



## Chauvinistic Features in Political Propaganda Poster Design

Akram Abdulsattar Mohsin <sup>a1</sup>, Akram Jirjees Neamah <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Postgraduate student/College of Fine Arts/University of Baghdad

<sup>b</sup> College of Fine Arts/University of Baghdad

### ARTICLE INFO

*Article history:*

Received 26 May 2023

Received in revised form 3

June 2024

Accepted 9 June 2024

Published 15 June 2024

Keywords:

Chauvinism

chauvinistic design

chauvinistic poster

chauvinistic implication

### ABSTRACT

Based on the dangers of chauvinism and the strife, conflicts and disagreements it raises among society and its expansion, and the importance of posters as an effective visual artistic medium that addresses the public, especially a propaganda posters spread across the Internet, and specifically political propaganda posters, The researcher's motivation to stop at the topic of "chauvinism" in the designs of propaganda posters, due to its role in changing the convictions of public opinion and trying to lead it according to planned paths and directions. He formulated the problem of his research in the first chapter with a question: (What are the chauvinist features in political propaganda poster design?) The goal was (to identify the chauvinist features in political propaganda poster design), reviewing the importance of research at both the theoretical and applied levels .

The second chapter included the theoretical framework, divided into two sections: (chauvinism and its intellectual references, and chauvinist mechanisms in designing the advertising poster) .

In the third chapter, the researcher detailed his research methodology by using the descriptive approach to analyze sample models, which was included a research sample of (5) posters from a community of (20) posters that participated in a virtual exhibition .

One of the most prominent conclusions of the researcher was the use of rhetorical methods and formal metaphors in expressing meanings in the design of stickers (the subject of the research) confirms the existence of an intended intention to manipulate the awareness of the recipient by manipulating the meaning and generating fictional meanings that cause positive sympathy with the two sources of the idea and negative.

<sup>1</sup>Corresponding author.

E-mail address: [akram.abd2204p@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:akram.abd2204p@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

<sup>2</sup> E-mail address: [dr.akram@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:dr.akram@cofarts.uobaghdad.edu.iq)



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

## الملامح الشوفينية في تصميم ملصق الدعاية السياسية

أكرم عبد الستار محسن<sup>1</sup>

أ.د. أكرم جرجيس نعمة<sup>2</sup>

الملخص:

انطلاقاً من خطورة الشوفينية وما تثيره من نعرات وصراعات ومناكفات بين أوساط المجتمع، ولأهمية الملصقات كوسيلة فنية بصرية فاعلة تخاطب الجمهور، وخصوصاً الملصقات الدعائية المنتشرة عبر الإنترنت، وبالتحديد ملصقات الدعاية السياسية، انطلقت الدافعية لدى الباحث للتوقف عند موضوعة (الشوفينية) في تصاميم ملصقات الدعاية، لدورها في تغيير قناعات الرأي العام ومحاولة قيادته وفق مسالك واتجاهات مخطط لها، ورغبة منه بالتعرف والتعريف بالملامح الشوفينية في تصاميم هذه الملصقات المنتشرة عبر شبكة الانترنت، صاغ مشكلة بحثه في الفصل الأول بالسؤال: (ما الملامح الشوفينية في تصاميم ملصق الدعاية السياسية؟) وجعل الهدف منه (التعرف على الملامح الشوفينية في تصاميم ملصق الدعاية السياسية)، مستعرضاً أهمية البحث على المستويين النظري والتطبيقي. اشتمل الفصل الثاني على الإطار النظري مقسماً الى مبحثين هما: (الشوفينية ومرجعياتها الفكرية، والآليات الشوفينية في تصميم الملصق الدعائي). اذ تناول في المبحث الأول مدخلا للتعرف على مفهوم الشوفينية وأهدافها وأساليبها في تصميم ملصقات الدعاية السياسية، كما تناول في المبحث الثاني التضمين الشوفيني في الملصق والتقنيات الشوفينية الموظفة فيه، فضلاً عن الدعاية الشوفينية ورسالتها الاتصالية في الملصق.

وحدد الباحث في الفصل الثالث منهجية بحثه باستخدام المنهج الوصفي لتحليل نماذج العينات التي تمثلت بعينة بحثية شملت (5) ملصقات من مجتمع البحث الذي تحدد بـ (20) ملصقا اشتركت بمعرض افتراضي على شبكة الانترنت كان موضوعه منصبا على الدعاية السياسية للحرب الروسية الأوكرانية الحالية. الكلمات المفتاحية: الشوفينية، التصميم الشوفيني، الملصق الشوفيني، التضمين الشوفيني.

### الإطار المنهجي

مشكلة البحث: يشهد كوكبنا بين الفينة والأخرى نشاطا محموماً للزاعات والخلافات والصراعات والحرب المباشرة وغير المباشرة بين أفراد وجماعات وكيانات وأنظمة سياسية ودول في هذه البقعة أو تلك ضمن مساحة هذا العالم المتصارع على النفوذ والهيمنة والتسلط والتحكم بعصب الاقتصاد والموارد بشقى صورها. حتى باتت هذه المظاهر تهدد أمن وسلامة شعوب كوكبنا بأكمله. وليس من باب المبالغة إذا قلنا إن شبكة الانترنت بمواقعها ومنصاتهما ووسائل تواصلها الاجتماعي باتت تعج بأعمال فنية مؤدجلة تسهم بطرق مباشرة أو غير مباشرة بإثارة النزاعات والفتن على مستويات فردية وجماعية، يديرها من خلف الكواليس متخصصو الحروب النفسية وإدارة هذه الحروب بالوكالة لخدمة اجندات ومصالح معينة. وقد لاحظ الباحث استخدام النزعة الشوفينية التي تثير وتؤجج خطاب الكراهية والتنمر على الآخر عن طريق الاساءة

<sup>1</sup> طالب دراسات عليا/ مرحلة الدكتوراه/ كاية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد

<sup>2</sup> تدريسي/ كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد

والسخرية والشيطنة أو تسويق الفوقية والمغالاة وادعاء التفوق والتميز والافضلية بل واحيانا يصل ذلك الى حد الاسطرة الكاذبة وصناعة رأي عام شوفيني عن طريق اذكاء التعصب المفرط للروح الوطنية لدى فرد أو فئة معينة عن طريق ملصقات واعمال جرافيكية يمكن وصفها بالشوفينية لما تحمله من قدر من الإساءة ومحاولة اقضاء الاخر وازدراؤه والتعالي عليه ومحاربهه نفسيا بالتحقير والنظرة الدونية التي تحمل بصمة عنصرية بدافع الوطنية المفرطة، ما يتعارض والوطنية الحقيقية المشرفة من جهة، والرسالة الحقيقية للفن من جهة اخرى، فصاغ الباحث مشكلة بحثه بالتساؤل الاتي: "ما الملامح الشوفينية في تصاميم ملصقات الدعاية السياسية؟"

**أهمية البحث والحاجة اليه:** تنطلق أهمية البحث من أهمية الملصقات كشكل من الاشكال الاتصالية التي باتت تلعب دورا لافتا في حياة مستعملي شبكة الانترنت ووسائل وشبكات التواصل الاجتماعي بحكم طبيعة الاتصالات الحديثة والخدمات التي تقدمها للمستخدمين، ودورها في تشكيل رأي عام موجه ومحدد باتجاه القضايا السياسية والنزاعات الناتجة عنها، ما يستلزم ضرورة التعرف على الملامح الشوفينية في تصاميم ملصقات الدعاية السياسية والصورة الذهنية التي تتمظهر بها في ثقافة المجتمع.

