HNSJ Humanities & Natural Sciences Journal
ISSN: (e) 2709-0833
www.hnjournal.net

مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية
مجلة علمية محكمة (التصنيف: NSP)
معامل التأثير العربي للعام 2024 = 0.44

عنوان البحث

أبعاد الصورة الإشهارية والخطاب البصري: شعار كأس العالم 2034 "أنموذجاً"

خالد بن عبد الكريم إبراهيم الجوفي[1]، سلمان ساجد غالب العمري[2]

[1] مساعد مدير التعليم–تعليم الجوف. البريد الالكتروني: kjoufi@hotmail.com

[2] اللغة العربية وآدابها–أدب ونقد. البريد الالكتروني: sska2008@hotmail.com

HNSJ, 2025, 6(2); https://doi.org/10.53796/hnsj62/10

المعرف العلمي العربي للأبحاث: arsri.org/10000/62/10

تاريخ الاستقبال: 2025/01/07م تاريخ القبول: 2025/01/15م تاريخ النشر: 2025/02/01م

المستخلص

تهدف الدراسة الحالية إلى إبراز أبعاد الصورة الإشهارية والخطاب البصري: شعار كأس العالم 2034 "أنموذجًا" وفقًا لرؤية سمو سيدي الأمير محمد بن سلمان 2030، ولتحقيق ذلك تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي لتحليل عناصر الشعار والرسائل الرمزية التي يعكسها، وقد بينت النتائج أن الشعار ذاته يُعتبر ترجمة بصرية لهذه لرؤية المباركة من خلال العناصر الرمزية والثقافية التي تم توظيفها فيه، وبالتالي تُعد مقولة الأمير محمد بن سلمان (المملكة تتقدم بخطى ثابتة في برنامج ضخم يهدف إلى التطور والتغيير، طموحنا لا حدود له) أساسًا رمزيًا لتحليل شعار كأس العالم 2034، فالتصميم لا يكتفي بكونه صورة بصرية، بل يعكس رؤية استراتيجية تربط الماضي بالحاضر وتدفع نحو المستقبل، كما أن الألوان والرموز، والخطوط ليست مجرد عناصر جمالية، بل أدوات تعبيرية تترجم هذه الرؤية إلى خطاب بصري متكامل يحمل معاني الثقافة التقدم والإنجاز، مما يجعل الشعار أكثر من مجرد رمز رياضي، بل هو تجسيد حي لرؤية المملكة 2030 كما بينت النتائج من خلال تحليل ألوان ورموز الشعار، أن اللون الأخضر في الشعار يرمز إلى السلام والاستدامة، بينما الرموز المتعددة الألوان تشير إلى التنوع الثقافي والانفتاح، وأن التصميم العام للشعار يعكس الحداثة مع المحافظة على الروابط الثقافية، في حين يظهر الخط العربي الحديث بلمسة معاصرة، مما يعزز من الهوية الثقافية للمملكة، أي أن التصميم يجمع بين التراث والحداثة.

الكلمات المفتاحية: شعار كأس العالم، رؤية سمو الأمير، الصورة الإشهارية، الخطاب البصري.

RESEARCH TITLE

DIMENSIONS OF ADVERTISING IMAGE AND VISUAL DISCOURSE: THE 2034 WORLD CUP LOGO AS A MODEL

Abstract

The study aimed to highlight the dimensions of the advertising image and visual discourse: the 2034 World Cup logo as a model according to the vision of His Highness Prince Mohammed bin Salman. To achieve this, the descriptive analytical approach was followed to analyze the elements of the logo and the symbolic messages it reflects. The results showed that the logo itself is considered a visual translation of this vision of His Highness Prince Mohammed bin Salman through the symbolic and cultural elements that were employed in it. Thus, Prince Mohammed bin Salman's statement is a metaphorical basis for analyzing the 2034 World Cup logo, as the design is not only a visual image but reflects a strategic vision that links the past to the present and pushes towards the future. Moreover, the colors, symbols, and lines are not just aesthetic elements, but expressive tools that translate this vision into an integrated visual discourse that carries the meanings of culture, progress, and achievement, making the logo more than just a sports symbol, but a living embodiment of the Kingdom's Vision 2030. The results also showed through the analysis of the colors and symbols of the logo that the green cooler symbolizes peace and sustainability, while the multi-colored symbols indicate cultural diversity and openness. The overall design of the logo reflects modernity while preserving cultural ties. The modern Arabic calligraphy appears with a contemporary touch, which enhances the cultural identity of the Kingdom. That is, the design combines heritage and modernity.

Key Words: World Cup logo, His Highness the Emir's vision, advertising image, visual discourse.

