

الأطر الإعلامية والخطاب في إعلانات كأس العالم 2022
" تعويذة لعيب " أنموذجاً

Cr Mascot of the 2022 World Cup Qatar A study in
framework and discourse

إعداد

قيس عبد الهادي محارمه

إشراف

الدكتور أحمد علي عريقات

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الاعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2023

تفويض

انا قيس عبد الهادي محارمه، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا
والكترونيا للمكتبات والمنظمات أو الهيئات المعنية بالأبحاث العلمية عند طلبها.

الاسم: قيس عبد الهادي محارمه.

التاريخ: 2023 / 06 / 12.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب: الأطر الإعلامية والخطاب في إعلانات كأس العالم 2022

"تعويذة لعيب" إنموذجا

للباحث: قيس عبد الهادي محارمه.

وأجيزت بتاريخ: 2023 / 6 / 12.

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	مشرفا	د. أحمد علي العريقات
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	أ.د. عزت محمد حجاب
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة	د. محمود أحمد الرجبي
	جامعة القاهرة / جمهورية مصر العربية	عضواً من خارج الجامعة	أ.د. هويدا سيد علي محمد مصطفى

شكر وتقدير

من القرءان الكريم أود أ، اشاركم هذه الآية التالية التي تعبر عن شكري وتقديري { وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ وَتُذَكَّرُنِي هَذِهِ الْآيَةُ بِأَهْمِيَةِ الشُّكْرِ وَالْإِمْتِنَانِ لِلَّهِ عَزَّ وَجَلَّ، فَإِنَّهُ شَكَرْتُمْ نِعْمَهُ بِالْإِعْتِرَافِ وَالْإِمْتِنَانِ لِلَّهِ عَزَّ وَجَلَّ، سَيَزِيدُكُمْ مِنْ فَضْلِهِ، فَالْحَمْدُ لِلَّهِ حَمْدًا كَثِيرًا طَيِّبًا مَبَارَكًا عَلَى هَذِهِ النِّعَمِ وَعَلَى الْأَشْخَاصِ الَّذِينَ تَعَامَلْتُمْ مَعَهُمْ فِي مَسِيرَتِي الْعِلْمِيَّةِ.

وأشكر جميع الأساتذة الأفاضل في كلية الاعلام من جامعة الشرق الأوسط على كل ما قدموه لي من علم ومعرفة.

وأود ان اعبر عن خالص شكري وامتناني للدكتور الفاضل أحمد عريقات على جهوده ومساهمته القيمة والهامة، فقد كان الناصح الأمين فقد كان لي الشرف في التعامل معه خلال بحثي العلمي.

وكما أوجه بشكر خاص لوالدي سعادة عبد الهادي محارمه والذي كان له الفضل الكبير بعد الله سبحانه وتعالى فيما انا عليه اليوم فكان وما زال وسيبقى السند والداعم الأول لي في الحياة بجميع مجالاتها، فكل الشكر له ولوالدتي الحبيبة.

الباحث

قيس عبد الهادي محارمه

الإهداء

إلى عقال راسي وقدوتي الى من أتمنى ان أكون على خطاه هو من فأنت الداعم والملهم الأعظم
بحيات دائما كنت هنا لدعمني فأنت المعلم والمنهج والمدرسة.... أبي الغالي.

الى الحبيبة وسر النجاح اردت ان اهدي لك هذا النجاح هو نتيجة حبك اللامحدود ودعمك ودعائك
فأنت الام المثالية والمربية النموذجية.... أمي الحبيبة.

الى أخي أشكرك على كل شيء على حبك وقوفك الى جانبي فأنت الملاك الذي يحميني ويدعمني
بكل الأوقات وانت السند والعزوة

الأخ الأكبر هو ذاك الجبل الذي عندما تميل بك الدنيا تستند عليه وكيف لا أحبه ورب الكون قال
(سنشد عضدك بأخيك) أخي راشد العزيز

الى حبيبتي وشريكة حياتي ونجاحي فقد كنت المشارك الفعال في هذا النجاح، فكلما نظرت اليك
اتأكد ان اختياري كان صحيحا والله الحمد ... زوجتي الحبيبة

الى احبائي ومصدر سعادتي الأساسي في هذه الحياة، انا ممتن لوجودكم فأنتم الأصدقاء الحقيقيين
ولا يمكنني ان اتخيل حياتي بدونكم أخوتي جميعا

الباحث

قيس عبد الهادي محارمه

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ.....	العنوان
ب.....	تفويض
ج.....	قرار لجنة المناقشة
د.....	شكر وتقدير
ه.....	الإهداء
و.....	فهرس المحتويات
ح.....	قائمة الجداول
ط.....	الملخص باللغة العربية
ي.....	الملخص باللغة الإنجليزية
الفصل الأول : خلفية الدراسة وأهميتها	
1.....	المقدمة
3.....	مشكلة الدراسة
3.....	أهمية الدراسة
4.....	أهداف الدراسة
5.....	اسئلة الدراسة
6.....	حدود الدراسة
6.....	محددات الدراسة
الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة	
9.....	الأدب النظري
26.....	الدراسات السابقة
28.....	التعقيب على الدراسات السابقة
الفصل الثالث : منهجية الدراسة الطريقة الإجراءات	
30.....	مجتمع الدراسة
30.....	عينة الدراسة
31.....	أداة الدراسة
35.....	صدق الأداة

35	ثبات الأداة
36	متغيرات الدراسة
36	المعالجة الاحصائية
36	اجراءات الدراسة

الفصل الرابع : نتائج الدراسة

38	النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:
39	النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
40	النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث :
41	النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع :
42	النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:
42	النتائج المتعلقة بالسؤال الفرع الثاني

الفصل الخامس : مناقشة النتائج والتوصيات

55	مناقشة نتائج الدراسة
59	التوصيات

المراجع والمصادر

60	المراجع العربية
61	المراجع الأجنبية:
62	المراجع الكترونية:
63	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
56	خصائص الشخصيات في فيديوهات التعويذة.	1-4
57	القوى الفاعلة في فيديوهات التعويذة.	2-4
58	الإمكان التي ظهرت في فيديوهات التعويذة.	3-4
59	الأطر الإعلامية في فيديوهات التعويذة.	4-4
40	المدة الزمنية التي ظهرت بها الشخصيات، والقوى الفاعلة، المكان، والاظر الإعلامية، التي ظهرت في فيديوهات التعويذة.	5-4

الأطر الإعلامية والخطاب في إعلانات كأس العالم 2022 "تعويذة لعب" إنموذجا

إعداد: قيس عبد الهادي محارمه

إشراف: الأستاذ الدكتور أحمد علي عريقات

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الأطر الإعلامية ومضامين الخطاب الإعلامي في تعويذة مونديال كأس العالم قطر 2022 واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون في جانبه الكمي و الكيفي و تمثل مجتمع الدراسة في ثلاثة فيديوهات قامت دولة قطر في الترويج لهن قبل بدء كأس العالم واستخدمت أداة استمارة تحليل المضمون الكمي والكيفي للإجابة على أسئلة الدراسة وجاءت ابرز نتائج : الشخصية الحيوانية من فئة الشخصيات ظهرت 122 مرة خلال 430 ثانية، وان الشخصية الحيوانية الكرتونية من فئة القوى الفاعلة ظهرت 122 مرة خلال 430 ثانية، وان الفضاء الخارجي من فئة المكان ظهرت 14 مرة خلال 66 ثانية، وان إطار التواصل الثقافي من فئة الأطر ظهر 12 مرة خلال 222 ثانية، و ثم يليه إطار السحر والخيال الذي ظهر 11 خلال 166 ثانية. وجاءت ابرز النتائج في تحليل مضامين الخطاب الإعلامي أن مضمون الاندماج والتنوع كان أكثر تمثلا في النص من العينة الدراسة حيث تمثل في 4 نصوص، وان مضمون القيم ولمبادئ ومضمون التحدي والتفوق ومضمون التطلع الى المستقبل كانوا متساوين، حيث تمثلوا في النص من العينة الدراسة في 3 نصوص، وان مضمون الشخصية والهوية ومضمون الثقة ومضمون الاستراتيجيات اللغوية ومضمون الاعتراف والتكريم ومضمون القوة والتأثير ومضمون الحماس والمغامرة ومضمون الاستياء وعدم الرضا كانوا متساوين، حيث تمثلوا في النص من العينة 2 مرتان، وان مضمون التركيز على كأس العالم ومضمون العفوية والتميز ومضمون أسلوب الاقناع ومضمون التشويق وإثارة الفضول ومضمون السعادة والمتعة كانوا متساوين، حيث تمثلوا من النص في العينة مرة واحدة.

الكلمات المفتاحية: كأس العالم، التعويذة، المونديال، قطر، عام 2022، شخصيات الكرتونية.

Cr Mascot of the 2022 World Cup Qatar A study in framework and discourse

Prepared by :Qais Abdul Hadi Maharmeh

Supervised by: Prof. Dr. Ahmed Ali Erekat

Abstract

This study aimed to identify the media frameworks and the contents of the media discourse in the mantra of the World Cup Qatar 2022. The study used the content analysis approach in its quantitative and qualitative aspects. The study community was represented in three videos that a Qatar country promoted before the start of the World Cup and used the quantitative content analysis form tool and the qualitative way to answer the questions of the study. The most prominent results were: the animal character of the category of characters appeared 122 times within 430 seconds, and that the cartoon animal character of the category of active forces appeared 122 times within 430 seconds, and that the outer space of the category of place appeared 14 times within 66 seconds, and that The frame of cultural communication in the category of frames appeared 12 times within 222 seconds, followed by the frame of magic and imagination that appeared 11 times within 166 seconds. The most prominent results in the analysis of the contents of the media discourse came that the content of integration and diversity was more represented in the text than in the study sample, as it was represented in 4 texts, and that the content of values and principles, the content of challenge and excellence, and the content of looking forward to the future were equal, as they were represented in the text of the study sample in 3 texts And that the content of personality and identity, the content of trust, the content of linguistic strategies, the content of recognition and honor, the content of power and influence, the content of enthusiasm and adventure, and the content of resentment and dissatisfaction were equal, as they were represented in the text from the sample 2 times, and that the content of focus on the World Cup and the content of spontaneity and distinction and the content of persuasion and the content of suspense and excitement Curiosity and the content of happiness and enjoyment were equal, as they were represented from the text in the sample once.

Keywords: World Cup, mascot, Mundial, Qatar, 2022, cartoon characters.

الفصل الأول:

خلفية الدراسة وأهميتها

فيديو تعويذة كأس العالم قطر 2022

دراسة تحليلية في الأطر والخطاب

المقدمة

كأس العالم لكرة القدم يأتي كواحدة من أبرز البطولات الرياضية التي تعمل على جذب ملايين المشجعين حول العالم، حيث ان قطر تستضيف بطولة كأس العالم لكرة القدم في عام 2022 ، اي انها اعتمدت استراتيجيات إعلانية مبتكرة للترويج لهذا الحدث الرياضي بشكل ملفت و فعال، ان الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو استكشاف و تحليل الإعلانات الخاصة بكأس العالم قطر 2022 و دورها في عملية بناء التوقعات الاجتماعية والتواصل مع الجمهور تتميز إعلانات كأس العالم قطر بالتصميم العالي المبتكر الغير مكرر عن طريق استخدام التقنيات المتقدمة لجذب الانتباه وسرعة التفاعل مع الجمهور ، أيضا سيتم في هذا البحث العلمي دراسة محتوى الإعلانات و الرسائل التي تحملها، بالإضافة الى القدرة على تحليل التأثير الذي حصل عليه الجمهور و المشجعين و صورة قطر الشقيقة كدولة مستضيفة لهذا الحدث الرياضي العالمي، حيث انه من المهم ان يتم التوجه في العديد من الإعلانات المتعلقة بكأس العالم الى المجتمعات الغربية و الدول التي تشتهر بمتابعة الاحداث الرياضية لكرة القدم بشكل أوسع، أي ان هذه الأسس تعود الى عدة عوامل ، بما في ذلك شعبية كبيرة لكرة القدم في تلك الدول المجاورة و خبرتها الثقافية في الحدث الرياضي النشط، فضلا عن قدرتها على إمكانية الاستثمار في البطولة و الدعم القوي لها، يتم استخدام التعويذة لعيب في الفيديوهات الاعلانية لقدرتهم على استهداف المجتمعات الغربية من خلال فتح مجموعات متنوعة

من الطرق و الاستراتيجيات التسويقية، حيث انه يتم استخدام البيانات التحليلية المتاحة لفهم العديد من الاهتمامات و الرغبات الهامة لتلك المجتمعات بشكل افضل ، بناءا على المحتوى و العروض المناسبة لها، على سبيل المثال، انه قد يتم التركيز على اهم الشخصيات المشهورة في الدول الغربية، استخدام اللغة والرموز التي تتناسب مع ثقافة تلك المجتمعات، أي انه من المهم ان يتم الملاحظة على إضافة استهداف المجتمع الغربي بشكل ذكي، تتم أيضا بمجهود توجيهي للإعلانات الخاصة للجماهير المهتمين بكرة القدم في جميع انحاء العالم، بما في ذلك من مجتمعات نامية وناشئة تتسم بالاستمتاع بشعبية الرياضة المتزايدة لهذا الحدث، حيث ان تعويذات كأس العالم تعتبر من اهم أجزاء تاريخ هذا الحدث الرياضي البارز، حيث انها تمتلك قدرة جذابة تشعر الجماهير بالتشويق الحماس، أي انها ترتبط بالتقاليد والشعائر الخاصة بالبطولة، بحيث ان هذه التعويذات تعتمد على إضفاء جو من السحر والغموض والأسطورة لتلك البطولة، تنتوع في اشكالها وانواعها، مثل الشعار الرسمي لبطولة والشخصيات المميزة بالإضافة الى الأغاني الرسمية والطقوس المصاحبة، كذلك لتعزيز التعويذات التي تؤثر على كأس العالم بالانتماء والولاء للبطولة والمشجعين، حيث انها تمثل رمزا للأمل والتوقعات التنافسية والتفاؤل للجماهير في جميع انحاء العالم فالتعويذة بشكل عام تساهم في بناء التراث الرياضي والثقافي، كما انها تعكس الروح التنافسية الممتعة التي تعمل على الاثارة والجذب الجمهور للبطولة، بالإضافة الى ذلك، يتم الاسهام في تعويذات كأس العالم في التواصل الثقافي والتبادل العالمي، بحيث ان يتم تجمع العديد من الجماهير من مختلف الخلفيات والثقافات تحت راية الرياضة والشغف المشترك في هذا الحدث المهم.

مشكلة الدراسة

منذ اختيار قطر لاستضافة مونديال كأس العالم 2022، وهي تواجه العديد من التحديات ومن أبرزها بناء المدن الرياضية من البداية بمواصفات عالمية متممة، وارتفاع درجات الحرارة، ومدى قدرتها على تنفيذ البنية التحتية من الصفر خلال فترة زمنية محددة، ولعل أكبر تحدي تمثل في مواجهة الهجمات الإعلامية من العديد من الدول التي شككت بقدرة قطر على تقديم نسخة كأس العالم 2022، وقضايا العمال وحقوقهم، من حيث ساعات العمل الطويلة والعمل في ظروف بيئية صعبة من ارتفاع درجات الحرارة وأماكن سكن هؤلاء العمال، وبذلت دولة قطر جهوداً جبارة بالخروج بنموذج تحددت به كل هذه الصعوبات، وقامت بتنفيذ تعويذة خاصة بالمونديال، والتعويذة هي ظاهرة معتمدة عبارة عن تعبير يُستخدم لوصف الظروف الملائمة التي يتمتع بها فريق مضيف بطولة كأس العالم لكرة القدم، وقدمت هذه التعويذة من خلال فيديوهات تم بثها قبل وأثناء المونديال، وحملت تلك الفيديوهات العديد من الرموز والدلالات من خلال وضعها في أطر إعلامية وخطاب اعلامي تمثل في حواريات بين التعويذة والأخر، ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة في التعرف الى الأطر الإعلامية ومضامين الخطاب في تعويذة مونديال قطر 2022.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية: مثلت التمايم " التعويذات " في فعاليات كأس العالم من قبل الدول المضيفة؛ رسائل إعلامية تقدمها تلك الدولة لإبراز ما لديها من موروث ثقافي واجتماعي، وان كانت الدراسات العلمية التي تناولت تلك التمايم شبه معدومة.