**هدف البحث:** يهدف البحث الحالي الى التعرف على الملامح الشوفينية في تصاميم ملصقات الدعاية السياسية.

**حدود البحث:** الحد الموضوعي: الشوفينية في تصاميم ملصقات الدعاية السياسية، الحد المكاني: أحد معارض ملصقات الدعاية السياسية على شبكة الانترنت، الحد الزمني: 2022.

**تحديد المصطلحات:**

**الملامح:** لغة: (لَمْحٌ): "إليه كَمَنَعِ إختلسَ النظر كَأَمْحَ والبرق والنجم لَمَعَا لَمَحًا وَلَمَحَانًا وتلماحاً وهو لَامِحٌ وَلَمْوْحٌ وَلَمَّاحٌ وَالْمَحَّةُ جَعَلَهُ يَلْمَحُ والمرأة من وَجْهها أَمَكَنَتْ مِنْ أَنْ يُلْمَحَ ففعل ذلك الحسناء تُرِي محاسنها ثم تُخفيها ولأرْيَنُكَ لَمَحًا باصراً أمراً واضِحاً والمَلَامِحُ المُشَابِهُةُ" (al-Fayrouzabadi, B.T, p. 247)، اللَمَحَةُ تعني النظرة، والمَلَامِحُ جَمْعُ لَمَحَةٍ: أي ما بدأ (Al-Farahidi, 1981, p. 243).

**الشوفينية:** مصطلح أجنبي يشير الى:

- الاعتقاد القومي وغير المعقول بأن بلدك أو عرقك هو الأفضل أو الأكثر أهمية، اذ حفزت الحرب شوفينية تشير الى وطنية مفرطة (Cambridge Dictionary, 2024).
  - "النزعة الوطنية والكبرياء القومية المفرطة التي تجعل الشخص الشوفيني يتعايش ضمن تقسيمات غير واقعية لخصال وطنه. تندمج مع ازدراؤه من جهة أخرى لسمات الأقطار الأخرى" (Al-Furati, 2008).
  - (مصطلح ذا معنى سلبي ناتج عن وطنية مفرطة وعدوانية تنتهي الى معاداة الدول والثقافات الأخرى، وتشير الى موقف احتقار تجاه جنس أو أمة أيضا) (Abdel Razzaq, 2018, p. 10).
- الملامح الشوفينية (اجرائيا):** يتبنى الباحث التعريف الثالث لمصطلح الشوفينية كونه يتماهى تماما مع موضوع وهدف وإجراءات بحثه الحالي.

## الفصل الثاني / الإطار النظري

### المبحث الأول: الشوفينية ومرجعياتها الفكرية

مفهوم الشوفينية: لربما كان من المسلمات عدم القطع بمصادر الفعل الشوفيني وبيداياته، فالفعل الشوفيني موجود منذ بدء الحياة البشرية على الأرض، بل لربما جاز لنا اعتبار تمنع إبليس عن السجود لربي الله (آدم) عليه السلام (كما أمره الله تعالى حين خلق آدم وأمر الملائكة جميعاً بالسجود له تعظيماً) فعلاً شوفينياً، إذ ورد ذلك الموقف في آيات قرآنية متعددة منها: "قَالَ مَا مَنَّكَ إِلَّا تَسْجُدَ إِذْ أَمَرْتُكَ قَالَ أَنَا خَيْرٌ مِنْهُ خَلَقْتَنِي مِنْ نَارٍ وَخَلَقْتَهُ مِنْ طِينٍ \* قَالَ فَاهْبِطْ مِنْهَا فَمَا يَكُونُ لَكَ أَنْ تَتَكَبَّرَ فِيهَا فَاخْرُجْ إِنَّكَ مِنَ الصَّاغِرِينَ". سورة الأعراف، الآيتان 12-13.

يقترن مفهوم الشوفينية بعرض مسرحي فرنسي ذاع صيته في القرن الثامن عشر بعنوان (الشريط ذو الألوان الثلاثة) يجسد أحد شخوصه دور الجندي الفرنسي (نيكولاس شوفان) الذي يحمل طابع الغيرة الشديدة على وطنه (فرنسا) وتفانيه في جيش القائد الفرنسي (نابليون بونابارت) مفعماً بلامح وطنية مفرطة ذات طابع تعصبي عدائي، تقوده جذوة الشعور بالإعجاب الحصري بوطنه ونظرته المتعالية لأمتة وقضاياها عن سائر الأمم والشعوب، فكان مهاجم كل من يعارض فكر وتوجهات الجمهورية الفرنسية في عهد (بونابارت) بالتطاول والتحقير والعنجهية اللاعقلانية التي تقلل من شأن الآخرين، (فكان متفانياً في القتال مع بونابارت في جيش الجمهورية الفرنسية وغزواته التوسعية، دون الالتفات أو الشك بحصافته، أو المساءلة عن جدوى وجدارة قضيته بأن يستमित في الدفاع عنها) (Imam, 2013, p. 14).

ترتبط الشوفينية بمفاهيم ومصطلحات متعددة، فملاحمها تلتقي بملاح (الشعوبية والتعصب والانتماء والوطنية والمواطنة والعنصرية والتطرف والمغالاة والفاشية والنازية والتحيز والقومية والمركزية والطائفية والاستعلاء العرقي والقبلية والاممية والهوية والايديولوجيا والنجسية) على حد سواء، فلكل من هذه المصطلحات والمفاهيم معان يمكن عن طريقها التعبير عن ملاح شوفينية.

برزت الشوفينية على الساحة الإعلامية بشكل أوسع في النصف الأول من القرن العشرين بظهور فاشية (موسيليني) في إيطاليا ونازية (هتلر) في ألمانيا، اللذين تعصب كل منهما لجنسه وأصله، وكلاهما ادعى أفضليته للسيطرة على العالم، وما كان من تلك الشوفينية إلا أن (تسببت بالحرب العالمية الثانية والدمار الذي ألحقته الحرب بقرارة أوروبا، وهي كذلك التي حملت بذور سقوط وانحدار الدولة العثمانية، التي دفعت الأمصار التابعة لها للتمسك بثقافتها ولغاتها ساعية إلى استقلالها وانفصالها. كل ذلك سببه اعتقاد الشوفيني بوجود نشر رسالته للعالم، بل وفرضها في أحيان كثيرة).

إن شيوع مفهوم الشوفينية واقتترانه بالحركات المذكورة آنفاً لا يعني اختصاص هذه الحركات بالفعل الشوفيني دون غيرهم. إذ يذكر خبراء في مجال الأنثروبولوجيا والسيمايات أن الشوفيني (متعصب أعمى البصيرة يعتقد بأنه يقوم بعمل صحيح إلا أنه جهل أنه قد تم تزيف تقديره للأشياء، وأن حكمه على الأمور ما هو إلا حكم مضلل، وفعله على أرض الواقع يفقد انسجامه مع العالم الحقيقي، فيستحضر العالم الذي تدفعه أوهامه وذاته المضللة إلى رؤيته) (François, 2017, p. 45).

ويرى بعض المتخصصين في علم النفس أنّ الفعل الشوفيني يعزى لأسباب نفسية، أساسها مفهوم (الخطر) الناشئ عن حاجة الفرد لكيان يحميه من الخطر ومنحه الشعور بالأمان، هذا الكيان هو ما يسمّى بـ (الوطن). وهو كيان يتمتع ببعد حضاري وثقافي وسياسي وجغرافي يمنح مواطنيه الاحساس بالانتماء ويزرع فهم مفاهيم (الخيانة والولاء). فالولاء هنا يعني انتماء الفرد للمجموعة التي تعتبر بمثابة الأمان والفخر، في حين أن من يفقد ذلك يعتبر (خائناً)، وبالتالي يجب طرده وعزله واقصاؤه من ذلك الكيان، ما يعني عودة الشعور بالقلق والخوف إليه، لذلك وتحت مفهوم المحافظة على الولاء بدأ الإنسان في التفاوض عن أشياء كثيرة تعارض مبادئه ومعتقداته المنطقية تحت مسميات وطنية متعددة، كالمصلحة العامة والضرورة وتحقيق السيادة وما إلى ذلك، (فمع علمه وقناعته بعدم صحة تفاضيه، إلا أنه خوفاً من تصنيفه كخائن أولاً، ومن الطرد من الكيان المجتمعي الذي ينتمي إليه ثانياً، يستمر في التبرير لنفسه لقبول كل ذلك. وباستمرار ذلك التبرير يتحول القبول والخوف بداخله إلى قناعة راسخة باتت جزءاً من عقيدته، وبالتالي يرسخ في عقله وتفكيره أن حبه المفرط يجعل منه إنساناً مصيباً دائماً، فهو لا يرى إلا ما يريد ولا يسمع إلا ما يريد، وكل ذلك تحت ذريعة الوطنية) (Al-Farsi, 2016).