المقدمة:

في عصر الاتصال البصري، أصبحت الصورة الإشهارية والخطاب البصري من الأدوات الأساسية في تعزيز حضور العلامات التجارية والفعاليات الكبرى، ويشكل شعار كأس العالم، باعتباره حدثًا رياضيًا عالميًا، نموذجًا مميزًا لدراسة الأبعاد البصرية والإشهارية، ويمثل الشعار هوية بصرية تعكس القيم الثقافية والاجتماعية للدولة المستضيفة، ويروج للبطولة على المستوى العالمي.

كما تُعد الصورة الإشهارية أحد أبرز أدوات الاتصال البصري التي تعتمدها المؤسسات والفعاليات الكبرى لتسويق الأحداث وتعزيز الهويات البصرية، ومع التطور السريع في وسائل الإعلام والاتصال، أصبحت الشعارات جزءًا لا يتجزأ من الهوية البصرية للأحداث العالمية الكبرى، وشعار كأس العالم على وجه الخصوص يمثل أكثر من مجرد تصميم فني؛ فهو أداة رمزية وجمالية تهدف إلى نقل رسائل ثقافية ورياضية ذات بُعد عالمي، مع التركيز على الهوية الوطنية للدولة المستضيفة (Kończak, 2021).

شعار كأس العالم 2034، الذي تم اعتماده رسميًا، يُعد مثالًا غنيًا لتحليل الصورة الإشهارية والخطاب البصري، ويعكس الشعار قيم الانفتاح والتنوع والتميز، حيث يستمد عناصره البصرية من الرموز الثقافية والتراث الوطني للمملكة العربية السعودية (الدولة المستضيفة للبطولة)، من خلال تحليل العناصر البصرية والرمزية للشعار، وتسعى الدراسة إلى تسليط الضوء على دوره في تشكيل الهوية البصرية لكأس العالم 2034 وإبراز الأبعاد الجمالية والثقافية التي يحملها.

فرضية البحث:

رغم أهمية الشعارات البصرية في تعزيز الهويات الثقافية والترويج للأحداث الرياضية الكبرى، إلا أن التحليل العميق للأبعاد الرمزية والبصرية لشعارات كأس العالم ما زال محدودًا، لذا فإن تحليل كيفية تأثير الصورة الإشهارية في سلوك الجماهير ومدى قدرتها على تعزيز الهوية البصرية للبطولة يحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة، كما لا ننسى مقولة سمو الأمير محمد بن سلمان التي تتمثل في فتح أبواب التطور والحضارة واستغلال كافة الفرص لإبراز المملكة بصورة حضارية متقدمة، ومن هنا تطرح الدراسة سؤالها الرئيسي:

ما هي الأبعاد البصرية والرمزية التي يحملها شعار كأس العالم 2034، وكيف يسهم في تعزيز الهوية البصرية والرسائل الثقافية للمملكة العربية السعودية كدولة مستضيفة وفقًا لرؤية سمو الأمير محمد بن سلمان؟

أهداف البحث:

1. إبراز أثر مقولة الأمير محمد بن سلمان على أبعاد الصورة الإشهارية في شعار كأس العالم 2034.
2. تحليل العناصر البصرية في شعار كأس العالم 2034، بما في ذلك الألوان، والأشكال، والخطوط، والرموز.
3. تفسير الأبعاد الرمزية والثقافية التي يحملها الشعار، من خلال فهم دلالات الخطاب البصري المضمنة في تصميم الشعار، وما تحمله من معانٍ ورسائل ثقافية واجتماعية.
4. دراسة دور الشعار في تعزيز الهوية البصرية للمملكة العربية السعودية، وتحديد تأثير الشعار على الجمهور ومدى ارتباطه بتعزيز الهوية البصرية للبطولة.
5. تقديم نموذج لفهم الخطاب البصري للشعارات الرياضية الكبرى؛ لاستخلاص الدروس المستفادة لتصميم الشعارات الرياضية المستقبلية.

أهمية البحث:

تبرز أهمية هذا البحث في عدة نقاط، أبرزها:

1. الأهمية النظرية: إثراء الأدبيات الأكاديمية حول تحليل الخطاب البصري ودور الصورة الإشهارية في الفعاليات الرياضية الكبرى، وتعزيز الهوية البصرية للدولة المضيفة، حيث يعكس الشعار القيم الثقافية والتقاليد الوطنية، ومن ثم تقديم إطار نظري وتحليلي يمكن الاستفادة منه في تصميم شعارات مماثلة في المستقبل، وكذلك المساهمة في الأدبيات العلمية حول الخطاب البصري في السياق الرياضي.

2. الأهمية التطبيقية: تقديم رؤى تصميمية يمكن أن تسهم في تطوير الشعارات البصرية المستقبلية للأحداث الرياضية الكبرى، وبيان أهمية الشعارات في التسويق الرياضي، حيث يعد شعار البطولة عنصرًا أساسيًا في الترويج للحدث.

