والثقافية للمرشح. إنه يقدم بذلك للامة، الحياة الشخصية والحميمية في قالب يمتزج فيه الكمال بمجموعة من العناصر المستنبطة من الحياة اليومية والمعيشية للفاعل السياسي. ينقل المزاج ونمط العيش، وجوانب القوة والضعف، كما ينقل التفاصيل الجزئية والامة عن الشخص. وهو يملك بالتالي القوة على سرد حياة شخص معين في صورة فوتوغرافية واحدة.

البورتريه عبارة عن قصة ينشرها الفاعل السياسي ليتقرب بها إلى جمهوره. إنه آلية أساسية وفعالة لتصريف مجموعة من المواقف والانطباعات حول شخصية سياسية معينة. يعد البورتريه إذن، في المجال السياسي، من أهم الآليات الفعالة التي يستخدمها رجال السياسة. إنهم يمتلكون القدرة على استغلال هذه الآلية بغاية الدعاية لشخصهم وإظهاره في أحسن وأرقى حلة للجمهور. بحيث يؤسسون من خلاله لصلة شخصية بينهم وبين الناخبين⁷. فقد أضحى آلية لممارسة البروباغاندا والبروباغاندا المضادة، وذلك من خلال قدرته الكبيرة على تحويل الشخص الغائب إلى شخص حاضر في الزمان والمكان. من جهة أخرى فالبورتريه يجعل من المرشح السياسي، في لحظة ما، أشبه بمنتوج اقتصادي يرتبط استهلاكه بمدى جمالية مظهره الخارجي وكذا قدرته على إغراء الجمهور، بحيث يتم استغلال الوضعة وتعايير الوجه ونمط

⁷ R. Barthes, *mythologies*, op.cit.



الصورة 1: صور لزعماء بعض الاحزاب السياسية تعكس البورتريه الشخصي الخاص بمرحلة الحملة الانتخابية.



وذلك بغاية تحقيق التميز وجذب المتلقي وإغرائه. يملك المظهر الخارجي إذن دورا فعالا في خلق النجاح الشعبي وال جماهيري المهر للسياسي. بعبارة موجزة، المظهر هو رأسمال الفاعل الاجتماعي⁸. فكلما كان مظهر الفاعل السياسي مثيرا، كان أكثر قبولا وشعبية، بل وقابلا للاستهلاك من طرف الجمهور. إن البورتريه في شموليته، حامل لمجموعة من الرسائل السياسية والدلالات يتم تصريفها عبر مجموعة من العناصر المكونة له، وذلك ابتداءً من ملامح الشخصية للصورة، وانتهاء بكل العناصر الأخرى التي لا تقل أهمية. فعلى حد قول فريد الزاهي " الوجه صورة الصور، هو هوية الجسد، ومكمن الحواس وموطن المعرفة"⁹.

البورتريه السياسي، بصيغة أخرى، هو هروب السياسي من السياسة لأنه محاولة لتصوير السياسي بعيدا عن تجاذبات تيارات اليمين واليسار. فهو يعرض الجانب الاجتماعي واليومي والشخصي حول الشخصية السياسية. يحمل البورتريه إذن معايير أسرية وثقافية وحميمية ودينية وجمالية تعطي صورة نموذجية عن الفاعل السياسي. فالبورتريه السياسي، يستغل كافة العوامل التي يمكن أن تظهر السياسي في مظهر عظيم لدى جمهوره، وفي صورة بطولية يتم الاحتفاء بها، وأخذها كنموذج مثالي اجتماعي وسياسي. بحيث يركز على الوجه ولامح الشخصية السياسية لتصريف مجموعة من المعطيات. لكن هذا المستوى ليس هو الجانب الوحيد لتقنية البورتريه، لأن هناك مستويات أخرى كالفضاء والإضاءة والزوايا والظلال والرموز والديكور، وهي عناصر يتم توظيفها كلها في هذا الصدد. فالفاعل السياسي يطمح إلى إظهار ذاته وشخصه في وضعيات مختلفة تميزه عن غيره،

⁸ لوبروتون. د. (2014). سوسولوجيا الجسد، ترجمة عياد أبلال،

إدريس المحمدي، منشورات روافد.

⁹ الزاهي. ف. (2018). من الصورة إلى البصري، وقائع وتحولات،

منشورات المركز الثقافي للكتاب.

صورة 2: صورة تعكس بورتريه للأمين العام لحزب التجمع الوطني للأحرار ورئيس حكومة المغرب لسنة 2021 خلال حملته الانتخابية.



إن الظهور الأول والفعلي للملصقات، كان ذا طابع تجاري وإعلاني بالدرجة الأولى. ومع زيادة انتشاره بدأ دخوله للمجال السياسي شيئاً فشيئاً، بحيث لعب دوراً كبيراً في تاريخ الحركات السياسية العالمية، وارتبط بها ارتباطاً وثيقاً، بدءاً بالاتحاد السوفياتي سابقاً، مروراً بالصين وألمانيا وإيطاليا، ووصولاً إلى الولايات المتحدة الأمريكية.

ولم يقتصر انتشار الملصق السياسي في دول العالم شرقاً وغرباً في حركاتها السياسية وثوراتها دون انتشاره في الوطن العربي، بل ظهر في مصر والعراق. ففي مصر مثلاً، ظهر مع قيام ثورة 1919م، احتجاجاً على السياسة البريطانية التي كانت تحتل مصر آنذاك. أما بعد عام 1919م وحتى الوقت الحاضر، فقد بدأ تحول الملصق من الميدان التجاري وبدأ توظيفه في الميدان الاجتماعي والسياسي وأضحت له أهداف وغايات نضالية وثورية ودعائية وتسويقية في المجال

2. نبذة تاريخية عن ظهور الملصق السياسي:

الصورة 3: صورة لسنة 1920 بشعار ماذا قدمت ثورة أكتوبر للمرأة العاملة والفلاحية؟ من ملصقات الثورة اثناء الفترة السوفياتية.



2. الصورة 4: ملصق لحزب التجمع الوطني للأحرار، منشور على هامش المؤتمر الوطني السابع لحزب التجمع الوطني للأحرار سنة 2022.



يظهر لنا من خلال الملاحظة الأولية لهذا المتن البصري، أن هناك اكتساحاً واضحاً وجلياً للون الأزرق ودرجاته لمختلف العناصر المكونة للملصق، خصوصاً الأزرق الداكن والذي احتل تقريباً ربع مساحة الملصق السفلية، نفس اللون يمتد بشكل تدريجي حتى يتمظهر في سترة السيد عزيز أخنوش لكن بدرجة أفتح قليلاً، وليتمثل اللون الأزرق كذلك في قبعات الأشخاص المتواجدين من وراء عزيز أخنوش، كما لاحظنا بروز الأزرق السماوي في الربع العلوي لمساحة الملصق، وذلك في تعبير واضح عن زمن التقاط البورتريه المكون للملصق، وحسب تقديرنا فهو زمن الظهيرة.