ويكون هذا السلوك خاضعاً لنظرة (دوغمائية) قائمة على الجمود الفكري والتفكير أحادي الجانب، فالدوغمائي شخص مضلل ومضلل بما يحمله المصطلحان من معنى، فهو يعتقد أنه يمثل الحقيقة بتمامها، ومخالفه هو الباطل بعينه، فيدفعه ذلك لفرض آراءه ومبنياته الفكرية بأسلوب تعسبي يتجاوز منطق الحجّة والإقناع إلى منطق القوة وفرض الإرادة إما معنوياً أو حسيّاً عبر طرق مختلفة كالانتقاص والشتم والإرهاب والتهديد والتحريض والتشهير، أو بالاعتداء بالضرب أو السجن أو التصفية الجسدية (Al-Fatlawi, 2016, p. 93)، فضلاً عن الأضرار بالمصالح أو الغواية والكذب والتضليل وما إلى ذلك من الأفعال الشوفينية المسيئة التي تؤدي إلى إشاعة (خطاب الكراهية المحرض على إيقاع الضرر بالآخر عن طريق التمييز العنصري أو العدائية أو العنف) (Jumaa, 2018, p. 188).

الأهداف الشوفينية الدعائية: تتنوع الأهداف الشوفينية وتتشعب وتظهر ملامحها للعلن بحسب الوسيلة الإعلامية التي توظفها الجهة القائمة بتسويق الفكر الشوفيني والترويج له، ومن هذه الوسائل الإعلامية ملصق الدعاية السياسية الذي يمثل وسيلة اتصالية فعالة في قطاعات الترويج والحرب النفسية، إذ يمكن دمج أهداف تضليلية مع أهداف تعصبية دوغمائية لتحقيق أهداف شوفينية. ومن أبرز هذه الأهداف: (Al-Raji, 2018, p. 9)

الهدف الاستراتيجي: يبتغي هذا الهدف تحقيق فرض وجهة النظر الشوفينية على المستهدف بممارسة الفعل الشوفيني، فرداً كان أم جماعة أم كياناً وتحطيمه رمزياً (على المستوى الفكري والايديولوجي والأخلاقي)، ومادياً على مستويي (الاقصاء والافناء) بمعناهما الواسع.

الأساليب الشوفينية الدعائية في تصدير الأفكار والمعلومات والبيانات: ليس سرا رواج وشيوع عبارتي: (اكذب، ثم اكذب، ثم اكذب، حتى يصدقك الآخرون.... وأعطني اعلاما دون ضمير، اعطيك شعبا دون وعي) (Al-Hawari, 2021, p. 163)، على لسان القائد العسكري الألماني (جوزيف غوبلز)، الذي كان يشغل منصب وزير حرب الزعيم النازي (أدولف هتلر)، والذي كان يعد عقله المدبر في الحرب العالمية الثانية، ومسوق

الشوفينية النازية ومصدرها الى الجماهير. وهو منهج نهجه الكثير من المفرضين بالشعور الوطني منذ ذلك الوقت الى وقتنا الحاضر. اذ كان ذلك غالبا ما يتم بالتعكز على وسائل الاعلام وتقنيات الاتصال والتواصل والقفزات التكنولوجية التي قفزتها هذه الوسائل مجتمعة. ولربما يكون التلاعب بالعقول وفق سلوك شوفيني خاضع لأجندات معينة وتمركزات قطبية محددة قد بلغ ذروته في فترة الحرب الباردة، وربما باتت ملامح الوطنية المفترطة ظاهرة حاليا بمظاهر أوسع وأكثر تعقيدا مما شهدناه سابقا ليس الا.

ان التطور التكنولوجي الذي يميز عصرنا الحالي جعل اغلب البشر من مستعملي الشاشات الرقمية- التي تنوعت ما بين أجهزة حاسوب وأجهزة لوحية وجوالات وساعات وشاشات عرض ذكية وتفاعلية- يميلون بشكل أو بآخر الى تجاهل كلاسيكية المصمومات القائمة على العرض الورقي، باتجاه تفضيل الديناميكيات ذات التوجه الرقمي، فلم تعد مصادر الحقائق حكرا على المؤلفين والسلطات والمؤسسات التقليدية. وأصبح من السهل على أصحاب الشاشات ممن لديهم توجهات شوفينية أن يشكلوا حقائقهم الخاصة بهم بما يدعم توجهاتهم وايديولوجياتهم، عن طريق تجميع حقائقهم الخاصة والمنقاة، قطعة تلو قطعة في أي وقت يرغبون، مستفيدين من الإمكانيات التي توفرها الشاشات في (تحريك الكلمات ومدخلتها مع الصور، فضلا عن تغيير اللون بما يتناسب وأفكارا معينة، ما يؤدي الى تغيير المعنى والتلاعب به وفق توجه مدروس. ان هذه السيوالة تثير الخوف الشديد من أي حضارة مبنية على المنطق) (Al-Assaf, 2020, p. 108).

وعلى الرغم من أن بعض ممارسي هذه الأساليب الشوفينية يتذرعون بحرية التعبير وحرية الاعلام والصحافة ومناهضة عملية تقييد هذه الحريات ومعارضة تكميم الأفواه، الا أن القانون الدولي لحقوق الانسان نظم ذلك، اذ تنص المادة 19 منه (على الحق في حرية- التعبير وتفصل الحالات الاستثنائية التي يجب فيها تقييد هذا الحق. وتضيف المادة 20 على ذلك بربوابعاندا الحرب وأي تحريض على الكراهية القومية أو العرقية أو الدينية بإعلانها غير قانونية) (Jumaa, 2018, p. 152).

#### المبحث الثاني: الاليات الشوفينية في تصميم الملصق الدعائي

التضمين الشوفيني في تصميم الملصق: لو نظرنا الى فن التصميم الجرافيكي من زاوية كونه لغة مرئية تتم ترجمتها الى صورة ذهنية لدى المتلقي، لوجدناه يتقارب مع فن الشعر كصورة من صور الخطاب المؤدية لتكوين صور ذهنية لدى الفرد، (فكثيرا ما يقترن الشعر بالغموض والابهام؛ بحكم طابعه الفني الذي يحكمه، ومادته اللغوية التي تشكله، ومنابعه الفكرية المغذية له) (Younan, 2011, p. 123). فكلا المفهومين، (التصميم الجرافيكي والشعر) يمكن توظيفهما التوظيف الأمثل والصحيح؛ فيؤدي ذلك بهما الى صناعة الابداع، وظهور الاختراعات، وتحفيز الخيال العلمي نحو التطور والارتقاء بالبشرية في شتى مجالات التطور والرقى الإنساني. كما يمكن استخدامهما استخداما شوفينيا قوامه الافراط في فرض الأفكار والارادات والإساءة الى الجمهور عن طريق محاولة تضليله وقيادته وفق مسارات واطر فكرية وايديولوجية معينة. وهو ما يعد الجانب السيء من هذين الفنين، اذ يوفر التصميم الجرافيكي (مساحة واسعة للتشويش والتشويه المسيئين، انطلاقا من كونه لغة مرئية؛ وللتصاميم الشوفينية القدرة على أن تكون خطرة كباقي الأسلحة) (Najm al-Din, 2021, p. 150).

