إيجاد معايير جرافيكية لتصميم تميمة كأس العالم 2022م وتوظيفها فى إعلانات محطات الوصول

Create graphic norms for designing the 2022 world cup mascot and apply it to arrival stations advertising

أ. م. د/ ناصر أحمد حامد محمد

قسم الإعـلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة ٦ اكتوبر

Assist. Prof. Nasser Ahmed Hamid Mohammed

Assistant ProfessorAdvertising - Applied Arts - O6U.

nasser.h.art@o6u.edu.eg

ملخص البحث

تعتبر بطولة كأس العالم لكرة القدم من أكثر الأحداث الرياضية مشاهدة على مستوى العالم، ومنذ عام 1966م وجد مايسمى بالتميمة أو التعويذة mascot، وهى عبارة عن رمز لرسم جرافيكى لشخصية كرتونية تمثل البلد المضياف لأحداث مباريات كأس العالم لكرة القدم، وغالباً ما نجد تلك التميمة ترتدى زى يدل دلالة قاطعة على مايميز إبن البلد المقامة فيه هذا الحدث العالمى أو ربما تتمثل التميمة فى شخصية أحد الحيوانات أو الطيور الشائعة فى البلد صاحبة الحدث، ولهذا نجدها ذات أبعاد جرافيكية متقنة وأيضاً تمتاز بقوميتها وبعدها السياسى، وتبعد كل البعد عن تجاوز حدود جغرافية البلد المقامة فيها كأس العالم لكرة القدم.

ومما لاشك فيه إن تصميم تميمة كأس العالم لكرة القدم تتطلب مصمم له قدرة عالية على الإبداع؛ وذلك لكونها شخصية كرتونية تتطلب معالجة جرافيكية وسيكولوجية بشكل كبير (فلابد أن تتوافر فيها الجاذبية المفرطة وأن تكون واضحة المعالم ومعبرة)، وأيضاً لكونها تحتوي على مفردات هامة متمثلة فى الهوية الذهنية Corporate Identity التى تتحقق قيمتها من خلال الهوية البصرية Visual Identity لذلك يجب إضفاء الجانب الوطنى عليها والتعبير عن روح البلد الذى يقام فيها أحداث كأس العالم من خلال المعالجات الجرافيكية المختلفة.

ولكون كأس العالم يمتاز بإستقطاب العديد من الزوار الأجانب المهتمين بهذا الحدث الفريد والكبير، ونظراً لأن محطات الوصول (المطارات الدولية، محطات القطارات الدولية والداخلية، محطات ومواقف الأتوبيسات، محطات المترو) تُعد أول مايقع عليه نظر هذا الزائر، فلذلك يركز البحث على إعلانات محطات الوصول التى تحتوى على تصميم وتوظيف تميمة كأس العالم لكرة القدم التى ستقام فى دولة قطر عام 2022م كقيمة فنية تشكيلية تعبيرية تحمل بين طياتها عناصر المستحدثات التكنولوجية الرقمية.

الكلمات المفتاحية:

تميمة كأس العالم، إعلانات محطات الوصول، تصميم التميمة، تصميم التعويذة، كأس العالم 2022م، كأس العالم فى قطر.

Abstract:

The World Cup is one of the most watched sporting events, and since 1966 has found the so-called mascot, representing the host country for the events of the football World Cup, we find that the amulet wears a clear indication of what distinguishes the son of the country where the global event or the amulet is the character of one of the animals or birds common in the country of the event, and therefore we find the dimensions of the graphic and also elaborate It is

characterized by its nationalism A political dimension and far from exceeding the limits of the geography of the country where the World Cup.
The design of the World Cup mascot requires graphic designers team, as it is a Cartoon character that requires a graphical and psychological treatment (it must have excessive gravity and be clearly defined), also it contains on important vocabulary represented by the corporate identity, Its value through the visual identity, therefore must be nationalized and express the spirit of the country in which the events of the World Cup is held through various graphic treatments.
Since the World Cup is characterized by attracting many foreign visitors interested in this unique and large event, because the arrival stations (airports, international and internal train stations, bus stops and subway stations) is the first thing to consider this visitor, so the search focuses on the advertising of the arrival stations that It contains on design and applied of the mascot of football World Cup.

Keywords:
World cup mascot, Arrival stations advertising, Mascot design, Amulet design, World cup 2022, Qatar world cup

المقدمة Introduction

تُعد أحداث مباريات كأس العالم لكرة القدم من أعظم الأحداث الرياضية التى تقام تحت إشراف الاتحاد الدولي لكرة القدم، والتى تنعقد كل أربع سنوات بإستثناء عامي 1942، 1946م وذلك لنشوب الحرب العالمية الثانية، فمنذ عام 1998م يشارك في بطولة كأس العالم لكرة القدم 32 منتخب وطني، مقسمين على ثماني مجموعات (Kas Al-Alam 2020)، ومما بل شك فيه أن المعايير الجرافيكية السليمة عند تصميم تميمة كأس العالم لكرة القدم من الأمور الهامة فى نجاح التميمة أو ماتسمى بالتعويذة "mascot"، فيؤخذ فى الإعتبار عند تصميمها الجوانب التشكيلية المتمثلة فى جمال ورشاقة التميمة وأيضاً الجانب السيكولوجى المتجسد فى إنعكاس روح الوطنية فى التميمة والذى يظهر بشكلٍ جلي فى إنتماء التميمة إلى البلد المضيافة لكأس العالم لكرة القدم (التى غالباً ما تؤخذ من عناصر البيئة الخاصة بالبلد المضيافة).

فمع بدأ مباريات كأس العالم لكرة القدم 1966م ظهرت مايطلق عليها بالتميمة Mascot، وهى عبارة عن رسم شخصية كرتونية مصاحبة لبطولة كأس العالم ومعبرة عن البلد المضيافة.

ومن المؤكد أن إيجاد معايير جرافيكية بعينها عند تصميم تميمة كأس العالم 2022م سيخضع لحضارة البلد المضيافة (قطر) ولعادات وتقاليد أهل البلد وشكل ملابسهم المختلفة الذى تُعد رمزاً وطنياً تراثياً وشعبياً، فهو يعبر عن الثقافة القطرية وهوية الشعب القطرى، وربما تقتبس تلك التميمة من الكائنات الحية التى اشتهرخ بها قطر كالظباء والغزلان والجِمال والخيول العربية والصقور وغيرها من الكائنات الحية، فالتميمة تنطلق من المحلية إلى العالمية.

وهناك مقولة تفيد بأن الانطباع الأول هو الذى يدوم ولذلك وجدنا أن يكون الوسيلة الإعلانية المناسبة هى اللوحات الإعلانية المضيئة المتواجدة فى مطار حمد الدولى بدولة قطر والتى ستحوى تميمة كأس العالم لكرة القدم لعام 2022م بمصاحبة الرسالة الإعلانية المصمم خصيصًا ومن ثم توظيفها فى تلك الإعلانات والتى تسمى بإعلانات محطات الوصول، وأيضاً تقديم تصميم كنموذج لإعلان محطات المترو بدولة قطر.

وأسباب اختيار موضوع البحث عديدة أهمها:

1- تجاهل قيمة تميمة مونديال كأس العالم لكرة القدم على مستوى مشجعي رياضة كرة القدم.
2- إيجاد أسس منهجية وقواعد مُنظِمة خاصة بتصميم تميمة كأس العالم تكون خاضعة لمعايير سيكولوجية وفنية.
3- عدم إلقاء الضوء على ماهية إعلانات محطات الوصول وما تمثله من قيمة هامة للزائر.

مشكلة البحث Research Problem

تكمن مشكلة البحث فى محاولة الإجابة على التساؤلات الآتية:

1- ما أهمية أسس التصميم فى الحصول على تميمة لكأس العالم لكرة القدم لعام 2022م ؟

2- ما هو المنتظر من إعلانات محطات الوصول فى البلد المضيافة لكأس العالم لعام 2022م ؟

3- ما المدى المسموح به فى الفن التشكيلى والمستحدثات التكنولوجية الرقمية لإبداع تميمة كأس العالم لكرة القدم لعام 2022م الخاصة بدولة قطر وكيفية توظيفها فى إعلانات محطات الوصول هناك ؟

4- ماهى التطبيقات الرقمية التى تتيح الحصول على تميمة كأس العالم لكرة القدم لعام 2022م وما مميزاتها وأياً منهم يُستعان به فى تصميم وإخراج إعلانات محطات الوصول ؟

أهمية البحث Research Importance

تتلخص أهمية البحث فى التركيز على إيجاد معايير جرافيكية محكمة بغرض تصميم تميمة كأس العالم لكرة القدم 2022م ومن ثم توظيفها فى إعلانات محطات الوصول.

