

المحاضرة التاسعة: الملصق الإعلامي في حملات الاتصال العمومي

1-تعريف الملصق الإعلامي: هو مستند أو وثيقة ورقية تكون عادة كبيرة الحجم، تُعرض لعامة الناس، وتقدّم معلومات بسيطة لكنها كافية. ويُعدّ أحد فنون الإعلام، إذ يؤدي عدة وظائف تساهم في معالجة السلوكيات وغرس السلوكيات الإيجابية السليمة، مثل حملات التشجير أو التوعية الصحية .

ويُعتبر الملصق الإعلامي وسيلة إعلامية مقروءة، مثل ملصقات COVID-19 التي نجدها في المدارس والجامعات والمستشفيات وغيرها، حيث يقدّم للقارئ تعليمات وتوجيهات حول سلوك أو نمط حياة جديد، بهدف تجنّب آثار الجائحة المميتة. ولكي يتمكن القارئ من قراءته بسهولة، يضمّ الملصق صورا كبيرة وواضحة، وتلجأ إليه مختلف المؤسسات والشركات الوطنية والدولية لتمرير رسائلها الاتصالية .

تعريف ميشيل برنار للملصق الإعلامي: يُعدّ ميشيل برنار باحثاً فرنسياً في مجال الاتصال والسيمايئات، وقد درس تحليل الصورة والملصق الإعلامي. ويعرّف الملصق الإعلامي بأنه: "ورقة واحدة كبيرة الحجم، موجّهة للإعلام العام أي الجمهور الواسع".

كما يعتبره من وسائل الإعلام العمومي والاتصال الاجتماعي التي تهدف إلى الإقناع والتأثير، وتستهدف جماهير كبيرة من المتلقين، خاصة في فترات الأزمات والكوارث والأوبئة .

ويعتمد الملصق الإعلامي على المؤثرات البصرية، أي الصورة، ويقدم خطاباً بصرياً حجاجياً يركز على: الألوان ذات الدلالات، الصور والرسوم، الأشكال والإشارات. ويتم لصق هذه الملصقات في الأماكن العامة، مثل الجدران، الزجاج، والطرق، لتحقيق الصالح العام، مما يجعلها جزءاً أساسياً من الاتصال العمومي والحملات الاتصالية .

2-خصائص الملصق الإعلامي : يميّز الملصق الإعلامي بعدة خصائص، من أهمها :

الإيجاز والاختصار: يستخدم كلمات قليلة لكنها معبرة، مثل ملصق مروري يحمل عبارة: «تمهل، حياتك أغلى»، وهي عبارة قصيرة لكنها ذات رسالة قوية .

الاعتماد على الصورة: يعتمد الملصق على الصور في تقديم الرسالة الاتصالية، مثل ملصق حماية البيئة الذي يظهر فيه طفل يحمل شجرة ذابلة مقابل أخرى خضراء .

قوة التأثير العاطفي: مثال ذلك ملصق حول أضرار التدخين يظهر رئتین، إحداهما سليمة والأخرى سوداء، مما يثير الخوف والانتباه. سهولة الفهم وسرعة التلقي يُفهم الملصق في ثوانٍ قليلة، مثل ملصق ممنوع التدخين الذي يتضمن إشارة المنع فوق صورة السيجارة. مخاطبة الجماهير الواسعة يستهدف جماهير غير متجانسة في الأماكن العامة، ويعتمد على تكرار العناصر اللغوية والبصرية والأيقونية لضمان وصول الرسالة في أي زمان ومكان .

وظائف الملصق الإعلامي:

تتعدد وظائف الملصق الإعلامي في حملات الاتصال العمومي وأهمها مايلي:

الوظيفة الإعلامية: تقديم الأخبار والمعلومات التي تهم الشأن العام، مثل ملصقات حملات تلقيح الأطفال التي تنظمها وزارة الصحة .

الوظيفة الإقناعية: تهدف إلى تعديل السلوك أو تغييره في اتجاه إيجابي.

الوظيفة الجمالية: تترك أثراً بصرياً وجمالياً لدى المتلقي.

الوظيفة الإبداعية : ترتبط بالوظيفة الجمالية، وتعكس المعايير الاجتماعية والثقافية المكوّنة لرصيد الفرد.

ملخص تاريخي لتطور استخدام الملصقات الإعلامية في حملات الاتصال العمومي :

انتقلت حملات الاتصال العمومي في استخدام الملصقات الإعلامية عبر مراحل تاريخية مهمة :

المرحلة الأولى مرحلة الطباعة: بدأت مع اختراع الطباعة في النصف الثاني من القرن الخامس عشر، حيث ساهمت في النشر الواسع للإعلانات والعروض الفنية في الشوارع .

المرحلة الثانية أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين : اتخذت الملصقات الإعلامية أشكالاً متعددة ومتنوعة، مثل الإعلانات اليدوية، وإعلانات العروض المسرحية في الساحات العمومية، وإعلانات الكنائس. وانتشرت بشكل واسع في الترويج للمسارح والمنتجات التجارية كالأطعمة والمشروبات والملابس والأجهزة المنزلية.