السياسي. لقد عرف الملصق تطوراً مضطرباً بعد الحربين العالميتين. فقد دخله عنصر التنظيم والتقنين، وأصبح يتبنى لغة معاصرة، بحيث مر بتاريخ من الأحداث السياسية، استطاع أن يجسد أفكاراً وشعارات كانت موضوعاً له في كل حقبة من حقب التاريخ، ويكون فاعلاً بقدر كبير من التأثير في الملتقي واستقطابه. وهنا نلمس أهمية شيوع هذا النوع من الفن في الحياة السياسية منذ القدم، لقدرته الكبيرة على المساهمة في عمليات الإعلام والتواصل. هكذا أضحت الملصقات السياسية قوة دعائية فاعلة، أثناء الحرب العالمية الثانية وبعدها، بحيث أطلق عليها نعت الملصقات الإيديولوجية والسياسية لكونها تحمل مضامين تهدف إلى شحذ الهمم والدفاع عن حقوق الإنسان، وقضايا الحرية والنضال ثم العمل إبان فترات الاستعمار. وقد كان لهذا النوع من الفن أثر بالغ في الثورات الشعبية على معظم أنظمة دول العالم. وعندما قامت الحرب العالمية الثانية، لعب الملصق دوراً في التحريض ضد الزعيم النازي هتلر وألمانيا.

المحور الثاني: الملصق السياسي كاستراتيجية تواصلية: قراءة في ملصق سياسي لحزب التجمع الوطني للأحرار.

1. قراءة في النسق البصري للملصق السياسي:



في سلوك المتلقي، فلا يمكن تصور أي شيء في هذا العالم خارج الألوان، فدورها يكمن في الفصل ما بين الظواهر والأشياء والكائنات والتمييز بينها، ومن خلالها أمكن التمييز بين الليل والنهار وأمكن التمييز بين الفصول، بل أمكن بواسطتها التمييز بين المناطق الجغرافية ذاتها. فألوان الصحراء ليست هي ألوان السهول الخصبة التي تغطيها المياه من كل الاتجاهات. وألوان المناطق الثلجية ليست هي ألوان المناطق المائية¹⁰. فاللون إذن يمتلك قدرة تواصلية قوية وفضفاضة يمكن توظيفها في عملية التواصل السياسي لما يخدم مصالح الأحزاب وهويتها. بالتالي، يمكننا اعتبار مسألة اختيار اللون هي مسألة حاسمة جدا بالنسبة للحزب السياسي. فالألوان هي التي توجه المؤسسة الحزبية نحو اختياراتها الإيديولوجية.

ويعودتنا إلى المتن الذي نحن بصدد قراءته، يحيل الأزرق، كما هو معلوم في دلالة الألوان ورمزيتها على الهدوء والحلم وعلى السمو والعمق، وكذا على التنظيم والسلاسة. كما أنه من جهة أخرى تعبير على الثقة والسلطة. وكما هو سائد في حياتنا اليومية، فاللون الأزرق يتم توظيفه كثيرا في غالبية ملابس الأطفال الذكور وكل الأشياء المرتبطة بهم، وذلك لتحسيسهم بنوع من القوة وتربيتهم على الصلابة. في حين أن اللون الأصفر، باعتباره لونا حارا، فهو يشير إلى الغنى والجدية، والإشراق والولادة من جديد، وهي كلها صفات

إن حضور اللون الأزرق بكثرة على مساحة هذا الملصق، راجع في نظرنا إلى دافعين: الدافع الأول يتمثل في رغبة المعلن الواضحة لإظهار الملصق في حلة بصرية متناسقة. أما الدافع الثاني، فيكمن في إصرار القائمين بالعملية التواصلية على إعادة تكريس الهوية اللونية لحزب التجمع الوطني للأحرار ولمميزه الحزبي في ذاكرة المتلقي. فكما يصرح بذلك الباحث سعيد بنكراد، تلعب الألوان دورا مهما في مخاطبة وجدان المتلقي، وذلك لارتباطها الوثيق بمجموعة من الدلالات، فهي حبل بمعايير ومواقف وأحكام ومفاهيم وصفات، تمتد لتتجاوز اللون بعينه. إن حضور اللون الأزرق بكثافة في الملصق يخدم وبشكل مباشر، مصلحة الحزب وإيديولوجيته بالدرجة الأولى، والتي تكمن في سعيه إلى ربط كل من هويته الفكرية، بكل المعاني التي يمكن أن يحتويها هذا اللون- والتي سنفصل فيها لاحقا-. إن النظرة التي تنتقل من الأسفل نحو الأعلى في الملصق، تبين لنا انتقال الألوان من مستوى لوني بارد جداً إلى مستوى لوني ساخن (أقل برودة نوعا ما). ومن خلال هذا الانتقال اللوني تتولد لدينا دلالات كثيرة، منها رغبة المعلن ربما في السفر بالمشاهد ولو صوريا عن طريق نقله من التفكير في زمنه الراهن إلى التفكير في مستقبل آخر مختلف، المستقبل الذي لا يتحقق إلا بوجود حزب التجمع الوطني للأحرار.

إن تمثل اللون الأزرق في الصورة بكثافة، ما هو في نظرنا إلا استحضار لمجموعة من الممارسات والتمثيلات التي يجب أن تأخذ دلالاتها من هوية الحزب ومرجعياته. يؤدي اللون وظيفة رمزية تؤثر

¹⁰ بنكراد. س. (2000). الصورة الإشهارية، المرجعية الجمالية والمدلول الأيديولوجي. مجلة الفكر العربي، العدد 112. الصفحة 115.



برامجها الانتخابية. الملمس هو ما يحدد درجة الواقعية أو المثالية لصورة ما. فصورة تمثل مائدة تزيينها المأكولات الشهية تفترض ضمنيا ملمسا يثير هذه الشهية في عين المشاهد.¹²

من جهة أخرى، يتجلى اللون الأبيض في الملمصق من خلال العبارة المنسوبة لشخصية عزيز أخنوش، والتي تم وضعها في الملمصق بين مزدوجتين. كما يحضر اللون الأبيض كذلك في مميز الحزب، وبالضبط في المركز الأدنى للملمصق، وفي هذه الحالة فهو موجود في نظرنا فقط لتثمين عنصر الكتابة والشكل وإبرازهما، في محاولة لإظهارهما للمشاهد بشكل واضح وجلي، وكذا بهدف زيادة ترسيخ الهوية الرمزية للحزب لدى المتلقي. ففي عملية التمييز الهادفة إلى تثمين عنصر ما بعينه، تلجأ الصورة إلى تقنية التضاد اللوني، فهي تلعب دورا رئيسيا في صياغة النص الكلي المعروف، فلون المثلث يجب أن يكون أكثر قوة وحضورا من ناحية السمة اللونية من الخلفية اللونية التي تسنده. والحروف البيضاء غالبا ما تندمج مع الخلفيات الزرقاء والحمراء والسوداء. وهذا هو بالذات ما يولد اهتماما لدى المشاهد بما يشاهده. فالانتباه والإثارة اللذان يحدثهما لون ما، والأحاسيس التي يولدها في دواخلنا، يمكن أن تترجم إما إلى رغبة أو إلى عدم اهتمام أو تقزز من الشيء الذي نشاهده.

إن ما يلفت انتباهنا كذلك في هذا الملمصق، هو استحضار الفضاء العمومي من خلال التقاط

ومميزات وجب ربما توفرها في قيادي حزبي يقوم بالدعاية لنفسه، وقد يبني الشعب كل آمالهم عليه.