منهجية البحث:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل عناصر الشعار والرسائل الرمزية التي يعكسها، في بُعدها البصري؛ للكشف عن التجليات الثقافية التي يعكسها الشعار، كذلك مقارنة شعارات كاس العالم السابقة بالشعار الحالي؛ لفهم التطور في الخطاب البصري ومدى خصوصية شعار 2034.

الإطار النظري

يمثل الإطار النظري الهيكل المفاهيمي الذي تستند إليه الدراسة لفهم وتحليل الخطاب البصري المرتبط بشعار كأس العالم 2034. في هذا الإطار، يتم تناول المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالصورة الإشهارية، الخطاب البصري وعناصر تصميم الشعارات، مع الاستفادة من النظريات والدراسات السابقة التي تناولت هذه الموضوعات.

الصورة الإشهارية: المفهوم والدور

الصورة الإشهارية هي أداة اتصال مرئية تهدف إلى التأثير على المتلقي من خلال مزيج من العناصر البصرية والجمالية، وفقًا لعبد الله وزملائه (2022) فإن الصورة الإشهارية تعمل على نقل رسائل معقدة بشكل مختصر وجذاب، ما يجعلها وسيلة فعالة للتسويق والترويج.

كما تمثل الصورة الإشهارية واحدة من أهم أدوات الاتصال الجماهيري التي تعتمد على الدمج بين الجماليات الفنية والرسائل الرمزية بهدف التأثير على الجماهير المستهدفة، تُعرف الصورة الإشهارية بأنها وسيط بصري موجه يجمع بين الرموز، والألوان، والنصوص، والصور؛ لتحقيق هدف محدد سواء كان تجاريًا أو ثقافيًا أو ترويجيًا، ووفقًا لعبد القادر (2021)، فإن الصورة الإشهارية ليست مجرد أداة ترويجية، بل هي وسيلة تعبير تساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور وتعزيز القيم الثقافية والاجتماعية.

كما أن الصورة الإشهارية هي رسالة بصرية مصممة للتأثير على المتلقي، وتتكون من عناصر بصرية مثل الصور، والألوان، والخطوط، والرموز تسعى إلى جذب الانتباه وإيصال معانٍ محددة، سواء تجارية أو ثقافية، والصورة الإشهارية هي إحدى أبرز أدوات الاتصال البصري التي تُستخدم في الترويج للمنتجات والخدمات والأحداث العالمية بما في ذلك الفعاليات الرياضية، وتتميز الصورة الإشهارية بقدرتها على اختزال رسائل معقدة في رموز وألوان يسهل استيعابها وفهمها بسرعة (Orunbayev, 2023)، ووفقًا لعبد الله وزملائه (2022)، فإن الصورة الإشهارية تعمل كأداة تسويقية تهدف إلى جذب الانتباه وإثارة الانفعالات والتأثير على قرارات الجمهور.

تستند الصورة الإشهارية إلى عناصر التصميم الجرافيكي التي تشمل الألوان والرموز والأشكال والخطوط في سياق شعار كأس العالم، ويلعب الشعار دورًا محوريًا كصورة إشهارية، حيث يستخدم في جميع المواد الترويجية (مثل الإعلانات التلفزيونية ووسائل التواصل الاجتماعي والملصقات والمواد المطبوعة) وبالتالي شعار البطولة ليس مجرد شكل بصري بل هو تمثيل مرئي للهوية الثقافية الوطنية والقيم التي تسعى الدولة المستضيفة لنقلها إلى العالم (McDonald et al., 2021).

خصائص الصورة الإشهارية، الحسن (2023):

- الإيجاز والدقة: تعمل الصور الإشهارية على اختزال المفاهيم والرسائل المعقدة في رموز بسيطة يسهل إدراكها.
- القابلية للتأويل: تتيح الرموز والألوان المستخدمة في الصورة الإشهارية إمكانية التأويل المتعدد، مما يتيح المجال لفهمها على مستويات مختلفة.
- الجاذبية البصرية: توظف عناصر التصميم (الألوان والخطوط والأشكال)؛ لإثارة الانتباه وإبراز هوية العلامة التجارية أو الحدث.

وظائف الصورة الإشهارية عبد الله (2022):

- الإبلاغ والتواصل: تنقل رسائل محددة للجمهور بأسلوب موجز ومباشر.
- الإقناع: تُستخدم لتحفيز الجمهور على تبني سلوك أو فكرة معينة.
- الترويج والتسويق: تهدف إلى تعزيز العلامة التجارية أو الفعالية.
- التأثير الثقافي والاجتماعي: تعكس القيم الثقافية للدولة أو المؤسسة التي تمثلها.