منهج البحث Research Methodology

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلى التطبيقى من خلال تناوله لأشكال التمائم منذ عام 1966م إلى عام 2018م والاستفادة منها فى إيجاد إقتراح لتميمة كأس العالم لكرة القدم 2022م والتى ستقام فى دولة قطر.

أهداف البحث Research Target :

يهدف البحث إلى:

1- إيجاد معايير جرافيكية من حيث الشكل والمضمون تكون مناسبة لتصميم تميمة كأس العالم لكرة القدم لعام 2022م.

2- توظيف تميمة كأس العالم لكرة القدم لعام 2022م فى مجموعة إعلانات محطات الوصول الخاصة بمطار حمد الدولى ومحطات مترو قطر.

فروض البحث Research hypotheses:

يفترض البحث أنه:

بالحصول على المعايير الجرافيكية المناسبة لتصميم تميمة كأس العالم 2022م سيتم توظيف تلك التميمة فى إعلانات محطات الوصول التى تعتبر محط أنظار زوار دولة قطر، مما يؤدى الى نقل صورة إيجابية عن الدولة لدى الأجانب.

حدود البحث Research limit:

- حدود زمانية: منذ عام 1966م.
- حدود مكانية: العالم العربى والخارجى.

أدوات البحث Research Tools

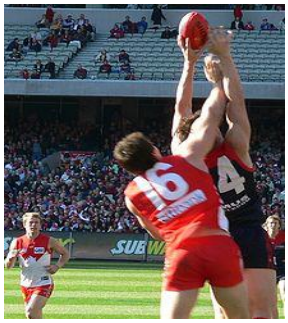
أستعان الباحث بإستبانة إليكترونية على أربعون عينة من طلاب الكليات المصرية؛ للوقوف على مدى ملائمة التميمة التى صممها الباحث لمونديال كأس العالم لكرة القدم 2020م والمزمع قيامه فى دولة قطر.

تاريخ كرة القدم Football history

لعبة كرة القدم مكونة من 22 لاعب(DON'T MENTION THE WORLD CUP 2006) ، ويُطلق على أنواع عدة من كرة القدم، أكثرها شهرة تلك التي تُعرف باسم سوكر Soccer، وكلمة "فوتبول Football" أُطلقت على كرة القدم راجبي rugby، وكرة القدم الأميركية، وكرة القدم على طريقة القواعد الأسترالية، وكرة القدم الكندية، والكثير من أنواع كرة القدم.

شكل رقم 1: كرة القدم راجبي

شكل رقم 2: كرة القدم الأميركية



شكل رقم 3: كرة القدم على طريقة القواعد الأسترالية

يعود تاريخ كرة القدم إلى عام 2500 ق.م، حيث كان يمارسها الصينيون حيث عُرِفت في بلاد الصين باسم "تسو شو" (ميشيل 2017)، ومن الطريف أنهم كانوا يحتفلون بالفريق الرابح ويقدمون له الولائم، ويجلدون الفريق الخاسر، وعرفها اليونانيون واليابانيون قبل عام 600 ق.م وكانت تسمى باسم "كيرامي"، والمصريون عام 300 ق.م، إلا أن لعبة كرة القدم الحالية ظهرت بإنجلترا، وذلك أثناء احتفالهم بإجلاء الدنماركيين عام 1016م، وقد لعب الإنجليز آنذاك كرة القدم ببقايا جثث الغزاة، وأتخذوا رؤوس الدنماركيين بمثابة كرة بين أرجلهم (تاريخ كرة القدم 2018)، ثم اتخذ لاعبوا إنجلترا كرة مصنوعة من مثانة الحيوانات، ثم فرضت الحكومة الحظر على لعب كرة القدم؛ نظراً لتخوّف السلطة من انشغال الشباب بها وانصرافهم عن الرماية؛ وذلك لأنّ إنجلترا كانت آنذاك في حرب مع اسكتلندا، وفي عام 1863م انفصلت كرة القدم عن كرة الرجبي، وأسس أوّل اتّحاد لكرة القدم في العالم (الاتحاد الإنجليزي لكرة القدم)، وفي نهايات القرن التاسع عشر وأثناء الحرب العالمية الأولى دخلت كرة القدم عالم النساء (ميشيل 2017).

وعندما تم تأصيل كلمة "كرة قدم"، إنتشرت أنواع كثيرة من الرياضات في أوروبا وذلك فى العصور الوسطى، وكان يمارسها القرويون على غِرار الرياضة التي تُمارس من قبل البرجوازيين على صهوة جيادهم، ومن المؤكد أن جميع رياضات كرة القدم عبارة عن أهدافيتم تسجيلها وتحسب بنقاط.

مفهوم التميمة Mascot concept

يمكن تعريف التميمة "mascot" على إنها أسم ورمز مما يساعد الجمهور على تحديد الدورة الكروية ومن ثم يحدد بدقة البلد المضيافة لتلك الدورة، وهو يعتبر "Brand"، فأسم التميمة بمثابة "Brand name" وهو جزء من التميمة وغالباً ينطوى على حروف مثل:

- الفهد الظريف زاكومي Zalkomy التى أقيمت فى جنوب أفريقيا عام 2010م.
- زابيفاكا Zabivaka وتعني باللغة الروسية "الشخص الهداف"، والتى كانت تقام فى روسيا عام 2018م.

أما الرمز فيأتى فى صورة شكل (شخصية) ويعتبر "Brand Mark" (العظيم 2013م، 28) مثل:

شكل رقم 4: رمز تميمة كأس العالم لكرة القدم التى أقيمت فى أفريقيا

شكل رقم 5: رمز تميمة كأس العالم لكرة القدم التى أقيمت فى روسيا

وفى هذا السياق أعتبر كاتب الروايات البوليسية المصرى "نبيل فاروق" مصر هى تميمة ورمز لكل البلاد، فلقد كتب فى صدر روايته (التميمة) إهداء يقول فيه (إلى معشوقتى الأولى - إلى مصر تميمة كل عصر) (نبيل 2011م) ، فالتميمة فى اللغة العربية جمعها تمائم وتميمات، وهي مايعلق في العنق من الخرز ونحوه والقصد منها حماية النفس من الحسد، ووقايتها من الأرواح الشريرة، وهناك اعتقاد أنّ فيها قوة سحرية تقي صاحبها وتحميه من المرض أو أى مكروه، وهى من عادات العرب فى الجاهلية، وأيضًا كانوا الأجداد يعلقونها على دوابهم (هيثم 2019).

التمائم المصرية القديمة Ancient Egyptian amulets

مما لا شك فيه أن الفن المصرى القديم يتميز بأنه فن ملكى مركزى، سرمدى عقائدى يمتد للحياة الأخرى (سعيد 2014م، 19)، ولذلك اتخذ المصرى القديم التمائم كمعتقد يبعد عنه الحسد والمرض والسحر، فقد أُخذ من أشكال الأجزاء الآدمية مثل الرأس والعين والأذن والقدم وكف اليد (الأصابع الخمس) وغيرها (مندراوى 2017م)، وهناك التمائم المأخوذة من أشكال الحيوانات كالثور والكبش والنسر والصقر والبقر والمها لكونهم رموزًا هامة للإنتاج والخصوبة والقوة، ويتضح ذلك الذكر فى علاقة العجل حابي بفيضان النيل والبقرة حتحور وعنايتها الفائقة بوليدها، مما استدعى تقديسهما كرمز للأمومة (حفينة 2018)، وقد صنعت التمائم آنذاك من مواد عديدة مثل الذهب والفضة والخشب والصخر (مندراوى 2017م) والعاج والبرنز والصلصال والعظام (المصرى 2010م، 58)، ومن بين التمائم التى كانت مؤثرة فى المصرى القديم ما يلى:

م	أسم التميمة ووصفها	الشكل
1	النسر المجنح "نخبت": هى لطائر النسر ربة مصر العليا، ومصنوعة من الذهب المطروق.	
2	الطائر "با": عبارة عن طائر ذو رأس آدمية تشبه الملك بسوسينيس الأول، يرمز للبا أو الروح، الرأس تشبه الملك بسوسنس الأول بلحيته المقدسة الملكية ويرتدي التاج الملكي وثعبان الكوبرا.	
3	تايت: تعرف أيضاً باسم "عقدة إيزيس" وهي تشبه علامة "عنخ" أو "مفتاح الحياة".	