بالتالي، ليس هنالك أدنى مجال للشك بأن استعمال الألوان في مجال التواصل السياسي لا يتم بتاتا بشكل عشوائي، بل إنه بالضرورة خاضع لقواعد منظمة. فلا يمكن للسياسي أو المعلن مثلا، وهو يحضر ملصقه الانتخابي أن يتغاضى عن كون اللون الأسود على سبيل المثال هو لون يحيل على الحزن والشقاء، وأن الأبيض إحالة على الطمأنينة والسكينة والحياد، وأن الأحمر إحالة على الثورة والحرب والدماء. وعلى العموم، فاللون يمتلك طاقة تعبيرية يمكن استثمارها في كل سيرورات التواصل الإنساني، بل هو مدخل أساسي لفهم تصورات الأفراد والجماعات عن العالم ذاته وكل ما يحيط بهم¹¹. ولذلك نرى السياسي يعتمد على الألوان كأداة أساسية لشد انتباه المواطن إليه. فما يمكن أن تحيل عليه الألوان في رمزيتها، أكبر بكثير، وقد تستغله وتوظفه جهات سياسية للتعبير عن أيديولوجيتها. وعلى سبيل المثال، نذكر العباسيين والشيوعيين وأيضا الشيعة بألوانهم المعروفة.

إن ملمس الصورة Texture قد تشكل لدينا ولدى المتلقي من خلال اللون. فما يثيره الأزرق من جدية ومسؤولية وسيطرة وقوة في مخيلة المتلقي، هو ما يحدد صدق الصورة، خصوصا وأن الصدق هو الحقيقة التي بات المواطن المغربي يبحث عنها لدى قادة الأحزاب السياسية وكذا في



¹² Alain Joannès, (2008), *Communiquer par l'image* ; éd : Dunod.

¹¹ بنكراد. س. مرجع مذكور، الصفحة 156.

الموضوع المصور في محيطه الخارجي، أي ما يطلق عليه في تعريفات القواميس المتخصصة في الصورة وضممتها قواميس الفوتوغرافيا ببورتريه في محيطه portrait dans son environnement فالأفراد المتواجدون وراء شخصية عزيز أخنوش يبدون من فئات عمرية متفاوتة، وهذا ما يحيل على كون جمهوره جمهوراً متجانساً.

ثمة ملاحظة استنبطناها على هامش المشهد المصور في الملصق، باعتبار أن هذا المشهد لم يوفق إلى حد ما في استحضار مفهوم النوع الاجتماعي، حيث نجد أن هناك حضوراً مكثفاً للعنصر الرجالي فقط، في مقابل غياب تام للعنصر النسائي، والسبب راجع في تقديرنا، إما إلى سياق وجغرافية التقاط المشهد والتي تتميز بطابعها المحافظ والمنغلق، وإما للحضور الباهت للنساء بشكل عام في المشهد السياسي الحزبي المغربي.

يظهر هؤلاء الأفراد في هيئة تعبر على حالة من التأييد، وهو الأمر الذي يتضح لنا من خلال ملاحظة ارتدائهم لقبعات تحمل اللون المميز للحزب وشعار حملته الانتخابية، فاللقطة التي صورت هؤلاء الأشخاص من وراء عزيز أخنوش كانت لقطة مفكر فيها، ما يعني أنها كانت مدروسة ومحسوبة ولم تأت من باب الصدفة أبدا. تظهر اللقطة الأفراد ورائه وليس أمامه، وهذا تعبير جلي على كونهم في كفة التأييد مع زعيمهم السياسي، وهم له بمثابة سند في السراء والضراء. إنها إذن لقطة وضعت السياسي عزيز أخنوش في مكانة قائد عسكري مجند ضد شيء ما. بالتالي،

فالملصق صور لنا لحظة التف فيها المناضلون حول زعيمهم السياسي. وهذا تم من خلال أخذ لقطة قريبة للموضوع المصور في جزئه العلوي فقط. هذه الحركة ساعدت على إبراز تقاسيم وجه الشخصية بشكل جلي وكذا تقاسيم الأشخاص من خلفه، والتي تطبع عليها ملامح الجدية والحسم. كما نشير إلى أن مشهد الملصق التقط في مناخ بري. وما يحيل على ذلك هو الطابع الطبيعي الطاغي على خلفية الملصق، والمتجلي في السماء الصافية وكذا في أوراق وأغصان شجرة الزيتون، هذه الأخيرة التي اقترن حضورها دائما بفكرة السلام، وهي نفسها الدلالة التي يحيل عليها شعار الحزب المتمثل في طائر الحمامة. وفكرة السلام اقترنت تاريخيا دائما برمز "حمامة تحمل في فمها غصن شجرة زيتون". وهي رموز قديمة عبرت عن السلام عند الحضارات الإنسانية منذ القدم. كما أن وجود الخضرة وأغصان الزيتون في منطقة ما، ما هو إلا تعبير عن الأمان والطمأنينة والخصوبة والوفرة. فاختيار الحزب إقامة لقاء تواصلية وحميمي في فضاء كهذا، جاء تعبيرا عن رغبته في نشر قيم السلام والأمن والطمأنينة بين جمهوره. كما أن هذا المشهد يترك انطباعا لدى المشاهد بالحياة، فكل ما يرتبط بالطبيعة هو إحالة مباشرة على الحياة والحيوية والدينامية.

إن توظيف هذه الخلفية، الغرض منه كذلك، الرغبة في ترسيخ القناعة بكون هذا اللقاء جاء في قالب غير رسمي، بحيث تم تصويره وعقده خارج أسوار الفضاء الرسمي لمقر الحزب. وهذه اللحظة تعتبر ذات أهمية كبيرة وبالغة لدى قادة



الصورة الفوتوغرافية وكأنها حقيقة تمثل أمام أعينها في نفس اللحظة، بل أكثر من ذلك فهي تعيد تمثيل الحدث أمامنا من جديد.

يظهر القيادي عزيز أخنوش في مركز الملصق بلقطة قريبة من عدسة الكاميرا، ومباشرة فوق الكتابة المنسوبة إليه. وهذه الحركة في نظرنا لم تأت بشكل اعتباطي، فهي وضعت في مركز الصورة، وهي حركة مقصودة لتوجيه عين المشاهد نحوه، وجعلها تركز عليه. وهذه الطريقة تم تجسيده وتصويره كبطل للصورة. فالمركز دائما يحيل على السلطة والمكانة، خصوصا وأنه الأمين العام للحزب في الفترة الحالية، بحيث تمت إعادة انتخابه أمينا عاما له خلال المؤتمر السابع، وهو نفسه سياق نشر هذا الملصق. تحيل ملامح وجهه العلوية والبارزة بشكل واضح إلى الابتسامة واللطافة، وتواجد التجميعات حول عينيه ماهي إلا تعبير عن فرجه وسعادته. وعلى خلاف تعابير وجوه الأشخاص الموجودين من خلفه في شقها العلوي، فهي تشترك جميعها في تقطيب كل من الجبهة والحاجبين. وهذا ما يقابله في سلم الدلالات الغضب والحيرة والشك والاستغراب، بالتالي فالبورترية يعكس في نفس الوقت تناقضا وتنوعا على مستوى الحالة العاطفية للأشخاص الذين يتضمنهم.

تعابير وجه الشخصية في شقها السفلي تظهر مخفية من وراء الكمامة، وهذا يحيل على أن سياق التقاط البورترية المكون للملصق جاء في

بالمغرب، مجلة علامات، العدد 5، ص.45.

