

لَفْتُ LAFT





وش صار في عام

1917م

واللي كان السبب في انضمام كثير من الشباب الأمريكي للجيش في الحرب العالمية الأولى؟

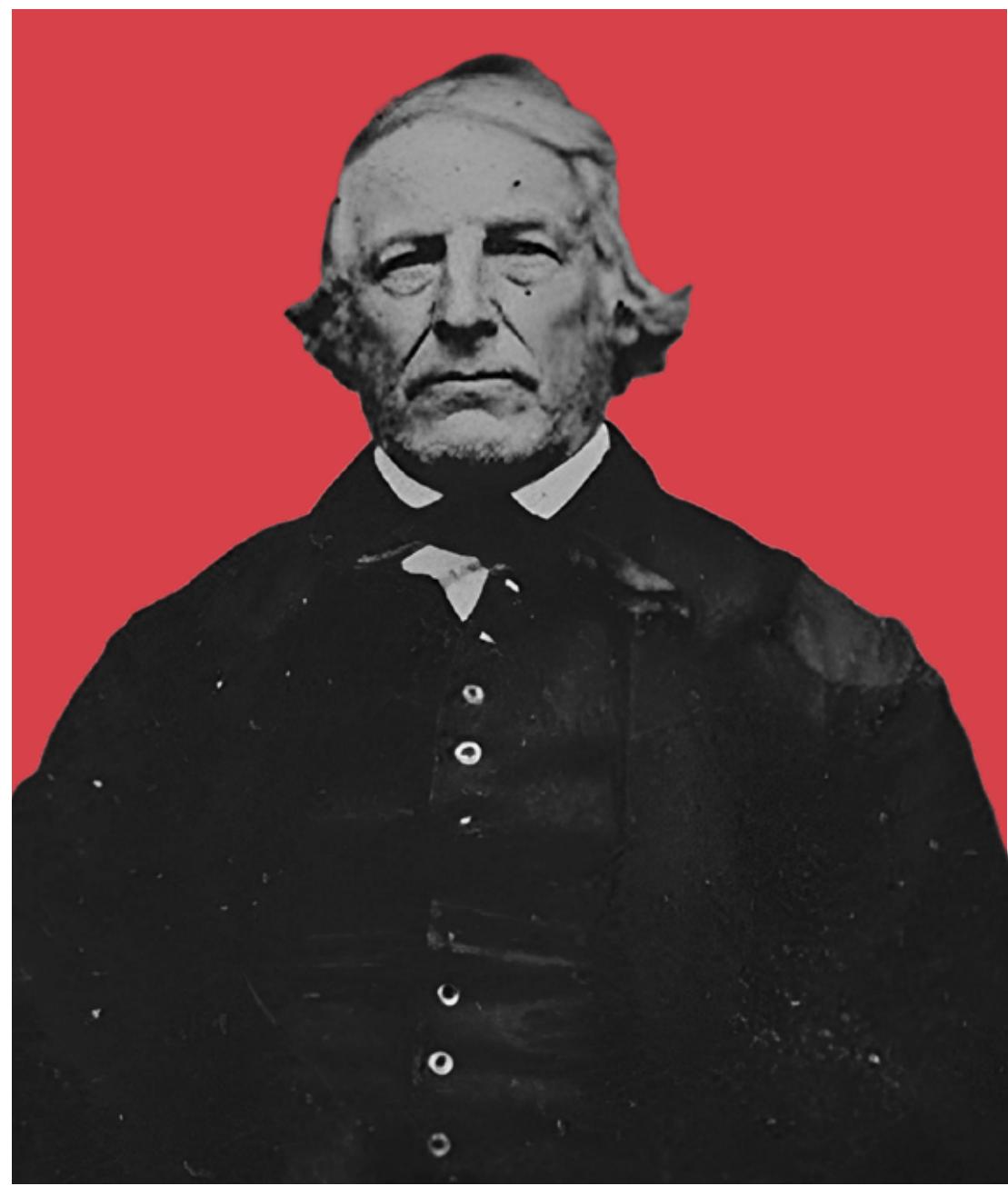
في بداية الحرب العالمية الأولى احتاجت الولايات المتحدة الأمريكية مئات الآلاف من الجنود الجدد للمشاركة في الحرب ولأن سرعة الوصول إلى هذه الفئة في وقت ضيق تتطلب استراتيجية فدّة استعانت الحكومة الأمريكية بالرسام "جيمس مونتغومري فلاح" لإطلاق حملة تحفز الشباب على الانضمام للجيش. ومنهنا استلهم "فلاح" بدوره شخصية العم سام لتكون هي الوجه المستخدم في حملته الإعلامية.

ولكن من هو "العم سام"

ولماذا كانت هذه الشخصية بالذات هي من اختارها "فلاح"؟



من شخصية عادية إلى رمز وطني!



يعود تاريخ شخصية "العم سام" إلى سنة 1812 خلال الحرب بين الولايات المتحدة والمملكة المتحدة حيث كان رجل الأعمال "سام ويلسون" يرسل إمدادات غذائية هائلة للجيش تحمل علامة "U.S." للإشارة إلى الولايات المتحدة، وهذا ما جعل الجنود يطلقون عليها مازحين "Uncle Sam". ولكن مع مرور الوقت أصبحت شخصية "العم سام" رمز شعبي يمثل الحكومة الأمريكية وذلك بسبب نزاهته وحبه للبلاد، لذا فإن استخدام شخصية تشير إلى الروح الوطنية في الحملة يمكن أن يحفز الشعب ويحقق مساعي الحكومة الأمريكية..