4	القلب: "لا تتفوه بالقول السيئ ضدي أمام أوزوريس إله الموتى العظيم" وقد كتبت هذه التعويذة خلف جعران القلب الذي كان يوضع إلى جوار قلب المتوفى، أو داخل أربطته، فتميمة القلب تحث قلب المتوفى على التزام الصمت أثناء الحساب.	
5	المها: كان قدماء المصريين يصطادون حيوان المها، والتميمة تصوره واقفاً على الأرض وحوله نباتات عالية تصل حتى عنقه دلالة على توافر الخير.	
6	بتاح: داخل مقصورة ذهبية: تمثل الإله بتاح في شكل مومياء، بلحية مستقيمة وتخرج يداه من الكفن لتمسك بعامود "جد"، رمز المعبود أوزوريس.	
7	عامود جد: يرمز للبعث والاستقرار والثبات وقوة التحمل، وقد كانت شعارًا للمعبود أوزوريس، مصنوعة من الخشب المموه بالذهب، ولقد نقشت التميمة على الجانبين بنصوص سحرية لحماية المتوفى.	
8	نبات زهرة اللوتس: صنعت على هيئة ثعبان من العقيق الأحمر.	
9	العجل: أستخدمت كحلية للزينة ومعلق فى رقبتها آلة موسيقية تصدر أصواتاً كالأجراس، وتمثل رمز الربة "حتحور" والبقرة تعتبر حيوان مقدس في العصور القديمة.	
10	رجل ثور: تسمى "تميمة استيعاب" فتعطي هذه التميمة صاحبها القوة الوحشية والجسارة والفحولة التي يمتلكها الثور.	
11	الصقر صاحب التاج: تميمة تمثل الإله حورس (إله الشمس عند قدماء المصريين) (حورس 2019)، وإبن إيزيس وأوزوريس. ملحوظة (إيزيس وهى زوجة أوزوريس وتتمثل عادة بجناحين تحركهما لإرسال الهواء على زوجها لتعيد إليه الحياة) (محمود 2004م، 61).	
12	رأس حتحور: تميمة تمنح مرتديها خصائص الربة حتحور (الحب والحماية والأمومة).	
13	صقر ناشراً جناحيه: للملك أمن-أم-أبيت ناشرًا جناحيه وممسكًا بعلامة الأبدية والحماية المسماة بالشن بها خراطيش الملك (التميمة 2020).	

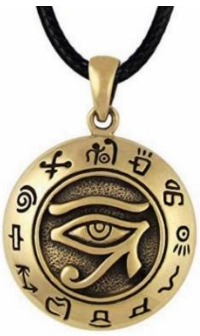
14	عين حورس: هى عين القمر أو عين رع وتسمى أوجات، وتستخدم للحماية من الحسد والأرواح الشريرة والحيوانات الضارة والمرض (عين حورس 2020)، وهى أول أشكال تمائم العين وتعود إلى عام 3300 ق.م (هارغيتاي 2008).	

وأغلب هذه التمائم كانت على هيئة تماثيل من حجر الألباستر ذات عيون كبيرة منحوتة، والتي أُكتشفت في مصر هي الأكثر تأثيرًا على المفهوم الشائع بأنها تُبعد الحسد وتفسده من بين الكثير من التمائم الزرقاء، إذ افتتن المصرى القديم بتواجدها فى منزله وفى قبره ظنًا منه إنها تحميه فى الحياة الأبدية، وأيضًا لارتباطها بإله السماء نوت (هارغيتاي 2008).

وبالطبع أدى تواجد التمائم فى عهد الأسرات المصرية القديمة إلى إنتشار العديد من الفنون المعتمدة على تصميم الدمى، فقد عرف الإغريق فن الأراجوز فى القرن الخامس قبل الميلاد، ولذلك آنذاك إنتشرت دمى ذات ملابس أنيقة تبادلها الملوك والأمراء كنوع من الهدايا القيمة، وفى القرن السابع عشر إشتهرت العديد من المدن الأوربية (باريس بفرنسا وسوفنبرج بألمانيا) بصناعة الدمى، وقد تأصلت الدمى (العروسة) فى الموروث الشعبى فى مصر، فكانت تُصنع من القماش المحشو بالقطن مما أدى إلى تواجد مسارح العرائس كهدف لإسعاد الأطفال، وصنعت الدمى أيضًا من العجين أثناء عمل كعك العيد، والإسكيمو الباردة ظهرت عرائس الثلج، وظهر فن خيال الظل الذى إبتدع فى اليونان القديمة، ثم نقل عن طريق غزو الماغول للبلاد العربية عن طريق بيزنطة أثناء حروبهم فى القرن الثالث عشر والرابع عشر، وفن السلويت Silhouette والذى كان سبب جوهرى لظهور مسرح خيال الظل، وكمعتقد لإفساد الحسد أُفتُكست عرائس الورق وما يتمثل بها من وخز عينيها بدبوس أو حرقها فى النار كتجسيد لعين الحاسد (المصرى 2010م، 59-62) ، ويرى الباحث (أنه فى القرن الثالث عشر ظهر فن الرسوم القصصية المتجسد فى فن المخطوطات مثل "بديع الزمان الهمزانى والحريرى" وفن الرسوم المتتابعة الموجه للأطفال عن طريق مجلات وكتب الطفل، وفى بدايات القرن العشرين ومع ظهور السينما وجد فى الرسوم المتحركة، وكان الاعتماد فى تلك الفنون على شخصيات كرتونية مرسومة).

التميمة فى الإسلام Mascot in Islam

عرفت العرب قبل الإسلام صناعة التماثيل "الأصنام"، وكانت تصنع من الحجر والخشب والعجوة بغرض العبادة، وإذا شعر بالجوع أكل تمثال العجوة (المصرى 2010م، 58)، التمائم هي موروث ثقافي تناقلته الأجيال منذ فجر التاريخ، فهى تعكس أكثر المعتقدات رسوخًا وعمقًا في أذهان البشرية (هارغيتاي 2008)، والتميمة جمعها تمائم وتميمات، وهي أى شئ يعلق في العنق من الخرز ونحوه بغرض حماية النفس ووقايتها من العين، ويظن البعض أنّ فيها قوة سحرية تقي الإنسان من شر الأرواح الشريرة، ومن عادة أهل الجاهلية تعليق التمائم في أعناقهم ظنًا منهم أنّها تدفع الأقدار أو تحميهم من المخاطر التي قد يتعرضون إليها من عين أو مرض أو أرواح شريرة، وأيضًا كانوا يعلقونها على دوابهم، ولقد حُرمَّت الشريعة الإسلامية تعليق التمائم، والسبب فى ذلك أنّها تشتمل على الشرك بالله (شرك أكبر أو شرك أصغر)، فالشرك الأكبر يعتقد معلق التميمة حصول النفع والضر منها دون الله، والشرك الأصغر حينما يعتقد معلقها أنّها سبب من أسباب حلول النفع أو دفع الضر، ومن الأدلة على تحريم التمائم قول النبي عليه الصلاة والسلام: (إن الرقى والتمائم والتولة شرك) (هيثم 2019) ، وقال أيضًا صلى الله عليه وآله وسلم: (مَنْ تَعَلَّقَ شَيْئًا وُكِلَ إِلَيْهِ) (حكم تعليق التمائم 2014)، وأخبرنا النبي الكريم صلى الله عليه وسلم (من تعلق شيئاً وكل إليه)، ورأى النبي صلى الله عليه وسلم على ساعد رجل حلقة، (فقال ويحك ما هذه؟ قال من الواهنة (أى تقينى من المرض)، قال أما أنها لا تزيدك إلا وهناً، انبذها عنك فانك لو مت وهي عليك ما أفلحت أبداً) (النشمي 2005).



شكل رقم 6

شكل رقم 7

شكل رقم 8

تاريخ تمائم كأس العالم History of World Cup mascots

تميمة المونديال عبارة عن رسم كرتونى أو مجسم أو دمية لشخص أو حيوان، وتستخدم كشعار للبطولات الرياضية، وتأتى بهدف الترويج والتسويق وإضفاء جو من المرح والبهجة بين الجماهير، وتستخدم كمقاطع رسوم متحركة أو في العروض التلفزيونية (كأس العالم 2020)، كما توضع على إعلانات الطرق المختلفة، ولها مجموعة من المناقع الوظيفية والعاطفية، فهى تمثل رؤية إتحاد الكرة فى البلد المضياف لكأس العالم وأيضاً فى نفس الوقت رؤية ووجهة نظر المشاهد والمتابع كأس العالم فى الداخل والخارج (العظيم 2013م، 232,233).

الأسد ويلى Willie: مع أحداث مباريات كأس العالم لكرة القدم عام 1966م والتى أقيمت على أرض المملكة المتحدة، ظهرت أول التمائم وهى على شكل أسد كاريكاتوري يرتدي قميص لعلم إنجلترا، أطلق عليها أسم ويلى Willie "أنظر الشكل رقم 9"، ويرمز إلى أن فريق إنجلترا قاسي كالأسد وهو لن يستسلم أبدًا وقد قام بتصميمه الفنان الإنجليزى "ريج هوي Reg Hoye" الذى كان مصمم ورسام حر لكتب الأطفال آنذاك (Morgan 2018).