الأحزاب السياسية، لأنها لحظة حميمية بامتياز يعبر فيها القائد للجمهور عن الإخلاص والوفاء بالعهد، في مقابل أن يأخذ منهم الولاء والاعتراف. كما أنها فرصة جاءت لإثبات صمود الحزب أمام بقية أعدائه من السياسيين. وكذا لإيصال فكرة مفادها أن الحزب، في شخص قائده، يعطي أهمية قصوى للأوساط القروية والمهمشة. كما يقر بكون هذا الحزب حزبا قادرا على تحقيق العدالة المجالية على المستوى التواصلي، وأنه حزب غير منحاز لجغرافية دون أخرى، ولا لمغاربة دون آخرين. علاوة على ذلك، فهو يقر بأنه ضد تبني سياسة الإقصاء في التواصل، بل هو حزب الميدان الذي يحتك مع المواطنين ومع همومهم أينما كانوا وأينما وجدوا وتواجدوا. "أحنا نأس ذيال الميڭان مآشي ذيال الكرامبي"، هذا بالذات ما صرح به زعماء من الحزب طيلة أيام حملته الانتخابية سنة 2021. بالتالي، فالقائد السياسي هنا يسعى إلى تسويق نظرة إيجابية عن شخصه، حيث يحاول أن يظهر فيها للمواطنين ولكل من يشاهده عبر هذا الملصق مدى التزامه ومسؤوليته وأنه شخص يعمل بضمير وإخلاص وسهر متواصلين لخدمة المواطنين المغاربة والاستماع إليهم وإلى متطلباتهم وهمومهم وآمالهم. وهو ما يعني أنه الحامل لمشاكلهم وقضاياهم الاجتماعية. وهذا الشعور هو ما تحاول الفوتوغرافيا الانتخابية أن تولده لدى المواطن. فإثناء لحظة إدراك الصورة الانتخابية يتشكل في دواخلنا إحساس بأن ما نراه حقيقة عذراء لا تقبل التشكيك، فهي تجعل من الغائب شيئا حاضرا وموجودا¹³. والذات تتمثل الواقعة من خلال

¹³ الشيك.ع.ك. (1996)، نظرة حول الفوتوغرافيا



سياق مغاير عن السياق الذي تم فيه تصميم الملصق. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن هناك تفكيراً مسبقاً في الجزء البصري الموظف قبل الجزء اللغوي المكون للملصق من طرف المصمم، سواء بوعي منه أو بلاوعي. بالتالي فهذا البورتريه التقط في ظرفية وبائية مر منها المغرب سنة 2020، لأن ارتداء عزيز أحنوش وكل الأشخاص الظاهرة في الملصق للكمامة تعبير عن كونهم حريصين على احترام كافة الإجراءات الاحترازية، التي كانت قد دعت إليها السلطات آنذاك، خصوصاً وأنها موضوعة على وجهه بشكل مضبوط وصحيح. فكل هاته المعطيات، دليل حاسم على أن البورتريه الفوتوغرافي المكون للملصق، تم التقاطه بالضبط إبان الحملة الانتخابية لحزب التجمع الوطني للأحرار في سبتمبر 2021، لا في سياق أيام المؤتمر الوطني السابع للحزب المنظم 2022. بالتالي فلا علاقة زمنية، تربط ما بين المكون البصري والمكون اللفظي للملصق. وهذا يؤكد لنا بأنه كان هناك تفكير مسبق في العنصر الأيقوني المكون للملصق، قبل المكون اللغوي. ما يؤكد للأسف ربما، وجود نوع من اللاجدية في عملية تصميم هذا الملصق، الأمر الذي يشوش على معناه العام.

نظرة السيد عزيز أحنوش، نظرة موجهة خارج الحقل ومتوجهة نحو الأعلى. فهي إذن نظرة استشرافية وتطلعية نحو عهد جديد ومستقبل جديد، المستقبل الذي سيكون سيداً لمصيره به والذي سيكون جزءاً منه. تبدو هيئة عزيز أحنوش، على خلاف الأشخاص من ورائه، هيئة أنيقة ومرتبة، بحيث أطل فيها على الجمهور

بسترة زرقاء داكنة وبلوزة بيضاء، ويتخّل تام عن ربطة العنق. هذا الهندام، في نظرنا، أنيق ومرتب يوحي إلى انتمائه الاجتماعي نوعاً ما. فعلى خلاف المعتاد في الخرجات التواصلية للقادة السياسيين، خرج عزيز أحنوش إلى الجمهور بلباس بسيط. وفي نظرنا، قد يكون ذلك إشارة ضمنية إلى تجاوز تلك النظرة الكلاسيكية عن الفاعل السياسي، الذي دائماً ما يخاطب الناس والمواطنين بزي رسمي، وكذلك تمرداً على القاعدة السائدة في عقلية المواطنين عن الفاعل السياسي. والذي يعتبرونه مجرد "شَقَّارَ دَايِرَ كُرَافَاةً". وهذا، قد يكون سبباً مقنعاً وراء عدم ارتدائه لربطة العنق في هذا اللقاء، خوفاً من أن يحسبه الناس مجرد سياسي كاذب. فالمظهر المناسب يزيل الإحساس بالاغتراب من طرف السياسي تجاه جمهوره. وبهذا يتم كسر الحاجز التواصلية في بداية العملية الاتصالية. بالتالي، فالسياسي هنا مدرك تمام الإدراك، بقيمة المظهر في الترويج لشخصيته السياسية الكاريزمية. وفي نفس الوقت فهي هيئة محايدة لا يبرز فيها عن أي توجه ديني أو طائفي، لاستمالة طائفة دون أخرى. بل وهي إشارة ربما على الوسطية التي يتخذ منها الحزب هوية ومرجعاً له. فهو من أحزاب الوسط. وعلى خلافه نذكر على سبيل المثال الخرجات التواصلية لعبد الإله بنكيران. والتي غالباً ما يظهر فيها مرتدياً الجلباب الأبيض وحاملاً لمسيح في يده. كدليل على توجهه ومرجعياته الإسلامية ومذهبه المحافظ الذي يتبناه حزب العدالة والتنمية.

حركة اليد التي قام بها السياسي قد تحيلنا على دلالات متعددة وتأويلات متباينة، منها ما له



الحرية والتحرر. من ثمّ، فهذه العناصر كلها تحيل على تبني هذا التأويل. إن الرمز ليس واجهة جمالية وتعريفية فحسب، وليس مميّزا مرتبطا باستحقاقات انتخابية محدودة في الزمان وفي المكان، فهو أكبر من ذلك وأعمق. إنه أداة من أدوات تسويق المنتج السياسي (والمنتج السياسي لا يختلف في شيء عن المنتجات الاستهلاكية الأخرى)، وأداة تشكل قوة إقناعية ضاربة للاستحواد على وجدان المستهلك السياسي عبر أقرب الطرق وأيسرها. وهو في حالتنا أداة لإعداد وتنظيم " كم سياسي" وإدراجه ضمن عجلة التواصل التي يستدعيها كل فعل سياسي عقلائي حدائلي. ولهذا السبب فإن استحضار قصصيات أخرى، غير تلك التي تبدو من خلال النسق اللفظي، تعزز وتدعم القصدية اللفظية البادية من خلال الهوية الإسمية¹⁴.