المرحلة الثالثة الحربان العالميتان الأولى والثانية: تحولت الملصقات الإعلامية إلى أداة تعبئة سياسية ودعائية، استُخدمت للتجنيد ورفع الوعي والتحريض السياسي .

المرحلة الرابعة مرحلة الخمسينيات والسبعينيات من القرن العشرين: تمثل هذه المرحلة مرحلة التوعية في حملات الاتصال العمومي، حيث انتشرت الملصقات التوعوية بشكل كبير، واستُخدمت في الحملات الاجتماعية، مثل الصحة والسلامة والبيئة.

المرحلة الخامسة نهاية القرن العشرين: تطورت برامج تصميم الملصقات الإعلامية مثل فوتوشوب، أدوبي إليستريتور، كانفا وغيرها، وتحول الملصق الإعلامي إلى عمل رقمي يُنتج بسهولة. وانتشرت الملصقات السينمائية والثقافية وملصقات المهرجانات، واتخذت أشكالاً متعددة من المحتويات، كالأفلام والرسوم المتحركة، مع توظيف الألوان والصور والخطوط. المرحلة السادسة عصر التكنولوجيا والإنترنت: ظهرت الملصقات الرقمية بدلاً عن الورقية، مع استخدام الرسوم المتحركة والإنفوغرافيك الذي يجمع بين المعلومات والصور والرسوم. كما أصبح من الممكن تصميم الملصقات عبر الهواتف الذكية، خاصة في حملات التوعية مثل الوقاية من الفيروسات، حيث يجمع الملصق بين رسالة لغوية ورسالة أيقونية.

عناصر الملصق الإعلامي :

تنقسم عناصر الملصق الإعلامي إلى عنصرين أساسيين :

أولاً: الرسائل اللغوية ويقصد بها كل ما هو مكتوب ولفظي في محتوى الملصق الإعلامي، وتشمل ما يلي:

1-العنوان الرئيسي: (Headline) وهو جملة قصيرة وجذابة توضح موضوع الملصق وتلفت انتباه القارئ. يجب أن يكون واضحاً، مباشراً، كبير الحجم، وموجهاً للجمهور المستهدف.

2-الشعار أو الرمز (Logo) عبارة قصيرة وموجزة تحمل رسالة أو فكرة محددة، وهو نداء صريح وإيجابي، هدفه جلب الانتباه، وتساعد في تدكّر الملصق. مثال: شعار ملصق توعوي قد يكون: "الصحة أولاً".

3- النص: هو المحتوى التفصيلي الذي يشرح الفكرة أو يقدم معلومات داعمة. مثال: نص يوضح أهمية غسل اليدين وطرق القيام بذلك .

4- المرفقات : هي المعلومات الإضافية التي تدعم النص الرئيسي، مثل الإحصائيات، أو الروابط، أو الإرشادات الإضافية. مثال: جدول يوضح نسب العدوى قبل وبعد غسل اليدين .

5-الخطوط: هي أنواع الأحرف المستخدمة في النص، من حيث الحجم، النوع، والسُمك، وتؤثر في وضوح المحتوى وجاذبيته. مثال: استخدام خط عريض للعناوين وخط أصغر للنص التفصيلي. ويستعمل المختصين بعض الحيل في كتابة النص، بحيث يكتب الحرف الأول بحجم كبير ولون داكن، وأقر العلماء ان هذه الطريقة تزيد نسبة القراءة 13%. 6-الرسالة الأساسية: هي الفكرة المحورية التي يسعى الملصق إلى توصيلها بشكل واضح ومباشر. مثال: "اغسل يديك للوقاية من الأمراض".

7-المعلومات الإضافية: هي البيانات التي تقدم تفاصيل مكملّة، مثل مواعيد الفعاليات أو طرق التواصل.

مثال: تاريخ ومكان إقامة الفعالية، أو رقم الهاتف للتواصل.

ثانيًا: العناصر الإيقونية في الملصق الإعلامي:

1-الصورة أو الرسومات : هي العناصر البصرية التي توضح أو تدعم الرسالة بشكل مرئي .مثال: صورة ليدين نظيفتين في ملصق تحسيسي .

2. الضوء: هو العنصر الذي يوجه الانتباه ويبرز العناصر المهمة في الملصق .مثال: استخدام إضاءة موجهة على عنوان الملصق لجذب النظر .

3-الألوان: هي الوسيلة البصرية التي تنقل مشاعر ودلالات معينة .مثال: اللون الأخضر للدلالة على الصحة والسلامة .

4-إطار الصورة : هو الخط المحيط بالصورة الذي يحدد مجالها ويضيف توازنًا بصريًا .مثال: إطار أبيض حول صورة لتعزيز وضوحها.

5- الأشكال: هي الأشكال الهندسية التي تُستخدم لتنظيم المحتوى وتوجيه النظر .مثال: استخدام الدوائر لتسليط الضوء على معلومات مهمة.

6-المساحة البيضاء: هي الفراغات التي تفصل بين العناصر، وتُساعد في تحسين وضوح الملصق .مثال: ترك مساحات فارغة حول النص لتسهيل القراءة.

7-الرموز والإيقونات: هي علامات بصرية تمثل مفاهيم أو توجيهات معينة .مثال: رمز يد تُشير إلى غسل اليدين.