جوانيتو Juanito: مع بدأ أحداث مباريات كأس العالم لكرة القدم 1970م والتى أقيمت فى المكسيك، ظهرت تميمة لطفل يرتدى ملابس لاعب كرة قدم بالقميص الأخضر المميز للمكسيك ويضع قبعة مكسيكية فوق رأسه عليها كلمة Mexico 70، وقد أطلق عليها لقب "جوانيتو Juanito" وتصغيره Juan باللغة الأسبانية (FIFA World Cup official mascots 2020)، "أنظر الشكل رقم 10".

ألمانيا الغربية 1974م: فى عام 1974م إستضافت ألمانيا الغربية كأس العالم لكرة القدم، وتعتبر هى التميمة الثالثة وتضم طفلين يرتديان زى المنتخب الألمانى وطبع على تيشيرت الأول حرفان WM إختصاراً لـ "كأس العالم باللغة الألمانية"، والثاني رقم 74 دلالة على العام، ويرمزان هذان الطفلان إلى المودة والصداقة في العالم "أنظر الشكل رقم 11".

شكل رقم 9

شكل رقم 10

شكل رقم 11

جوتشيتو Gauchito: فى عام 1978م استضافت الأرجنتين بطولة كأس العالم، وقد عبر عن تصميم التميمة برسم طفل بزى المنتخب الأرجنتينى والقبعة التقليدية للبلد مكتوب عليها الأرجنتين 87، ومنديل أصفر اللون حول عنقه ويمسك بيده سوط كدلالة باهتمامهم بتربية الماشية، وأطلق على شخصية التميمة (جوتشيتو Gauchito) "أنظر الشكل رقم 12".

نارانجيتو Naranjito: وفى عام 1982م أُقيمت بطولة كأس العالم في أسبانيا، وكانت التميمة تسمى (نارانجيتو Naranjito)، وتعتبر التميمة الخامسة لبطولة كأس العالم، وتم تصميمها على هيئة برتقالة مبتسمة ترتدي ألوان منتخب "ماتادوريس" "أنظر الشكل 13".

بيكي Pique: عادت المكسيك فى عام 1986م لاستضافة بطولة كأس العالم لكرة القدم مرة أخرى، وكان تصميم التميمة التى أطلق عليها لقب **(بيكي)** عبارة عن (فلفل أخضر حار) التي تشتهر بزراعتها البلاد، مخترقة القبعة المكسيكية "أنظر الشكل رقم 14".

شكل رقم 12

شكل رقم 13

شكل رقم 14

تشاو: فى عام 1990م إبتعدت التميمة (تشاو) عن التصاميم التقليدية للتمائم، لتأخذ شكل مكعبات متراصة تحمل ألوان العلم الإيطالي، ويعلوها كرة قدم مكان الرأس، وتشاو تعنى التحية باللغة الإيطالية "أنظر الشكل رقم 15".

سترايكر: تميمة كأس العالم لعام 1994م هي الثامنة من تمائم المونديال، ولهوس الأمريكيين بالكلاب، اختيرت التميمة على شكل كلب اسمه (سترايكر) والذى يرتدي ألوان العلم الأمريكي، "أنظر الشكل رقم 16".

فوتيكس Footix: فقد أقيمت البطولة في فرنسا عام 1998، وتم فيها إعادة الحيوانات لتكون هي تميمة مونديال كأس العالم، وحمل الديك الفرنسي (فوتيكس) الحظ الجيد للفرنسيين، حيث فاز منتخب بلادهم بلقب بطولة كأس العالم لكرة القدم للمرة الأولى في تاريخه، "أنظر الشكل رقم 17".

شكل رقم 15

شكل رقم 16

شكل رقم 17

أتو وكاز ونيك: كان لمونديال كأس العالم 2002 في كوريا واليابان، خصوصية بالغة لكونه البطولة الأولى في الألفية الجديدة، التي حملت معها نقلة نوعية كبيرة بما يخص تمائم كأس العالم، إذ جائت التميمة عبارة عن 3 شخصيات خيالية تدعى (أتو وكاز ونيك)، "أنظر الشكل رقم 18".

جوليو: أقيمت بطولة كأس العالم في ألمانيا مرة أخرى فى عام 2006، وكان بطلها أسد يدعى (جوليو)، ليكون ثاني التمائم بتاريخ المونديال التي تختار حيوان الأسد، بتصميم أبهر الملايين، "أنظر الشكل رقم 19".

زاكومي: الفهد (زاكومي)، تميمة البطولة التي استضافتها (جنوب إفريقيا) عام 2010م، ويتكون اسمه من: (زا) وتعني جنوب أفريقيا، و(كومي) التي تعني الرقم 10 باللغات الأفريقية، "أنظر الشكل رقم 20".

شكل رقم 18

شكل رقم 19

شكل رقم 20

فوليكو: خلال العام 2014م، استضافت بلاد (السامبا) البرازيل البطولة الأغلى في العالم، وكانت التميمة الثالثة عشرة للمونديال لحيوان (المدرع)، وهو من الأنواع المهددة بالانقراض في البرازيل (المعايطة 2018)، "أنظر الشكل رقم 21".

زابيفاكا Zabivaka: " زابيفاكا " تعني باللغة الروسية "الشخص الهداف"، وهى لحيوان الذئب ذو الصوف البني والأبيض، كُتب على التيشيرت "روسيا 2018" مع نظارة التزحلق على الثلج الذي يعم أرض موسكو، مع إضافة اللون الأبيض والأحمر والأزرق للدلالة على الألوان الوطنية للمنتخب الروسي، "أنظر الشكل رقم 22"، قام بتصميمها طالبة روسية "إيكاترينا بوشاروفا" عن طريق مسابقة دولية على الإنترنت (اختيار الذئب زابيفاكا التميمة الرسمية لكأس العالم روسيا FIFA 2016 2018) ".

شكل رقم 21

شكل رقم 22

الدور الإبداعى فى إيجاد معايير جرافيكية خاصة بتصميم تميمة مونديال كأس العالم

يعتبر الإبداع ميزة عقليّة للإنسان من خلاله يحدث عمليات تطور وتواجد حل المشاكل التى تعتري الانسان أثناء حياته، ومن ثم إيجاد طرق شتى لسد احتياجاته الأساسيّة والترفيهية، فالحاجة أم الاختراع)خراز 2011م, 25(.

فالإبداع هو القدرة على الحصول على أمر جديد في أي مجال من مجالات العلوم أو الفنون أو الحياة، والتعامل مع الأمور المألوفة بطرق غير مألوفة، فالشخص الذكى هو الذى لديه القدرة التركيبية والتحليلية والقدرة على رؤية الأشياء من منظور مختلف، وهو مرتبط بالفنون أو الابتكارات العلميّة (العاجيب 2018).

ولذلك يجب أن نتعامل مع كل مانملك من خيال ومعرفة ومهارة فى تطوير الأدوات والاحتياجات، وبديهياً إن تصميم تميمة ما لابد من تواجد وتوافر عملية إبداع جرافيكى، فقديمًا قالوا الحاجة أم الاختراع والابتكار؛ ولذلك عندما يتحتم على المصمم إيجاد معايير جرافيكية لشئٍ ما لابد أن يكون هناك سبب استدعى تواجد تلك المعايير؛ كإحتياجه إلى كرسي مريح ليجلس عليه أو سرير لينام عليه وهكذا، ومن ثم يجب إعمال العقل لإبتكار مايصبو إليه من إحتياجات وذلك عن طريق التصميم، فيراعى الناحية الشكلية للكرسى وأيضاً الوظيفية عند تصميمه (ابراهيم 2011، 6-8).

ولهذا فإن تميمة كأس العالم لكرة القدم عبارة عن رسم كرتونى يعتمد على إبداع الفنان المصمم، يتجاوز معها حدود الواقعية التى تتميز بها الصور الفوتوغرافية (الحفناوى 2006م، 173)، ويرى الباحث أن هناك عناصر فنية تشكيلية لها دور وثيق فى إيجاد معايير جرافيكية خاصة بتصميم تميمة مونديال كأس العالم، وتساعد فى الحصول على شكل فنى جديد للتميمة يمتاز بالغرابة والقبول فى آنٍ واحد، وتمتاز تلك التميمة بجذب إنتباه المشاهد لما بها من تفرد وماتحتوى عليه من عناصر تشكيلية وتشريحية وسيكولوجية منها: الخطوط المميزة لشكل التميمة، والكتل الخاصة المكونة لها، والألوان التى تكسوها، وحتى الملامس المختلقة الداخلة فيها.

الأسس المنهجية والقواعد المُنظِمة الخاصة بتصميم تميمة كأس العالم والتى تخضع لمعايير سيكولوجية وفنية:

التصميم الجرافيكى للتميمة هو أحد أهم عناصر إظهار هوية حضارة البلد المقام على أرضها مونديال كأس العالم لكرة القدم، وهو يعنى بالإبداع البصري والذهنى لفريق الكرة المقام على بلاده الحدث، ومع ازدياد تقدير قوة التواصل البصري المفعم بالألوان؛ نما التصميم الجرافيكي بفعل التطور التكنولوجي، وقد أحدث التطور التكنولوجي في العصر الرقمي ثورة في مراحل إعلانات محطات الوصول، لذلك باتت مسئوليات المصمم الجرافيكى الآن تتضمن التعامل مع المطابع الخاصة بإنتاج إعلانات الطرق والإعلانات الداخلية Outdoor & Indoor Advertising (الدويسي 2015م، 3-12).