وكما هو معلوم تاريخياً، فتمثال الحرية يرمز إلى امرأة تحررت من قيود الاستبداد الملقاة عند قدميها، فتظهر ممسكة في يدها اليمنى بمشعل يرمز إلى الحرية في حركة شبيهة بالتي يظهر بها شخصية عزيز أخنوش في الملصق. ومشعل الحرية في المشهد المصور لدينا تجسده البطاقة التي يحملها عزيز أخنوش، والذي يظهر من خلالها وكأنه يحمل فيها ومن خلالها مصير شعب بأكمله وحل كل مشاكله وهمومه والجواب على تطلعاته. وهكذا في نظرنا، تمكن المعلن من تجسيد فكرة الانتصار والحرية في ملصق

¹⁴ بنكراد. س. (2005). الترميز السياسي والهوية البصرية، قراءة في رموز الأحزاب السياسية المغربية، مجلة علامات، العدد 21، الصفحات. 83-100.

ارتباط بالانتصار والنجاح والقوة، ومنها ما هو مرتبط بالوضوح، ومنها ما هو مرتبط بالحرية. لكننا في هذا التحليل سنتبنى كل هذه الدلالات، لأنه لا يمكن فصلها عن بعضها البعض، ولا يمكن التفرد بإحداها دون الأخرى حتى لا نسقط في فخ القراءات المطلقة. بداية نشير إلى أنه يرفع يده بشكل مستقيم ومائل إلى الأعلى وفي قبضة يده يحمل بطاقة مستطيلة مكتوب عليها شعار حملته الانتخابية المعروف بـ "تستاهل أحسن". والذي سنفصل في مدلوله هو الآخر كنسق لساني مكون للملصق. هذه البطاقة تحمل مميزات الحزب والمتمثل في رمزه الحمامة، والدالة على الحرية والسلام والبساطة والخفة والأمل والسعادة. وهي كلها صفات مستوحاة من خصائص هذا الطائر. من جهة أخرى تحيل حركة اليد إلى الصلابة والقوة والحسم وربما الانتصار والفوز والوضوح. وكلها دلالات في اتحادها تعمل على رسم معنى واحد في ذهن المتلقي، وهو معنى يحيل عن كونه السياسي الأنسب والأفضل والأتقى والأذكي والأصلح وأيضا الأقوى، ومعنى يجسد فعل الانتصار بشعار "تستاهل أحسن"، شعار برنامج الحزبي. كما أنه معنى يحيل على الرغبة في الإتيان بالخلاص للمواطن المغربي من كل همومه ومعاناته. فهذه الحركة تلخص ربما كذلك انتصاره على أعدائه ومنافسيه من الأحزاب الأخرى.

كما تحيلنا حركة اليد بشكل أقرب كذلك إلى تمثال الحرية. وما يزيد من تشبثنا بهذا التأويل هو تجلي لفظ "الأحرار" في تسمية الحزب، والحمامة باعتبارها رمزاً للحزب، فهي الأخرى تحيل على



فوتوغرافي، حاول فيه ربط هاته المفاهيم بشعار الحملة الانتخابية للحزب. فالمرأة الممثلة في تمثال الحرية، لا تحضر في هيئة امرأة عادية، لكنها تحضر في صورة إلهة في يدها مشعل النور والتنوير. وهنا تتجسد عملية التشبيه الواضحة بين المرأة في تمثال الحرية والسياسي وعزيز أخنوش في بورتريه الملصق. فهذا الأخير ساهم على عرضه وتجسيده في صورة بطولية وألوهية كاملة، رغم أنه ليس للرجل تاريخ سياسي ونضالي كبير.

إن ما يزيد من تأكيد وإبراز هذه العناصر أمام عين المتلقي، هو طبيعة التأطير الذي اختاره صانع الملصق. وهو تأطير جاء في شكل مستطيل طولي يعطي انطبعا لدى المشاهد بالحرارة والقوة والصلابة والثبات والثقة والوفاء والاستقامة، وهي الأشياء التي ستأكد في وعيه حينما سيقراً العنصر اللساني المكون للملصق. وبتطبيق قاعدة الأثلاث، سنجد أن تركيز عين المشاهد يتجه مباشرة نحو عزيز أخنوش والعبارة المكتوبة باللون الأبيض في مركز الملصق، وهذا ما أعطى أهمية لثمين هذا العنصر مقارنة مع باقي العناصر بالنسبة للمتلقي. فطريقة توزيع العناصر على مساحة الملصق وتقديم عنصر على عنصر آخر أقل أهمية، تلعب دوراً أساسياً في جمالية الصورة. وهو ما يولد فضولاً لدى المتلقي ورغبة لديه في التعرف على شخصية القائد والزعيم عزيز أخنوش عن قرب، وأن يهتم بتفاصيله ونظراته وملامحه وحركاته وطريقة لباسه. وما يُحسب لمصمم هذا الملصق، أنه جعل العين تتلقاه بأريحية ورغبة في مواصلة اكتشاف تفاصيله، عكس بعض الملصقات التي تنفر العين

من رؤيتها منذ الوهلة الأولى لسبب عدم تناسق الألوان أو الأشكال. وهذه نقطة قد وفق فيها المصمم إلى حد كبير. فالعين وككل الحواس تمتلك ما يكفي من المعرفة والتجربة الحسية التي تؤهلها للقيام بتمثيل الأشياء وبسيرورة تفاعلية في ذهن المشاهد كما تساعده على التعرف بشكل تدريجي على عناصرها وأحجامها وإحاطتها وألوانها. ومن خلال هذه التجربة البصرية أيضاً يتمكن المشاهد من تحقيق الألفة والتجارب والمتعة والانشراح مع ما يراه ويدركه من صور ورسوم ومنحوتات ومشاهد، أو يحصل عكس ذلك، فتقع الخيبة والنفور. بعبارة أخرى، إن الرهان على الخطاب البصري في الإبلاغ والتواصل وتحقيق المتعة والاستمتاع وإثارة الحواس في مثل هذه المناسبات التواصلية، لا يقل أهمية على نظيره اللغوي.

3. قراءة في النسق اللغوي للملصق السياسي:

في البداية تجدر الإشارة إلى أن كل العناصر اللسانية واللغوية التي يزخر بها الملصق الانتخابي الذي بين أيدينا تتدخل بشكل مباشر في ثمين وتجويد العنصر البصري والأيقوني. فالمتن البصري يعزز المتن الكتابي والعكس صحيح. ولا يمكن للصورة الفوتوغرافية أن تحضر في العين إلا من خلال تقطيع مفهومي سابق، أي ضمن توليفة لغوية هي التي تكشف عن مضمون ما يتم تمثيله. بل لا يمكن إدراك الصورة إلا ضمن لبس لغوي، فهو الذي يجلي مضمونها ويسريها إلى الذهن في شكل دلالات، فلن يصبح ما يأتي إلى



ناس ديال الكَلَمَة ودَيَال العَمَلْ ". نلاحظ أن هذا الملفوظ يشغل حيزا مهما على مساحة الملصق، وهذا تعبير على الأهمية التي ربما يولمها المصمم للخطاب اللغوي. فالظاهر أن الكلام أخذ بكل أمانة عن الزعيم السياسي عزيز أخنوش- الأمين العام لحزب التجمع الوطني للأحرار- وذلك خلال أيام المؤتمر الوطني السابع، الذي تم عقده في الرابع والخامس من شهر مارس 2022، أي بعد مرور سنة على الحملة الانتخابية وصعود الحزب لتولي رئاسة الحكومة.