الأهمية التطبيقية: تسعى هذه الدراسة الى تبيان الأطر الإعلامية ومضامين الخطاب الإعلامي لتعويذة كأس العالم 2022 قطر، والتي قدمتها دولة قطر ضمن فيديوهات ثلاث، كما يمكن

لهذه الدراسة أن تقدم نتائج تساعد في صناعة محتوى إعلامي يتم من خلاله مخاطبة الجمهور المستهدف بالاستناد الى الموروثات الثقافية والحضارية لهذا الجمهور، كي تحقق الرسالة الإعلامية هدفها.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى معرفة ما هيه الأطر الإعلامية ومضامين الخطاب في تعويذة مونديال قطر 2022؟، والذي يتفرع عنه الأهداف التالية:

الهدف الفرعي الأول يتناول كيف قيل من خلال الأسئلة لآتية:

(1-1): معرفة خصائص الشخصيات التي ظهرت في فيديوهات التعويذة (بشرية، حيوانية)

(1-2): معرفة القوى الفاعلة في الفيديوهات (شخصيات بشرية اسطورية، شخصيات بشرية

عالمية، شخوص حيوانية كرتونية، شخوص افتراضية)

(1-3): معرفة الأطر الإعلامية في تعويذة مونديال قطر (إطار الخيال والسحر، إطار الطموح

وتحقيق الذات، إطار الحلم والتخيل، إطار القيم والتعلم، إطار التواصل والثقافة، إطار

الابتكار والتفرد، إطار التحفيز والالهام، إطار الخيال العلمي)

(1-4): معرفة الفترات الزمنية التي ظهرت بها (الشخصيات، القوة الفاعلة، الأطر)

الهدف الفرعي الثاني: يهدف الى معرفة ماذا قيل من خلال الأهداف الأتية:

(2-1): معرفة مضامين الخطاب في تعويذة قطر 2022

اسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة على السؤال الرئيس الآتي: ما هيه الأطر والخطاب في تعويذة

مونديال قطر 2022؟، والذي يتفرع عنه الأسئلة التالية:

السؤال الفرعي الأول يتناول كيف قيل من خلال الأسئلة لآتية:

(1-1): ما هي خصائص الشخصيات التي ظهرت في فيديوهات التعويذة (بشرية، حيوانية)

(1-2): ماهي القوى الفاعلة في الفيديوهات (شخصيات بشرية اسطورية، شخصيات بشرية

عالمية، شخوص حيوانية كرتونية، شخوص افتراضية)

(1-3): ما هي الأماكن في الفيديوهات (مدينة حقيقة، مدينة كرتونية، الغابة، المتحف، الفضاء،

الصحراء، ملعب كرة قدم، شاطئ البحر)

(1-4): ما هي الأطر الإعلامية في تعويذة مونديال قطر (إطار الخيال والسحر، إطار الطموح

وتحقيق الذات، إطار الحلم والتخيل، إطار القيم والتعلم، إطار التواصل والثقافة، إطار

الابتكار والتفرد، إطار التحفيز والالهام، إطار الخيال العلمي)

(1-5): ما هي الفترات الزمنية التي ظهرت بها (الشخصيات، القوة الفاعلة، الأطر، المكان)

السؤال الفرعي الثاني: يجيب هذا السؤال الفرعي عن ماذا قيل من خلال السؤال الآتية:

(2-1): ما هي مضامين الخطاب في تعويذة قطر 2022

حدود الدراسة

الحدود الزمانية: تم نشر التعويذة الخاصة بكأس العالم 2022 من 2022/4/1 ولغاية

2022/11/1

الحدود المكانية: توضع للدلالة على المكان الذي تم به الحدث، وهنا يتمثل في دولة قطر

جغرافيا، وبقية الدول التي تم نشر الفيديوهات بها، وهي اوروبا والامريكيتين، وذلك لن لغة

الفيديو هي اللغة الانجليزية

الحدود التطبيقية: تطبق هذه الدراسة على فيديوهات تعويذة كأس العام 2022 " قطر"، وهي

مكونة من ثلاثة فيديوهات.

محددات الدراسة

تتمثل محددات الدراسة فيما يحد من تعميم نتائجها على مجتمع الدراسة من عوامل، ولتحقيق

صدق وثبات الأداة (كشاف التحليل) يمكن تعميم نتائج الدراسة على مجتمعها نفسه، وكون عينة

الدراسة تمثلت في المجتمع ككل.

مصطلحات الدراسة

ويمكن تعريف مصطلح "التعويذة" على أنه كلمة تجلب الحظ، يمكن أن يكون شخصًا، أو حيوانًا، أو كائنًا، أو شخص يرتدي زي حيوان، ويمثل فريقًا أو منظمة ويعتقد أنه يجلب لهم الحظ السعيد، كما يمكن أيضًا استخدام التعويذة لشخصيات خيالية وتمثيلية، وهذا مثل شخصية (لعيب) الشاب المرح الحيوي الجالب للسعادة، الواصل في نفسه، الشغوف بحب كرة القدم، وحب الجماهير له، لهذا تستخدم هذه الرموز /أيضًا كرموز أو علامات يتم من خلالها توصيل المعلومات إلى الفرق المشاركة بالإضافة إلى دعم المعجبين والجمهور. وبالتالي، فإن اللغة المستخدمة والتقنيات التكنولوجية المستخدمة في تصميمها وترويجها والتسويق لها تلعب دورًا مهمًا للغاية.

ويمكن تعريف مصطلح "المونديال" هو مصطلح يستخدم في اللغة العربية والفرنسية للإشارة إلى كأس العالم لكرة القدم. ويعد المونديال هو أكبر حدث كروي في العالم، ويتم تنظيمه من قبل الاتحاد الدولي لكرة القدم FIFA كل أربع سنوات. يشارك في المونديال منتخبات كرة القدم من جميع أنحاء العالم، وتقام المباريات في ملعب مخصص لذلك في الدولة المضيفة التي تتم اختيارها بعد عملية تصويت دولي تنظمها الفيفا. وتتميز فعاليات المونديال بجماهيرية عالية ومتابعة واسعة من عشاق كرة القدم في جميع أنحاء العالم.

ويمكن تعريف مصطلح "العالم الموازي" بأنه مجموعة افتراضية من الأكوان غير القابلة للكشف أو الظهور والتي تشبه كوننا الذي نعيش فيه ولكنها تفرعت منه بطريقة أو بأخرى، أما في علم الكونيات هو كون افتراضي يتعايش ويتجانس مع كوننا الذي نعرفه ولكنه قد يعمل من خلال قوانين فيزيائية مختلفة اختلافًا جذريًا عن عالمنا كما يُطلق عليه أيضًا بالكون البديل، أما في الخيال العلمي فهو كون أو عالم منفصل يتعايش مع كوننا ولكنه مختلف تمامًا عنه في ذات الوقت.

ويمكن تعريف مصطلح الهوية البصرية: الهوية البصرية هي مصطلح شامل يشمل كل عنصر مرئي للعلامة التجارية من لوحة الألوان وطباعتها إلى تخطيط الموقع الإلكتروني الخاص بك. فتشير الهوية البصرية إلى جميع الصور، الرسومات، والمكونات المرئية لصورة العلامة التجارية، وبالتالي هي أي شيء يمكن لعملائك رؤيته وربطه بعملك كجزء من هويتك البصرية. فالهوية البصرية تعتبر مزيج من العناصر الرسومية والمرئية التي عند وضعها معًا، تخلق قصة لعلامة تجارية متماسكة لا تُنسى.

ويمكن تعريف مصطلح الهوية التراثية: هي القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات والقسمات العامة، التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعًا تتميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى.

الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة

الأدب النظري

تعتمد هذه الدراسة في اطارها النظري على نظرية الأطر الاعلامية، التي وضحت بانها الانتقاء المقصود لجزء ابعاد الحدث ل (روبرت إنتمان) ، أي ان الظاهرة التي جعلتها اكثر بوزا في النص الإعلامي بطريقة تنظم الظاهرة ، أي انها تحدها و تضي عليها قدرا من الاتساق ، بالإضافة الى ان التأطير يقوم على تحسين و تطوير مفهوم التفاعل الرمزي و البناء الاجتماعي ، الذي يتم عن طريق اكتشاف قدرة الأفراد على بناء مخزون من الخبرات الجيدة التي من خلالها تؤدي الى تحريك المدركات الخاصة بهم ، و ذلك من خلال ان يقوم الافراد باستخدام خبراتهم الشخصية بشكل جيد عبر اختيار الأطر الإعلامية التي تعطي ومعنى للمضمون.(Entman,1993)

أي ان الرسائل الإعلامية تقوم على الرسائل الإعلامية التي تتم من خلالها تقديم المتلقي على انه ليس من السهل تحليل مضمون الرسالة الإعلامية لاي مؤسسة إعلامية ، فان الامر بحاجة الى المتابعة المستمرة ، لذلك ان وضع المؤسسة للأحداث و الظواهر في اطار عن طريق اختيار المعلومات المتعلقة بالحدث و اغفال الجوانب المتعلقة بالجوانب الأخرى بطريقة معينة التي من خلالها سيتم إضافة المعنى المغزى المؤثر بدوره على الأفكار التي يتلقاها المتلقي عن الحدث او الظاهرة، و ذلك يؤثر على كيفية ادراك المتلقي و تقييمه لسلوكه وفق ما تحتاجه المؤسسة المرادة، أي ان الفكرة النظرية تتمثل حول الأطر الاعلامية في التركيز على كيفية القيام القائم بالاتصال و ابراز الجوانب المحددة التي من خلالها يتم التعرف على الإهمال في الجوانب الأخرى بالإضافة الى الظواهر التي يقوم بنشرها و تتم تغطيتها. (1993,Entman)، ان التأطير يهدف الى المحافظة

على مجموعة من السمات الأساسية التي تتمثل في، تحديد الهوية، وتحديد الهدف، وإبراز المعنى المقصود. (Levin, 2001).

نظرية الأطر تتم عن طريق اختيار جزء من الجوانب الظاهرة بشكل مقصود و تفترض لجعلها من افضل النظريات بروزا و وضوح داخل النص الإعلامي ، بحيث يتم استخدام طريقة محددة يتم من خلالها وصف الظاهرة و تحديد أسبابها من خلالها يتم اقتراح الحلول لها ، حينها لا يتم اختيار الاطار بمجرد الصدفة بل بقصد هدف معين لدى الإعلاميين و بناءا على ذلك فان التأطير له دور كبير في التأثير على الرأي العام و السياسة العامة (Entman, 2007)، و في معرفة كيفية ان يتم وضع الموضوع و الظاهرة في اطار معين يوجي للمتلقي بكيفية التعامل مع تلك الظاهرة، الذي يتم من خلال انتقاء الأطر الإعلامية من ثم تعطى الأطر ذات مضمون و اهمال من جانب اخر منها (Scheifele, 1999)، ان الوضع الحالي للأحداث و الظواهر يأتي في اطار معين من خلاله يتم التنظيم و الاختيار جانب كبير من المعلومات الخاصة بالإبراز التام للجوانب و اغفال جوانب أخرى ، حيث انه الجزء الاهم من السياسة التحريرية لأي مؤسسة إعلامية ، تتفق مه هذا الاطار و التوجهات التحريرية للمؤسسة. (مكاوي والسيد، 1998)

تتمثل الأطر الإعلامية في الاتي: الإطار المحدد بقضية، والإطار العام، والإطار الاستراتيجي، وإطار الاهتمامات الإنسانية، وإطار النتائج الاقتصادية، وإطار الصراع، وإطار المسؤولية، وإطار المبادئ الأخلاقية. (Angelo, 2002)، أي انه يتم في هذه الدراسة الاخذ بإطار التسامح وإطار الصراع وإطار الثقافة وإطار الدين وإطار الخرافة وإطار الخيال العلمي.

تتلخص النهاية في ان تحديد الأطر جاء في تعريف Gitlin بانها أنماط مستمرة من الادراك والتفسير والعرض والانتقاء والاختيار والتأكيد والحذف، أي انه من خلال هذه الإجراءات يقوم القائم بالاتصال وبطريقة روتينية يتم وضع رسالته الإعلامية المرئية والمنطوقة لفظا (Giltin,1983)

تعريف الأطر الإعلامية

استنادا الى معاجم اللغة العربية، فإن الإطار لغويا يشق من جذر أطر، يَطر، أطرًا، وأطر الشيء: جعل له إطار. وأطر العود أو غيره: عطفه، حناه (معجم المعاني الجامع، 2021).

ويعرف اصطلاحا بأنه "الحديث عن موضوع او قضية ما، من خلال طرق وأساليب تحدد او تبرز مجالا معينًا او أفكار بعينها في هذا الموضوع، وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات أخرى (احمد، 2009).

وبحسب (مكاوي والسيد، 1998) "فالإطار الإعلامي لقضية ما يعني، انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها".

وعرف أحمد زكريا الإطار بأنه "عبارة عن عملية تفاعلية بين أطراف ومكونات عملية الاتصال الجماهيري يحكمها سياق معين، تبدأ بانتقاء القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية لبعض جوانب الواقع والتركيز عليها بروزها في نصوصها المختلفة، باستخدام اليات وأدوات أخرى، في ضوء معايير ومتغيرات مهنية وايدولوجية، للتأثر في استجابات الجمهور تجاه محتوى هذه النصوص، إما بتبنيه لهذه الجوانب بدرجات ومستويات مختلفة او العمل على إعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل خاصة بأفراده" (عويس، 2008).

من خلال ما سبق يمكن استخلاص تعريف إجرائي للإطار الإعلامي بأنه، الإطار الإعلامي هو الطريقة التي يتم بها تقديم الأحداث والقضايا وتنظيمها في وسائل الإعلام. يعمل الإطار الإعلامي على تحديد وتشكيل المعنى والتفسير للقضايا، ويؤثر في تصور الجمهور واستجابته للأخبار. يتأثر الإطار الإعلامي بالعوامل المختلفة مثل القيم والمعتقدات للصحفيين والمحررين والضغط السياسية والاقتصادية والثقافية. يتغير الإطار الإعلامي حسب السياق والهدف المطلوب منه، ويمكن أن يكون له تأثير كبير على فهم الجمهور للقضايا وتفاعله معها.

سمات الأطر الإعلامية

نسبة ل (cappella & Jamieson) اقترح بان المعايير اللازمة التي يجب ان تتسم بها الأطر الإعلامية (عويس، 2008، ص90-91):

- من المهم ان يكون لدى الأطر الإعلامية تصورا للخصائص اللغوية بشكل مميز.
- يجب على من يتم أمور الأطر الإعلامية ان يكون لديه صلاحية التمثيل الخاص بالحدث او القضية، أي ان يكون معترف به من قبل الاخرين وليس عبارة عن تلفيق حدثي من قبل الصحفيين.