مكونات الصورة الإشهارية بالياو وآخرون (Balliauw et al., 2021):

- الألوان: تُعتبر أداة نفسية فعّالة تؤثر على مشاعر الجمهور وتصوراتهم وعلى سبيل المثال، يُستخدم اللون الأخضر في شعار كأس العالم 2034 لترسيخ الهوية الوطنية السعودية وتعزيز قيم السلام والطبيعة.
- الرموز: تشير إلى دلالات ثقافية أو اجتماعية، مثل استخدام الكرة في الشعار لتمثيل الحدث الرياضي.
- الخطوط: تُساهم في توجيه العين وإضفاء طابع الحركة أو الاستقرار على التصميم.
- النصوص: تُعزز المعنى وتعمل كرسائل داعمة للمكونات البصرية الأخرى.

الصورة الإشهارية في الشعارات الرياضية:

وفقًا لدراسة ناصر (2020)، تُعد الشعارات الرياضية جزءًا من الصورة الإشهارية التي تُستخدم للترويج للبطولات العالمية وتعزيز الهويات الثقافية للدول المستضيفة وعلى سبيل المثال، شعار كأس العالم 2022 في قطر استلهم تصميمه من الغترة التقليدية، بينما شعار كأس العالم 2034 يوظف عناصر بصرية تعكس التقاليد والثقافة السعودية.

التأثير البصري للصورة الإشهارية:

تشير دراسة أجرتها الحسن (2023) إلى أن الصورة الإشهارية تمتلك قدرة هائلة على التأثير النفسي من خلال توظيف الألوان والرموز فعلى سبيل المثال:

- الألوان الدافئة (الأحمر والبرتقالي) تحفز الانتباه وتثير الحماس.
- الألوان الباردة (الأزرق، الأخضر) تعكس الثقة والاستقرار.
- الأشكال الدائرية تُبرز الانسجام، بينما تُظهر الأشكال الحادة للقوة والطاقة.

الخطاب البصري: المفهوم والأبعاد:

يشير الخطاب البصري إلى الطريقة التي تُبنى بها المعاني من خلال العناصر البصرية، وفقًا للحسن (2023)، فإن الخطاب البصري يعكس الرسائل الضمنية التي يهدف التصميم إلى إيصالها، سواء كانت ثقافية أو اجتماعية، أو اقتصادية، إذ يستخدم الخطاب البصري في الشعارات الرياضية لتوصيل رسائل صريحة وضمنية تهدف إلى تعزيز الهوية البصرية وربط الجمهور بالحدث، ووفقًا للحسن (2023)، أنه يمكن تعريف الخطاب البصري بأنه "اللغة الصامتة التي تتجاوز الكلمات لتنقل الأفكار والمعاني باستخدام الألوان والرموز والأشكال والتراكيب البصرية".

كما يشير الخطاب البصري إلى الطريقة التي يتم بها بناء الرسائل والمعاني من خلال العناصر البصرية، ويُعتبر الخطاب البصري وسيلة اتصال فعالة تتجاوز الحدود اللغوية والجغرافية، مما يجعله مثاليًا للتواصل مع جمهور عالمي، ووفقًا لدراسة أجراها سالم (2021)، يُعد الخطاب البصري "لغة صامتة" تُستخدم للتأثير على الإدراك العاطفي والعقلي للمشاهدين.

وبالتالي فإن الخطاب البصري هو الأسلوب الذي تُبنى به الرسائل البصرية من خلال الألوان والرموز والخطوط، ويتم تفسيره من قبل الجمهور المتلقي بطرق مختلفة بناءً على ثقافتهم وخبراتهم، أما الهوية البصرية فهي المظهر البصري الذي يميز العلامة التجارية أو الحدث، ويشمل جميع العناصر البصرية المرتبطة بها.

أبعاد الخطاب البصري في الشعارات الرياضية:

1. **البُعد الثقافي:** يعكس الخطاب البصري القيم والتقاليد الثقافية للدولة أو المؤسسة التي يُمثلها. في حالة شعار كأس العالم 2034، تُبرز الألوان والرموز التراث الثقافي السعودي، مثل استخدام الخط العربي الذي يعكس الأصالة الثقافية.

2. **البُعد النفسي:** يتعلق بتأثير الخطاب البصري على مشاعر الجمهور. تشير دراسة أجراها ناصر (2020) إلى أن الألوان الحارة في الشعارات تثير مشاعر الحماس، بينما تُستخدم الخطوط المنحنية لإيصال الشعور بالانسيابية والحركة.

3. **البُعد الاقتصادي:** يشير إلى قدرة الخطاب البصري على جذب الرعاة والجمهور لدعم الحدث أو الفعالية، وفقًا لدراسة عبد الله (2022)، فإن الشعارات المصممة بعناية تعزز من نجاح الحملات التسويقية المرتبطة بالفعاليات الكبرى مثل كأس العالم.

4. **البُعد الحركي:** يعكس الديناميكية والطاقة من خلال استخدام الأشكال والخطوط المنحنية، ومن خلاله يتم التعبير عن الديناميكية والحركة من خلال الأشكال المنحنية والخطوط المائلة، مما يعكس الطابع الديناميكي للأحداث الرياضية.