هذا الخطاب كتب بلون أبيض بارز نظرا للخلفية الزرقاء التي تسنده، وذلك بغرض تثمينه وتجويده على بقية العناصر، كما أنه وضع وسط مزدوجتين باللون الأزرق الفاتح كإشارة على أنه حديث منقول بكل أمانة كما قيل في سياقه وبدون تحريف عن السياسي عزيز أخنوش، والذي كتب اسمه هو الآخر باللون الأصفر داخل مستطيل بخلفية زرقاء داكنة اللون وبارزة. والمستطيل كما هو معروف وكما تحيل عليه زواياه الحادة، فهو دال على الصلابة والثبات والجدية. فوضع اسم الزعيم السياسي داخل حيز بهذا الشكل هو ربط منطقي بين مل ما يمكن أن تتميز به شخصية السياسي من صلابة وحدية وثبات وجدية وغيرها.

وإذا حاولنا الغوص في دلالات هذا الجزء اللغوي، ووقفنا عند فك شفراته ومعانيه، فس نجد أن مستهل العبارة ما يلي: نَجْحْنَا بِأَغْرَاسٍ وَبِالْعَمَلِ وَالْمَعْقُولِ..". وهنا يربط عزيز أخنوش نجاحه في الانتخابات بثلاثة عناصر أساسية: وهي الأغراس

الذهن عبر العين قابلا للإدراك إلا إذا تسرب إلى اللغة واستوطن عوالمها.

وكما يقول الأستاذ سعيد بنكراد، [فبناء الثقة ومد الجسور والتسلل إلى الوجدان هي عمليات لا ترتبط ب " الأفكار الجيدة " و " البرامج الصحيحة" ولا علاقة لها بالنوايا الحسنة، إن الأفكار والبرامج وحدها لا تكفي لتحقيق تواصل ناجح وفعال. فالخطاب السياسي يعتمد في بناء مرجعيته الخاصة على أدوات متعددة، منها ما يعود إلى الملفوظ (مضمون البرنامج وآليات تحققه) ومنها ما يعود إلى التلفظ (الآليات المستعملة في إقناع الناس وخلق حالة تواصل مثلى معهم) وحسن اختيار الرمز ومعرفة استثماره تدخل ضمن آليات التواصل الفعال. فالمرجعية التي يبنيها الخطاب السياسي ليست هي تلك التي يعرفها المواطن وهي التي تشكل محيطه المألوف، بل إن الأمر يتعلق بمرجعية وجدانية تتداخل فيها معطيات الواقع وأحلام الآتي وصور الماضي. عندها يتحول الحزب إلى جهاز لا يصف ويشخص فحسب، ولا يوزع الوعود بل يسهم في بناء وجدان حضاري جديد. فالحجج الإقناعية تكمن في إطلاق العنان لنشاط غايته التأثير في أفكار وآراء ومواقف وسلوكيات الأفراد أو الجماعات].

بالعودة إلى الملصق، نجد أن العنصر اللغوي الظاهر والبارز فيه بشكل لافت هو ما يلي: "نَجْحْنَا بِأَغْرَاسٍ وَبِالْعَمَلِ وَالْمَعْقُولِ وَغَادِي نَجْحُوا بِهَا، وَحْنَا حَامِلِينَ الْأَمَانَةَ دِيَال سِيدْنَا، وَثِقَةَ الْمَغَارِبَةِ وَمِلْتَزِمِينَ بِالْإِجْرَاءَاتِ لِي وَاعِدْنَا بِهَا، لِأَنَّ



فيقال في موروثنا اللغوي والشعبي: "المُعْقُولُ هو لي دَائِمٌ"، ما معناه أن الحقيقة هي التي تستمر، وتدوم. "فطريق المُعْقُول" هو الضامن للاستمرار الحزب في الحكومة. بالتالي، فاستخدام هذا القاموس اللغوي الهجين والمختلط في الخطاب التواصلي للزعيم السياسي لم يأت من فراغ. وإنما هو ما يعطي الشرعية لنشاطه الحزبي ولتفوقه على باقي خصومه السياسيين. فنجاحه يستند على شرعية، وهذه الشرعية مستنبطة من هذا القاموس الموظف والمتمثل في أغراس والعمل والمعقول.

يضيف: "وَعَادِي نُجْحُوا بِهَا"، هذه العبارة هي إحالة بشكل غير مباشر على المستقبل، بمعنى "أنا سنحصل على ولاية ثانية من جديد، يتمم في القول: "وَحْنَا حَامِلِينَ الْأَمَانَةَ دِيَال سِيدْنَا"، بهذه العبارة هو يجعل من نفسه خادماً لدى الملك ووسيطاً بينه وبين شعبه، أي أنه جعل من حزبه امتداداً للمؤسسة الملكية. فهذه العبارة تحمل بين طياتها دلالة دينية ثقيلة، وذلك للعبارة المستعملة فيها. فالأمانة كما هو معروف في سياقنا المغربي، هي حمل ثقيل، وشيء مقدس. والشخص الذي كلف بإيصال أمانة هو يظل مسؤولاً عنها أخلاقياً أولاً وقانونياً ثانياً. بالتالي فهي تبقى في ذمته إن هو أضعها. والأمانة هنا ربما هي إحالة على النموذج التنموي الجديد وورش الحماية الاجتماعية الذي كلف بهما حزب التجمع الوطني للأحرار بغاية إنزال مضامينها على أرض الواقع. وهنا استغلال واضح للموروث الشعبي كما للركوب على المقترحات والمشاريع الملكية، وذلك من خلال إضفاء خاصية القدسية

والعمل ثم المعقول. وهي تجتمع في شموليتها لتحيل على معاني بذل الجهد وتحلي المصدقية والشفافية. والنجاح في القاموس العربي مرادف للفوز، فهو إدراك شيء صعب بعد عناء كبير. أما كلمة أَعْرَاسٌ، فهي كلمة مستنبطة من القاموس الأمازيغي. ففي معناها اللغوي والمباشر تحيل على الطريق. أما في معناها الاصطلاحي والغير مباشر، فهي حبلٌ بمعاني الجدبة والصدق وقول الحقيقة، وتجنب التلاعب. فالكلمة تعبير على نهج ديموقراطي يعطي كل ذي حق حقه، وجمعها "إِعْرَاسُنْ"، ففي الموروث اللغوي الأمازيغي يقال: "فلان أَعْرَاسٌ أَعْرَاسٌ" معناه، أنه رجل حكيم وجدي وغير متلاعب. وتوظيف هذا القاموس الأمازيغي من طرف الفاعل السياسي في خطابه، دليل على استحضار هويته الأمازيغية. فهو ابن مدينة تافراوت المغربية، وهي منطقة قروية أمازيغية تقع في جنوب المغرب. وبتوظيفه لهذا المصطلح إحالة على تصالحه مع لغته وعدم نكرانه لأصله وثقافته، وكذلك ربما لرغبته في استمالة الفئة الهاتفة بضرورة تبني اللغة الأمازيغية كلغة رسمية للدولة. وقد تم تحقيق كل هذا من خلال استحضار المشترك اللغوي في العملية التواصلية، فاللغة هنا تحضر كمشارك بينه وبين الشعب أو الجمهور الذي يخاطبه.

أما مصطلح العَمَلُ، فيحيل في معناه المباشر على الكد وبذل الجهد والاشتغال المتواصل والغير منقطع للحزب وهو موجود في شعار الملك والمملكة (من خلال استيحاء الآية: وَقُلْ إِعْمَلُوا فسيرى الله عَمَلَكُمْ"). أما مصطلح المُعْقُولُ فهو إحالة على الصدق والصواب والفعل الحسن.