ويتم تضمين الأفكار الشوفينية في التصاميم الدعائية عن طريق الإيحاء بهذه الأفكار على مستوي الشكل والمعنى الذي يحمله المضمون ضمن سياقه الأيديولوجي وفق أساليب بلاغية يتبناها الفكر الشوفيني ويطوعها وفق توجهاته الفكرية وأهدافه المنشودة.

وعلى قدر تعلق الأمر بموضوعة البحث الحالي يصنف الباحث التضمين الشوفيني في تصميم ملصق الدعاية السياسية الى ما يلي:

التضمين الشوفيني التيبوغرافي: من المعروف أن للعناصر التيبوغرافية أهمية كبيرة في تصميم الملصق، (فهي تستمد أهميتها من عدم إمكانية تجاهل الضرورة في إقحام ملفوظات لسانية في التصميم بهدف اكمال المعنى، فضلا عن التأثير في عملية التواصل، فتكون الرموز الكتابية ومعانها جزءا من شبكة التصميم) (Al-Muttalabi, 2022, p. 61). وتتمظهر هذه العناصر اما بشكل عناوين (رئيسية أو ثانوية) أو بشكل نصوص كتابية اعتيادية.

والباحث لا يشير في معرض هذا الكلام الى الحكم ببطلان توظيف البلاغة في معاني العناوين ومضامينها، فالمقصد هو تجنب التكلف البلاغي في لغة العنوان خصوصا ان تعلق الموضوع بمسألة جدية تحتك بمصائر الناس، لتجنب الوقوع في فخ التعصب الشوفيني، (فسوء استعمال البلاغة يكمن في جرّها الى أي سلوك تعصبي مسيء) (Younan, 2011, p. 124).

التضمين الشوفيني الجغرافي: ويقصد به إمكانية التضمين الشوفيني في جميع العناصر التصميمية المكونة للبنية الشكلية للملصق باستثناء العناصر الكتابية (التيبوغرافية) وتشمل: (الصور، الرسوم والتخطيطات، الشعارات والرموز والعلامات، الألوان) وحتى الفضاء إذا ما اعتبرناه أحد عناصر التصميم. فعلى مستوى الصورة تأتي أهمية هذا العنصر الجغرافي من طبيعة العصر الذي نعيشه، فهو عصر الصورة التي تعني ألف كلمة وليست كلمة بحد ذاتها، إذ أن الصورة تمثل (محاكاة للواقع بقدر كونها تعبيراً عن الذات وعن الآخر، إذ ان الانسان قد عرف الصورة قبل اكتشافه للكتابة، وكانت بداياته في الكتابة قد ترجمت برموز تصويرية، والصورة تعبر عن تطور كل حضارة عبر العصور) (Al-Najjar, 2015, p. 15).

ومن البديهي أن تصميم الملصقات قد تطور بفعل التطور التقني للطباعة من جهة وبرامج التصميم والمعالجة الرقمية من جهة اخرى ما عزز من إمكانية توظيف الصور مع الكتابة في تصميم الملصق، فضلا عن تيسير إمكانية التلاعب بالصورة تقنيا بغية تحقيق أهداف شوفينية. ويمكن تجسيد ملامح شوفينية في الصور (اما بزوايا التقاطها، أو تغيير مضمونها، أو التلاعب بألوانها، أو بإضافة أو حذف عناصر وأجزاء منها، أو اصطناعها وتقديمها على انها حقيقية، أو ربط صورة معينة بمضامين واحداث لا ترتبط بها، لإنتاج رسالة شوفينية منحازة حول مسألة ما) (Al-Shamimari, 2010, p. 107).

اما على مستوى الرسوم والتخطيطات التي تتنوع ما بين الاشكال البسيطة المجردة والخرائط والرسوم البيانية والتوضيحية والكاريكاتيرية التي يستفيد منها المصمم لما تمتلكه من قابلية كبيرة على التعبير ضمن تصميم الملصق، بالتعبير عن الأفكار التصميمية وفق توجه شوفيني مسيء، كما يمكن (تركيبها مع الصور بهدف احداث نوع من التنوع الوظيفي في التصميم وتحقيق التأثير القصدي المناسب في المتلقي بحكم ما تقدمه من معان مركزة تصل حد المفاجأة واللامعقول) (Al-Khazraji, 2015, p. 77).

اما على مستوى الشعار والرمز والعلامة التجارية فإن الباحث يجد تأثيرا كبيرا للشعار والرمز والعلامة التجارية في تصميم الملصق كونه (اهم نتاج من نتاجات التصميم الجرافيكي كونه يخبر الاف الناس عن طبيعة عمل مؤسسة تجارية أم وزارة حكومية أم كيان سياسي) (Jabbar, 2017, p. 34)، وتعزيز الملصق بالعلامات التجارية أو الشعارات أو الرموز يترجم تعزيز العلاقة بين الملصق وهذه المرجعيات وتبني الملصق لتوجهات هذه العناصر الجرافيكية وأنشطتها، فتوظيف شعارات وعلامات ورموز مناصرة في الملصقات الدعائية الشوفينية يعبر عادة عن التعضيد والتعظيم والموازرة، أما توظيف المعادي والمخالف منها يعبر عادة عن التحقير والوحشية والتخويف والمخاطر. فتضمين هذه العناصر إذا، يمثل العلاقة النفعية التبادلية وتأثير كل منهما على الآخر، فشعار مؤسسة معينة مثلا، يعطي طابعا للمتلقى عن طبيعة الملصق وهوية النشاط وتوجهه الفكري ما يعطي اىحاءات ضمنية مختلفة بحسب فهم المتلقي وتقبله لهذه المفردات في مضمون الفكرة التي يتبناها الملصق.

تضمين الهزل والنكتة الساخرة: ان المحتوى الهزلي هو محتوى تسقيطي يهدف لانتقاد حالة معينة بطرق مسيئة في اغلب الأحيان، اذ يمكن ملاحظة مستويات تعبيرية متعددة للهزل والنكتة الساخرة (تنتقل من المزاح والهزل العادي الى الشتم والقذف والتحقير والتعصب والعنصرية والهجاء والكرهية والتحريض الذي يمكن أن يصل حد التحفيز على الاقصاء والتصفية والقتل) (Sloterdijk, 2019, p. 343). وتمثل جميع هذه المستويات إساءة لطرف معين.

التضمين بالسرد البصري: على الرغم من تباين الآراء حول إمكانية توليد سرد بصري في التصميم الجرافيكي أسوة بالسرد القصصي الذي يهدف الى اختلاق حبكة درامية في فنون الادب، الا أن متخصصين في مجال الصورة وتقنياتها يتطرقون الى إمكانية بناء معان سردية في الصور ذات الطابع المفاهيمي الحالم التي تحمل في ثناياها طابع القصة المحكية (Al-Tayyar, 2022, p. 11). التي يجدها الباحث تلتقي مع طبيعة الملصقات الدعائية والصورة الذهنية المتشكلة عنها، فيدرجون أركان أساسية تعتمد عليها هذه الصورة التي تتناول مواضيع مخصصة ومحددة (Al-Tayyar, 2022, p. 94).