- يجب ان يتم الملاحظة في الإطار الإعلامي في الممارسة الإعلامية.
- من الضروري ان يتوفر احتمال لتمييز الإطار بشكل موثوق به عن الإطارات الأخرى.

أنواع الأطر الإعلامية

هناك العديد من الاختلافات التي صنف بها الأطر الإعلامية والتي من خلالها تسببت ب اختلاف التوجهات الفكرية والسياسات التحريرية لوسائل الاعلام المختلفة والجمهور والمجتمع وغيرها من العوامل المؤثرة خارجيا، الا ان هناك أبرز التصنيفات للأطر الإعلامية الا وهي:

(مكاوي، السيد، 2009، ص193)، (الدليمي، 2016، ص205-206)، (Iyengar & Simon، 1993، 365-376).

- الإطار العام: هو الذي من خلاله تتم مشاهدة الأحداث في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة للواقع وان يتم ربطها بالمعايير الثقافية والسياسية، حيث انه يتميز بأهميته الكبيرة في فهم المشكلات وتقديم الحلول والاقناع على المستوى البعيد.
- الإطار المحدد: الا وهو الذي يعتبر من الإطارات الحديثة في بحوث الاعلام الإطار المحدد: حيث انه يعد من اهم تصنيفات الأطر الإعلامية، نسبة لكل من (Iyengar & Simon) الى ان الأطر التي تم تحديدها تتركز في عرض القضايا المثارة على النماذج الملموسة التي يتم من خلالها شرح القضايا بالإضافة الى طرح النماذج والوقائع المحددة من حيث ان تتم في مركز القضايا الشخصية.
- إطار الصراع: يتم من خلاله عرض الحدث في إطار تنافسي يحمل الطابع الخاص ب الصراع الحاد حيث انه قد يتم تجاهل الرسائل الإعلامية عناصر مهمة تبنى في سبيل ابراز الصراع، حيث انه يتم ترصد المصالح الذاتية قبل ان ترصد الأهداف، وتقاس الرسالة غالبا بمقياس الخاسر والرابح، والمنتصر والمهزوم.
- إطار الاهتمامات الإنسانية: من خلال الرؤية في الاحداث المنطلقة التي تعطي تأثيراتها على الإنسانية والعاطفية العامة التي تصاغ من الرسائل من بعد ذلك تتم بقوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية.

أهمية نظرية الإطار الإعلامي

التي تتمثل في أهمية تطوير النظرية في الإطار الإعلامي فيما يلي (مزرع، 2013، ص5):

- أهمية الأطر الإعلامية التي تعمل كبناء ذهني متكامل يسهم في ادراك الاحداث التي تتمركز في الصراعات الدولية حيث انها تعد من الأساليب الملائمة لاختبار مكانة وسائل الاعلام في السياق الدولي، بالإضافة الى انها تضيف الأطر الإعلامية المعنى على الاحداث و القضايا، فان الوسائل الإعلامية التي لا تقتصر على دورها في مجرد تقديم المحتوى، بالإضافة الى انها تقوم ببناء معنى لهذا المحتوى الاخباري، فتقوم من خلالها الأطر الإعلامية بلفت انتباه وسائل الاعلام بان يتم حصرها لتغطية حدث معين او جانب معين دون اخر وفق ما يتناسب مع سياسات القائم بالاتصال التي تتم بأفكار و المعتقدات الخاصة بالأطر الإعلامية.
- تجتمع وتتمركز أهمية الأطر في قدرتها على التأثير في كيفية تفسير الجمهور للقضايا والاحداث المختلفة من حوله التي تتم من خلال تسليط الضوء على القضايا المحددة دون الأخرى.
- يتم ممارسة الأطر الإعلامية ذات الدور المؤثر في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهومك الإطار الأساسي هو فهم لدور وسائل الاعلام في عملية تشكيل الجدل حول الموضوعات والقضايا المختلفة.
- تظهر جوهرية الأطر الإعلامية في مدى قدرتها على البناء او الهدم في المعالم الخاصة باي نص اعلامي، ذلك عن طريق مفردات ومصطلحات متناقضة.

مستويات التأطير للصورة

تقتصر مستويات التأطير على أربعة صور يمكن تطبيقها على أي نوع من الوسائل الإعلامية المرئية، سواء أكانت اطر الاعلام (Media frames) أو أطر الجمهور (Audience frames) (Rodriguez & Dimitrova, 2011, p. 31).

المستوى الأول: يتم عمل اختبارات خاصة بالصور كمثيرات تعمل على تنشيط الخلايا العصبية في العين من خلالها يتم تحديد الأطر بواسطة تحليل المواضيع والعناصر المميزة المعروضة في الصورة، حيث ان الأطر الإعلامية تنتج في هذا المستوى من خلال القيام بعملية تنظيم او تجميع المثيرات البصرية التي تتم عن طريق استخدام مبادئ التنظيم مثل التماثل، القرب، الشكل، الاغلاق، الادراك في الكليات والتوازن، الأرضية (Rodriguez & Dimitrova, 2011).

اما بالنسبة للمستوى الثاني: حيث انه يعتبر من المرئيات التي تمثل نظاما سيميائيا أسلوبيا. يأخذ هذا المستوى بعين الاعتبار في القواعد الاسلوبية والتحويلات الفنية المشتركة في التمثيل، حيث انه يشير الى ان الأساليب والقواعد التصويرية التي تكتسب معانٍ اجتماعية، كاستخدام اللقطات القريبة التي توجي بالعلاقات واللقطات المتوسطة وأيضا بالعلاقات الشخصية، بما في ذلك لقطات كاملة توجي الى العلاقات الاجتماعية والصور الطويلة التي تشير الى السياق والنطاق والبعد العام. (Rodriguez & Dimitrova, 2011).

بينما المستوى الثالث: يعبر عن الصور والمرئيات الضمنية التي من خلالها يتم تحليل الصور الإخبارية كعلامات وعلاقتها بالوجود، بالإضافة الى انه يتم تحديد الأطر في هذا المستوى

من خلال تحليل الوجود او العدم مع وجود رموز تحليليه في الصورة، تقسم الرموز الى

نوعين: الرموز التصويرية والرموز المجردة. (Rodriguez & Dimitrova, 2011)

نهاية في المستوى الرابع: تعتبر الصور في هذا المستوى تمثيلات ايولوجية مرئية، يتم من

خلالها تحليل الأطر في هذا المستوى للإجابة عن الأسئلة المتعلقة في الأيدولوجية، كمثل

المصالح التي تخدمها هذه التمثيلات والأفكار التي تتهمين عليها المؤشرات العامة ومؤشرات

العواطف والثقافة والنفسية والطرق المختلفة لشكل هذه العلاقات. التي من خلالها تساهم من

خلالها الصور الإخبارية كأدوات للقوة في تشكيل الوعي العام. (Rodriguez & Dimitrova, 2011)

Dimitrova

يمكن الاستناد الى ان هذه المستويات على انها خاصة لفهم أهمية التأطير والصور وتحليلها

وفهمها من الجوانب المختلفة والأطر المعنوية التي تحملها (Rodriguez & Dimitrova, 2011).

تأطير الصورة في الفيديو

الصورة هي المكون الأساسي في الفيديو، وهي بالتالي جزء فعال في التأطير الاعلامي، و من

هنا يتم التأكد من انه لا يمكن تناول التأطير الإعلامي دون معرفة أهمية تأطير الصورة في هذه

العملية، بحيث ان هنالك العديد من الاهميات الخاصة بالصورة في اطار التأطير الإعلامي من

الآتي:

- ان الصورة تؤدي وظيفة التأطير كما النص، بالتالي تتم في صناعة الصور التي من خلالها

تمارس البلاغة والاستعارات النصية من خلال تحديد احجام وأنواع اللقطات الخاصة بزوايا

التصوير التي توضع بها الصور (Entman, 1992).

- تتضمن الصورة عددا معينا من الرموز التعبيرية المكثفة التي تشير الى ان الإطار الأساسي للقضية، يتم تقديمه على انه له تفاصيل مرتبطة بالقضية التي من خلالها تساعد الجمهور على فهم العالم المحيط به، بحيث انها تمثل الصورة قناة توازي قناة الخطاب لمعرفة الظواهر الاجتماعية، التي من خلالها يتم عملية تسهيل على الجمهور بناءا على الأسس التقييمية لهذه الظواهر (Rodriguez,2011).
- ان الصورة هي الأداة تآطير قوية لأنها تعتبر أقل تدخلا في السرد اللغوي، لذلك هي من تحمل الكمية الكبيرة من الرموز التي تقدم معنى ظاهري وواضح للأفراد، حيث انه يتم تمكينهم من معالجة المحتوى معالجة سطحية وغير معمقة بالتالي يقلل عليهم الجهد الذهني (Hertog,2001).
- ان الصور بشكل عام تقدم أطر اقوى من أطر النص لأنها لا تتطلب جهدا ذهنيا كبيرا للفهم، التي من خلالها تصبح قادرة على حجب بعض القضايا من خلال اختيار الكادر، والجمهور الغير قادر على فهم تحديد أطر الصورة كما انه يتم القيام ب تحديد الأطر الخاصة بالنص من خلال المفردات اللغوية، أي ان فنون الصياغة اللغوية يتم تحديدها (Greenwood,2015).
- في النهاية نجد انه كون المرئيات هو الأقرب الى الواقع الذي من خلاله تتم الصورة في صراعات مع النص، وان الأطر المصورة لديها إشارات عاطفية فورية، وتمتاز بجاذبيتها الأقوى من النص لدى الأفراد، حيث انها تقدم الانطباع الأول للحدث بمجرد مشاهدتها (Rodgersa,2011)

تحليل الخطاب

هناك العديد من الاختلافات العميقة بين الخطاب والنص على انهما ينشأان من الدراسات اللغوية التقليدية ان الخطاب والنص يركزان على بناء وحدات اللغة الكبرى، وتطورا في نفس الوقت تقريبا. بينما هناك بعض الأشخاص قد يعتبرونهما متطابقين، بينما هنالك العديد من الفروقات الكبيرة على صعيد المستوى المفاهيمي والمناهج والوظائف، يركز الخطاب على اللغة وعلاقتها بالمجتمع (Tankard, 1994)، كما انه يجتمع بين المتحرك والمتغير ويتشكل من خلاله مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية، أي ان الخطاب هو الطريقة المحددة للتحدث عن الواقع وفهمه، الذي من خلاله يشمل أيضا انتاج النصوص وانتشارها بالإضافة الى استقبالتها، مما يؤدي ذلك الى انشاء او فهم الواقع الاجتماعي، بينما يشير الخطاب، الى ما يقوله "فيركلاو"، الى ان استخدام اللغة والكتابة، بالإضافة الى أنواع أخرى من النشاط العلامات مثل: الصور المرئية والرسوم البيانية والأفلام، وكذلك الاتصال غير الشفوي مثل حركات الرأس والأيدي.

من الممكن اعتبار الخطاب كأحد أشكال الممارسات الاجتماعية، بينما طريقة استخدام "فيركلاو" للخطاب كانت بمعنى أيق ليشير الى " اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة" (1995، فيركلاو)، أي ان الخطاب يشكل جزءا لا يتجزأ من تكوين العالم الاجتماعي، بما في ذلك هوياتنا التي تتم ببساطة ومن خلالها، يمكن اعتبار الخطاب واقعا الاجتماعي وادراكنا لهوياتنا، حيث ان تحليل الخطاب يمثل منهجا لفهم وتفسير التواصل البشري وأنماط اللغة المستخدمة في سياقاتها الاجتماعية، ان الخطاب من اهم المواضيع التي يتم اعتبارها من المواضيع المهمة في الدراسات اللغوية والاجتماعية التي من خلالها يتم المساهمة في الفهم المضمون للعلاقة بين اللغة والهوية الاجتماعية والسلطة.

ان الواقع الاجتماعي يفتر الى الوجود الفعلي بدون الخطاب، فان عملية فهم الخطاب يمثل عنصرا حاسما لفهم واقعنا وتجاربنا الاجتماعية، وبالتالي، يتم اظهار أهمية تحليل الخطاب البالغة في القدرة على الوصول الى فهم أعمق للواقع الاجتماعي، وذلك يتم عن طريق منهجية تحليل الخطاب، يمكننا تفسير العلاقة بين اللغة والسلطة والهوية الاجتماعية، لكي يتم تمكين العديد من المفاهيم المقصودة بالخطاب بشكل دقيق، يجب أن ندرك ان وجود مجموعه متنوعة من الخطابات المتضاربة والغير متكاملة والغامضة، أي ان من خلال الصراعات و النضالات، تتشكل هذه الخطابات التي تؤثر في بناء الواقع الاجتماعي و تشكيل هوياتنا، (Nelson, Hardy, 2022) ولذلك لابد من القيام بتحليل الدقيق للخطاب الذي من خلاله تتم المساهمة بشكل كبير في فهم و تشكيل المعتقدات والرؤى والقيم في المجتمع، أي انه يتم تسليط الضوء على القوى السياسية و الاجتماعية التي تؤثر في انتاج وانتشار الخطابات، من خلال هذا النوع من التحليل، الذي يتم فيه اكتساب فهما اعمق للسياقات الاجتماعية الثقافية التي ينشأ فيها الخطاب و يتم تأثيره على التفاعلات و التواصل بين الأفراد و المجموعات في المجتمع، حيث ان المنهجية في تحليل الخطاب ليست مجرد طريقة عملية للدراسة، بل تشكل منهجا يتبنى من خلاله النظرة التفسيرية للغة وتعتبر أسلوبا تفسيريا للتحليل بالمعنى الأدق، فان تحليل الخطاب لا يقتصر على مجرد التقنيات الخاصة بإجراء تحليلات نصوص نوعية، بل ينطوي أيضا على مجموعة من الافتراضات حول الآثار التفسيرية المنشودة للخطاب.

بشكل عام، فان تحليل الخطاب لا يتعلق ابدا بأسلوب فقط، بل يشكل منظورا يتعلق بطبيعة اللغة وعلاقتها بالعلوم الاجتماعية والواقع الاجتماعي، وبشكل أكثر تحديدا، من الممكن اعتباره بانه مجموعة مترابطة من المناهج المستخدمة لدراسة الخطاب، ان هذه التحاليل الخطابية تشمل هذه

المناهج الممارسات المتعلقة بجمع البيانات وتحليلها، بالإضافة الى تضمينها المجموعات الافتراضية للنظرية وراءها.

بطولة كأس العالم لكرة القدم

تعد كأس العالم لكرة القدم الرياضة الأكثر شهرة وجمهورية حول العالم، وتلعب التصميمات البصرية لفعاليات كأس العالم دورًا هامًا في جذب انتباه الجماهير فهذه التصميمات تمثل الهوية البصرية للبطولة وتتضمن الشعار المرئي والشعار اللفظي وتعويدات البطولة، بالإضافة إلى الملصقات المختلفة المصممة خصيصًا للبطولة، تعتبر هذه التصميمات أدوات بصرية مهمة تستخدم في التغطية الإعلامية للبطولة فهي تحمل رموزًا وصورًا تعبر عن الدول المضيفة وتحمل معاني ودلالات متعددة، يمكن تعريف البلاغة البصرية على أنها استخدام الصور للتعبير عن المعاني وبناء الدلائل، سواء كانت تلك الصور منفردة أو مدمجة مع عناصر أخرى، بصفة عامة، فإن تصميمات كأس العالم تلعب دورًا حيويًا في تعزيز الهوية والتواصل البصري للبطولة وتعمل على إثارة الحماس والتشويق لدى المشجعين حول العالم.