فالجمل المكتوبة هي جزء أساسي من التصميم والتواصل المرئي، فالعديد من المعلنين يرون أن النص ماهو إلا مجرد وسيلة لنقل الأفكار أو لتوضيح المعانى وللشرح الوافى عن الأشياء المُعلن عنها دون النظر إلى أهمية شكل الكتابة ونوع الخط في الرسائل الإعلانية، مما يجعل الإعلان يبدو سيئًا في كثير من الأحيان، فالحروف والجمل لها شخصيتها وتأثيرها النفسي على المتلقى وتساعد على إيجاد مشاعر معينة (Donev 2015, 11-13).

والنص والتميمة هما الدعامتان الرئيسيتان للتصميم الجرافيكي فى إعلانات محطات الوصول، وبينما صار مدى الانتباه لدينا أقصر بفعل الإزدحام الغير عادى فى الرسائل الإعلانية، فقد عنى ذلك أنه لابد لرسائل إعلانات محطات الوصول أن تكون مختصرة، وأن تكمل عناصر التصميم المختلفة بعضها بغرض تحسين التواصل (الدويسي 2015م، 22).

ولا شك أن للألوان أهميتها فى إعلانات الوصول؛ فهى تعمل على جذب انتباه المتلقى، وتتيح لمصمم الإعلان أن يعبر عن أفكاره بأساليب متنوعة، وتساعد الرسالة الإعلانية لأداء دورها الترويجى، والألوان تؤدى إلى إضافة الجو الواقعى، وترمز إلى سيكولوجية خاصة، فهى ذات تأثير على المتلقى (سهيل 2014م، 225).

(وفى سياق تصميم التمائم يؤكد الباحث بأن قول الصينيين القدماء فيما يخص الصور والأشكال المرسومة من كون "الصورة تساوى ألف كلمة وربما تفوق ذلك" وهذا ينطبق على التميمة لإنها فى النهاية تأتى للمواطن "صاحب البلد" وللعربى وأيضًا للسائح الأجنبى على هيئة شكل أو صورة، ولذلك لابد أن يفهمها الجميع، فهى تخاطب عقول ولغات مختلفة لأنها من المفترض أنها مصاحبة لحدث عالمى فلابد أن يفهمها القاصي والدانى)، ولإيجاد معايير جرافيكية عند تصميم تميمة كأس العالم 2022م وتوظيفها فى إعلانات محطات الوصول يجب على المصمم الجرافيكى الأخذ فى الاعتبار مراعاة مجموعة من العناصر التى غالبًا مايلجأ إليها عند عملية تصميم التميمة وهى:

أ- الشكل الآدمى: وهو العنصر الأكثر تناولاً فى تصميم التمائم، ويتم التعبير عن شخصية التميمة من خلاله، ولتوضيح ذلك نتناول تميمة كأس الأمم الأفريقية (بطولة ينظمها الاتحاد الأفريقي لكرة القدم كل عامين بين الدول الأفريقية، أنشأت عام 1957م) والتى أقيمت فى مصر عام 2019م (كأس الأمم الأفريقية 2020)، والتى تنتمى بشكل كلى للاعب المنتخب المصري "أنظر الشكل رقم 23"، وقد ساعد فى هذا (قناع الملك توت عنخ آمون)، وملامح المواطن المصرى التى تكسوا وجه التميمة، أو تميمة كأس الاتحاد الأوروبي لكرة القدم (يورو 2016) التي إحتضنتها فرنسا، "أنظر الشكل رقم 24"، وهو عبارة عن طفل فرنسى أوربى الملامح يرتدى ملابس بألوان العلم الفرنسي "لأزرق والأبيض والأحمر" (Al-Asbania 2014).

ب- الشكل الحيواني: (ويرى الباحث أن كل بلد تشتهر ببعض أنواع من الكائنات الحية "حيوان – طير" يستطيع المصمم أن يحولها إلى شخصية تميمة معبرة عن البلد المضيافة)، فمثلًا تميمة دورة كرة القدم للرجال "كوبا أمريكا 2019م" والتى أطلق عليها لقب (زيزيتو)، وأقيمت فى البرازيل ونظمتها الهيئة الحاكمة لكرة القدم في أمريكا الجنوبية "كونميبول" عبارة عن حيوان لخنزير الماء (كوبا أمريكا 2019 2020)، "أنظر الشكل رقم 25"، وأيضاً تميمة الأندية السعودية 2017م، والذى أُقتبست من شكل الأسد ويرتدى ملابس المنتخب السعودى وإشارة إلى ألوان العلم المملكة العربية السعودية "أنظر الشكل رقم 26"، وفى بطولة الأمم الأفريقيا 2010م والتى إستضافتها دولة أنجولا كانت التميمة عبارة عن حيوان (الظباء الأسود) والذى يرمز إلى الظباء الأسود العملاق "بالانكينا" وهو من الحيوانات التي تستوطن الغابات الأنجولية (م. سعيد 2019) "أنظر الشكل رقم 27"، وفى عام 2017م أقامت الإمارات كأس العالم للأندية وأطلقت أسم "ظبي" على التميمة والتي تم استلهامها من "الظبي العربي" تعبيرا عن تراث الدولة وأصالتها (جمال 2017)"أنظر الشكل رقم 28".

ت- شكل الطيور: هناك العديد من التمائم المأخوذة من شكل الطيور سواء الجارحة منها أو الأليفة والتى تنتمى إلى البلد المقام فيها أحداث البطولة مثل تميمة الأمم الأفريقيا لعام 2004م والتى أقيمت فى تونس وكانت عبارة عن شكل طائر النسر وهو لقب منتخب تونس المعروف بـ"نسور قرطاج (م. سعيد 2019)، "أنظر الشكل رقم 29"، وفى فرنسا عام 2019م أقيم كأس العالم لكرة القدم للسيدات، وكانت التميمة لدجاجة فرنسية شابة أطلق عليها لقب (إيتي Ettie) (فوزى 2019) "أنظر الشكل رقم 30".

شكل رقم 23

شكل رقم 24

شكل رقم 25

شكل رقم 26

شكل رقم 27

شكل رقم 28

شكل رقم 29

شكل رقم 30

تأثير تطبيقات الحاسب الآلى الجرافيكية على شكل تميمة كأس العالم لكرة القدم

الثورة المعلوماتية هى الدافع نحو الانطلاق الى غداً أفضل لتحسين معيشة الفرد والمجتمع، وتعظيم شأن الفكر والابتكار والإنتاج بالحاسب الآلى وتقنية المعلومات عملية هامة جداً، وسبب قوى فى إبراز قيمة المنتج، فمصمم الجرافيك المعاصر إعتمد على عناصر التكنولوجيا الحديثة؛ ولذلك تعاظم دورها فى مجال فن تصميم التمائم والشخصيات الكرتونية بصفة عامة، وتلك النهضة التكنولوجية القوية أثرت بالتالى فى مجال الإعلان (بعزيز 2011م، 15)، وتعتبر تطبيقات الجرافيك من الأهمية لإنجاز تميمة كأس العالم، وهناك عدد منها نذكر منها:

Photoshop

Illustrator

لتصميم التمائم ذات البعدين (2 Dimention)

3Ds Max

Maya

Cinema 4D

لتصميم التمائم ذات 3 أبعاد (3 Dimentions)

قيمة تميمة كأس العالم لكرة القدم The value of the FIFA World Cup mascot (العظيم 2013م، 36-39)

كما تتباين اللغات المنطوقة والمكتوبة تتباين الفنون بوصفها أنماط من اللغات الإنسانية، وتتغير أساليبها وأدواتها ومفرداتها فى محاولة التواصل بين المبدع والمتلقى، ولذلك فإن الفنون المعتمدة على اللغة المنطوقة والمكتوبة (الأدب) تختلف فى أدواتها التعبيرية والتقنية عن الفنون المعتمدة على الخطوط والألوان (الجرافيك) وأيضًا تختلف فى أدواتها وتقنياته عن الفنون المعتمدة على الأحجام والكتل (النحت) أو تلك التى تعتمد على (الموسيقى) وكذلك الفنون المعتمدة على الرسوم والصور المتحركة (التليفزيون والسينما) (المصرى 2010م، 6).

وتُعد التميمة بمثابة العلامة التجارية التى تستخدمها الشركات التجارية والمصانع ومكاتب الخدمات المختلفة؛ لأنها هى الصورة الذهنية للمونديال المقام فى بلدٍ ما، ولذلك فلابد أن يكون لها قيمة وتلك القيمة تتمثل فى الآتى:

1- التواجد الذهنى للتميمة **Mascot promotion**: ومعناه الاختراق للوعى فى ذهن المتلقى أو المشاهد، فلابد أن يتذكرها على الدوام.