الدعاية الشوفينية ورسالتها الاتصالية في الملصق: يعد الملصق وسيلة من وسائل الاتصال المرئي التي تنقل الافكار سواء كانت هذه الافكار مسردة لغويا كنص مسطر على سطح طباعي، ام مصممة بأشكال فنية موظفة لتحقيق هدف معين يستوعبه المتلقي، (فالمصصق ليس مجرد نص وايحاءات شكلية، إنه وجهات نظر وتعليقات وأحاديث عن مضامين محددة في كل نوع من انواعه) (Muhammad, 2011, p. 49). مؤشرات الإطار النظري:

تولدت لدى الباحث مجموعة من المؤشرات النظرية استنادا الى المعلومات التي ضمتها في ادبيات الإطار النظري لهذه الدراسة، كان أهمها:

1. يمكن لمح الشوفينية بحسب أصنافها المتعددة، فتكون لكل نوع منها ملامحه الخاصة.
2. ترتبط الملامح الشوفينية بالشعبوية والتعصب والانتماء والوطنية والمواطنة والعنصرية والتطرف والمغالاة والفاشية والنازية والتحيز والقومية والمركزية والطائفية والاستعلاء العرقي والقبلية والاممية والهوية والايديولوجيا والرجسية.

3. تتمظهر الشوفينية بوجهات النظر الدوغمائية التي تتجاهل الآخر المختلف وتحقر فكره.
4. تصبو الشوفينية لتحقيق أهداف متنوعة، كالهدف الاستراتيجي وهدف الاسطرة والشيطنة وهدف التخويف والترهيب وهدف الهيمنة والاضضاع وهدف الدعم والاضرار بمصالح الغير.
5. عند تشويب الحقائق وتزييفها والتلاعب بها وحرقها عن مسارها، وتحويلها الى كذب يضر بطرف ما يمكن للملامح الشوفينية أن تكون حاضرة.
6. يمكن للمعلومات الخاطئة أو المعلومات المضللة أو المعلومات المتلاعب بها أو المعلومات الكاذبة كذبا صريحا، أن تعد ملامح شوفينية.

#### منهجية وإجراءات البحث

منهجية البحث: استخدم الباحث (المنهج الوصفي) في تحليل نماذج العينات لملاءمته موضوع الدراسة الحالية، كونه يعد من المناهج الملائمة للدراسات والأبحاث ذات الصلة بالتصميم الجغرافيكي، فضلا عن اعتماده أسلوب الوصف والتحليل للحصول على نتائج بما يحقق هدف البحث.

مجتمع البحث: ملصقات الدعاية السياسية المشاركة في معرض "أبدا مرة أخرى" الذي رعته ودعمته إعلاميا مؤسسة كالت بلوت (KALTBLUT) المتخصصة في الفنون على المستوى العالمي (مقرها برلين/ المانيا).  
اذ تم افتتاح المعرض الذي تناول ملصقات الدعاية السياسية الأوكرانية التي تناولت موضوعة النزاع العسكري الروسي الاوكراني الحالي بتاريخ: 2022/4/5،

عينة البحث: عينة بحث الدراسة الحالية (3) ملصقات اختيرت بشكل قصدي.

الوصف والتحليل:

انموذج رقم (1):



عنوان الملصق: الفخ الاوكراني

مصمم الملصق: براف بيرداي

سنة انتاج الملصق: 2022

معرف انستغرام: @bravebirdie

يمثل الملصق الحالي ملصق دعاية سياسية يتناول موضوعه الحرب الروسية الأوكرانية المستمرة حالياً، تتمظهر في تصميم الملصق مجموعة من عناصر التصميم التيبوغرافية والجغرافية. فعلى الصعيد التيبوغرافي للملصق يلاحظ عنوان رئيس كتب فيه عبارة (الفخ الاوكراني) باللغة الإنجليزية باللون الأبيض المحدد باللون الأحمر تم ادراجه أسفل الملصق، كما تلاحظ عبارة (الحرية) مكتوبة

بشكل واضح وبلون أسود على العنصر الجغرافي الذي يمثل الشكل المرسوم لمصيصة الفئران. أما على مستوى العناصر الجغرافية في الملصق فقد تنوعت منتجة عدة اشكال مرسومة هي القبعة الروسية التي يرتديها البحارة الروس مزينة بألوان العلم الروسي والشكل الكاريكاتيري الذي يمثل كائنا هجيناً بين هيئة الفأر وشخصية الرئيس الروسي عن طريق إعطاء رأس الفأر ملامح تقرب شكل الوجه الى شخصية الرئيس الروسي (بوتين) مع وضع علم روسي على الجهة الجانبية لجسم الفأر، فضلاً عن الشكل المرسوم الذي يمثل مصيدة الفئران المعلمة بالعلم الأوكراني والمقترنة بعبارة (الحرية)، الملصق يحاول أن يوثق لحظة وقوع الفأر في المصيصة عن طريق رسم هالة حول الفأر والمصيصة محاطة بفضاء الملصق المملوء باللون الأسود.

التحليل:

الأهداف الشوفينية: يمكن لمح الهدف الاستراتيجي من الملصق، وهو القضاء على الوجود الروسي وانهائه وتحطيمه عبر مجموعة من الأهداف كشيطننة روسيا عبر تمثيل رمز قيادتها بالفأر الذي يرمز الى الكائن الضار بكل ما حوله، فضلاً عن أسطورة أوكرانيا باعتبارها المصيصة القادرة على القضاء على هذا الكائن المتطفل ووضع حد لوجوده. أما هدف التخويف والترهيب فهو لاعب على وترين في هذا الملصق، الأول تخويف روسيا من تورطها في النزاع مع أوكرانيا، والوتر الثاني يتمثل في تخويف وترهيب العالم من القيادة السياسية الروسية عن طريق تمثيلها بحيوان الفأر، وهو ما يحقق هدف الاضرار بالوجود الروسي ومصالحه العالمية. شوفينية المعلومات المضطربة: يلاحظ حضور المحتوى الساخر متمثلاً بالشكل الكاريكاتيري المرسوم المعبر عن الفأر الواقع في المصيصة بدلالة رمزية لكل منهما ليعبر عن نزاع سياسي قائم. ويتوضح الربط المغلوط بتوظيف عنوان فضفاض صادم هو (الفخ الأوكراني) للتعبير عن قضية سياسية خاضعة للجدل والتحليل، فضلاً عن ربط عبارة (الحرية) بالمصيصة الأوكرانية وهو موضوع خاضع للجدل السياسي أيضاً بحكم مواقف سياسية لأوكرانيا تجعلها بعيدة عن شعارات الحرية والديمقراطية كانتقائية التعامل مع أفراد

المجتمع الأوكراني من جهة وسياسة الكراهية التي تنتهجها مع شعوب أخرى أيضا. ما يعكس ترجمة الملصق لمحتوى مغلوط تم ربطه ربطا مغلوطا يعتمد على الفبركة ومجانبة الحقيقة هدفه الخروج بمحصلة معلومات شوفينية مضطربة هدفها الإساءة لطرف معين.

التقنيات الشوفينية: يلاحظ في هذا الملصق تطبيق تقنية التبسيط عن طريق تكوينات شكلية مختزلة عن طريق الرسم وذلك بهدف التركيز على فكرة مبسطة ومنحها أقصى طاقة تعبيرية ممكنة لتعبر عن دعاية سياسية مسيئة لطرف معين عن طريق حذف معالم معينة من النسق المعتاد لشكل الفأر وإضافة ملامح بشرية توجي بمعالم وجه الرئيس الروسي، فضلا عن إيجاد الشكل المضطرب في النسب الجسمانية ما بين جسم الفأر والكائن البشري، فيكون المصمم قد اعتمد عملية التلاعب بالحجم عن طريق تكبير أجزاء معينة وتصغير أجزاء أخرى لتبدو بشكل متناسب ومدمج ومحور باحترافية تؤدي الغرض المطلوب في إيجاد شكل مزيف يعبر عن الفكرة الشوفينية للملصق مع محاولة التأكيد على الفكرة عن طريق تكرار الوان العلم الروسي في أكثر من مكان (جسم الفأر والقبة التي كان يرتديها قبل أن تتم عملية الاصطياد).