تاريخ بطولة كأس العالم

تاريخ كأس العالم يعود إلى فكرة تنظيم بطولة عالمية لكرة القدم تجمع دول العالم للتنافس فيها تولى جول ريميه، رئيس الاتحاد الفرنسي لكرة القدم والفيفا في ذلك الوقت، دورًا رئيسيًا في إطلاق البطولة أقيمت البطولة الأولى لكأس العالم في مونتيديو، أوروغواي، في عام 1930 بمشاركة 13 فريقًا، كان يُعرف البطولة آنذاك باسم "كأس النصر"، ولكن في عام 1938 تم تغيير الاسم ليصبح "كأس جول ريميه" تكريمًا للرئيس الفرنسي، تم تصميم كأس العالم بشكل يشبه إله النصر اليوناني "نايك"، يحمل قدرًا ذهبيًا رمزًا للانتصار، وهو مصنوع من الذهب الخالص ويستند على قاعدة من

الرخام الأبيض، في عام 1974، تم تصميم النسخة الحالية للكأس، والتي تصنع من الذهب الخالص وتكون أخف وزناً من الداخل يتم نقش اسم البلد الفائز بالبطولة على قاعدة من المرمر باللغتين الإنجليزية ولغة البلد الفائز، تستمر بطولة كأس العالم في تنظيمها كل أربع سنوات، باستثناء البطولتين في عامي 1942 و1946 التي تم إلغاؤهما بسبب الحرب العالمية الثانية.

نشأة التعويضات:

"تعويذة كأس العالم هي رمز يمثل البطولة وترمز إلى الروح والهوية الخاصة بالبطولة، تكون التعويذة عادةً شخصية كرتونية أو رمزية ترتدي قميصاً لفريق البطولة أو تحمل الكأس نفسها، تعتبر التعويضات شعاراً ترويجياً مهماً للبطولة وتستخدم في العديد من الأغراض مثل الملصقات والإعلانات والمنتجات التذكارية، تهدف التعويضات إلى إثارة الحماس والانتماء للبطولة وتعزيز الروح الرياضية بين المشجعين حيث تم اصدار اول تعويذة في كأس العالم إنجلترا 1966".

التعويضات السابقة لبطولة كأس العالم:

اعتمد الاتحاد الدولي لكرة القدم 15 تميمة رسمية، باعتبارها رمزا يشير إلى التقاليد والعادات الخاصة بالدولة المستضيفة للمونديال، منها: تعويذة كأس العالم إنجلترا 1966 "الأسد ويلي" حيث كانت التعويذة الأولى لبطولة كأس العالم وهي عبارة عن أسد يرتدي قميص بريطانيا، كتب عليه عبارة كأس العالم، ، وقد تحول "ويلي" وقتها إلى أب روعي في هذا المجال، بعد إنجلترا 1966، ظهرت تعويذة "خوانيتو" في مونديال المكسيك 1970، وهو فتى صغير يتسم بالجمال والوسامة، يرتدي قميصاً أخضر اللون يرمز إلى منتخب المكسيك، و"السومبيرو" القبعة المكسيكية الشهيرة، إذ وضع منظمو البطولة عليها اسم المكسيك 70، وفي ألمانيا 1974، ظهرت تعويذة "تيب وتاب"، وهما شابان يافعان الأول طويل وأشقر والثاني قصير وصاحب بشرة داكنة، في إشارة إلى التمزق

الذي كانت تعيشه ألمانيا، وانقسامها بين ألمانيا غربية وألمانيا شرقية في ذلك الوقت، وفي الأرجنتين 1978، ظهرت تعويذة "غاوتشيتو"، وهو فتى يمثل التقاليد والعادات الريفية في الأرجنتين، بارتدائه قبعة ومنديلا وامتلاكه مضربا وسوطا، أما إسبانيا 1982 فكتشفت عن تعويذة "تارانختو" وهي مجسم لفاكهة البرتقال موضحة بقميص المنتخب الإسباني وتحمل كرة قدم وهي ثمرة نموذجية في إسبانيا الصالحة للأكل وهي برتقال إسباني، وعادت المكسيك لتقدم تعويذة "بيكيه" عام 1986، جاءت في الاستضافة الثانية من المكسيك لكأس العالم، وهذه المرة تم وضع القبعة على ثمرة فلفل حار عملاقة، والتي يشتهر بها المطبخ المكسيكي، والمميز في وجه "بيكيه"، كان الشارب المكسيكي الطويل، وبهذه الطريقة حافظت المكسيك على استخدام الفواكه والخضروات. وجاءت بعدها تعويذة "تشاو" في إيطاليا 1990، تشاو هي كلمة إيطالية تستخدم لإلقاء التحية بين الناس وهي التعويذة الأولى والوحيدة حتى الآن التي حملت وجه الكرة وتم تجسيد تعويذة تشاو من خلال جسد مكون من مجموعة من العصي التي تحمل ألوان العلم الإيطالي "الأحمر والأبيض والأخضر" فيما تم وضع الكرة مكان الرأس. وتعويذة الكلب "سترايكر" بالولايات المتحدة الأمريكية 1994، كانت مختلفة عن سابقتها في جميع الاتجاهات، حيث أنه وقع الاختيار على الكلب "سترايكر" بتصويت من الجمهور الأمريكي لاختيار التصميم الأجمل، ويرتدي "سترايكر" الألوان الثلاثة للعلم الأمريكي "أحمر وأبيض وأزرق"، بينما ظهر الشعار الرسمي للبطولة على قميصه. أما تعويذة "فوتيكس" لفرنسا 1998، فقد عادت دولة فرنسا المنظمة لهذه النسخة من البطولة لاستخدام الحيوانات كتعويذة حيث كانت تعويذة هذه النسخة من المونديال على شكل الديك الذي يعبر عن إحدى الرموز الوطنية لفرنسا، لون جسمه أزرق مثل لون المنتخب الوطني الفرنسي، ومكتوب عليه بالأبيض فرنسا 98 واسمه مشتق من كرة القدم والقصة الشعبية أستريكس، فكان جسم الديك يحمل اللون الأزرق ورأسه اللون الأحمر بينما كان منقاره أصفر اللون. في مونديال 2002 باليابان وكوريا الجنوبية، إذ حملت التعويذة اسم "كاز نيك

وأتو"، أو "أتو وكاز ونيك" تعويذة ثلاثية لأول مرة في تاريخ المونديال، تعويذة ثلاثية بتصميم مستقبلي وعصري مناسب لأول مونديال يتم إقامته في الألفية الجديدة، وهي شخصيات خيالية تلعب رياضة كروية خيالية أيضا اسمها "أتموبول"، حيث شغل "أتو" منصب المدرب، بينما كان "كاز ونيك" يمثلان لاعبين، ولم يكن غريبا هذا التصميم على إرث الدولتين المستضيفتين للبطولة العالمية، وتم استطلاع آراء زبائن فروع سلسلة "ماكدونالدز" عبر الانترنت في الدولتين المضيفتين، من أجل اختيار أسماء هذه الشخصيات الثلاثة. وحملت تعويذات البطولات التالية أسماء حيوانات، مثل تميمة الأسد بمونديال ألمانيا 2006 التي حملت اسم "جوليو وبيل"، كان الأسد جوليو والذي يرتدي قميص ألمانيا مع عدد 06 الذي يرمز لسنة البطولة هو التعويذة الرسمية لهذه البطولة، كلمة ليو هو الاسم اللاتيني للأسد في ألمانيا، وكلمة بيل هو مصطلح بالعامية لكرة القدم، وتم الكشف من خلال برنامج تلفزيوني ألماني كان يقدمه بيليه وفرانز بيكنباور وهما أساطير في رياضة كرة القدم، كانت هذه التميمة محل انتقاد كبير لدى الألمان، وذلك لأن الأسد ليس بحيوان ألماني كذلك أن الأسد هو رمز لكلا من المنافس التقليدي المنتخب الإنجليزي والمنتخب الهولندي، كما أثرت انتقادات بسبب أن جوليو كان يرتدي قميص ودون سروال،. وكانت تعويذة مونديال جنوب إفريقيا 2010 عبارة عن فهد يدعى "زاکومي" هي الفهد الظريف، والتي يتكون اسمها من شقين، حيث تعني "زا" جنوب إفريقيا، فيما تعني "كومي"، رقم 10 في العديد من اللغات الإفريقية، وحاول "زاکومي" إبهار جماهير كرة القدم وتسليتهم، ولا شك بأنه يحتل مكانة مميزة في تاريخ كأس العالم، ونظراً لشغف تلك التميمة الكبير بكرة القدم صبغ شعره باللون الأخضر، ليشكل تمويهاً ممتازاً عند دخوله أرض الملعب. بينما كانت تعويذة مونديال البرازيل 2014 عبارة عن حيوان "التاتو" وحملت اسم "فوليكو"، وهو عبارة عن تصوير لحيوان المدرع البرازيلي " اكل النمل" وهو مهدد بالانقراض في البرازيل، وهو نوع من السحالي تتوقع وتتخذ شكل الكرة لحماية نفسها عندما تشعر بالخطر، ويواجه هذا النوع من الحيوانات الانقراض في البرازيل، حيث إنها تنقل

رسالة عن مدى الوعي البيئي. وصولاً إلى تعويذة مونديال روسيا 2018 وكانت عبارة عن ذئب يدعى "زابيفاكا" استخدمت روسيا الذئب شخصية أساسية في تعويذتها، ويعني اسم "زابيفاكا" باللغة الروسية مسجل الأهداف، وارتدى مسجل الأهداف ألوان العلم الروسي، بالإضافة إلى نظارات رياضية. عادةً ما يتم اختيار تصميم التعويذات بناءً على عناصر مميزة تتعلق بالدولة المضيفة وتراثها وثقافتها ورموزها الوطنية والتاريخية، وتعتبر التعويذات جزءاً هاماً من تفاصيل البطولة وتشجيع الجماهير وتعزيز الهوية الوطنية للدولة المستضيفة وللمشاركين في البطولة، قد يتم استخدام أيضاً الألوان والأشكال والنمط الفني الذي يعكس هوية البطولة وروحها.

تعويذة لعيب كأس العالم قطر 2022 :

"وهي كلمة عربية بالعامية وأصل كلمة "لعيب" هو اللاعب الموهوب، وهو شخصية قادمة من العالم الموازي، الذي يجمع تعويذات البطولات السابقة، وتتحدى بروح المرح والمغامرة، وتتحدث قصة تعويذة كأس العالم قطر 2022 أن "لعيب" جاء من العالم الموازي الذي يجمع تعويذات البطولات، وهو عالم افتراضي يركز على الأفكار والإبداعات، حيث تنشأ تلك الشخصيات في عقول المبدعين لتتحول بعدها إلى تعويذات مبتكرة، وبإمكان "لعيب"، الذي يحمل صفات الشجاعة والإلهام، كسر حواجز الزمان والمكان للانتقال من مكان لآخر حول العالم، وتشير قصة تعويذة مونديال قطر 2022 إلى أنه شارك في جميع النسخ السابقة من كأس العالم، كما أسهم في صناعة عدد من أشهر اللحظات في تاريخ كرة القدم، ومن بينها مجموعة من الأهداف الرائعة خلال بطولات سابقة من كأس العالم، وستوجد الشخصية الكرتونية المرحلة "لعيب" في كل مكان للترحيب بجماهير كرة القدم من جميع أنحاء العالم، وتعزيز الأجواء الحماسية قبل أشهر قليلة من انطلاق البطولة، وخلال منافساتها من 21 نوفمبر/تشرين الثاني حتى 18 ديسمبر/كانون الأول. و"لعيب" شخصية مرحة تأتي من عالم

مواز افتراضي تعيش فيه تعويذات البطولات، وهي شخصية شغوفة بكرة القدم اعتادت على متابعة كافة بطولات كأس العالم عبر التاريخ والتفاعل مع أبرز لحظاتها، حيث قررت الظهور في نسخة قطر 2022 نظرا لتميزها. جاء تصميم هذه التعويذة على شكل الشال الصوفي لونه الأبيض الذي يعتبر رمز السلام، وله بعد محلي خليجي الغترة التي هي ترمز للسيادة وما تحمله من زخارف ونقوش عربية أصيلة، بلونها الأحمر القاني الدال على المشترك المحلي والخليجي والآسيوي، إلى جانب التموجات في الشال أو الغترة التي ترمز إلى الكثبان الرملية في الصحراء العربية صديقة البيئة والطبيعة، وهذا كله سيغني المرجعية البصرية والتراثية لتعويذة "العيب". كما أن تعويذة كأس العالم 2022 "لعيب" هو علامة بصرية فقد تحول الشعار الدورية إلى التعويذة "لعيب" والذي يوصف بصريا بأنه يحمل روح الشباب ويلهم المشجعين ويبعث على المرح والسعادة لشغفه بكرة القدم، مما يعزز من ثقته في نفسه، بحركاته الانسيابية المتقنة، كما يحتفظ بصريا بأصالته ومرجعياته التراثية، وهو يؤمن بالتنوع الثقافي، وهو أيضا علامة ثقافية فالعلامة هي استلها من البيئة العالمية الشال، وبخاصة البيئية المحلية الخليجية "الغترة والعقال" والزخرفات التراثية المستدامة التي يحملها، وإذا استعملنا التأويل السيميائي البيئي نجد أن شكل التعويذة "لعيب" تشبه سمكة "لخمة" التي تعيش في بحار العالم وفي بحر الخليج العربي، ودولة قطر، والتي تتميز بذيلها الطويل للمراوغة والهجوم، وقدرتها الانسيابية في الماء بشكلها المفلطح والمثلث، وهذا دليل آخر على العلاقة الوطيدة بين الرياضة والبيئة في استلها التعويذات من التراث البري والبحري للمنطقة والعالم ككل كرمز للثقافة والعادات والتقاليد العربية عامة والقطرية على وجه التحديد، كباقي التعويذات تميزت التعويذة بأنها أول تعويذة رقمية ناطقة باللغتين العربية والإنجليزية وتمتلك القدرة على التواصل مع الناس في أي مكان من العالم." (عبد الحق، 2022)

الدراسات السابقة

1-دراسة الخطيب، (2022). كأس العالم 2022 فضاء لتصدير الهوية القطرية عالم -

محلية.

تتناول هذه الدراسة العلاقة بين ممارسات القوة الناعمة وصناعة السمعة الوطنية باعتبارها جزءا من تصدير الهوية الوطنية، وأداة طيّعة تستخدمها الدول في تحقيق أهداف السياسة الخارجية. في هذا الإطار، تسلط الدراسة الضوء على ملف استضافة قطر بطولة كأس العالم لكرة القدم 2022، في محاولة لفهم مساعي الدولة في توظيف الرياضة لتحقيق أهداف اجتماعية وسياسية مختلفة. وهي تبحث في الدوافع والرؤى التي دفعت صانع القرار القطري إلى الاستثمار الهائل في استضافة هذا الحدث عبر تصدير هوية عالم-محلية، قائمة على المزج بين بعدين، أولهما عالمي يؤكد على المواكبة والتطور، وثانيهما محلي يدفع نحو المحافظة على خصوصية البلد وتقاليدہ وتسليط الضوء على تاريخه. تركز الدراسة، على نحو خاص، على جانب الهندسة المعمارية للملاعب الرياضية باعتبارها تجليا لعمارة القوة الناعمة، وأحد أساليب تصدير هوية وطنية قطرية عالم-محلية.