5. **البُعد الرمزي:** يتضمن استخدام رموز ذات دلالات ثقافية، مثل استخدام رموز مستوحاة من الثقافة المحلية (الغترة في شعار قطر 2022).

6. **البُعد الدلالي:** يركز على تحليل دلالات الألوان والأشكال المستخدمة، حيث ترتبط الألوان بمعانٍ نفسية واجتماعية (الأزرق = الثقة، الأحمر = القوة).

عناصر تصميم الشعار البصري:

1. **الألوان:** تحمل الألوان في شعار كأس العالم 2034 دلالات نفسية وثقافية، فالألوان ليست مجرد إضافات جمالية، بل أداة لتوجيه العاطفة وتعزيز الرسائل الضمنية، ويظهر اللون الأخضر كعنصر رئيسي في شعار كأس العالم 2034 يعكس الطبيعة والهوية الإسلامية للمملكة، ويمثل الانتماء للطبيعة والإسلام، في حين أن الألوان المتنوعة الأخرى تشير إلى التنوع

والانفتاح، كما تلعب الألوان دورًا نفسيًا في التأثير على مشاعر المشاهدين، حيث يُستخدم كل لون لنقل معنى معين (كالأحمر للدلالة على القوة أو الحماس، والأزرق للهدوء والثقة).

2. الأشكال: يظهر في الشعار مزيج من الأشكال الهندسية والخطوط المنحنية، مما يعكس التوازن بين التراث والحداثة، على سبيل المثال التصميم الحلزوني يرمز إلى الانفتاح والتنوع، بينما الكرة ترمز إلى الطابع الرياضي العالمي، كما أن الأشكال الهندسية المستخدمة في الشعارات الرياضية تساهم في تعزيز الرسائل البصرية، وتُستخدم الأشكال المنحنية لإبراز الديناميكية والحركة، بينما تشير الأشكال الحادة إلى القوة والاستقرار، ووفقًا لدراسة ناصر (2020)، فإن استخدام الأشكال المثلثة يعكس القوة، في حين تعكس الأشكال الدائرية الانسجام والشمولية.

3. الرموز: الرموز هي الصور أو الأشكال التي تمثل معاني معينة ذات دلالات ثقافية واجتماعية، والرموز في الشعارات الرياضية غالبًا ما تعكس ثقافة الدولة المستضيفة، كما هو الحال في شعار كأس العالم 2022 الذي استوحى شكله من "الغترة" القطرية (عبد الله وآخرون، 2022)، والرموز المستخدمة في شعار كأس العالم 2034 يمكن أن تعكس عناصر من التراث الثقافي، والمعالم السياحية، أو القيم المجتمعية التي تسعى الدولة إلى إبرازها، كما تُعد الرموز أدوات قوية لإيصال الرسائل الثقافية والسياسية، على سبيل المثال يظهر الشعار استخدام الكرة التي تُعد رمزًا عالميًا لكرة القدم، مما يعكس الطابع العالمي للحدث، كما يُبرز الشعار رموزًا ثقافية ووطنية مثل استخدام الخط العربي الحديث، مما يعكس الهوية الثقافية العربية والإسلامية.

4. الخطوط الطباعية: تُساهم الخطوط الطباعية في تعزيز الحركة والديناميكية في التصميم، ويشير سالم (2021) إلى أن الخطوط المنحنية تعزز الشعور بالطاقة والانسيابية، وهو ما يظهر بوضوح في تصميم شعار كأس العالم 2034، إذ تم توظيف الخطوط بطريقة ديناميكية لإبراز الحركة والطاقة، وهي عناصر مرتبطة بالطابع الرياضي للبطولة، كما تلعب الخطوط الطباعية دورًا مهمًا في تصميم الشعارات الرياضية، حيث تعكس شخصية الشعار وهويته، ويمكن أن تكون الخطوط بسيطة ومباشرة، أو ديناميكية وتعكس الحركة، أما شعار كأس العالم 2034، يمكن أن يُعتمد على الخطوط الطباعية ذات الطابع الحديث أو الخطوط التي تستلهم التراث الثقافي للدولة المستضيفة.

وظائف الخطاب البصري عبد القادر (2021)؛ ناصر (2020):

للخطاب البصري العديد من الوظائف يمكن إبرازها فيما يأتي:

- إيصال الرسائل الثقافية: توظيف الرموز الوطنية لتعزيز الهوية الثقافية.
- تعزيز التفاعل الجماهيري: تصميم الشعارات بطريقة تجذب الجمهور العالمي.
- التسويق والترويج: دعم الحملات الترويجية المرتبطة بالحدث.
- تشكيل الهوية البصرية: يساعد الخطاب البصري في ترسيخ الهوية البصرية للدولة المستضيفة من خلال توظيف رموز وألوان ذات صلة بالثقافة الوطنية.
- التحفيز والإثارة: يُسهم الخطاب البصري في إثارة مشاعر الحماس لدى الجماهير من خلال التلاعب بالألوان الحارة والخطوط الديناميكية.
- النقل الثقافي: يعكس الخطاب البصري ثقافة الدولة المستضيفة، حيث يمكن أن يعبر عن قيم الانفتاح والشمولية أو الفخر الوطني.