### أنموذج رقم (2):



عنوان الملصق: لا تدعوا ذلك الظل يمسهم

مصمم الملصق: واون انترسني كازكي

سنة انتاج الملصق: 2022

البلد: أوكرانيا

معرف انستغرام: @waone\_interesnikazki

يمثل التصميم الحالي ملصقا للدعاية السياسية عن الحرب الروسية الأوكرانية تميزت فيه مجموعة من العناصر التيبوغرافية والجغرافية المتعددة، إذ يلمح على مستوى العناصر التيبوغرافية عنوانان تيبوغرافيان تم ادراجهما اسفل الملصق باللغة الإنجليزية على خلفية سوداء، يمثل الأول عنوان الملصق الرئيس (لا تدعوا ذلك الظل

يمسهم) معبأ باللون الابيض، فيما يرد العنوان الثاني تحت العنوان الأول مشيرا الى عبارة (لا تشتروا النفط الروسي) تعبيرا عن طلب بصيغة الأمر، معبأ في جزئها الأول (لا تشتروا) بلون أحمر، بينما تمت تعبئة الجزء الثاني (النفط الروسي) بلون بني مشوب بلون رمادي. اما على مستوى العناصر الجغرافية للملصق فقد تجمعت مشكلة صورة مرسومة تمثل عائلة اوكرانية مكونة من (الام وطفلين ولد وبننت)، وتظهر الام ممسكة بأنموذج لطائرة عسكرية بإحدى يديها بينما تضع الاخرى على صدر الطفل الحامل للعلم الأمريكي، فيما تتخذ البننت وضع جلسة القرفصاء امامها حامله علم الاتحاد الأوربي بإحدى يديها وممسكة بدمية ممددة على الأرض باليد الاخرى، في بيئة خضراء مكونة من مجموعة أشجار في خلفية الصورة المرسومة، فضلا عن الارضية العشبية التي مثلت حافاتها الامامية حدود أوكرانيا من جهة بحر ازوف وشبه جزيرة القرم. ويظهر خلف العائلة حرف (Z) الذي يرمز للعمليات العسكرية الروسية الحالية ضد أوكرانيا بدرجة تظليل خفيفة مقتربا من ظل المرأة الظاهر خلفها، يتبعه جزء من حرف (Z) اخر أشد قتامة.

## التحليل:

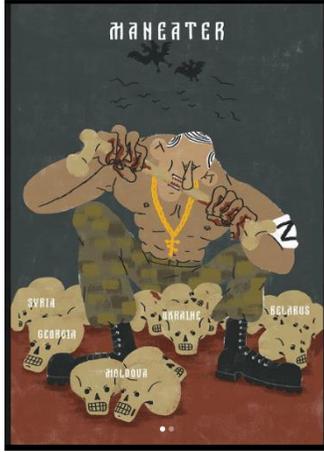
الأهداف الشوفينية: يتمظهر الهدف الاستراتيجي الشوفيني لهذا الملصق بالسعي لتحطيم روسيا وتهديد وجودها ككيان سياسي، عن طريق اختلاق صورة ذهنية تعكس ملامح شيطنتها متمثلة بقوة تدميرية تحاول تهديد وترويع الشعوب الامنة، فصورة المرأة القلقة والخائفة على اطفالها جراء التهديد بالقوة العسكرية تدعم تحقيق الهدف الاستراتيجي الشوفيني، فضلا عن تمظهر أوكرانيا والدول الحليفة لها كأسطورة تنشُد تحقيق السلام وقوة قادرة على ردع المعتدين. وان تنفيذ الطلب ما مطلوب في سياق الملصق (لا تشتت النفط الروسي) يحقق هدف الهيمنة عن طريق إضعاف واستنزاف الوجود الروسي وتحقيق هدف الاضرار بمصالحها الاقتصادية عن طريق الطلب الدعم الصريح بمقاطعة منتوجها النفطي على المستوى العالمي.

شوفينية المعلومات المضطربة: إن تمظهر المحتوى الساخر يقودنا الى ملامح شوفينية في هذا الملصق، اذ يبدو ذلك جليا على تعابير وجه الطفلة المبتسم ببراءة الطفولة وهي ترفرف بعلم الاتحاد الأوربي لطائرة عسكرية تبدو من لونها وتصميمها انها طائرة روسية متطور من طراز (سو 35)، غير مدركة بأن هذه الأداة الحربية ليست لعبة لتتم السخرية من قوتها وبطشها. أما الربط المغلوط فقد تمظهر بربط عنوانين فضفاضين، الأول مثير للعاطفة مصاغ بلاغيا، والثاني يشكل الهدف الأساسي منه التحريض على تحقيق ضرر اقتصادي، وهم منحى شوفيني يهدف الاضرار بطرف معين، معتمدا على صور وتشبيهات لا يمكن الحكم عليها بأنها صحيحة كونها مرسومة، ما يشير الى معلومات غير موثقة استخدمت لدعم اوكرانيا وتسقيط روسيا في هذا الملصق لترجم محتوى مغلوطا. لم يتمظهر السياق المغلوط في هذا الملصق لعدم وجود معلومات موثقة أو صور حقيقية لمواضيع تخالف نسق المعلومات، أو حتى تتفق معها، من جانب اخر يتضح تمظهر المحتوى المفبرك بشكل واضح في توظيف الاشكال المرسومة والعناوين البلاغية الفضفاضة مجتمعة.

التقنيات الشوفينية: لم يعتمد مصمم الملصق على تقنية التبسيط في اظهار الملامح الشوفينية في هذا الملصق، ويعزى سبب ذلك الى أنه وظف عناصر تيبوكراغرافية وجرافيكية كثيرة في بنيتها مع التركيز على تضمين تفاصيل تصميمية بغية إضفاء حبكة درامية قائمة على المبالغة في السرد البصري لعناصر التصميم التي يحاول عن طريقها المصمم فرض صورة ذهنية على عقل المتلقي وجره لاعتبارها صورة واقعية مخيفة، اما تقنية الاختزال فهي موظفة بشكل واضح في رمزية تقدم حرفي (Z) المتتالين الذين يشيران الى الخطر العسكري الروسي وهو يتقدم نحو العائلة الأوكرانية، كما أن تقنية الحذف والاقتطاع حاضرة في حرف (Z) المتأخر بهدف إعطاء عمق منظوري لمشهد درامي لإيقاع تكراري يعبر عن الزمن واتجاه تقدم الخطر مع التركيز على أهميته. كما أن تكبير حجم الشخصيات قياسا بمساحة الخارطة المصغرة لأوكرانيا تحتهم في الأرضية يهدف لدفع المتلقي الى أن هذه العائلة تمثل الشعب الأوكراني كله والخطر المحدق بوجوده وفق توجه شوفيني قائم على التهويل، فضلا عن تكبير عبارة (النفط الروسي) في العنوان الثاني يعطيها أهمية على مجاوراتها من العناصر التيبوغرافية الأخرى لتدلل على المقصد والهدف. اما ما يخص الية الدمج، فإن دمج شخصيات مرسومة بتعابير وحركات قصدية متباينة تخلق جوا دراميا يسهم بتمظهر ملامح شوفينية وفق توجه دوغمائي مقصود لاختلاق حالة مدروسة بعناية، فضلا عن أن التحوير ما بين الاشكال المضمنة في ملصق الحرب العالمية الثانية وهذا الملصق يهدف خدمة الفكرة الحالية يمثل بحد ذاته ملمحا شوفينيا في الملصق. اما تقنية

التزييف الشكلي فهي حاضرة أساسا كون الملمصق يحمل فكرة مقلدة عن ملمصق اخر متناص معه فضلا عن أن الاستعاضة عن الأشكال الحقيقية بأشكال مرسومة لإضافة جو درامي تعد تزييفا يقود الى استنتاج قصد شوفيني مبيت.