2-دراسة، حسيب، (2022). الرياضة وحقل العلاقات الدولية: التفكير في الرسالة عبر

عدسات النظرية الوضعية.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير الظاهرة الرياضية في السياسة الدولية وكيف يمكن التفكير فيها عبر عدسات المقاربات الوضعية في حقل العلاقات الدولية، لا سيما أن الرياضة في عالم اليوم لم تعد مجرد هواية أو ترفيه، بل صارت ظاهرة معولمة جرى إضفاء الطابع المؤسسي العالمي عليها، ما يستدعي التوقف مليا أمام تأثيرها في حركة التنظير داخل حقل العلاقات الدولية مستقبلا، لما تحمله في طياتها من تأثير في جموع الجماهير في مختلف أرجاء العالم الذي لم يعد،

كما بشرت العولمة، قرية صغيرة، بل صار اليوم أشبه ببرجٍ سكني كبير يقيم فيه سكان المعمورة نتيجة ثورة تكنولوجيا (ICTs) الجديدة، وما يرتبط بها من الانتشار الأخذ في الاتساع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

3-دراسة، احمد، (2022). الاطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث

الارهابية في مصر.

تتناول الدراسة مجالاً جديداً للبحث حيث لم يتناوله عدد كافي من الأبحاث السابقة في صحافة الفيديو بمفهومها الصريح وبوصفها انها أحد التقنيات الجديدة في مجال الصحافة والأعلام، هدفت الدراسة الى رصد وتحليل الاطر المصورة التي وظفتها نوازل الصحف المصرية في تغطيتها للأحداث الارهابية ورصد القوي الفاعلة واساليب الإقناع التي اعتمدت عليها صحافة الفيديو في مواقع الدراسة في تناولها للأحداث الإرهابية.

4- Study, Hamidou, (2022). **Media and Sports as Tools for National Branding and Brand Marketing: Case Study of Qatar's Strategy.**

وسائل الإعلام والرياضة كأدوات للترويج للعلامة التجارية الوطنية وتسويق العلامة التجارية: دراسة حالة استراتيجية قطر.

توضح الدراسة الاستراتيجية التي استخدمتها قطر في كيفية بناء علامة تجارية وطنية عن طريق رياضة كرة القدم ووسائل الاعلام وما هي الخطوات التي اتخذتها في تحقيق اهداف هذه الاستراتيجية، وكيف استخدمت وسائل الاعلام والرياضة ك وسيلة دبلوماسية لخلق صورة وسمعة إيجابية دولية لدولة صغيرة وناشئة حديثاً تعتبر، وتعرض الدراسة كيف جمعت قطر بين بناء المنشآت الرياضية الكبيرة والمميزة والتنظيم والمشاركة في الاحداث الرياضية الكبيرة.

5- Study, Nassif, (2022). **The World Sport Power Index: Measuring States' Capacities to use Sport as an Instrument of Soft Power.**

مؤشر قوة الرياضة العالمي: قياس قدرة الدول في استخدام الرياضة كأداة للقوة الناعمة.

تهدف هذه الدراسة الى معرفة مكامن عدم الدقة في هذه المؤشرات الشائعة في قياس تأثير القوة الناعمة، واقتراح تصنيف جديد يقوم من خلاله الباحث في تقييم مدى نجاح السياسة الرياضية الوطنية، التي تعمل بها الحكومات في تطوير القوة الناعمة على الرغم من ان هناك باحثين قد درسوا تأثير الرياضة في القوة الناعمة، الا ان هناك نقص في الابحاث التي من شأنها قياس وزن المكونات المختلفة للقوة الناعمة، وتهدف هذه الدراسة الى معالجة هذه المشكلة واقتراح مؤشر لقياس ومعرفة قدرة البلدان في استخدام الرياضة في القوة الناعمة.

التعليق على الدراسات السابقة

تم استعراض بعض من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع كأس العالم قطر 2022 وتم الاستفادة من هذه الدراسات في وضع اهداف الدراسة وصياغة استمارة التحليل بشكل يتناسب مع الدراسة، حيث ساهمت الدراسات بتحديد وصياغة مشكلة البحث.

وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بأنها:

1. استخدمت الدراسة نظرية تحليل الاطر الاعلامية، بينما استخدمت بعض دراسات السابقة

نظريات الوضعية مثل دراسة (احمد، 2011).

2. ركزت معظم الدراسات العربية على العلاقات الدولية والهوية الوطنية لقطر مثل دراسة

(الخطيب، 2022). الا ان هذه الدراسة قامت بتحليل دقيق للحوار في فيديوهات التعويذة

الرسمية لكأس قطر لعيب.

3. استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي بشقيه الكمي والكيفي، تم استخدام المنهج الكمي في تحليل الأطر، والمنهج الكيفي في تحليل الخطاب داخل الفيديوهات الخاصة بالتعويذة، وهذا ما افتقدته الدراسات السابقة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة الطريقة الإجراءات

استندت هذه الدراسة على المنهج الوصفي بشقيه الكمي والكيفي، من خلال المسح بالعينة بناء على منهج تحليل المضمون، والذي يهدف الى وصف وتحليل الفيديوهات الخاصة بتعويذة بمونديال قطر 2022 إذا تم استخدام المنهج الكمي في تحليل الأطر، والمنهج الكيفي في تحليل الخطاب داخل الفيديوهات الخاصة بالتعويذة.

ومنهج تحليل المضمون يعتمد على دراسة مضامين رسائل وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، وهو يقدم الى بحث علمي يهدف الى اكتشاف العلاقة بين خصائص تلك المضامين بموضعية ومنهجية علمية (الطائي, 2012)

مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في ثلاثة فيديوهات اعدتها دولة قطر للترويج لمونديال 2022، والفيديو الأول يتناول كيف تم اختيار هذه التعويذة من بين عدد من التعويذات، الفيديو الثاني يتناول " لعيب" وهو أسم التعويذة يقوم برواية قصته الى مجموعة من الأطفال، والفيديو الثالث يقدم " لعيب" وهو يستعرض دور قطر في اعادة فهم التعويذة ومفهوم كأس العالم، والمجموع الزمني للفيديوهات الثلاث هو (12 دقيقة و12 ثانية).

عينة الدراسة

جاءت عينة الدراسة من خلال عينة الحصر الشامل لمجتمع الدراسة، وذلك لأن مجتمع الدراسة يتكون من ثلاثة فيديوهات مدتها الزمنية (12 دقيقة و12 ثانية)

أداة الدراسة

بهدف الاجابة على اسئلة الدراسة تم استخدام استمارة تحليل المضمون كأداة للدراسة، وهي من الأدوات التي تستخدم في البحوث الاعلامية، وذلك لفهم وتحليل الرسائل الإعلامية، وهي تساعد على تحقق فهم منظم ودقيق لمحتوى الرسائل الاعلامية، وتؤدي الى تحقيق نتائج علمية ودقيقة. (المشهداني، 2020)

وللقيام بتحليل المضمون تم وضع التصنيفات الخاصة باستمارة التحليل، وهي تصنيفات يتم تحديدها بناء على طبيعة المحتوى الإعلامي المراد تحليله، وذلك لتحقيق نسبة مرتفعة من الشمول والموضوعية، كي يتم الحصول على النتائج بسهولة ودقة (الدبيسي، 2016)، وبناء على تأكيد هولتسي بأن تحليل المضمون هو عملية منهجية دقيقة وعلمية وموضوعية.

وحدة التحليل

تم في هذه الدراسة اعتماد وحدة الموضوع في تعويذة مونديال قطر 2022، وتعد وحدة الموضوع من أكثر وحدات تحليل المضمون استخداما وانتشارا في الدراسات الاعلامية، (الدبيسي، 2017) ووحدة الموضوع في هذه الدراسة هي الفيديو الذي تم من خلاله نشر تعويذة مونديال قطر 2022، حيث تم خلالها التعامل مع اللقطات والحركات والرسوم والنص الذي قيل لعرض التعويذة الخاصة بمونديال قطر 2022.

فئات التحليل

فئات التحليل هي مجموعة التصنيفات تتم في الدراسة بناء على نوع ومحتوى المضمون المراد تحليله، كي يتم من خلال استخدامها تحقيق الموضوعية والشمولية في وصف مضمون المحتوى الاعلامي المراد تحليله، وذلك لاستخراج نتائج الدراسة (حسن، 1983)

وقد تم ربط هذه الفئات مع ما طرح في اسئلة الدراسة، وهي كالآتي:

التعريفات الاجرائية لوحدية التحليل وفئاتها

1- فئة الشخصيات الظاهرة بالفيديو

(1-1) شخصية بشرية، هي ظهور شخصية حقيقة لإنسان

(2-1) شخصية حيوانية، هي ظهور شخصية حيوانية سواء كرتونية أو حقيقية

2- فئة المكان بالفيديو

(2-1) الفضاء، ظهور الفضاء الخارجي أو جزء من مكوناته (القمر، الشمس، الثقوب)

(2-2) الصحراء، مشاهد من الصحراء سواء حقيقية أو رسم كرتوني

(2-3) المدينة، مدن حقيقية، مدن كرتونية من خلال رسم كرتوني أو مدن خيالية

(2-4) الغابة، غابات من خلال رسوم كرتونية

(2-5) ملعب كرة قدم، ملاعب كرة قدم من خلال رسوم كرتونية

(2-6) المتحف، مسرح او متحف من خلال رسوم كرتونية

(2-7) شاطئ البحر، بحر او شاطئ بحر من خلال رسوم كرتونية.

3- فئة الإطار المستخدم (إطار الخيال العلمي)

(4-1) إطار الخيال والسحر، ما يدل على قبول الآخر رغم الاختلافات

(4-2) إطار الطموح وتحقيق الذات، ما يدل على التحدي سواء الحضاري أو التاريخي بين

المسلمين وبقية شعوب العالم

(4-3) إطار القيم والتعلم، ما يدل على الدين الاسلامي، أو التعبير عن الديانات والقيم

الدينية

(4-4) إطار التواصل والثقافة، ما يدل على غير الواقع وابرار الخرافة

(4-5) إطار الابتكار والتفرد، ما يدل على التطور التقني.

(4-6) إطار التحفيز والالهام

(4-7) إطار الخيال العلمي

4- فئة الزمن المستخدم في الفيديو

التعريفات الإجرائية للمضامين في خطاب تعويذة كأس العالم قطر 2022

الرقم	المضمون	تعريف المضمون
-1 1-2	أسلوب الاقناع	هنا يحاول المتحدث ان يستخدم نوع من أدوات وتقنيات مقنعة ليتم من خلالها اقناع الجمهور برؤيته أو وجهة نظره. يمكن أن تتضمن هذه الأدوات استخدام الإحصائيات والشهادات والأدلة أو الاستدلال بالعواطف والقيم الشخصية.
-1 2-2	الاستراتيجيات اللغوية	يمكن أن تكشف المضامين عن بعض الاستراتيجيات اللغوية التي يستخدمها المتحدث في الخطاب. كما تم استخدام المفردات العربية في حوار موجه للمجتمعات الغربية.
-1 3-2	الثقة	يمكن أن تظهر المضامين كمستوى الثقة والمصادقية المتاحة من قبل المتحدث أو المؤسسة التي يمثلها، وذلك بكيفية تعزيزها أو تقويضها من خلال الخطاب.
-1 4-2	الشخصية والهوية	يتضح من الخطاب أن المتحدث يتميز بشخصية فريدة وقوية، ويسعى للتعرف على هويته الخاصة في احدى مجال التعويذات.
-1 5-2	التحدي والتفوق	يعبر المتحدث عن رغبته في أن يكون الأفضل والأجمل والأنسب في فئة التعويذات، ويتحدى نفسه والآخرين للتفوق وتحقيق النجاح.
-1 6-2	الاعتراف والتكريم	يتوقع المتحدث أن يتم اختياره كأحد التعويذات الرسمية الخاصة بكأس العالم FIFA قطر 2022، من خلال تقديم تجربة الأداء والحصول على الاعتراف والتكريم المستحق له.
-1 7-2	التواصل والتفاعل	يظهر في الخطاب تفاعل بين المتحدث والآخرين، سواء كان ذلك في قدرة استجابته مع الآخرين أو تفاعله مع الجمهور وتفسيراتهم.
-1 8-2	التطلع إلى المستقبل	هنا يعبر المتحدث عن رغبته وقدرته في صنع مستقبله وتحقيق أحلامه، بالإضافة الى تشديده على أهمية النمو والتطور بالمستقبل.

الرقم	المضمون	تعريف المضمون
-1 9-2	تشويق وإثارة الفضول	يستخدم الخطاب عدة من تقنيات التشويق والإثارة ليلم جذب انتباه الجمهور وإثارة فضولهم بشأن الأحداث المقبلة.
-1 -2 10	القوة والتأثير	يتم تصوير الكرة البلورية البراقة بشكل عملاق وغاضب، مما يؤكد على قوتها وتأثيرها المحتمل على عالم التعويذات.
-1 -2 11	الحماس والمغامرة	اعتبار رياضة كرة القدم وسيلة للتصدي لتهديد الكرة البلورية، كما انه يعزز الحماس والمغامرة المرتبطة بتلك الفكرة.
-1 -2 12	القيم والمبادئ	يدعو الخطاب على التحلي بالشجاعة والاستعداد والوحدة لقدرتها على تحقيق الأهداف المشتركة، ويعكس من خلاله قيم المنافسة والتعاون والعمل بروح الفريق والروح الرياضية.
-1 -2 13	السعادة والتمتع	يتم التركيز على أهمية السعادة والحماس في ممارسة الرياضة والمشاركة في أحداث كرة القدم، ويعكس ذلك روح الاحتفال والفرح المرتبطة بكأس العالم.
-1 -2 14	الرمزية والتشبيه	يستخدم هنا الخطاب في الرمزية والتشبيهات، مثل وصف الكرة البلورية بأنها تتوهج وتصدر أكبر الصخور في ليلة هادئة، ليلم إيصال فكرة قوة وكمية الروعة الخاصة بالكرة البلورية وتأثيرها على عالم التعويذات.
-1 -2 15	التركيز على كأس العالم	يتميز الخطاب هنا على أهمية كأس العالم FIFA قطر 2022 ويشير التساؤلات والجدل حول الفريق الذي سيفوز بها، مما يزيد التشويق والحماس للحدث الكروي الكبير.
-1 -2 16	الاندماج والتنوع	يعكس الخطاب الاختلاف والتعدد الثقافي في كرة القدم، حيث يتواجد أشخاص من مختلف الثقافات والخلفيات يلتقون ويتعاونون في رياضة واحدة متنوعين.
-1 -2 17	الاستياء وعدم الرضا	يتضح من الخطاب أن المتحدث غير راضٍ عن الوضع الحالي ويعبر عن خيبة أمله وعدم تحقق توقعاته لهذه الفترة.
-1 -2 18	العفوية والتميز	يشجع المتحدث على أهمية التعامل بلطف وعفوية أي ان يبقى هو نفسه بغض النظر عن الاختلاف والتوتر، مع التركيز على قدرته في نشر المحبة في كل مكان يذهب إليه.

الرقم	المضمون	تعريف المضمون
-1	الحظ والفرص	يذكر المتحدث أهمية الحظ والفرصة في تحقيق النجاح والتميز، ويشجع على اغتنام الفرصة المتاحة له في الوقت الحالي.
-2		
19		

صدق الأداة

يهدف صدق اداة الى زيادة الدقة والثقة في نتائج الدراسة، وتم ذلك من خلال عرض استمارة تحليل المضمون، واستمارة مضامين الخطاب مع النص على مجموعة من المحكمين، وتم الأخذ بالملاحظات وإجراء التعديلات المطلوبة.