النظريات المرتبطة بالصورة الإشهارية والخطاب البصري:

هناك العديد من النظريات المرتبطة بالصورة الإشهارية والخطاب البصري منها:

1. نظرية الإدراك البصري (Gestalt Theory): تؤكد هذه النظرية أن البشر يدركون الصور ككل قبل التركيز على التفاصيل الفردية، وفي تصميم الشعارات يتم توظيف هذه النظرية من خلال التلاعب بالأشكال والخطوط والألوان؛ لخلق تأثير بصري يوحي بالترابط بين مكونات الشعار (عبد الله، 2022).

2. نظرية الألوان (Color Theory): تعتمد هذه النظرية على أن الألوان تحمل دلالات نفسية وثقافية تؤثر في الإدراك البشري. على سبيل المثال، اللون الأحمر يحفز الانتباه ويرتبط بالحماس، بينما يعكس اللون الأزرق مشاعر الثقة والاستقرار (سالم، 2021).

3. نظرية التأطير البصري (Framing Theory): تشير هذه النظرية إلى أن طريقة تصميم العناصر البصرية وتوزيعها داخل الشعار تؤثر في كيفية استقبال الجمهور للرسائل، ويتم استخدام التأطير البصري لتوجيه انتباه المشاهد نحو عناصر معينة في الشعار (الحسن، 2023).

نتائج الدراسة:

أولًا: أبعاد الصورة الإشهارية والخطاب البصري لكأس العالم 2030

تُمثل مقولة الدكتور عبد الله الغذامي: "المستقبل يتكئ على التراث، بين ماضٍ مجيد ومستقبل واعد، هذه هي الرؤية تتسامى بجذورها وتنفتح للأمام، صانعةً لمجد وراءه مجد وأمامه إنجاز"، إطارًا رمزيًا وثقافيًا غنيًا لفهم أبعاد الصورة الإشهارية والخطاب البصري لشعار كأس العالم 2034، الشعار ذاته يُعتبر ترجمة بصرية لهذه العبارة، من خلال العناصر الرمزية والثقافية التي تم توظيفها فيه، **إذ يظهر أثر هذه المقولة من خلال:**

1. المستقبل المرتكز على التراث: يعكس تصميم الشعار رؤية تجمع بين الأصالة والحداثة، حيث تُستلهم الرموز من التراث السعودي العريق مع لمسات عصرية تُبرز التوجه نحو المستقبل.

- **الألوان:** اللون الأخضر الذي يرمز إلى الطبيعة والسلام يعكس ارتباط الشعار بالجذور الوطنية.
- **الرموز التراثية:** استخدام عناصر مستوحاة من الفنون التقليدية والخط العربي يمثل "الماضي المجيد" الذي تتحدث عنه الرؤية.

2. الانفتاح والتسامح: الخطوط المنحنية والأشكال المتنوعة التي يحتويها الشعار تعكس الانفتاح والشمولية، مما يُبرز كيف يمكن للثقافة السعودية أن تحتضن العالم من خلال حدث عالمي بحجم كأس العالم، هذه العناصر تعكس عبارة "تتسامى بجذورها وتنفتح للأمام".

3. مجد وراءه مجد: الشعار لا يركز فقط على الحدث الرياضي، بل يتجاوز ذلك ليُبرز رؤية السعودية الطموحة، وتصميم الشعار يقدّم المملكة كقوة ثقافية ورياضية عالمية قادرة على تحقيق الإنجازات، وهو ما يعكس مفهوم "مجد وراءه مجد وأمامه إنجاز".

ثانيًا: انعكاس رؤية ولي العهد 2030 على الخطاب البصري للشعار

1. الخطاب البصري كجسر بين الماضي والمستقبل: شعار كأس العالم 2034 لا يقتصر على كونه تصميمًا بصريًا، بل

يُجسد خطابًا يُظهر كيف يمكن للتراث أن يكون أساسًا للتقدم.

- الخط العربي: استخدام الخط العربي الحديث يُظهر احترامًا للتراث اللغوي مع تقديمه بروح معاصرة تعكس المستقبل الواعد.
- التصميم الحلزوني: يشير إلى الحركة الدائمة والتطور، مما يبرز الطموح المستمر الذي أكدته رؤية الأمير محمد بن سلمان 2030.