### أ نموذج رقم (3):



عنوان الملمصق: أكل لحوم البشر

مصمم الملمصق: أنتون أبو

سنة انتاج الملمصق: 2022

البلد: أوكرانيا

معرف انستغرام: @anton\_abo

يمثل الانموذج الحالي ملمصقا دعائيا عن الحرب الروسية الأوكرانية الحالية، تتمظهر فيه مجموعة من العناصر التيبوكرافيكية للتعبير عن فكرة الملمصق. على مستوى العناصر التيبوغرافية يتمظهر العنوان الرئيس (أكل البشر) باللغة الإنجليزية في اعلى الملمصق فضلا عن توزيع مجموعة من العنوانات الثانوية على مجموعات الجماجم المرسومة في

الملمصق. فحملت كل مجموعة اسما من أسماء الدول (بيلاروسيا، مولدوفا، جورجيا، سوريا، أوكرانيا)، اما على مستوى العناصر الكرافيكية فقد حوى الملمصق أشكالا مرسومة متنوعة كالرسم الكاريكاتيري لشخصية الرئيس الروسي (بوتين) مرتديا الزي العسكري من منطقة الحزام حتى اخمص القدم، ومتعر في نصفه العلوي، وقد بدا بعضلات مفتولة، في وضع جلوس لالتهام وجبة طعام، ممسكا بيديه المضرجة بالدماء عظم فخذ بشري وهو يلتهمه بفمه من الوسط، كما تظهر قلادة الصليب المسيحي الروسي الأثرودوكسي حول عنقه، فضلا عن علامة القوات العسكرية الروسية (Z) ملفوفة حول ساعده اليسر، وتظهر الأرضية حمراء مصبغة بالدماء، كما تظهر السماء في فضاء الملمصق سوداء قاتمة تحلق فيها مجموعة من الطيور غير واضحة المعالم يتقدمها طائرا عقاب من ذوات الرأسين، وهو رمز اسطوري شاع استخدامه في روسيا.

### التحليل:

الأهداف الشوفينية: يمكن لمح الهدف الاستراتيجي الشوفيني في هذا الملمصق عن طريق محاولة المصمم تسقيط كل من شخصية الرئيس (بوتين) ونظامه السياسي وقواته العسكرية والاضرار بهم، بل ويتعدى ذلك الى محاولة تسقيط الديانة المسيحية عن طريق تضمين رموزها الدينية في الملمصق، كما يتوضح هدف شيطنة شخصية الرئيس الخيالية المستمدة من قصص أكلي لحوم البشر الخيالية، اذ يلاحظ الرئيس الروسي المسخ في الملمصق وهو يتمتع بالتهام اللحم البشري بمشهد وحشي الهدف منه ترهيب وتخويف متلقي الرسالة من هذا الخطر الموجود على ارض الواقع المزعوم، محاولا كسب تعاطف ودعم المتلقين ضد هذا الخطر المزعوم. شوفينية المعلومات المضطربة: يمكن لمح المحتوى الساخر بشكل جلي عن طريق الشخصية الكاريكاتيرية المرسومة للرئيس الروسي، وبغيب الربط المغلوط عن هؤذا الملمصق لوثاقفة العلاقة بين العنوان والشكل المرسوم في الملمصق فيكمل بعضهما الآخر لتجسيد المعنى المعبر عن الفكرة التصميمية. أما المحتوى المغلوط

فمن السهولة لمحة في هذا التصميم، كون قصدية تصميم هذا الملصق واضحة ولا تقبل الجدل أو التأويل، وهي قصدية تبغني تسقيط شخصية الرئيس الروسي. لم يتمظهر السياق المغلوط في المعلومات المضطربة لهذا الملصق المفبرك لعدم توفر شروطه.

التقنيات الشوفينية: تقنيات التبسيط حاضرة في هذا الانموذج عن طريق اختزال الاشكال المتمحورة حول الشكل الكاريكاتيري وحذف تفاصيل منها بهدف تحويلها الى اشكال مبسطة معبرة تعطي معان رمزية مكثفة تدعم الفكرة الرئيسة في الملصق، وهي التركيز على الشخصية المتوحشة النهمة للرئيس الروسي (حسب ما يصورها الملصق) عن طريق تكبير شخصية (بوتين) والتلاعب بالنسب الشكلية لجسمه، وتحويلها كي يبدو للعيان كقوة وحشية شاذة عن الصفات الإنسانية الطبيعية، كما يتمظهر الدمج في تصميم هذا الملصق عن طريق تجميع رموز متعددة في ملصق واحد لتعكس صفاتها الرمزية على الفكرة التصميمية وتغذيها، كتوظيف رمز العقاب الأسطوري ذي الرأسين وعلامة العمليات العسكرية للقوات الروسية (Z)، فضلا عن قلادة الصليب المسيحي الارثوذكسي. كما يلاحظ استخدام تقنية التكرار لهدف شوفيني في مشهد تجميعات الجماجم المتناثرة على الأرض التي تختزل مفهوم شعوب ودول أصابها الأذى (بحسب ادعاء تصميم الملصق) ما يعطها أهمية متساوية فيما بينها من ناحية تأثيرها بمصدر الضرر مع تصغير دور هذه الشعوب وعجزها أمام سطوة الوحش الروسي. اما التزييف فهو حاضر بتزييف الشخصية الرئيسة في الانموذج عن شخصية أخرى رسمت في ملصق سابق تتمتع بنفس المعاني والصفات.

## النتائج:

تلمح الملامح الشوفينية في تصاميم ملصقات الدعاية السياسية التي خضعت للبحث والتحليل في هذه الدراسة عن طريق:

1. تضمين هدف استراتيجي محدد لكل ملصق من الملصقات المبحوثة، فضلا عن توضيح أهداف التخويف والترهيب واستحصال الدعم والاضرار بالغير في جميع ملصقات عينة الدراسة الحالية.
2. لمح هدي الشيطنة والأسطرة في جميع نماذج عينة بحث الدراسة الحالية.
3. تحقق شوفينية المعلومات المضطربة عن طريق توظيف المحتوى المفبرك في جميع نماذج عينة هذه الدراسة.
4. اعتماد أسلوب التناس كأسلوب للتضمين الجرافيكي الشوفيني في جميع الملصقات المبحوثة عن طريق تناسها مع ملصقات تعود لفترة الحرب العالمية الثانية شكلا ومضمونا.
5. التضمين الشوفيني الدرامي القصصي المختلق في جميع نماذج عينة هذا البحث.
6. استخدام تقنية التبسيط للتركيز على الأهداف الشوفينية للفكرة في النماذج (1،3).

## الاستنتاجات:

1. إن توظيف المحتوى الساخر في تصاميم الملصقات المنشورة عبر الانترنت يعكس قصيدة القائمين على تصدير ملصق الدعاية السياسية للتأثير على الصورة الذهنية لدى المتلقين عن المستهدف بالسخرية وتحطيم شخصيته باختلاق صورة ذهنية عنه لا تمت الى الحقيقة بصلة.
2. إن توظيف الربط المغلوط بين عناصر تصميم الملصقات المبحوثة يعكس دافعية القائمين بإنتاج ملصق الدعاية السياسية للتلاعب بوعي المتلقين ومحاولة حرفهم عن مساراتهم الفكرية الاعتيادية وتحيز أفكارهم وقناعاتهم باتجاه معاني موجبة لغائية مدروسة.
3. إن تدني نسبة استخدام الصورة الحقيقية في الملصقات التي مثلت عينة البحث والاستعاضة عنها بالأشكال المرسومة والصور المفبركة يعكس رغبة القائمين بتصدير الدعاية السياسية في انتقاء مفردات تعبيرية مبالغ بها تهدف بشكل أساس الى الإساءة الى الآخر المخالف في وجهات النظر وهو سلوك شوفيني واضح.
4. إن استخدام الأساليب البلاغية والمجازات الشكلية في التعبير عن المعاني في تصميم الملصقات (موضوع البحث) يؤكد وجود نية مبيتة للتلاعب بوعي المتلقي عن طريق التلاعب بالمعنى وتوليد معاني خيالية تثير تعاطفا إيجابيا مع مصدرى الفكرة وتعاطفا سلبيا مع مخالفهم.