ولكن "فلاج" كان هاجسه الأول هو أن يثير مشاعر عاطفية محددة عند المتلقى فعمل على تحقيق ذلك من خلال استخدام رسوم يُظهر فيها:

03

رسم العلم في القبعة

02

إشارته بإصبع السبابية

01

ملامح وجهه الجدية

مع إضافة عبارة واحدة ومباشرة وهي:

"I Want You for U.S. Army"



واحد مقابل واحد!

نشر الملصق على نطاق واسع في وقتها وملأ الصحف والمجلات، وجدران الشوارع خلال الفترة ما بين 1917 و 1918م.

4.8M

تم تجنيد 4.8M جندي
للخدمة العسكرية

24M

تم تسجيل 24M رجل
للخدمة العسكرية

4M

تم طباعة 4 ملايين
نسخة من الملصق

أي أنه مقابل كل نسخة طبعت من هذا الملصق
تم تجنيد شخص واحد للجيش الأمريكي تقريرًا!

لم يقتصر تأثير الحملة على الحرب العالمية الأولى؛ بل تم إعادة استخدام نفس الملصق خلال الحرب العالمية الثانية، وذلك بسبب:



تحفيز المشاعر
والعاطفة



استخدام الرموز
الوطنية المناسب



التوقيت المناسب



قوة الرسالة
المباشرة



مثل هذه الحملات تُعتبر دليل عملي على:

والرسائل المباشرة

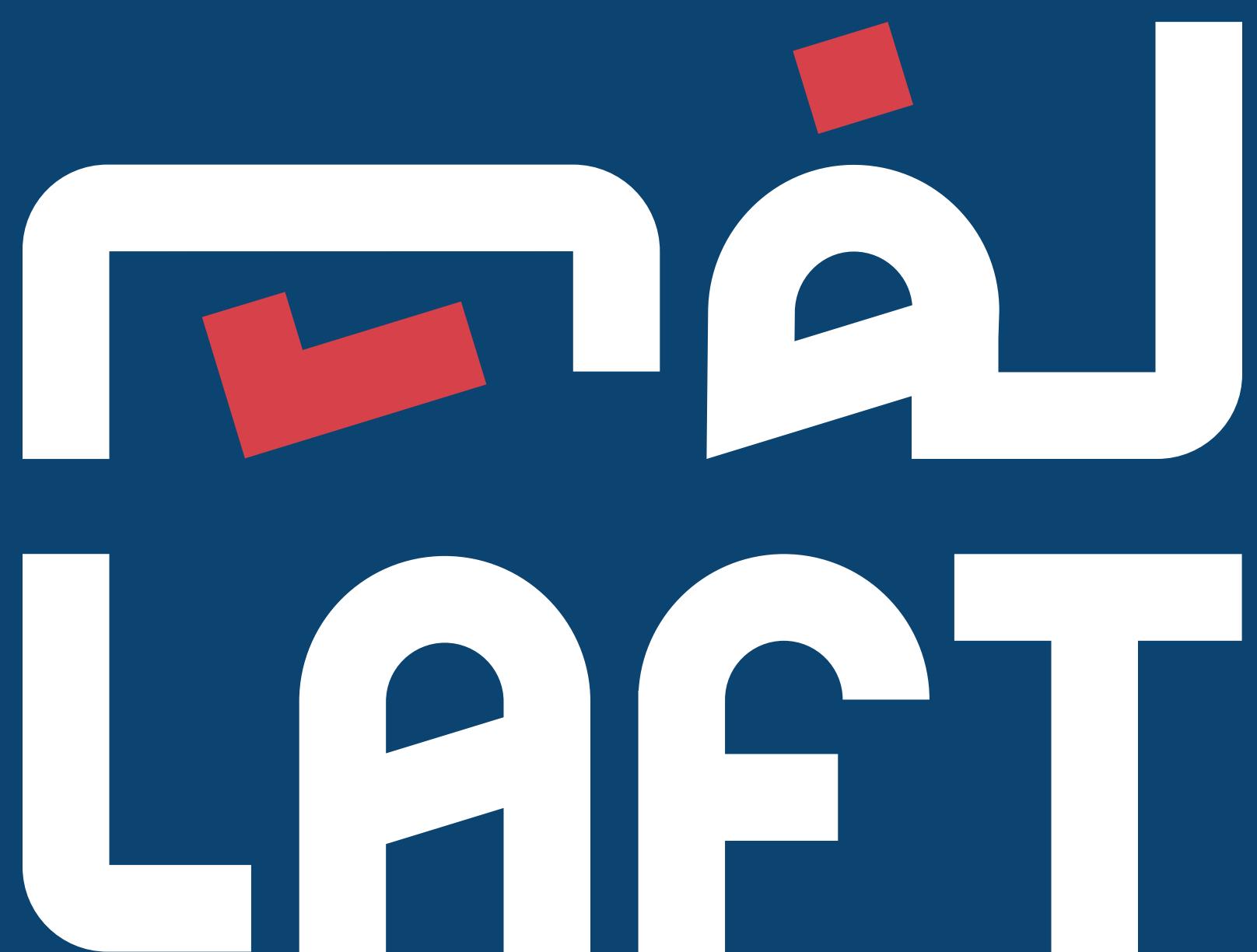
قوة التصميم الإبداعي

في تحقيق الأهداف وأن القدرة على استلهام رموز وطنية أو تاريخية واستخدامها بشكل مناسب وفي وقت مناسب يضمن تحقيق تأثير واسع يعزز من فعالية ونجاح الحملة الإعلامية.



وهنا في لـفت..

ذقنع تأثير أكبر من تأثير العم سام



 info@laft.com.sa

 +966 50 201 6333

   @Laft_PR