2. الانفتاح العالمي: الخطاب البصري يركز على أن المملكة ليست فقط ملتزمة بجذورها، بل منفتحة على العالم من خلال حدث رياضي عالمي، والرموز والألوان المتنوعة تمثل هذا الانفتاح، مع الحفاظ على الأصالة الثقافية التي ترتكز عليها الرؤية.

3. الإنجاز والتميز: شعار كأس العالم 2034 يُبرز المملكة كواجهة للتميز والابتكار، ما يعكس تمامًا عبارة "صانعةً لمجد وراءه مجد وأمامه إنجاز"، واستخدام الرموز الديناميكية والألوان المتناسقة ليعبر عن طموح السعودية لأن تكون في مقدمة الدول المنظمة للأحداث الرياضية الكبرى.

ثالثًا: دمج الرؤية في التحليل النهائي للشعار

من خلال تحليل عناصر الشعار، يمكن القول إن رؤية الأمير محمد بن سلمان لم تكن مجرد رؤية فلسفية، بل تم تطبيقها بشكل ملموس في تصميم الشعار من خلال:

1. الأصالة والحداثة: يظهر بوضوح التكامل بين الماضي المجيد، المتمثل في الخط العربي والتراث الثقافي، والمستقبل الواعد من خلال التصميم العصري والديناميكي.

2. التسامح والانفتاح: التصميم يعكس القيم العالمية للمملكة، حيث يُبرز الانفتاح والتنوع في خطاب بصري عالمي.

3. الطموح والإنجاز: يُظهر الشعار المملكة كدولة طموحة قادرة على تنظيم حدث عالمي يعكس قيمها وثقافتها ويُبرز مكانتها العالمية.

وخلاصة القول تُعد رؤية الأمير محمد بن سلمان أساسًا رمزيًا لتحليل شعار كأس العالم 2034، فالتصميم لا يكتفي بكونه صورة بصرية، بل يعكس رؤية استراتيجية تربط الماضي بالحاضر وتدفع نحو المستقبل عبر الألوان والرموز والخطوط، وهي ليست مجرد عناصر جمالية، بل أدوات تعبيرية تترجم هذه الرؤية إلى خطاب بصري متكامل يحمل معاني الثقافة والتقدم والإنجاز، مما يجعل الشعار أكثر من مجرد رمز رياضي، بل هو تجسيد حي لرؤية المملكة 2030.

رابعًا: تحليل أبعاد شعار كأس العالم 2034

1. الأبعاد البصرية

- الألوان: اللون الأخضر في الشعار يرمز إلى السلام والاستدامة، بينما الرموز المتعددة الألوان تشير إلى التنوع الثقافي والانفتاح.
- الأشكال: التصميم العام للشعار يعكس الحداثة مع المحافظة على الروابط الثقافية.
- الرموز: يظهر الخط العربي الحديث بلمسة معاصرة، مما يعزز من الهوية الثقافية للمملكة.

2. الخطاب البصري

- يعكس الشعار خطابًا بصريًا متعدد الأبعاد هي:
- البعد الثقافي: يوظف الرموز التي تعكس تراث المملكة وثقافتها.
- البعد الرياضي: التصميم الديناميكي يبرز الطابع الرياضي والحركة.
- البعد العالمي: الرموز والألوان المتنوعة تؤكد على الطابع العالمي والشمولية.

من هنا يمكن القول إنه وفقًا لتحليل العناصر البصرية للشعار، يتضح أن التصميم يجمع بين التراث والحداثة، حيث استخدام الخط العربي يعزز الهوية الثقافية، والألوان المستخدمة تعكس قيم السلام والاستدامة، والرموز المتنوعة تشير إلى الشمولية والتنوع.

خامسًا: شعار كأس العالم 2034، كصورة إشهارية، يهدف إلى تحقيق عدد من الوظائف

- الترويج التجاري: يُستخدم في الحملات التسويقية المرتبطة بالبطولة.
- تعزيز الهوية الثقافية: يعكس هوية المملكة العربية السعودية من خلال العناصر البصرية المستوحاة من ثقافتها.
- الجذب البصري: توظيف عناصر بصرية مبتكرة لجذب انتباه الجماهير العالمية.

سادسًا: مقارنة الخطاب البصري لشعارات سابقة

يشير عبد الله (2022) إلى أن تطور الخطاب البصري في شعارات كأس العالم يعكس تغييرات في الرسائل الثقافية والسياسية. فعلى سبيل المثال:

- شعار كأس العالم 2010 في جنوب إفريقيا ركز على التراث الإفريقي من خلال استخدام الرموز المستوحاة من الطبيعة.
- شعار كأس العالم 2022 في قطر دمج بين التراث العربي والعصري.
- شعار كأس العالم 2034 يعكس رؤية السعودية المستقبلية مع الحفاظ على الروابط الثقافية.