ثبات الأداة

بقصد بثبات الأداة أن يتم الحصول على نفس النتائج من مجتمع الدراسة في حال تمت اعادة الدراسة، وهنا تم الاستناد الى معادلة هولستي ($M=N1+N2$) جاء العدد الكلي لفقرات الترميز لكيف قيل (14)، وعدد فقرات ماذا قيل (19)

ولإجراء هذه الخطوة تم التحليل من الباحث واحد المختصين في تحليل المضمون، وكانت النتيجة

هي:

M هي مجموع ما اتفق عليه المحللين لكيف قيل هي:

$$1N \text{ نتائج المحلل رقم } 1 = 12$$

$$2N \text{ نتائج المحلل رقم } 2 = 11$$

$$23 = N2+N1$$

$$\text{نسبة الثبات} = 28/23 = 82.1\%$$

$$\text{وجاءت نسبة الثبات } 13/11 = 84.6\%$$

كانت قيمة M لفئات المضامين هي 19

$$17 = N1$$

$$18 = N2$$

$$35 = M \text{ قيمة}$$

وجاءت نسبة الثبات $38/35 = 92.8\%$

وكل من النسبتين عالية تحققان هدف الدراسة.

متغيرات الدراسة

- المتغير المستقل هو المؤثر في المتغير التابع، وفي هذه الدراسة تمثل الحملات الاعلانية

التي قامت بها دولة قطر للترويج لكأس العالم 2022

- المتغير التابع هو الذي يتأثر في المستقل، وفي هذه الدراسة تمثل في فيديوهات تعويذة كأس

العالم 2022 الثلاثة.

المعالجة الاحصائية

لاستخراج اجابات اسئلة الدراسة وتحقيق اهدافها، ولتحليل فئات الدراسة التي تبين " كيف قيل "

و"ماذا قيل"؛ تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لكل فئة من فئات التحليل والمضامين.

اجراءات الدراسة

1. قبل بدء الدراسة، تم الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع

الدراسة. بناءً على ذلك، قام الباحث بتحديد عنوان الدراسة وتحديد أهدافها ومشكلتها.

2. تم تطوير اداة الدراسة عن طريق تصميم استمارة تحليل مضمون وتم تحكيمها من قبل

محكمين وفي تصميم الاستمارة تم الاستعانة بعدة مصادر بحثية ودراسات سابقة، وهي :

أ- مصادر أولية: تتمثل بمشاهدة الفيديوهات التي تتناول موضوع التعويذة خلال فترة (5-

2022 إلى 2022-12)، ثم وضع ملاحظات أولية حول الفئات المقترحة للتحليل .

ب - مصادر ثانوية: تتمثل بالدراسات السابقة التي تناولت الموضوع، بالإضافة إلى المواقع

الإلكترونية والتطبيقات الحديثة التي تعرض معلومات التي تتناول موضوع التعويذة

للحصول على ملاحظات ومعلومات ادق واشمل.

3- تم اعتماد طريقة هولستي في تحليل عينة تتألف من 3 وحدات من الفيديو. استنادًا إلى نتائج

التحليل، تم إجراء تعديلات في فئات التحليل، وتعديل صياغة بعضها، واستبعاد بعضها

الآخر.

4- تم إجراء عملية تحليل الفئات واستخراج النتائج الإحصائية، ومن ثم استنتاج النتائج. تم تقديم

تقرير حول هذه النتائج في الفصل الرابع من الدراسة.

5- في الفصل الخامس، تمت مناقشة النتائج النهائية التي تم الوصول إليها.

6- تابع الطالب الإجراءات الإدارية في الجامعة حتى وصولها إلى مرحلة مناقشة الرسالة وإقرارها

وفقًا للأصول المتبعة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمّن الفصل الرابع عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية الأطر الإعلامية والخطاب في إعلانات كأس العالم 2022 "تعويذة لعيب" إنموذجاً وفيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة وعلى النحو الآتي:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما هي خصائص الشخصيات التي ظهرت في فيديوهات التعويذة (بشرية، حيوانية)؟

نتائج التحليل الكمي للأطر الإعلامية في تعويذة قطر 2022

للإجابة عن السؤال رقم (1-1) من السؤال الفرعي الأول ما هي خصائص الشخصيات التي ظهرت في فيديوهات التعويذة؟، تم استخراج النسبة المئوية والتكرارات والجدول رقم (1) يوضح ذلك:

الجدول رقم (1) خصائص الشخصيات في فيديوهات التعويذة.

النسبة المئوية	عدد الثواني	عدد مرات الظهور	الشخصية
47%	387	51	بشرية
53%	430	122	حيوانية
100%	817	173	المجموع

يظهر الجدول رقم (1) أن "خصائص الشخصية الحيوانية" ظهرت 122 مرات خلال 430 ثانية بنسبة مئوية 53%، ثم تاليها "خصائص الشخصية البشرية" ظهرت 51 مرة خلال 293 ثانية بنسبة مئوية 47%.

من خلال العينة التي تم تحليلها وبعد حساب الفئات أن "خصائص الشخصية الحيوانية" من فئة الشخصيات البشرية استحوذت على ما نسبته 53% من الظهور في العينة وكانت أعلى نسبة ظهوراً في العينة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ماهي القوى الفاعلة في الفيديوهات (شخصيات بشرية اسطورية، شخصيات بشرية عالمية، شخوص حيوانية كرتونية، شخوص افتراضية)؟

للإجابة عن سؤال رقم (2-1) من السؤال الفرعي الاول ماهي القوى الفاعلة في الفيديوهات ؟،

تم استخراج النسبة المئوية والتكرارات والجدول رقم (2) يوضح ذلك:

جدول رقم (2) القوى الفاعلة في فيديوهات التعويذة.

النسبة المئوية	عدد الثواني	عدد مرات الظهور	الشخصية
49%	430	122	شخصية حيوانية كرتونية
33%	293	47	شخصية بشرية كرتونية
11%	94	4	شخصيات بشرية عالمية
4%	30	12	شخصية أسطورية
3%	29	5	شخصي افتراضية
100%	876	190	المجموع

يظهر الجدول رقم (2) ان "شخصية حيوانية كرتونية" ظهرت 122 مرة خلال 480 ثانية بنسبة 49%، ثم تليها شخصية "شخصية بشرية كرتونية" ظهرت 47 مرة خلال 293 ثانية بنسبة مئوية 33%، ثم تاليها "شخصية بشرية عالمية" ظهرت 4 مرات خلال 94 ثانية بنسبة مئوية 11%، ثم تاليها "شخصية أسطورية" ظهرت 12 مرة خلال 30 ثانية بنسبة مئوية 4%، ثم تاليها "شخصية افتراضية" ظهرت 5 مرات خلال 29 ثانية بنسبة مئوية 3%.

من خلال العينة التي تم تحليلها وبعد حساب الفئتان "شخصية حيوانية كرتونية" استحوذ على ما

نسبته 49% من الظهور في العينة وكانت أعلى نسبة ظهورا في العينة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما هي الأماكن في الفيديوهات (مدينة حقيقة، مدينة كرتونية، الغابة، المتحف، الفضاء، الصحراء، ملعب كرة قدم، شاطئ البحر)؟

للإجابة عن سؤال رقم (3-1) من السؤال الفرعي الأول ما هي الأماكن في الفيديوهات؟، تم

استخراج النسبة المئوية والتكرارات والجدول رقم (3) يوضح ذلك:

جدول رقم (3) الأماكن التي ظهرت في فيديوهات التعويذة.

المكان	عدد مرات الظهور	عدد الثواني	النسبة المئوية
المدينة	13	270	38%
المتحف	3	196	28%
الصحراء	6	79	11%
الفضاء	14	66	9%
البحر	4	41	6%
الغابة	4	31	5%
الملعب	4	22	3%
المجموع	48	705	100%

يظهر الجدول رقم (3) أن "مدينة" ظهرت 13 مرة واحدة خلال 270 ثانية بنسبة مئوية 38%،

"المتحف" ظهر 3 مرات خلال 196 ثانية بنسبة مئوية 28%، و"الصحراء" ظهرت 6 مرات خلال

79 ثانية بنسبة 11%، و"الفضاء" ظهر 14 مرة خلال 66 ثانية بنسبة مئوية 9%، و"البحر" ظهر

4 مرات خلال 41 ثانية بنسبة مئوية 6%، و"الغابة" ظهرت 4 مرات خلال 31 ثانية بنسبة 5%،

و"الملعب" ظهر 4 مرات خلال 22 ثانية بنسبة مئوية 3%.

من خلال العينة التي تم تحليلها وبعد حساب الفئات أن "المدينة" استحوذت على ما نسبته 38%

من الظهور في العينة وكانت أعلى نسبة ظهوراً في العينة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما هي الأطر الإعلامية في تعويذة مونديال قطر (إطار الخيال والسحر، إطار الطموح وتحقيق الذات، إطار الحلم والتخيل، إطار القيم والتعلم، إطار التواصل والثقافة، إطار الابتكار والتفرد، إطار التحفيز والالهام، إطار الخيال العلمي)؟

للإجابة عن سؤال رقم (4-1) من السؤال الفرعي الأول، ما هي الأطر الإعلامية في تعويذة

مونديال قطر؟، تم استخراج النسبة المئوية والتكرارات والجدول رقم (4) يوضح ذلك:

جدول رقم (4) الأطر الإعلامية في فيديوها التعويذة.

الإطار	عدد مرات الظهور	عدد الثواني	النسبة المئوية
التواصل والثقافة	12	222	33%
الخيال والسحر	11	166	24%
التحفيز والالهام	7	83	12%
الطموح وتحقيق الذات	4	74	11%
الابتكار والتفرد	4	60	9%
الخيال العلمي	6	42	6%
القيم والتعلم	4	35	5%
	48	682	100%

يظهر الجدول رقم (4) أن "إطار التواصل والثقافة" ظهر 12 مرة خلال 222 ثانية بنسبة مئوية 33%، ثم يليه "إطار الخيال والسحر" ظهر 11 مرة خلال 166 ثانية بنسبة مئوية 24%، ثم يليه "إطار التحفيز والالهام" ظهر 7 مرات خلال 83 ثانية بنسبة 12%، ثم يليه "إطار الطموح وتحقيق الذات" ظهر 4 مرات خلال 74 ثانية بنسبة مئوية 11%، ثم يليه "إطار الابتكار والتفرد" ظهر 4 مرات خلال 60 ثانية بنسبة مئوية 9%، ثم يليه "إطار الخيال العلمي" ظهر 6 مرات خلال 42 ثانية بنسبة 6%، ثم يليه "إطار القيم والتعلم" ظهر 4 مرات خلال 35 ثانية بنسبة مئوية 5%.

من خلال العينة التي تم تحليلها وبعد حساب الفئات أن "إطار التواصل والثقافة" من فئة الأطر

استحوذ على ما نسبته 33% من الظهور في العينة كانت أعلى نسبة ظهوراً في العينة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ما هي الفترات الزمنية التي ظهرت بها (الشخصيات، القوة الفاعلة، الأطر، المكان)؟

للإجابة عن سؤال رقم (5-1) من السؤال الفرعي الأول، ما هي الفترات الزمنية التي ظهرت بها الشخصيات، والقوى الفاعلة، والأطر، والأماكن؟ تم حساب المدة الزمنية والجدول رقم (5) يوضح ذلك:

جدول رقم (5) المدة الزمنية التي ظهرت بها الشخصيات، والقوى الفاعلة، المكان، والاطر الإعلامية، التي ظهرت في فيديوهات التعويذة.

المدة الزمنية/ثانية	
817	الشخصيات
846	القوى الفاعلة
705	المكان
682	الأطر

يظهر الجدول رقم (5) أن "القوى الفاعلة" ظهرت خلال 817 ثانية، ثم تاليها "الشخصيات" خلال 246، و " المكان" ظهرت خلال 705 ثانية، ثم تاليها "الأطر" خلال 682 ثانية.

من خلال العينة التي تم تحليلها وبعد حساب المدة الزمنية أن "القوى الفاعلة" من فئة الشخصيات استحوذت على ما نسبته 53% من الظهور في العينة وكانت أعلى نسبة ظهوراً في العينة.

نتائج التحليل الكيفي للخطاب الاعلامي في تعويذة قطر 2022

النتائج المتعلقة بالسؤال الفرع الثاني (1-2): ما هي مضامين الخطاب في تعويذة قطر 2022؟

للإجابة عن سؤال رقم (1-2) من السؤال الفرعي الثاني، ما هي مضامين الخطاب في تعويذة

تم تحليل المضامين بما يناسبها بالعينة التي تم تحليلها وكانت النتيجة كالآتي:

(1-2-1) مضمون أسلوب الإقناع

يتمثل مضمون الإقناع بالنص التالي "دعني أريك".

تعتبر الرؤية اقوى دليل وبرهان للإقناع والتأكد من حدوث شيء معين، وإزالة أي شكوك والتأكد

من المصادقية.

(2-2-1) مضمون الاستراتيجيات اللغوية

يتمثل مضمون الاستراتيجيات اللغوية بالنص التالي: "تدري شلون"، "خذ الأمر ببساطة Take

it Easy يا عزيزي"، "هلا والله"، "فلة صح"، "بحرف ع".

تم إضافة هذه المفردات باللغة العربية بشكل متعمدة في حوار يجري باللغة الإنجليزية وهذا

الحوار موجه الى المجتمعات الغربية، لتوضيح الثقافة العربية وان قطر متمسكة بتقاليدها وعاداتها

وانا محافظة على الإرث.

ويتمثل أيضا بالنص التالي بهذا النص "عالوعد (now is all)"

عبارة "عالوعد" تستخدم كثيرا في لغتنا العربية وتعبر عن الإيفاء والالتزام، مما يعكس ان قطر

ملتزمة بتنظيم كأس عالم 2022 وان تكون البطولة فريدة ومميزة للعالم وللمنطقة العربية والشرق

الاطوسط، مما يضمن نجاح الحدث الذي سيؤدي الى زيادة التعاون القافي والتفاهم بين الشعوب.

(1-2-3) مضمون الثقة

يتمثل مضمون الثقة بالنص التالي "لعيب: مقدمة مؤثرة، هل كتبتها بنفسك، كيف بدأت الحديث عن الموسيقى قبل التعريف بي أولاً. رد: من انت! لعيب: انا التعويذة الرسمية لكأس العالم قطر 2022، اسمي لعيب تشرفت بمعرفتك، ولكن يجب عليك تصحيح معلوماتك!"

يتضمن الخطاب الثقة التي ظهرت عليها قطر في استضافة كأس العالم وتقديم نفسها للمجتمعات الغربية والمختلفة عنها.

ويتمثل بالنص التالي أيضا "سأخبركم بما علينا فعله... نلعب كرة القدم، كرة القدم!!؟؟ نعم كرة القدم كرة القدم؟؟" "

يشير الخطاب إلى ثقة لعيب برياضة كرة القدم وأنها قادرة على تجميع الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة مما يجعل هذه الاختلافات متشابهة في لحظة لعب كرة القدم.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: " لنكن جميعا على الوعد"

(1-2-4) مضمون الشخصية والهوية

يتمثل مضمون الشخصية والهوية بالنص التالي: " اسمي لعيب تشرفت بمعرفتك"

بعد التحول والظهور من شعار كأس العالم وتعرف على نفسها لتوضيح هويتها بقولها: "اسمي لعيب".