2- تميز التميمة **Mascot Distinctiveness**: والتى تعنى تفرد وتفوق التميمة عن ماسبقها من تمائم.

3- جودة التميمة **Mascot Quality**: والتى تعنى وضوح الهيكل العام لها المتمثل فى خطوطها وألوانها ونسبها وأيضاً تميزها فى تكوينها وشكلها الفريد وسمعتها بشكل عام.

4- شخصية التميمة **Mascot Personality**: وهى مدى الصورة الذهنية المؤثرة والتى تنطبق مع شخصية المتابع لمونديال كأس العالم، وبشكل أكثر بساطة هى التميمة التى لاتُشعرك بالملل حين متابعة المباريات أمام التلفاز.

5- سلوك التميمة **Mascot Behavior**: وهو المدى الذى تحدثه التميمة فى نفوس المتابعين لكأس العالم لكرة القدم، وهل يوجد صدى لها عند المتابع أم لا.

ماهية محطات الوصول وما تمثله إعلاناتها What are access terminals and what their ads represent

يرى الباحث أن محطات الوصول ترجع إلى مقصد راكب وسائل النقل (مترو، قطار، طائرة، سفينة، أتوبيس، ألخ)، بمعنى أدق هى المحطة التى يقصدها راكب المركبات بغرض نقله لمكانٍ ما، أو ينزل منها محطةٍ ما، ومما لا شك فيه أن كل صالات وصول المسافرين وصالات المغادرة فى مطارات العالم تعتبر محطات وصول، وفى وسيلة النقل الأسرع (مترو الأنفاق) هناك مسميات لبعض محطات الوصول به تمتاز بأنها الأهم بين كل محطات المترو وتسمى (بالمحطات التبادلية) مثل محطة السادات والشهداء والعتبة، ويُطلق عليها هذا اللقب نظراً لتلاقى خطوط المترو المختلفة فيها "أنظر الشكل رقم 31"، وهناك تسمية أخرى لمحطات الوصول الخاصة باتوبيسات هيئة النقل العام والتى تُعرف بالمحطات الرئيسية، وفى الغالب يكون مقرها الميادين العامة والكبيرة مثل ميدان عبد المنعم رياض فى قلب القاهرة وميدان العباسية وميدان رمسيس، ويوجد مايسمى بمحطات الحافلات والتى فى الغالب توضع على أرصفة الطرق العامة ويخصص لها مأوى وكراسى لمنتظرين ركوب الحافلات "أنظر الشكل رقم 32".

وبناءً على الإزدحام الغير عادى فى تلك المحطات التى تسمى فى المجمل بمحطات الوصول؛ إنتشرت اللوحات الإعلانية مختلفة الأحجام والأشكال.

شكل رقم 31: إعلانات ترويجية لمدارس التكنولوجيا التطبيقية في محطات مترو الأنفاق

شكل رقم 32: لوحة بمحطات الأتوبيسات

(ويضيف الباحث أن الإعلان هو الفن الوحيد الذى يجمع بين طياته عدد من الفنون "الأدبية والموسيقية والتشكيلية وأيضاً الفنون ذات الثلاث أبعاد المجسمة")، ويذكر الباحث بصدد هذا قول الكاتب الكبير أنيس منصور عن الإعلان بأنه قصة متكاملة الأركان فى زمن قياسى.

ومن الجدير بالذكر أن الإعلان ليس مجرد نشاط تسويقي ولكنه أيضاً ظاهرة ثقافية، وخلال عملية الإعلان ستشارك العديد من الأطراف (المعلن والوسيلة الإعلانية والمتلقى)، وتلك العملية تُحدث مايسمى بالاتصال الجماهيري من خلال التصميم الإبداعي للإعلان (Donev 2015, 9).

ملامح تميمة مونديال كأس العالم 2022 وعلاقتها بإعلانات محطات الوصول

من المسلم به أن الملامح والسمات الشخصية ترتبط ببعض تعبيرات الوجه، فالوجه المبتسم لتميمة مونديال كأس العالم فى إعلانات محطات الوصول يعكس سمات المودة والترحيب للزائر، "أنظر الشكل رقم 33"، فى حين يرتبط توتر الوجه وتجهمه بانطباعات الصرامة والجدية والعزم والإصرار على الفوز، "أنظر الشكل رقم 34"، وبرغم تعدد وتنوع تعبيرات وجوه الشخصيات إلا أن الابتسامة تعد لها الأثر الفعَّال على المتلقى، وغالبًا تكون مرتبطة بموقف من المواقف التالية:

1- إسلوب الترحيب بالمتلقى.
2- الإقدام لإقامة علاقة ودودة بين تميمة مونديال كأس العالم والزائر.
3- العمل على بث روح الطمأنينة فى نفس الزائر وعدم إحساسه بالغربة وأنه فى بلده أيضًا.
4- تدعيم مفهوم تضافر الجمهور وفريقه الذى يمثله فى المباريات (الحفناوى 2006م، 179).

شكل رقم 33

شكل رقم 34

ولذلك تُعد الوظيفة الإبداعية والابتكارية للإعلان Creative Function هى (كتابة الرسالة الإعلانية وتصميم الإعلان وإخراجه، ثم إنتاج الإعلان (العاجيب 2018)، ولذا فالأثر الدرامى فى شخصية تميمة مونديال كأس العالم لابد أن يتوافر فيها **الشروط الآتية:**

1- مراعاة أن تكون محبوبة وذات شكل جذاب.

2- تحتوى على توزيع جيد للظل والنور اللذان يعملان على تجسيد التميمة.

3- الاتزان الملحوظ فى عناصر تكويناتها فلا يشعر المتلقى إنها غير متزنة.

4- أن تكون ذات إيقاع لونى جذاب وهذا يتم من خلال الزى الكروى ولون البشرة والشعر والعينين، ولا يصح أن نشذ عن ماتحويه البيئة من مفردات تعزز ذلك الإيقاع، مثال ذلك (تصميم شعر بنى أو عيون زرقاء أو بشرة وردية بيضاء لتميمة كأس العالم 2022م التى ستقام فى دولة عربية مثل قطر) (المصرى 2010م، 404).

أهم مزايا وعيوب إعلانات محطات الوصول Advantages and disadvantages of access station ads

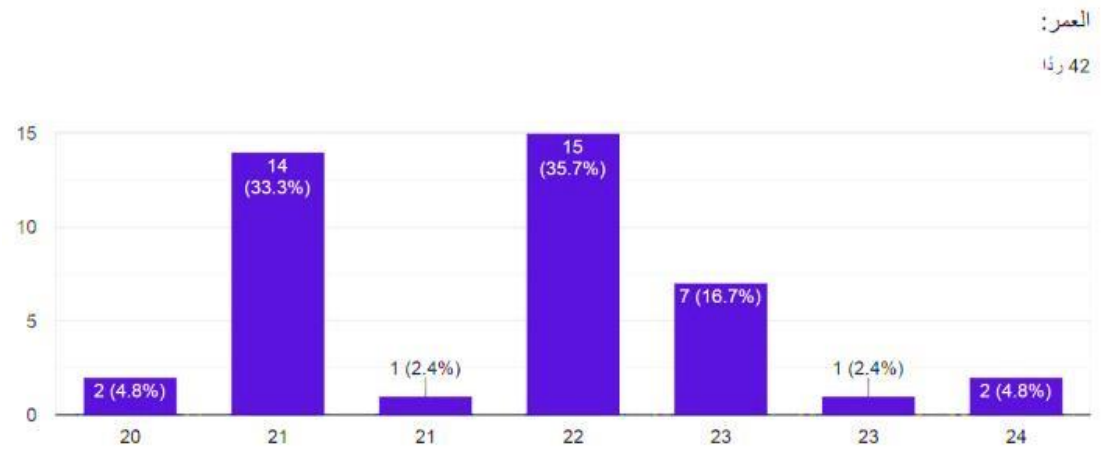
تعتبر إعلانات محطات الوصول من أنواع إعلانات الطرق (الخارجية إن وجدت فى محطات الباصات والمترو، وداخلية إن عُرضت فى صالات مغادرة ووصول مسافر الطائرة)

م	المزايا	العيوب
1	عدد الكلمات والجمل فى الرسالة قليلة.	الأمى الذى لايعرف القراءة من الصعب إستيعابه للرسالة.
2	كُبر مساحتها يسمح باستيعاب رسائلها الإعلانية.	تخضع فى إستيعاب رسائلها للحالة المزاجية للمتلقى.
3	إستمرار عرض الإعلان على مدار اليوم.	إحتياجها للصيانة بشكل دائم وذلك لتعرضها لعوامل بيئية متعددة.
4	بها نوعين داخلى Indoor وخارجى Outdoor.	مختلفة المقاسات.
5	تكاليف العرض بها غير باهظ.	تستهلك طاقة كهربائية عالية لأنها غالباً تكون مضيئة.
6	رخيصة فى الطباعة.	بيئة العرض تتحكم فى نوع الخامة المراد الطباعة عليها.