وفي هذا الصدد فإن تصميم الشعارات الخاصة بالفعاليات الرياضية الكبرى، مثل كأس العالم، تُعد جزءًا أساسيًا من الصورة الإشهارية والخطاب البصري، حيث يُسهم في تشكيل الهوية البصرية للحدث ونقل رسائل محددة إلى الجمهور.

خاتمة:

يُعد تصميم شعار كأس العالم مثالًا حيًا على كيفية دمج الصورة الإشهارية والخطاب البصري لنقل رسائل محددة وبناء هوية بصرية قوية للمملكة العربية السعودية، وهذا ما جاء واضحًا من خلال لقاءات سمو الأمير محمد بن سلمان، كما أنه من خلال تحليل الشعارات السابقة، يمكننا فهم أهمية العناصر البصرية في تشكيل تصورات الجمهور وتعزيز جاذبية الأحداث الرياضية الكبرى، وخلاصة القول إن الخطاب الاشهاري يسبر أغوار ثقافة العصر الذي نعيش فيه، فالخطاب الاشهاري هو لغة تملك خطابها الخاص وهو يعكس ما يراد إبلاغه وهنا تكمن براعته، فهو يؤثر على المعتقدات والقيم الخاصة لدى المجتمع والشعوب بالدرجة الأولى ويعد خدمة إعلامية وثقافية تحظى باهتمام المجتمعات المتطورة، فهو انعكاس لثقافات الشعوب وتقاليدها ويعبر عن طموحاتها ومسايرتها للتقدم، ويستخدم أساليب ثقافية ونفسية تدفع إلى استمالة المتلقي للسيطرة عليه ومن ثم تحقيق الأهداف المنشودة، ومن ذلك يمكن استخلاص بعض النتائج، ومنها:

1. الشعار يجمع بين التراث الثقافي السعودي والحداثة العالمية، مما يعزز الهوية البصرية للمملكة.

2. الألوان المستخدمة تسهم في خلق ارتباط نفسي بين الجمهور والشعار، مع التركيز على الرسائل الداعمة للسلام والاستدامة.

3. الخط العربي الحديث يعكس الأصالة الثقافية، مع لمسة معاصرة تدعم الانفتاح العالمي.

4. شعار كأس العالم 2034 يعكس الأبعاد الثقافية والوطنية للمملكة العربية السعودية وفقًا لرؤية سمو الأمير محمد بن سلمان، مما يسهم في تعزيز مكانتها عالميًا.

5. العناصر البصرية للشعار تحقق توازنًا بين التراث والحداثة، مما يجعله جذابًا ومؤثرًا على المستوى العالمي.

6. الخطاب البصري للشعار يُبرز قيم الشمولية والتنوع، مما يعزز ارتباط الجماهير العالمية بالبطولة.

7. يكشف شعار كأس العالم التصميمات الديناميكية التي تجمع بين البساطة والرمزية، لتحقيق التأثير البصري المطلوب.

المصادر والمراجع:

الحسن، يوسف. (2023). تحليل الرموز البصرية في الشعارات الرياضية. المجلة العربية للدراسات الإعلامية، 8(2)، 32-51.

سالم، خالد. (2021). الخطاب البصري في الشعارات الدولية. مجلة الدراسات الجرافيكية، 9(1)، 33-52.

صالح، أحمد. (2021). الصورة الإشهارية كوسيلة دعائية فعالة. ط1، عمان: دار الفكر العربي للنشر والتوزيع.

عبد القادر، محمد. (2021). دور الصورة الإشهارية في تشكيل الهوية الثقافية. المجلة الدولية للإعلام البصري، 11(2)، 45-67.

عبد الله، محمد والحسن، يوسف وصالح، أحمد. (2022). الخطاب البصري في شعارات البطولات الرياضية. المجلة الدولية للفنون البصرية، 12(1)، 45-67.

عبد الله، يوسف. (2022). تحليل تطور الشعارات البصرية لبطولات كأس العالم. مجلة التسويق الرياضي، 7(3)، 21-42.

ناصر، خالد. (2020). تحليل تصميم شعارات الفعاليات الرياضية الكبرى. المجلة الدولية للفنون التشكيلية، 5(3)، 28-46.

Balliauw, M., Onghena, E., & Mulkens, S. (2021). Identifying factors affecting the value of advertisements on football clubs' and players' social media: a discrete choice analysis. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, *22*(4), 652-676.

Kończak, J. (2021). Sports themes in advertising. *Journal of Physical Education and Sport*, *21*, 1179-1184.

McDonald, R. E., Laverie, D. A., & Manis, K. T. (2021). The interplay between advertising and society: an historical analysis. *Journal of Macromarketing*, *41*(4), 585-609.

Orunbayev, A. (2023). Social Sports Marketing. *American Journal of Social Sciences and Humanity Research*, *3*(12), 121-134.