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "لكوني المنفذ الإبداعي للترفيه في الفيفا"

يتضمن الخطاب التعريف بالشخصية الحقيقية بالفيديو وهو "رد وان" وانه يعبر عن سبب ظهوره بوظيفته وانه هو المنفذ الإبداعي للترفيه في فيفا.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "أهلا بك في عالم التعويضات"

يشير الخطاب الر التعريف بعالم التعويضات وانه عالم موازي موجود منذ القدم ولكن نحن لا ننتبه الى هذا العالم، وهنا الرسالة الى المجتمعات الغربية التي تستنكر بالمجتمعات العربية وانجازاتها.

(1-2-5) مضمون التحدي والتفوق:

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "لتحمي مرمائك... بقلبك وبكل حواسك وقواك"

يشير الخطاب الى ان التصدي ومواجهة الصعاب يكون من القلب يجب ان بكل قوة تمتلكها وعبرة "لتحمي مرمائك" تعبر عن قطر وحماية سمعتها وملف استضافة البطولة الذي تعرض لهجمة إعلامية غربية.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "ها قد جاءت لحظة الأفعال ع الوعد"

ويشير الا ان قطر المتمثلة بشخصية التعويذة لعيب وأنها بدأت بالأفعال وأنها ستكون على الوعد بتنظيم بطولة كأس عالم مميزة وفريدة ستعلق بالأذهان.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "توقف! أرني المشهد السابق هل يمكنكم رؤية آه طبعاً ما هذا؟"

يمكنني ان افتح بوابات السفر عبر الزمن بوابات عبر الزمن؟ ما كان على ان افصح عن هذا

الامر البوابات مفيدة جداً لكن لا يمكن توقع ما تخفيه وراءها في اخر مره فتحت فيها بوابه... إذاً

..... دعنا نرى واحدة مدهش!!! أيمكنك ان تجعلها أكبر؟ لا يجدر بس القيام بذلك...هيا!

بالفعل لا يجدر بي القيام بذلك ... كم هذا رائع! أيمكنك ان تجهل البوابة أكبر؟ أرجوك! أريد ان

ارى المزيد لا يجدر بس هذا توقف! هيا! توقف هيا انها خطره! أسرع! لا لا لا لا، توقف

توقففففف!!!"

وهنا يأتي الخطاب بان لعيب عاش التحدي والمغامرة من خلال فتح بوابات الزمن وانه نجح بتجربة الأداء وهذا يشير الى نجاح قطر في ملف الاستضافة لكأس العالم 2022.

(1-2-6) مضمون الاعتراف والتكريم

ويتمثل مضمون الاعتراف والتكريم بالنص التالي "كان هذه بغاية.... الروووووووعة.. ألف مبروك أنت الان التعويذة الرسمية لكأس العالم قطر 2022".

يشير الخطاب الى نجاح لعيب وانه أصبح تعويذة كأس العالم قطر وهذا اعتراف بقدراته وانه يستحق هذا النجاح.

ويمثل أيضاً بالنص التالي " لديك الكثير من القدرات بالنسبة لتعويذة".

يتضمن الخطاب الاعتراف بقدرات التعويذة لعيب وانه أصبح تعويذة كأس العالم قطر تكريماً له وبما ان لعيب يمثل قطر فهذا اعتراف بقدرة قطر على استضافتها لكأس العالم وروعة التنظيم لهذا الحدث الكبير.

(1-2-7) مضمون التواصل والتفاعل.

ويتمثل مضمون التواصل والتفاعل بالنص التالي "تطور ونمو حضارتنا يعتمد على افكار البشر التي تنتقل لعالمنا"

يتضمن الخطاب هنا ان البشر هم الأساس في تطور الحضارات ونموها، وأن الابتكارات والتطورات التي يقدمها الانسان هي للبشر جميعا وتساعد في التواصل والتفاعل بين المجتمعات المختلفة.

ويتمثل أيضا بالنص التالي " ماذا هؤلاء كانوا تعويضات؟ بالتأكيد! أنا أيضاً قمت بزيارة عالمكم في اوقات مختلفة لمساعدتكم في لعب كرة القدم مما سبب لي الكثير من المشكلات بسبب عدم جاهزيتي في ذلك الوقت، تمت معاقبتي بسبب هذا التدخل، ولكنها كانت لحظه رائعة !نحن التعويضات دائماً ما كنا نتابعكم ونساعدكم"

ويتمثل المضمون هنا من خلال زيارته للعالم الحقيقي ليتواصل مع يتفاعل مع الاعبين ببطولات كأس العالم المختلفة ليكون له بصمة في تاريخ هذه الرياضة وان كان له دور في تقديم المساعدة والمتحدث هنا يمثل قطر وان لها دور في مساعدة المجتمعات المختلفة.

(1-2-8) مضمون التطلع إلى المستقبل:

يتمثل مضمون التطلع الى المستقبل بالنص التالي: "التعويضات انه يومي المنتظر انا هنا لأحقق حلمي وأصنع مستقبلي، حيث سأخضع لتجربة أداء لأصبح التعويذة الرسمية لكأس العالم FIFA قطر ٢٠٢٢! تأكدوا من حصولكم على تصاريح الدخول إلى تجارب الأداء نتمنى لكم حظاً موفقاً".

يتضمن الخطاب محاولة التعويذة ليعب ليكون التعويذة الرسمية لكأس العالم قطر 2022، ويشير التشبيه هنا الى محاولة قطر في تقديم ملف استضافة كأس العالم وعن الثقة التي امتلكتها اثناء التقديم

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "التعويضات نحن نعمل بجهد لإلهام البشر كي يصبحوا أفضل في حياتهم اليومية فنأخذ تعويضات كأس العالم على سبيل المثال_ نقوم هنا بإجراء تجارب أداء لاختيارهم ومن ثم: نقوم بإلهام موظفي أقسام التسويق بالأرض حتى يساعدونا للظهور في عالمكم هكذا نتخرج من البرنامج التسويقي".

يتضمن الخطاب المساعدة التي يقدرها العالم الموازي لموظفين اقسام التسويق والهامهم ليظهروا التعويضات في عالمنا الحقيقي وانه هناك محاولة للظهور في المستقبل في العوالم الحقيقية عن طريق تعويضات لبطولة كأس العالم.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "من هو المنتخب الذي تظنون بأنه سيرفع هذه الكأس في قطر 2022".

ويشير الخطاب الى المستقبل القريب والمباراة النهائية للحدث الأكبر وهو نهائي كأس العالم قطر ومن الفريق الذي سيرفع الكأس.

(1-2-9) مضمون التشويق وإثارة الفضول.

يتمثل مضمون الاثارة والتشويق بالنص التالي: "ما رأيكم بحزاية يا أطفال؟ أجل، رائع فلة صح؟ الان أنظروا جيدا"

يتضمن الخطاب أسلوب القصة وهو ما يثير التشويق للمعرفة باقي التفاصيل ومما يساعد في الاثارة عند المستمع وجذب اهتمامه، لسماع باقي القصة.

(1-2-10) مضمون القوة والتأثير

يتمثل مضمون القوة والتأثير بالنص التالي "شاهد كرة بلورية براقه بدت غاضبة وعملاقة".

يشير الخطاب الى الهجمة الإعلامية التي تعرضت لها قطر وتم تشبيهه قوتها بالكرة البلورية العملاقة الساقطة من السماء.

ويتمثل أيضا بالنص التالي "وفيما مرت الأيام استجمعت التعويضات الالهام لمواجهة هذه الكرة الكبيرة بتصيد سيبقى خالدا بالأذهان الكل أستجاب الدعوة".

يشير الخطاب الى الوحدة والروح التعاون وانه بسبب تجمع الثقافات والوحدة والقبول الذي حصلت عليه قطر عند المجتمعات المختلفة نجحت بالتصدي لهذه الهجمة الغاضبة.

(1-2-11) مضمون الحماس المغامرة.

يتمثل مضمون الحماس والمغامرة في النص التالي "انا متحمس جدا لكوني المنفذ الابداعي للترفيه في الفيفا، والمسؤول عن تقديم موسيقى حماسيه لكم ليست من خلال اغنية واحده، بل من مجموعة اغاني التي ستكون جزءاً من الالبوم الرسمي لكأس العالم فيفا - قطر ٢٠٢٢"

يتضمن الخطاب أن الموسيقى لها دور في السعادة والمرح واثارة الحماس في المونديال لإشارة الى دور ر، حيث ان الموسيقى والمرح والترفيه تعتبر جزءا رئيسي من الحدث الرياضي الأكبر وهو مونديال قطر 2022.

ويتمثل أيضا بالنص التالي " لطالما احببت كرة القدم وشاركني هذا الشغف العديد من عشاق الكره حول العالم اخترع البشر هذه الرياضة ومارسوها الاف السنين لنكتشف معاً التاريخ المذهل لهذه الرياضة".

يتضمن الخطاب رسالة ان كرة القدم للجميع وأنها ليست حكرا على أحد وأنها موجودة من الالاف السنين. ولا تمثلها فئة محددة او مجتمع محدد بل الجميع له دور في هذا التاريخ.

(1-2-12) مضمون القيم والمبادئ:

يتمثل مضمون القيم والمبادئ بالنص التالي: "نحقق أفضل النتائج عندما نتعامل بعفويه مهما كنت مرتبكاً او مختلفاً او غريب الاطوار ...لا تنس ان تنشر المحبة أينما ذهبت وان تبقى على طبيعتك.

يشير الخطاب على انه عندما نتمسك بقيمتنا ونتعامل بها ونبقى على طبيعتنا وان نتصرف بعفوية والبقاء على طبيعتنا، لان هذه التصرفات تبعدك عن التوتر وتجعلك سعيدا تنشر المحبة والسلام.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "هل اخترع البشر النار؟ الرياضيات؟ أو الموسيقى؟ هي جزء من لغة الكون هي بداخلنا وحولنا وتربطنا جميعاً سوياً. منذ نشأتنا في الرحم، أول غريزة لنا هي الركل" يتضمن الحديث عن القيم والمبادئ التي تجمع البشر جميعاً وأنها موجودة بداخلنا وتربطنا مع بعضنا البعض.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: "وفي الطريق لم يتوقف عن الدعاء والامتنان". من إحدى الأساليب التي يتبعها الأفراد في المجتمع الإسلامي لتعزيز علاقتهم بالله وتحسين موقفهم في الدنيا والآخرة.

(1-2-13) مضمون السعادة والمتعة

يتمثل مضمون السعادة بالنص التالي "إنه ليس وقت لتشعر بالخوف و الرهبة بل هو وقت للسعادة والوحدة"

يتضمن الخطاب انه الى عدم الشعور بالخوف بمواجهة الصعاب وحان وقت الشعور بالسعادة والفرح باستضافة المونديال والنجاح بالوصول الى الأهداف المرجوة.

(1-2-14) مضمون الرمزية والتشبيه

يتمثل مضمون الرمزية والتشبيه بالنص التالي "بدت غاضبة وعملاقة" يشير الخطاب الى تشبيه الهجمة الإعلامية التي تعرضت لها قطر من المجتمعات الغربية بالكرة العملاقة.

ويتمثل أيضا بالنص التالي " يقع بين الغيوم والنجمات "

(1-2-15) مضمون التركيز على كأس العالم

يتمثل مضمون التركيز على كأس العالم بالنص التالي "وتعد الكأس الحالية واحدة من أبرز

الجوائز في عالم الرياضة".

يتضمن الخطاب توجيه التركيز والانظار الى بطولة كأس العالم قطر 2022 من خلال ذكرها

على انها أبرز جائزة بالعالم.

(1-2-16) مضمون الاندماج والتنوع

ويتمثل مضمون الاندماج والتنوع التالي: "رد: عما تحدث! لعيب: اكتشاف كرة القدم لا يرجع

للشعر قبل الالاف السنين نحن كنا من هذا التاريخ أيضا. رد: أنتم من أنتم؟"

وهنا محاولة لأثبات وجود دور قطر في رياضة كرة القدم وجهودها في تطوير ونمو هذه

الرياضة.

ويتمثل أيضا بالنص التالي " هل هذا يعني أن لحظات الالهام التي أشعر بها خلال عملي تأتي

من...تقريبا هي علاقة متبادلة. عوالمنا تساعد بعضها البعض، نحن ساهمنا في أهم انجازاتكم. من

تفاحة نيوتن والى أول رحلة لمخلوق حول الأرض دائما ما الهمناكم الى الوصول للقمة. هذا ينطبق

على كرة القدم أيضا. الفراعنة، الاغريق، الاسيويين القدماء جميعكم تزعمون اختراعكم لكرة القدم،

ولكن الحقيقة هي أننا نحن من علمكم!"

يعبر الخطاب عن دور التأثير المتبادل بين العوالم ودور تبادل الثقافات حيث يدور الحوار بينهم

عن التعاون بين الثقافات المختلفة في تطوير وتقديم العلوم ورياضة.

يتمثل أيضا بالنص التالي: " اذن نحن نعيش في عوالم موازية، ولكننا نساعد بعضنا البعض؟

بالضبط! نحن نساعد في تطوير افكاركم وصلها لإطلاق إمكاناتها الدفينة ها قد وصلنا!"

يوجد في عالمنا والمجتمعات التي نعيش بهت اختلافات وتنوعا كبيرا في العديد من الجوانب

المختلفة، منها الدين واللغة والثقافة والعرق واللون والعادات والتقاليد وحتى اللهجة، ولكن من الممكن

ان تكون هذه الاختلافات نقطة وصل واندماج بين المجتمعات والثقافات المختلفة.

ويتمثل أيضا بالنص التالي: " يعودون هنا للتقاعد، ولكن ان كنتم تساعدونا من بداية التاريخ

لماذا لم نلاحظ وجوكم الا مؤخرا؟ لطالما حاولنا التواصل معكم، الفضائيون، الأطباق الطائرة، المخلوق

نو القدم الكبيرة، وحش بحيرة لوخ نيس أنتم دائما تطلقون علينا أسماء غريبة ماذا هؤلاء كانوا تعويذات؟

بالتأكيد! أنا أيضا قمت بزيارة عالمكم في أوقات مختلفة لمساعدتكم في لعب كرة القدم"

مما يعني ان دور الحضارة العربية في تاريخ هذه الرياضة كان دورا مهما وله تأثيره الخاص

على كرة القدم. والرسالة هنا ان مونديال قطر سيكون الأكثر تميزا ويكون مليء بالإثارة والشغف

والاهداف التي سوف تخلد بالذاكرة.

(1-2-17) مضمون الاستياء وعدم الرضا:

يتمثل مضمون الاستياء وعدم الرضا بالنص التالي "صحيح هذا انا هذا ليست ما خططت له

كان من المفترض ان يكون هذا يومي المنتظر! دعوني أخبركم كيف وصلت الى هذا المأزق".

عند الوقوع بمأزق والشعور بعدم الرضا من موقف ما وان يحدث عكس المخططات التي كنت

تسعى اليها، وهذا يعكس الاستياء الذي شعرت به قطر عند تقديم ملف استضافة كأس العالم وعمما

واجهته من تحديات وصعوبات.

ويتمثل أيضا بالنص التالي " نعم؟ ... هل اديك أي مهارة ترينا إياها.. هل حضرت عرضا لنا؟

لا، لا لحظة"

يتمثل النص بالتقليل من قدرات قطر في تنظيم كأس العالم واستنكار المجهود الذي بذلته خلال

التنظيم والتجهيز من ملاعب وبنية التحتية ومرافق للجماهير والاعبين.