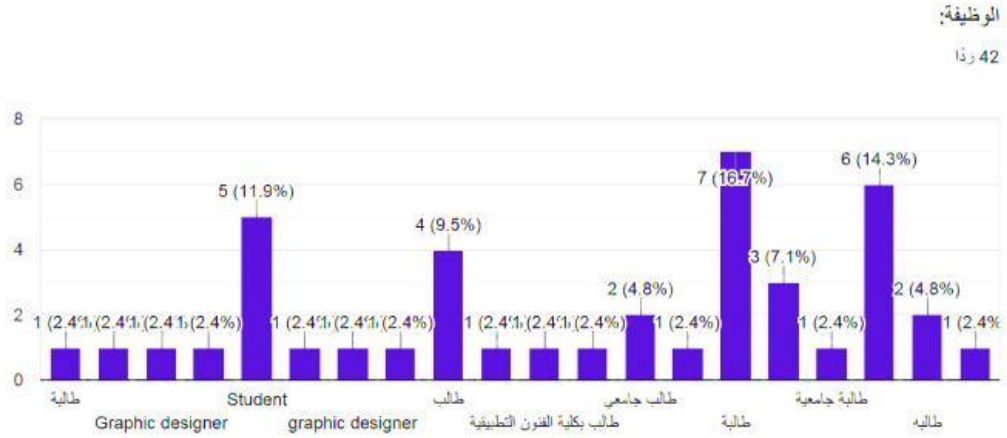
"والشكل رقم 35" يوضح إقتراح لتصميم تميمة خاصة بمونديال كأس العالم 2022م والتى ستقام فى دولة قطر"، وتم الوصول إلى شكلها الحالى بعد دراسة شكل اللاعب القطرى.

شكل رقم 35: إقتراح تميمة كأس لمونديال كأس العالم 2022م المزمع إقامته فى دولة قطر (تصميم الباحث)

ومن ثم تم الاستعانة بالإستبانة التالية بهدف قياس أراء 42 عينة من طلاب الجامعات ونتج من خلالها الآتى:



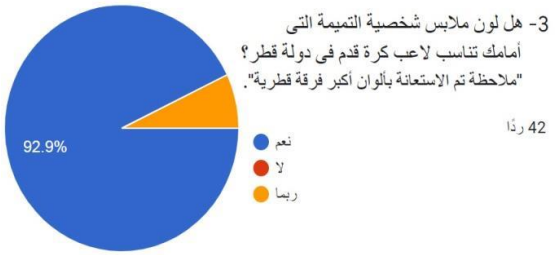
1-يوضح نسب طلاب الجامعات والخريجين الذين شاركوا برأيهم.



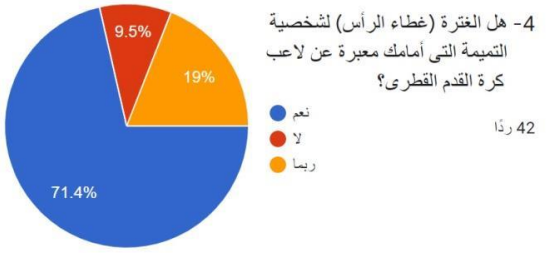
2-يوضح الجدول نسب الطلاب والخريجين الخاصة ببند الوظيفة.

3-يتضح أن 59.5% أجمعوا على أن التميمة مناسبة لعمر اللاعب و 21.4% محايدين و 19% إجاباتهم بالنفى.

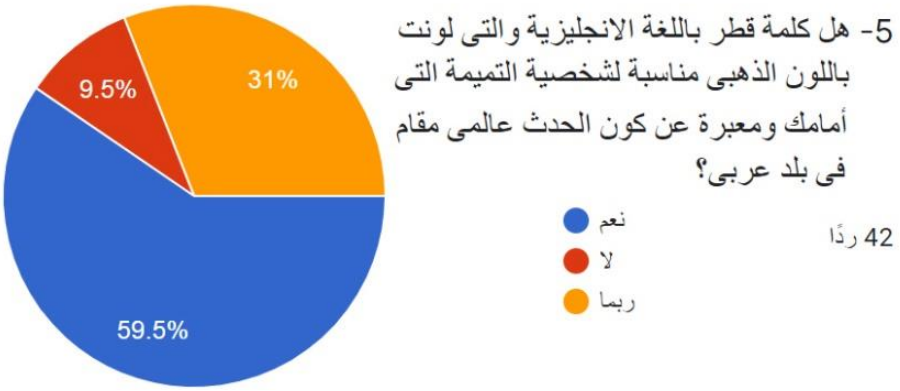
4-وعن ملامح وجه التميمة: أن 64.3% قالوا أن هناك إرتباط و 21.4% محايدين و 21.4% قالوا لا.



5-وبسؤال عن ملابس التميمة وجدنا أن 92.9% قالوا نعم وباقى النسبة أنكروا ذلك.



6-وبخصوص الغترة.. 71.4% أجمعوا على أن غطاء الرأس مناسب و 19% محايدين و 9.5% إجاباتهم بالنفى.



7-هناك 59.5% أجمعوا على أن كلمة قطر الخاصة بالتميمة مناسبة و 31% محايدين و 9.5% لا تعجبهم الكلمة باللغة الأجنبية.

شكل رقم 36: مقترح لإعلان IN-DOOR في مطار حمد الدولي ومحطات مترو دولة قطر (تصميم الباحث)

شكل رقم 37: مقترح لإعلان Out-Door في محطات الباصات بشوارع قطر (تصميم الباحث)

الخاتمة Conclusion

مع التطور التكنولوجى وعلوم الاتصال أصبح تصميم تميمة كأس العالم لها النصيب الأكبر فى مصاحبتها لأحداث المباريات إبان إذاعتها، وأضحى المتابعين لتلك المباريات يربطون البلد المضيافة لتلك المباريات بالتميمة المصاحبة للمباريات، فلا تنفك التميمة عن أحداث مباريات المونديال، وبالتالى عن تذكر المشاهدين لتلك الأحداث، ولذلك لجأ إتحاد الكرة إلى شرط وجود التميمة الخاصة بكل كأس عالم لكرة القدم، وبالمثل تشابهت فى ذلك مباريات كأس الأمم الأفريقية وكأس الأمم الأسيوية وكأس الخليج العربي.

ولإيجاد معايير جرافيكية لتصميم تميمة كأس العالم 2022م وتوظيفها فى إعلانات محطات الوصول كان لزاماً على الباحث أن يستعرض تمائم كأس العالم السابقة؛ وذلك للوقوف على إبتكار شخصية تميمة كأس العالم لدولة قطر، تتميز ببعدها عن التقليد وتكون قريبة من الشخصية القطرية وتمثل اللاعب القطرى بشكل خاص.

ولذلك توافر فيها مجموعة من العناصر الهامة لكونها تُعد مصدر إعتزاز وفخر للمواطن المقام على أرضه الحدث، ومن ثم إلهام لأعضاء الفريق الكروى للبلد نفسها لما بها من عناصر جرافيكية تلهب وتأجج مشاعر المواطن واللاعب على حدٍ سواء، وبكل تأكيد التميمة كانت ولا تزال واحدة من الملفات الهامة لأنها وجه البطولة.

ولإيجاد معايير جرافيكية لتصميم تميمة كأس العالم 2022م وتوظيفها فى إعلانات محطات الوصول تم الاستعانة ببعض تطبيقات الجرافيك الرقمية، وتم وضع إقتراح لتصميم تميمة كأس العالم 2022م التى من الممكن أن توظيف فى تصميم مناسب لإعلانات محطات الوصول الخاصة بمطار حمد الدولى ومترو دولة قطرمع أخذ آراء عينة عشوائية من الناس من مختلف الأعمار (12 – 60 عام) من خلال الإستعانة بإستبانة مصممة لهذا الغرض، وذلك للوقوف على جودة وملائمة تلك التميمة أو عدم ملائمتها للبلد التى ستقام فيها أحداث مباريات كأس العالم لكرة القدم.

النتائج Results

إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفى والتطبيقي، استخدم فيها الباحث أداة الاستبانة، وقد قام الباحث بتصميم تميمة لمونديال كأس العالم 2022م لدولة قطر، مستعيناً فى ذلك بطرق إبداعية من خلال إيجاد المعايير الجرافيكية الرقمية، ومن أبرز النتائج التى توصلت إليها الدراسة ما يلى:

1- المعالجات الجرافيكية المتقنة فى تصميم تميمة مونديال كأس العالم يتم التأثير بشكل كبير على عملية التحفيز السياحى بما تمتاز به من هوية ذهنية Corporate Identity والتى تتحقق من خلال الهوية البصرية Visual Identity.