جدا أن الخطاب السياسي الناجح والفعال لا يقتصر فقط على استخدام أية عبارات وأية ألفاظ، وإنما ينتقي منها ما يخاطب عواطف المواطنين قبل عقولهم وما سيساعد في عملية التعبئة والتجنيد، وما بإمكانه أن يجسد المشترك ما بين الحزب والمواطن، سواء في الماضي والحاضر والمستقبل.

ويضيف في عبارة أخرى: "لأننا نأس ذيال الكلمة"، ما معناه أن الحزب ومسؤوليه ملتزمين بتحقيق أقوالهم، وأنهم يقودون حزب غير متلاعب، حزب غير كاذب، وأن كل ما وعدوا به مصيره التحقق. فمصطلح "الكلمة" في السياق الشعبي المغربي، ارتبط دائما، بشكل مباشر بـ "الرجلة" عند المغاربة حيث يقال "الرجلة هي الكلمة" أو المروءة عند العرب عامة.

و"الكلمة"، هي أن يكون الإنسان عند وعده وألا يخلفه. ويقال كذلك في السياق المغربي "أن الرجل هو الكلمة"، بمعنى أن مصداقيته تتمثل في تحمل مسؤولية قوله وكل ما وعد به. ثم إن إقراره بكونه من فوج الكلمة والعمل، إقرار غير مباشر أنه هو الوحيد الذي يعتبر نفسه على صواب. وهو الوحيد في الساحة السياسية الذي يقول ويمتلك الحقيقة. وما دونه سياسيون كاذبون وغرضهم هو سلب ثروات الشعب ونهبها. إنه الوحيد الذي يمتلك وصفة سحرية لإنقاذ هذه الدولة وشعبها، أي وصفة لا يتوفر أحد غيره على مقاديرها. وهذا هو الغرض من التواصل السياسي، كمحاولة لتصوير الجهة المخاطبة بأنها

عليهما كمشاريع ملكية. كما يمكن أن تكون الأمانة هنا إحالة على الدولة. باعتبارها في الأصل كيانا تحت قيادة الملك نظرا لكونه أسمى سلطة حاكمة في المغرب. فمن يمتلك الدولة؟ ثم هل ملكيتها ذات طابع فردي أم جماعي؟ وكيف تنتقل سلطتها من شخص إلى آخر؟ وهل الدولة، وبشخصيتها المعنوية، في قيامها تستلزم الارتباط بشخص مادي؟ أسئلة لن نقدم لها إجابات شافية مهما حاولنا، لأنها تتجاوز الطابع الإجرائي لهذا البحث، إلى طابع فلسفي.



في هذه العبارة هو لم يستخدم لفظ الملك. لكنه قال عوضا عنه لفظ "سيدنا"، والتي هي الأخرى لها حمولة دينية محضة. فالملك شخصية سياسية يستمد سلطته من الدستور، والسلطان شخصية سياسية تحكم وتستمد شرعيتها من الدين والأعراف. فمصطلح "سيدنا" إحالة مباشرة على أمير المؤمنين. فإمارة المؤمنين هي ما يوحد المغاربة في موقفهم السياسي وهي ما يجتمعون حوله. بالتالي، فكل هذه المصطلحات، تتسلل إلى عين المشاهد ثم إلى وجدانه وعواطفه لتؤثر على توجهاته واختياراته، وليتأكد لنا أن هذا الحزب هو البديل الصحيح والاختيار المناسب لمغرب الغد وهو فعلا الخلاص المنتظر لمعاناة كل مواطن.

من خلال استنطاقنا لهذا الجزء الأول من خطاب السياسي عزيز أحنوش، يظهر أنه يتم توظيف المشترك الديني واللغوي والثقافي بالأساس لمخاطبة الأفراد. إنه إذن خطاب سياسي يستهدف عاطفة الفرد قبل عقله. فالفاعل السياسي مدرك

أخنوش بطلاً رئيسياً ومنقذاً وظف خطاباً وحد فيه بين كل المغاربة بمختلف حالتهم الاجتماعية.

العنصر اللغوي الثاني الذي يحضر في الملصق والذي اعتبرناه عنصراً ثانوياً نظراً للمساحة الضيقة التي يحتلها داخل إطار الملصق، هو عبارة " تُسْتَاهَلُ أَحْسَنُ " وهو الشعار الذي خصه حزب التجمع الوطني للأحرار لحملته الانتخابية سنة 2021، هي جملة فعلية تمت صياغتها بالدريجة المغربية، وبصيغة المفرد المخاطب، لأنها موجهة حتى تخاطب المغاربة على وجه الخصوص، كافة المغاربة دون استثناء المتعلم منهم والأمي، الفقير منهم والغني. إنه شعار يخاطب كافة الفئات الاجتماعية بمختلف أعمارهم ومستواهم الاجتماعي. من ثم، فهو شعار يوحد فيما بينهم جميعاً. وقد جاءت صيغة الشعار في شكل عبارة قصيرة مكونة من كلمتين فقط: " تُسْتَاهَلُ " و " أَحْسَنُ "، ووقعهما على لسان المتلقي هو وقع خفيف، فهي عبارة سهلة الحفظ والتداول، وبالتالي قابلة للثبات في الذهن واللسان. هذا الشعار تمت صياغته ليخاطب كل المغاربة بكافة أجناسهم ذكورا وإناثا، وبمختلف درجاتهم ومستواهم الاجتماعي. وقد جاء بصيغة المخاطب المفرد، فكل فرد يقرأه فهو يحس أنه موجه إليه بالذات. فهو يحمل بين طياته ذاتية تتكيف مع ما يريده المتلقي ويتطلع إليه. وكيفما كانت وضعية الفرد الاجتماعية ومستواه المعيشي فهو من حقه أن يعيش حياة أحسن من التي يعيشها في الوقت الحالي، أفضل وأرق وأبهج، وهذا هو الغرض من توظيف هذا الشعار.

الملاك الذي لا يخطأ وغيرها هو الشيطان الفاسد.

نلاحظ من خلال طبيعة هذا الخطاب واللغة الموظفين في هذا الملصق، أنه سعى إلى توظيف مصطلحات لغوية تشكك في الآخر المنافس والموجود في الساحة السياسية، وذلك بتوظيفه لمصطلحات لغوية تضرب في هذا الآخر المنافس بشكل غير مباشر. ثم إنها مصطلحات لن يفهمها إلا المغاربة، فالقادر على استيعاب هذا الخطاب هو المواطن المغربي، وهو الوحيد المقصود به. لذا، تم تكييفه مع خصوصيته الاجتماعية والثقافية، واستعمال هذه الصياغة في المفوظ، في هذا السياق، غرضه الاستمالة والتحميس وخلق نوع من الإحساس لدى المخاطب بالمصداقية. فكما يقول سعيد بنگراد، الخطاب السياسي يستند في جزء كبير منه إلى الأهواء، إنه يقتات مما تختزنه الذات من انفعالات هي أداة لتنظيم ما يعود إلى الفضاء السياسي ومقتضياته في التوجيه والإغراء والتضليل¹⁵. فالسياسي دائماً ما يحاول أن يقدم من خلال خطابه التواصلي، البصري منه والمكتوب، ما يرغب فيه المواطن وما يشتهي، وما يطمح إلى رؤيته وسماعه. فالطاقة التي تقنع المتلقي بمصداقية خطاب دون غيره، تكمن في عملية انتقاء المصطلحات المناسبة وفي طريقة صياغتها. وهذا ما يولد عند الجمهور إحساساً يعطي به شرعية للفعل السياسي. تحكي الصورة إذن قصة واضحة يتمثل فيها عزيز

¹⁵ بنگراد. س. (2018). سيميانيات النص، مراتب المعنى، منشورات دار الأمان.