## التوصيات:

يعد دور المصمم أمراً بالغ الأهمية، إذ يمكن لعمله تشكيل التصور العام والخطاب خلال أوقات الحروب التي تمثل أوج الصراعات السياسية. فالتمسك بمبادئ النزاهة والتعاطف والمسؤولية الاجتماعية أمر ضروري في الدعاية السياسية ان كانت تصبو لتحقيق سلم مجتمعي. وعليه يوصي الباحث بما يأتي:

1. إعطاء الأولوية للدقة والتمثيل الواقعي على الإثارة أو المبالغة. على الرغم من أن الملصقات قد تهدف إلى حشد الدعم، إلا أنها لا ينبغي أن تحتوي على معلومات كاذبة أو مضللة. إذ ستكون مسيئة لطرف ما بطريقة أو أخرى.

2. تجنب شيطنة الطرف الآخر أو تجريده من إنسانيته.

3. الاعتراف بالحقائق المأساوية للصراعات السياسية وخصوصاً في الحرب، مثل معاناة المدنيين ونزوحهم، بدلاً من التغاضي عنها.

4. يجب ان يحرص المصمم على الشفافية فيما يتعلق بهدف الملصق ومصدر المعلومات المقدمة. تجنب حجب الأصول أو التحيزات.

5. يجب ان يفكر المصمم في العواقب طويلة الامد لرسائله الاتصالية. وعليه أن يعي أن الملصقات التي توجج الكراهية أو تديم الصور النمطية الضارة يمكن أن يكون لها آثار سلبية دائمة.

6. التشاور مع المؤرخين وخبراء حقوق الإنسان وعلماء الأخلاق للتأكد من أن الملصقات مسؤولة وتجنب التسبب في المزيد من الضرر.

7. يجب ان يكون المصمم على استعداد لمراجعة الملصقات أو سحبها إذا ظهرت معلومات جديدة تكشف عيوباً أو عدم دقة في التصميم الأصلي.

## 4.4. المقترحات:

يقترح الباحث:

إجراء دراسة استطلاعية عن "تأثير الملامح الشوفينية في ملصقات الدعاية السياسية المنشورة عالمياً على قرارات المتلقي ومتبنياته الفكرية".

### **Conclusions:**

1. The use of satirical content in the designs of posters published online reflects the intention of those responsible for exporting the political propaganda poster to influence the recipients' mental image of the target with ridicule and to destroy his personality by creating a mental image of him that has nothing to do with the truth.
2. Employing the false connection between the design elements of the researched posters reflects the motivation of those who produce the political propaganda poster to manipulate the awareness of the recipients and attempt to divert them from their normal intellectual paths and bias their ideas and convictions towards studied, teleologically oriented meanings.
3. The low percentage of using the real image in the posters that represented the research sample and replacing it with drawn shapes and fabricated images reflects the desire of those responsible for exporting political propaganda to choose exaggerated expressive vocabulary that aims primarily to offend the other with different viewpoints, which is clearly chauvinistic behavior.
4. The use of rhetorical methods and formal metaphors to express meanings in the design of posters (the subject of the research) confirms the existence of a hidden intention to manipulate the recipient's consciousness by manipulating the meaning and generating imaginary meanings that arouse positive sympathy with the originators of the idea and negative sympathy with those who oppose them.

**References:**

1. François, M. (2017). *Fundamentals of Intolerance*. (Q. Al-Miqdad, Trans.) Damascus: Nineveh House for Studies, Publishing and Distribution.
2. Abdel Razzaq, I.-D. (2018). *Chauvinism, a research into the term, its history, and its intellectual doctrines*, . Iraq: Islamic Center for Strategic Studies, the Holy Abbasid Shrine, Holy Karbala.
3. Al-Assaf, Y. (2020). *A New Digital Era*. Beirut: Arab Foundation for Studies and Publishing.
4. Al-Farahidi, A.-R.-K. (1981). *Kitab al-Ayn*. Baghdad: Dar al-Rasheed Publishing.
5. Al-Farsi, S. (2016, 10 15). *Chauvinism...and the Chauvinists*. Retrieved from <https://alroya.om/p/172254>.
6. Al-Fatlawi, A. (2016). *Contemporary Terms*. Najaf Al-Ashraf: Islamic Center for Strategic Studies and Research, Al-Abbas Holy Shrine.
7. al-Fayrouzabadi, M.-D. (B.T). *The Ocean Dictionary*. Egypt: Al-Halabi Publishing and Distribution Foundation.
8. Al-Furati, F. (2008, 5 29). *Chauvinism between political connotation and terminology*. Retrieved from Civilized dialogue / <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=136088>.
9. Al-Hawari, S. (2021). *Media Governance between Terminological and Legal Theory and the Reality of Misinformation*. Berlin: Arab Democratic Center.
10. Al-Khazraji, T. (2015). *Significant Diversity in the Constructivism of the Contemporary Poster*. University of Baghdad, College of Fine Arts, Master's thesis.
11. Al-Muttalabi, L. (2022). *The Rhetoric of Visual Narrative, Graphic Design Theory and Application*. Baghdad: Dar Ahwar for Publishing and Distribution.
12. Al-Najjar, S.-G. (2015). *Film and Digital Photojournalism*. Egypt: Egyptian Lebanese House.
13. Al-Raji, M. (2018). *The Fake News Industry and the Screw of the Information Siege of Public Opinion*. Qatar: Al Jazeera Center for Studies.
14. Al-Shamimari, F. (2010). *Media Education: How We Deal with the Media*. Riyadh: King Fahd National Library for Publishing and Distribution.
15. Al-Tayyar, K. (2022). *Narration in Light, Aesthetics of Photography*. Karbala: Dar Al-Warath for Printing and Publishing.
16. Al-Zubaidi, M.-H. (1998). *Taj Al-Arous*. Kuwait: National Council for Culture and Arts.
17. Arabic Language Academy. (2004). *Intermediate Dictionary* (Vol. 4). Cairo: Al-Shorouk International Press.
18. Cambridge Dictionary . (2024). *chauvinism*. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/>.
19. Imam, I. A. (2013). *Philosophy and Contemporary Issues*. Kuwait: Arab Journal for the Humanities, Scientific Publishing Council, Kuwait University, Issue 124.
20. Jabbar, R. (2017). *The design construction of satellite channel logos*. Baghdad: research published in Al-Technical Magazine, Volume 30, Issue5.
21. Jumaa, A. (2018). *Journalism in Wartime*. Qatar: Al Jazeera Media Institute.
22. Muhammad, N. (2011). *in the field of print design*. Baghdad: Yanabe'a Printing House.
23. Najm al-Din, R. (2021). *Made in Design*. Baghdad: Dar Sutour for Publishing and Distribution.
24. Sloterdijk, P. (2019). *Criticism of the Cynic Mind*. (N. Al-Aounli, Trans.) Al-Jamal Publications: Lebanon.
25. Younan, C. (2011). *Verbal Misinformation and Mechanisms of Controlling Opinion*. Egypt: Dar Al Nahda Al Arabi for Printing and Publishing.