2- بإستخدام المعايير الجرافيكية الخاصة بتصميم تميمة مونديال كأس العالم يتم إيحاد أسباب قوية لإضفاء جو من الروح الوطنية على المواطن ولاعب المنتخب للبلد، لأن تلك المعايير الجرافيكية هى الوسيلة التى تتشكل من خلالها الملامح الظاهرة وأيضاً تكون سبب فى بث الروح الداخلية للتميمة.

3- من واقع البيئة للبلد المضيافة (دولة قطر) يتم تصميم وتقديم تميمة مونديال كأس العالم حتى تكون قريبة من أهل البلد وسبب جوهرى لتحفيز لمنتخبها.

4- إيجاد معايير جرافيكية خاصة بتصميم تميمة مونديال كأس العالم بشكل علمى وفنى متقن يساعد فى نجاح إعلانات محطات الوصول (إعلانات مطار حمد الدولي) ويضمن عملية جذب السائح.

التوصيات Recommendations

من خلال مقرر (تصميم الرسوم المتحركة) فى الكليات والأكاديميات والمعاهد الفنية المختلفة يتم تعليم الطلاب الطرق الخاصة بإنجاز هذا النوع من تمائم مونديال كأس العالم.

المراجع

المراجع العربية Arabic references

1- أبو النجا، محمد عبد العظيم "دكتور" (تسويق العلامات – فاعليات بناء العلامة الرابحة) الدار الجامعية، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى 2013م

Abulnaga, Mohamed Abdulazim "Dr" (Tasweek Al-Alamat, Faliat Benaa Al-Alama Al-Rabeha) Al-Dar Al-Gameia, Al-Kahera, Misr, Taba Ula 2013

2- القرعان، حسام درويش، ريم عبد العزيز الدويسي (أساسيات التصميم الجرافيكى) دار جبل عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2015م

Al-Karaan, Hosam Darweesh, Al-Dwesy Ream Abdulaziz, (Asasiat Al-Tasmim Al-Grafiky) Dar Gabal Ama, Al-Ordon, Taba Uola 2015

3- بعزيز، إبراهيم "دكتور" (تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية) دار الكتاب الحديث – القاهرة – طبعة أولى 2011م

Ba-Aziz, Ebraheem "Dr" (Teknolgia Aletsal Al-Hadith Watathirateha Al-Egtmaeia Walthakafia) Dar Al-Ketab Al-Hadith, Al-Kahera, Taba Uola 2011

4- حربى، سعيد "دكتور" (الأساليب والاتجاهات فى الفن المصرى القديم) الهيئة المصرية العامة للكتاب، طبعة أولى 2014م

Harbi, Saeed "Dr ."(Al-Asalib Waletgahat Fee Al-Fan Al-Masri Al-Kadim) Al-Hia Al-Masria Al-Ama Lelkitab, 2014

5- سكوت، روبرت جيلام ، ترجمة: محمد محمود يوسف، عبدالباقى محمد إبراهيم "دكتور" (أسس التصميم) دار نهضة مصر للطبع والنشر، القاهرة، مصر، طبعة أولى

Scoat, Robert Jilam, Yousef Mohammed Mahmoud, Ebraheem Abdulbaky Mohammed "Dr" (Usos Al-Tasmim), Dar Nahdet Misr Leltab Walnashr, Al-Kahera, Misr, Taba Uola

6- سهيل، ياسر محمد "دكتور" (دراسة الأسس الفنية والعلمية لتوثيق اللون فى تصميم الإعلان الثابت والمتحرك) دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، طبعة أولى 2014م

Soheal, Yasser "Dr" (Deraset Al-Usos Al-Fania Walelmia Letwthik Al-Lon fee Tasmim Al-Ealan Al-Thabit Walmotharek) Dar Al-Ketab Al-Hadith, Al-Kahera, Taba Ula 2014

7- العالم، صفوت محمد "دكتور"، نهلة الحفنـاوى "دكتور" (فن الإعلان الصحفى) الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، طبعة أولى 2006م

El-Aleem, Safwat Mohammed "Dr", Al-Hefnawy Nahla "Dr" (Fan Al-Eelan Al-Sahafi) Al-Dar Al-Arabia Lelnasher Waltwzee, Al-Kahera, Misr, Taba Ula 2006

8- فاروق، نبيل (التميمة) دار بلومزبرى، مؤسسة قطر للنشر، الطبعة الأولى 2011م

Farowk, Nabil, (Al-Tamima) Dar BlueMatherBray, Mosaset Kater Lelnashr, Taba Ula 2011

المراجع الأجنبية Foreign References

9- Aleksandar, Donev (Typography in Advertising) Tomas Bata University in Zlin, Faculty of Multimedia Communications, Doctoral Thesis, December 2015

10- (Don't mention the world cup) Summerdale Publishers Ltd, Britain, 2006

الرسائل العلمية Scientific references

11-الأخضر، خراز (دور الإبداع فى اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية) رسالة ماجستير، جامعة أبى بكر بلقايد بالجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2011م

El-Akhdar, Khraz (Dor Al-Ebdaa fee Ektesab Al-Mossa Miza Tnafosia) Resalet Magesteer, Gamet AbeeBakr Belkied belgazaer, Koliet Al-Uloom Al-Ektesadia Waltogaria Wauloom Al-Tiseer, 2011

12-المصرى، عز الدين عطية (الدراما التليفزيونية – مقوماتها وضوابطها الفنية) رسالة ماجستير، جامعة غزة الإسلامية، كلية الآداب، قسم اللغة العربية، 2010م

Al-Masry, Ezz Al-Deen Atia" (Al-Drama Al-Telefzionia, Mokwimatha Wa Dwabitha Al-Fania) Resalet Magesteer, Gamait Ghaza Al-Eslamia, Koliat Al-Adab, Kism Al-Logha Al-Arabia, 2010

المجلات Magazines

13-تيبو، روبير جاك، ترجمة: فاطمة عبد الله محمود (موسوعة الأساطير والرموز الفرعونية) المجلس الأعلى للثقافة، المشروع القومى للترجمة، العدد 482، طبعة أولى 2004م

Tibo, Robear Jac, Mahmoud Fatma Abdulla (Mwsoat Al-Asateer Walromooz Al-Phraonia) Al-Magles Al-Aala LLthakafa, Al-Mashroa Al-Kawmy Leltargama, Al-Adad 482, Taba Uola 2014

مواقع الإنترنت Websites

14- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%83%D8%A3%D8%B3_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85

15- https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%AA%D9%89_%D8%A8%D8%AF%D8%A3%D8%AA_%D9%83%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%AF%D9%85

16- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE_%D9%83%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%AF%D9%85

17- https://www.civgrds.com/الرموز-والتمائم-عند-المصرى-القديم.html

18- http://www.rosaelyoussef.com/news/details/339921

19- https://www.marefa.org/حورس

20- http://www.eternalegypt.org/EternalEgyptWebsiteWeb/HomeServlet?ee_website_action_key=action.perform.ent_type.search&language_id=3&trait_item_id=5467&search_subtypes=yes

21- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B9%D9%8A%D9%86_%D8%AD%D9%88%D8%B1%D8%B3

22- http://www.bbc.com/arabic/vert-fut-43250522

23- http://www.dar-alifta.gov.eg/AR/ViewResearch.aspx?ID=110&text=تميمة

24- http://www.dr-nashmi.com/fatwa/التعويذة/

25- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%83%D8%A3%D8%B3_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85

26- https://www.fourfourtwo.com/features/world-cup-willie-story-1966-mascot

27- https://mawdoo3.com/ما_هي_التميمة

28- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%83%D8%A3%D8%B3_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D8%B1%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9

29- https://www.goalzz.com/?n=365033 وكالة الأنباء الأسبانية
30- https://ar.wikipedia.org/wiki/2019_كوبا_أمريكا
31- http://wam.ae/ar/details/1395302620855
32- https://alwan.elwatannews.com/news/details/4222058/بالصور-من-النجمة-والنسر-ل-توت-تمائم-أمم-أفريقيا-في-الألفية-الجديدة
33- https://dwltna.com/sports/1415/2019-كأس-العالم-للسيدات-فرنسا
34- https://en.wikipedia.org/wiki/FIFA_World_Cup_official_mascots
35- محمد المعايطة، سيدتي، https://www.sayidaty.net/node/731591/%D8%A3%D8%B3%D8%B1%D8%A9-
36- https://ar.fifa.com/worldcup/news/2018-روسيا-لكاس-العالم-الرسمية-التميمة-زابيفاكا-الذيب-اختيار-fifa-2845588
37- العاجيب –ليلى ٢٦ ٢٠١٨ مارس https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9