٢ ـ الصورة البصرية: وهي تنقسم الى قسمين: (أ) صورة نتعرف عليها من خلال حاسة البصر (الرؤية)، بواسطة العين مباشرة، وهي صامتة في شكلها الخارجي، ناطقة من حيث جوهرها بما تتضمّنه من ابداع فني وجمالي، وهي صورة تجسيدية؛ (ب) الصورة التي نتعرف عليها من خلال الرؤيا الخيالية (التخيّل)، وهذه الصورة ناتجة عن الانواع السابقة، من حيث الاشتقاق، كأن نرى صورة معيّنة فتذكرنا وتجعلنا نتخيل صورة أخرى كانت مرتبطة في خيالنا أصلاً بشكل غامض، وسرعان ما تتوضح عندما يثير الابداع الفني لصورة معينة في الواقع فينا ملكة التخيل ويخرجها الى حيز الرؤيا التخيلية الفعلية. وهذا النوع من الصور ذو طابع تخيلي.

من هنا تتوضح اهمية استخدام الصورة الفوتوغرافية الحية في عمل فني ابداعي مثل الملصق، لانها تساعد على توليد صور وبعث صور أخرى خبيئة في باطن اللاشعور.

وقد دخلت الصورة الفوتوغرافية، بالفعل، في تشكيل الملصق الفلسطيني حتى اصبحت جزءاً اساسياً مكوّناً للمضمون، ودافعاً حيوياً له. كما ان استخدامها زاد شكل الملصق جمالية وتألقاً، حيث تغلغلت الصور الواقعية ـ التي هي عبارة عن وثائق وشهادات لمراحل متفاوتة ـ في فعل مضمون الملصق المرتبط، اساساً، في مسلسل صور الاحداث الواقعية السياسية، والعسكرية.

وغالباً ما كانت الصورة الفوتوغرافية هي المحرض الرئيس الذي يدفع بهذا الملصق، او ذاك، الى الولادة والانجاز. وبهذه الحالة، أستمد الملصق موضوعه من موضوع الصورة الفوتوغرافية ذاتها المستخدمة فيه، مثل ملصق «١٠٥ دول تقف معنا»، الذي تكوّن من صورة الاجتماع في قاعة هيئة الامم المتحدة.

وثمّة صراع خفي بين استخدام الصورة الفوتوغرافية والتشكيل الفني. فحينما كان يطغى الحدث، يزداد استخدام الصورة الفوتوغرافية وينحسر استخدام التشكيل الفني في الملصق. وحينما ينحسر الحدث، كان التشكيل الفني يبرز في الملصق ليتراجع استخدام الصورة الفوتوغرافية. وهذا الصراع رافق الملصق في مراحله كافة.

الشعار السياسي في الملصق

يعتبر الشعار السياسي في الملصق كالصوت للصورة في التلفاز، حيث يتآخى، في العملية الاعلامية للملصق، الشعار السياسي المكتوب مع الصورة التي تشكل الموضوع، في مهمة توصيل المضمون. ولهذا، توجّب على الشعار السياسي، المستخدم في الملصق، ان يكون، دائماً، بلغة واضحة وبسيطة التركيب والصياغة مع المحافظة على دقة التعبير عن المضمون المراد توصيله، بلا تعقيد أو اسفاف في الوضوح، مع مراعاة الّا يكون طويلاً، بحيث لا يزيد على العشر كلمات. وهذا التحديد ليس قانوناً بقدر ما هو رؤية جمالية. الّا ان استخدام الشعار السياسي في الملصق راجع، اصلاً، الى طبيعة الموضوع ذاته، وكذلك الحال بالنسبة الى الصورة الفوتوغرافية. فالملصق الفلسطيني اعتاد ان يضم، في رقعته، الصورة الفوتوغرافية والشعار السياسي والوان الفنان وايحاءاته التشكيلية، كلها جنباً الى جنب في غالب الاحيان، الامر الذي أدّى الى عدم نجاح في بعض الملصقات، لجهة استخدام الشعار، أو الصورة الفوتوغرافية، لأن الشعار والصورة يلعبان دوراً مزدوجاً في المضمون والشكل معاً. وغالباً ما كنّا نلاحظ تبايناً بين الشعار السياسي وموضوع الملصق ذاته (أقوى وأعمق، او اقل قوة وعمقاً)، وهذا ما انطبق على عدد من الملصقات التي استخدمت «المقطع الشعري» في تركيبها كـ «شعار سياسي». وبذلك قام البيت الشعري بوظيفة المخاطبة، في حين تراجع المضمون الذي لم يكن يرتقي الى مستوى الشعر، في قوته ورصانة تكوينه؛ أو نجد العكس مثلاً، بحيث يكون موضوع الملصق مترجم بشكل قوي ومعبّر ومتين وعلى هذا الملصق شعار سياسي أقل دلالة وعمقاً من الموضوع ذاته. هذا، طبعاً، لا يلغي النجاح الكبير الذي حققه بعض الملصقات، سواء لجهة استخدام الشعار السياسي وتوافقه مع الموضوع المطروح، أو لجهة استخدام الصورة الفوتوغرافية وموازاتها ومحاكاتها للشعار السياسي. ومن الملاحظ، ان الشعار السياسي يستخدم في الملصق الفلسطيني بطريقتين: الاولى، يكون فيها الشعار بمثابة تعليق على الموضوع في الملصق، وكان، في كثير