(1-2-18) مضمون العفوية والتميز

يتمثل مضمون العفوية وتميز بالنص التالي "تحقق أفضل النتائج عندما نتعامل بعفوية"

يتضمن الخطاب توجيه رسالة قوية تعبر عن ان تكون نفسك واستمرار ظهور بعفوية في جميع

المواقف التي تتعرض لها، حيث تعامل بعفوية يجعلك صادقا وطبيعيا في الأفعال والاقوال التي

تصدر عنك دون تصنع او تكبر او تظاهر. فالعفوية تجعلك تتصرف بصدق وتظهر الجانب الحقيقي

للفرد.

(1-2-19) مضمون الحظ والفرص

يتمثل مضمون الحظ والفرص بالنص التالي: " بالنسبة لتعويذه هذا غير مقبول دعني أحاول من

جديد ... الجميع يحصل على فرصه واحده فقط أرجوك لا".

ويتمثل الخطاب بأن هناك فرصة واحدة دائما ويجب ان نستغلها بشكل إيجابي لان الفرص الا

مرة واحدة، مما يشير الا ان قطر نجحت باستغلال الفرصة التي اتاحت لها بشكل إيجابي وحققت

الكثير من الأهداف التي كانت تطمح لها.

للإجابة عن سؤال رقم (2-2) من السؤال الفرعي الثاني تم تحليل المضامين بما يناسبها بالعينة

التي تم تحليلها وكانت النتيجة كالآتي: -

يتمثل أسلوب الإقناع بالنص التالي "دعني أريك"، تعتبر الرؤية اقوى دليل وبرهان للإقناع والتأكد

من حدوث شيء معين، وإزالة أي شكوك والتأكد من المصادقية.

للإجابة عن سؤال رقم (2-3) من السؤال الفرعي الثاني تم تحليل المضامين بما يناسبها بالعينة

التي تم تحليلها وكانت النتيجة كالآتي: -

بعد تحليل العينة من الفيديوهات أظهرت العينة ان جميع الاستمالات المستخدمة فيها استمالات

عاطفية، ولم يتم إيجاد استمالات عقلية لان الفيديوهات في العينة مبينة على العوالم الموازية

والسحر والخيال العلمي.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن الفصل الخامس عرضاً لمناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها، بالإضافة إلى عرض التوصيات

والمقترحات التي توصلت إليها الدراسة الحالية

مناقشة نتائج الدراسة

1- فئة الشخصيات

تظهر النتيجة ان الشخصيات الحيوانية شكلت أكثر بتكرار (122) وبنسبة (53%) من مجموع الشخصيات، مقابل الشخصيات البشرية بتكرار (51) بنسبة (47%). وهكذا فإن عدد الشخصيات الحيوانية كان أكبر من الشخصيات البشرية، ولكنها متقاربة جدا من بعضها بفارق بسيط وهذه نتيجة واقعية الى حد كبير بحكم ان الفيديوهات تأتي على شكل حوار بين الشخصيات.

2- فئة القوى الفاعلة

تظهر النتيجة ان "شخصية حيوانية كرتونية" ظهرت 122 مرة خلال 480 ثانية بنسبة 49%، ثم تاليها شخصية "شخصية بشرية كرتونية" ظهرت 47 مرة خلال 293 ثانية بنسبة مئوية 33%، ثم تاليها "شخصية بشرية عالمية" ظهرت 4 مرات خلال 94 ثانية بنسبة مئوية 11%، ثم تاليها "شخصية أسطورية" ظهرت 12 مرة خلال 30 ثانية بنسبة مئوية 4%، ثم تاليها "شخصية افتراضية" ظهرت 5 مرات خلال 29 ثانية بنسبة مئوية 3%.

تبين النتيجة أن الشخصية البشرية الكرتونية والشخصية الحيوانية الكرتونية تشكلان ما نسبته

82% أي أنها تشكل أكثر من ثلاث أرباع العينة من الفيديوهات وتعتبر هذه النتيجة منطقية لان

الفيديوهات في العينة كانت بشكل كرتوني.

3- فئة المكان

تظهر النتيجة أن "مدينة" ظهرت 13 مرة واحدة خلال 270 ثانية بنسبة مئوية 38%، "المتحف" ظهر 3 مرات خلال 196 ثانية بنسبة مئوية 28%، و"الصحراء" ظهرت 6 مرات خلال 79 ثانية بنسبة 11%، و"الفضاء" ظهر 14 مرة خلال 66 ثانية بنسبة مئوية 9%، و"البحر" ظهر 4 مرات خلال 41 ثانية بنسبة مئوية 6%، و"الغابة" ظهرت 4 مرات خلال 31 ثانية بنسبة 5%، و"الملعب" ظهر 4 مرات خلال 22 ثانية بنسبة مئوية 3%.

تبدو هذه النتيجة مثيرة للاهتمام إذ تبين ان هناك مغزى وتأثير مكان المدينة وشكلها في عينة الفيديوهات، لان المدينة تحتوي على طبقات مجتمعية مختلفة وثقافات عديدة وحتى جنسيان من اكثر من بلد مختلف حيث يكون التواصل بين هذه الطبقات والثقافات والجنسيات في المدينة اكبر وهذه ما يشير اليه النص في عينة الفيديوهات عن التواصل والاندماج و التنوع.

4- فئة الأطر

تظهر النتيجة أن "إطار التواصل والثقافة" ظهر 12 مرة خلال 222 ثانية بنسبة مئوية 33%، ثم يليه "إطار الخيال والسحر" ظهر 11 مرة خلال 166 ثانية بنسبة مئوية 24%، ثم يليه "إطار التحفيز والالهام" ظهر 7 مرات خلال 83 ثانية بنسبة 12%، ثم يليه "إطار الطموح وتحقيق الذات" ظهر 4 مرات خلال 74 ثانية بنسبة مئوية 11%، ثم يليه "إطار الابتكار والتفرد" ظهر 4 مرات خلال 60 ثانية بنسبة مئوية 9%، ثم يليه "إطار الخيال العلمي" ظهر 6 مرات خلال 42 ثانية بنسبة 6%، ثم يليه "إطار القيم والتعلم" ظهر 4 مرات خلال 35 ثانية بنسبة مئوية 5%.

إطار التواصل والثقافة وإطار الخيال والسحر تم ظهورهم في العينة من الفيديوهات بنسبة 57% أي أكثر من النصف مما يعني ان الفيديوهات تشير الى التواصل وتبادل الثقافي بكثرة وان السحر والخيال مرتبط بالتعويضات والعالم الموازي ما يجعلها نتيجة منطقية.

5- المدة الزمنية

أن "القوى الفاعلة" ظهرت خلال 817 ثانية، ثم تاليها "الشخصيات" خلال 246، و " المكان" ظهرت خلال 705 ثانية، ثم تاليها "الأطر" خلال 682 ثانية.

ان هذه النتيجة منطقية لان الفيديوهات في العينة تأتي على شكل حوار منها القصة ومنها تجربة الأداء ومنها حوار التعريف بين التعويذة والشخصية الحقيقية رد وان التي تتحول الى شخصية كرتونية وهذه جميعها تعتبر قوى فاعلة أي ان نسبتها كبيرة بالعينة.

أهم النتائج:

- 1- أظهرت نتائج الدراسة من الفيديوهات في العينة الدراسية ان الشخصية الحيوانية من فئة الشخصيات ظهرت 122 مرة خلال 430 ثانية.
- 2- أظهرت نتائج الدراسة من الفيديوهات في العينة الدراسية ان الشخصية الحيوانية الكرتونية من فئة القوى الفاعلة ظهرت 122 مرة خلال 430 ثانية.
- 3- أظهرت نتائج الدراسة من الفيديوهات في العينة الدراسية ان الفضاء الخارجي من فئة المكان ظهرت 14 مرة خلال 66 ثانية.
- 4- أظهرت نتائج الدراسة من الفيديوهات في العينة الدراسية ان إطار التواصل الثقافي من فئة الأطر ظهر 12 مرة خلال 222 ثانية، وثم يليه إطار السحر والخيال الذي ظهر 11 خلال 166 ثانية.

أهم النتائج لتحليل مضمون الخطاب

- 1- أظهرت نتائج الدراسة ان مضمون الاندماج والتنوع كان أكثر تمثلا في النص من العينة الدراسة حيث تمثل في 4 نصوص.
- 2- أظهرت نتائج الدراسة ان مضمون القيم ولمبادئ ومضمون التحدي والتفوق ومضمون التطوع الى المستقبل كانوا متساوين، حيث تمثلوا في النص من العينة الدراسة في 3 نصوص.
- 3- أظهرت نتائج الدراسة ان مضمون الشخصية والهوية ومضمون الثقة ومضمون الاستراتيجيات اللغوية ومضمون الاعتراف والتكريم ومضمون القوة والتأثير ومضمون الحماس والمغامرة ومضمون الاستياء وعدم الرضا كانوا متساوين، حيث تمثلوا في النص من العينة 2 مرتان.
- 4- أظهرت نتائج الدراسة ان مضمون التركيز على كأس العالم ومضمون العفوية والتميز ومضمون أسلوب الاقناع ومضمون التشويق وإثارة الفضول ومضمون السعادة والمتعة كانوا متساوين، حيث تمثلوا من النص في العينة مرة واحدة.

التوصيات

من خلال النجاح الذي حققته دولة قطر في تنظيم مونديال 2022 واستخدامها لتعويذة لعب

وبناء على أهم نتائج الدراسة الكمية والكيفية يقدم الباحث هذه التوصيات التالية:

أولاً: التأكيد على تأكيد استخدام لغة وثقافة الجمهور المستهدف كما جاء في الفيديوهات الثلاث.

ثانياً: التأكيد على دور الاندماج والتفاعل مع الحضارات المختلفة مما يحقق الهدف القائم

بالاتصال.

ثالثاً: والتأكيد على أن استخدام الشخصيات الحيوانية الكرتونية كان له دور فاعل في إيصال

الرسالة القائم بالاتصال دولة قطر. من خلال النجاح الذي حققته دولة قطر في تنظيم

مونديال قطر.

المراجع:

المراجع العربية

- حسن، مكاوي، والسيد، ليلي (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2. القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- الطائي، مصطفى (2012). البحث العلمي في الاعلام وعلوم الاتصال، الشارقة، مكتبة الجامعة.
- الدبيسي، عبد الكريم (2017). دراسات اعلامية في تحليل المضمون، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- المشهداني، سعد سلمان (2020). منهجية البحث العلمي، العين، دار الكتاب الجامعي.
- دراسة سيني الخطيب، (2022). كأس العالم 2022 فضاء لتصدير الهوية القطرية عالم محلية.
- دراسة، احمد عطية، (2022). الاطر الإخبارية المصورة في تناول صحافة الفيديو للأحداث الارهابية في مصر.
- دراسة، احمد قاسم حسيب، (2022). الرياضة وحقل العلاقات الدولية: التفكير في الرسالة عبر عدسات النظرية الوضعية

المراجع الأجنبية:

- Entman (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm
- Entman (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power.
- Levin, D. (2001). Framing peace policies. The competition for Resonant themes. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, August 30 – September 2 San Francisco.
- Paul D'Angelo (2002). Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives also viewed.
- Scheufele, D (1999). Framing as a Theory of Media Effects.
- usaid.gov, (2012). Government and democracy
- Todd Gitlin, (1980):“The Whole World is Watching: Mass Media in The Making and Un Making of The New Life”, (Berkeley: University of California Press).
- Robert. M Entman, (1992): “Farming US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents”, Journal of Communication, Vol. 7, No. 1.
- Lulu Rodriguez & Daniela V. Dimitrova, (2011): “The levels of visual framing”, Journal of Visual Literacy, vol. 30, no. 1
- James K Hertog, Douglas M McLeod,(2011): “A multi-perspectival approach to framing analysis: A field guide”. In Reese, S. D, Gandy O., & Grant, A. (Eds.), frame public life: perspective on media and our understanding of the social world. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Keit Greenwood & Joy Jenkins, (2015):” Visual Framing of the Syrian Conflict in News and Public Affairs Magazines”, Journalism studies, Vol. 16, No.1
- Shelly Rodgersa& Esther Thorsonb, (2011): “Fixin” stereotypes in news photos: A synergistic approach with the Los Angeles Times”, Visual Communication Quarterly, Vol. 7, No. 3
- Fairclough, Discourse, (2000), social theory and social research: the discourse of welfare, journal of sociolinguistics, 4.
- Nelson Philips and Cynthia Hardy, (2002), Qualitative Research Methods, Sage Publications, London.
- Norman Fairclough, (1995), Media Discourse, London, Edward Arnold.
- Weaver, R. (1953). *The ethics of rhetoric*. South End, Indiana: Gateway Editions.
- Tankard, J. W. (1994). The empirical study of strategic communication: Review, critique, and agenda. Journal of Communication, 44(4), 6-13.

Study, Kamal Hamidou, (2022). Media and Sports as Tools for National Branding and Brand Marketing: Case Study of Qatar's Strategy.

Study, Nadim Nassif, (2022). The World Sport Power Index: Measuring States' Capacities to use Sport as an Instrument of Soft Power

المراجع الكترونية:

www.diwanalarab.com

www.mawdoo3.com

www.aljazeera.net

www.goal.com

www.ar.facts-news.org/taaryf-alsymyayy

www.qu.edu.qa/newsroom/Qatar-University

www.hisour.com/ar/ecosemiotic

www.arabic.rt.com/sport

<https://t.co/h9jTP6tSFp>

www.twitter.com/fifaworldcup

www.ar.wikipedia.org

<http://www.livescience.com/25338-multiple-universes-5-theories.html>

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Multivers>

www.macmillandictionary.com.

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (1) قائمة أسماء محكمين استمارة التحليل

ملحق رقم (2) استمارة التحليل

الملحق رقم (1)

اسماء المحكمين

الجامعة	التخصص	الدرجة العلمية	الاسم	
جامعة الشرق الاوسط	الصحافة والاعلام	استاذ مساعد	د. ليلى جرار	1
جامعة الزرقاء	الاذاعة والتلفزيون كلية الاعلام	استاذ مشارك	د. أشرف الزعبي.	2
جامعة الشرق الاوسط	الصحافة والاعلام كلية الاعلام	استاذ مساعد	د. حنان الكسواني	3

الملحق رقم (2)

ملاحظات	الأطر الإعلامية في فيديووات التعويذة لعيب	ت
	إطار الخيال والسحر	4-1
	إطار الطموح وتحقيق الذات	4-2
	إطار القيم والتعلم	4-3
	إطار التواصل والثقافة	4-4
	إطار الابتكار والتفرد	4-5
	إطار التحفيز والإلهام	4-6
	إطار الخيال العلمي	4-7

الملاحظات	المضامين الخطاب في فيديووات التعويذة لعيب	
	مضمون أسلوب الإقناع	1-2-1
	مضمون الإستراتيجيات اللغوية	2-2-1
	مضمون الثقة	3-2-1
	مضمون الشخصية والهوية	4-2-1
	مضمون التحدي والتفوق	5-2-1
	مضمون الاعتراف والتكريم	6-2-1
	مضمون التواصل والتفاعل	7-2-1
	مضمون التطلع الى المستقبل	8-2-1
	مضمون التشويق والإثارة	9-2-1
	مضمون القوة والتأثير	10-2-1
	مضمون الحماس والمغامرة	11-2-1
	مضمون القيم والمبادئ	12-2-1
	مضمون السعادة والمتعة	13-2-1
	مضمون الرمزية والتشبيه	14-2-1

الملاحظات	المضامين الخطاب في فيديوهات التعويذة لعيب	
	مضمون التركيز على كأس العالم	15-2-1
	مضمون الاندماج والتنوع	16-2-1
	مضمون الاستياء وعدم الرضا	17-2-1
	مضمون العفوية والتميز	18-2-1
	مضمون الحظ والفرص	19-2-1