المستهدف، وهذا ما يعطيه معنىً اجتماعياً؛ وقد عرفته بالمفهوم التالي: "البناء المشترك للمعنى الخاص بالملصق". وهو الأمر نفسه الذي ينطبق على الملصق السياسي. ما يعني أن عملية تصميم الملصق، تتدخل فيها محددات ورموز اجتماعية وثقافية. مستمدة من الموروث الثقافي للجمهور المستهدف. بل وتكون متعارف عليها فقط عند الجمهور المعني بالعملية التواصلية للملصق. فعلى سبيل المثال، لا يستقيم بالنسبة لفاعل سياسي فرنسي، أن يصمم ملصقه السياسي بلغة مغايرة عن اللغة الفرنسية، وإلا فملصقه حتماً لن يثير أي اهتمام لدى المشاهد الفرنسي. فاللغة رمز اجتماعي، أساسي، وهي الوسيلة التي سيتوجه بها الفاعل السياسي إلى الجمهور المستهدف. من ثم، فالملصق السياسي تتم صياغته بترسانة رمزية وثقافية يشترط استيعابها من طرف الجمهور المستهدف. وهذه العملية تستلزم دراسة مسبقة وجرد منظم، للخصائص الاجتماعية والثقافية المميزة للمجموعة المعنية بالعملية التواصلية.

خلاصة عامة:

تتأتى خلاصة هذه الدراسة في تحليل الأثر الكبير للخطاب السياسي البصري وكيف يكون الملصق السياسي عنصراً أساسياً في هذا السياق. يشير المقال إلى أن هذا النوع من الخطاب ليس فقط ذا أهمية بالغة في التأثير والإقناع، بل يتناول أيضاً دور الملصق السياسي كوسيلة حيوية للتواصل بين الجهات السياسية والفرد، سواء كانوا

جعل الحزب من نفسه وانطلاقاً من هذا الشعار، الوصي الوحيد على حياة المواطنين والمحقق الوحيد لتطلعاتهم وآمالهم المدفونة في دواخلهم. وربما هي استراتيجية ذكية من طرف الحزب لعدم حصر قاعدته الجماهيرية في فئة معينة، فجمهوره هو جميع المغاربة. وكل من يقرأ هذا الشعار يشعر داخلياً أنه معني به وببرنامج الحزب بل أن المتحدث من خلاله يعرفه ويعرف ظروف المخاطب وأوضاعه. بالتالي، فهذا الشعار هو يخاطب إحساس داخلي في كل فرد مواطن مغربي، يخاطب فيه ذلك الضعف والحاجة التي يعاني منها كل مواطن.

جاء العنصر اللغوي الأخير في إطار مستطيل على أقصى اليمين من الجهة العليا للملصق، وهو الجزء الذي جاء ليحدد للمتلقي سياق نشر الملصق، والسياق الذي قيل فيه الخطاب الذي يحتويه. وقد كتب بخط بارز ورفيع عكس ما كتبت به الأجزاء والعناصر السابقة. كما أنه جاء بثلاثة ألوان، الأزرق السماوي والأزرق الغامق المائل إلى السواد واللون الأصفر جاء مميزاً للرقم سبعة. وكل هذه العناصر حضرت لتثمينه وإبرازه في الملصق خصوصاً وقد تم وضعه في الجهة العليا ليثير اهتمام عين المشاهد.

إن كل ما تم عرضه في هذه القراءة للنسق اللساني، لا يتعارض مع مجمل الدراسات التي استهدفت القوة التواصلية للملفوظ في الملصق السياسي. فليوشكا بانيليا Lechuga Panella و Maria Cristina ترى أن الخطاب اللغوي في الملصق السياسي مستنبط من ثقافة الجمهور



وأيضاً الرموز Symboles البصرية واللغوية وتكون علاقتها بين الصورة والمعنى أكثر تعقيداً وتعتمد على اتفاق اجتماعي أو ثقافي.

وفي نهاية المقال، خلصنا إلى أن الملصق السياسي له دور كبير في تعزيز وتطوير أشكال الخطاب السياسي وتعزيز الديمقراطية التواصلية، حيث يُعدّ الملصق السياسي وسيلةً بديلةً ناجحة، تتيح للجهات السياسية التواصل مع الجمهور بفعالية دون الحاجة إلى وسائل الإعلام التقليدية، الشيء الذي يُسهم في تعزيز الجو الديمقراطي ومنح كل جهة سياسية الفرصة للتواصل بشكل فعّال مع الجمهور ونقل رؤيتها بطريقة فعّالة.

مواطنين أم أعضاء في المجتمع المدني أو شركاء اجتماعيين.

الدراسة تبرز أن الملصق السياسي يعتمد على مجموعة متنوعة من الأساليب الإقناعية والمثيرات النفسية، ويُعدّ قناةً رئيسية لتصريف التوجهات والمواقف نحو الرأي العام. وتؤكد الدراسة أن الملصق السياسي ليس مجرد وسيلة تواصل، بل يعتبر بديلاً ناجحاً لتقديم الخطاب التواصلية بشكل مباشر ومثير للاهتمام. فالملصق السياسي يعتمد إلى جانب الصورة والخطاب المكتوب على مجموعة من العلامات Signes وهي تشكيلات بصرية تُشير إلى شيء آخر (غيرها)، وتعتمد على الارتباط المباشر بين الصورة والمعنى،

لائحة المراجع:

الكتب باللغة العربية:

خزري. ع. (2016). سلطة الصورة في الخطاب السياسي. مجلة فتوحات. 2016، 84-96.

لوبروطن. د. (2014). سوسولوجيا الجسد، ترجمة عياد أبلال، إدريس المحمدي، منشورات روافد.

الزاهي. ف. (2018). من الصورة إلى البصري، وقائع وتحولات، منشورات المركز الثقافي للكتاب.

بنكراد. س. (2009). الصورة الإشهارية وآليات الإقناع والدلالة، منشورات المركز الثقافي العربي.

بنكراد. س. (2018). سيميائيات النص، مراتب المعنى، منشورات دار الأمان.

المقالات العلمية:

بنكراد. س. (2003). السيميائيات وموضوعها، مجلة علامات، العدد 2001، 180-200.

الزاهي. ف. (2002). فيما وراء المفاهيم، فتنة الصورة وسلطانها، مجلة علامات، العدد 18، 25-33.



بنكراد. س. (2000). الصورة الإشهارية، المرجعية والجمالية والمدلول الأيديولوجي. مجلة الفكر العربي، العدد 112. الصفحة 115.

بنكراد. س. (2005). الترميز السياسي والهوية البصرية، قراءة في رموز الأحزاب السياسية المغربية، مجلة علامات، العدد 21، الصفحات 83-100.

الشيكر.ع.ك. (1996)، نظرة حول الفوتوغرافيا بالمغرب، مجلة علامات، العدد 5، ص.45.

المراجع الأجنبية:

R. Barthes, (1970), *Mythologies*, Éditions du Seuil.

Alain Joannès, (2008), *Communiquer par l'image*; éd : Dunod.