الممارسات الحديثة في التصميم الجرافيكي الرياضي: توظيف الرموز البصرية والهوية الوطنية في الملاعب السعودية

لمى بنت عبد الرحمن الحركان، قسم التصميم، كلية الفنون، جامعة الملك سعود

Received: 16/6/2025

Acceptance: 21/7/2025

Corresponding Author: lalharkan@ksu.edu.Sa

Cited by: Jordan J. Arts, 18(4) (2025)457-478

Doi: https://doi.org/10.47016/18.4.3

© 2025- جميع الحقوق محفوظة للمجلة الأردنية للفنون

الملخص

تتناول هذه الدراسة تحليل ممارسات التصميم الجرافيكي الرياضي في الملاعب السعودية، ودورها في تشكيل هوية بصرية وطنية معاصرة. كما تستكشف الكيفية التي تُوظف بها الرموز البصرية، لا سيما في التيفوهات الجماهيرية وتصاميم الملابس الرياضية، لتعزيز مشاعر الانتماء الوطني لدى الجمهور. وتسعى الدراسة إلى مقارنة هذه الممارسات البصرية في السياق السعودي مع نظيراتها الإقليمية والعالمية، مع التركيز على مدى ارتباطها بالسياق الثقافي والسياسي لرؤية السعودية 2030، من خلال الإجابة عن كيفية إسهام ممارسات التصميم الجرافيكي المعاصر في الملاعب السعودية في تشكيل هوية بصرية وطنية تُعبر عن الانتماء، وتعزز الخطاب الثقافي في ظل التحولات الاجتماعية والسياسية التي تشهدها المملكة. تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتُطبق ثلاثة نماذج تحليلية تكاملية لفهم الرسائل البصرية ودلالاتها الرمزية: منهج بانوفسكي، والأنموذج السيميائي لرولان بارت، وأنموذج كريس وفان ليووين لتحليل الصورة. وقد تم تحليل (21) عينة بصرية شملت شعارات رياضية رسمية، وتيفوهات من ملاعب سعودية وعربية وعالمية، وتصاميم للملابس الرياضية. خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن التصميم الجرافيكي الرياضي يُسهم بفعالية في تشكيل صورة ذهنية متماسكة للهوية الوطنية، عبر توظيف الرموز الثقافية والتاريخية، وأن الجمهور يتفاعل معها بوصفها تعبيراً بصرياً جماعياً يعكس الانتماء والولاء. كما كشفت الدراسة عن تأثير الأبعاد السياسية والثقافية في صياغة هذه التصاميم ضمن إطار رؤية السعودية 2030، مما يمنحها طابعًا شموليًا يتجاوز البعد الجمالي. أما التوصيات فأكدت على مدى أهمية دمج الرموز الثقافية في الممارسات الرياضية وأهمية توثيقها، بالإضافة إلى استحداث برامج دراسية تركز على التصميم الرياضي.

الكلمات المفتاحية: التصميم الجرافيكي الرياضي، التيفو، الرموز البصرية، الهوية الوطنية، الملاعب السعودية.

Modern Practices in Sports Graphic Design: Utilizing Visual Symbols and National Identity in Saudi Stadiums

Lama Abdulrahman Al-Harkan Design Department, College of Arts, King Saud University

Abstract

This study analyzes the practices of sports graphic design in Saudi stadiums and their role in shaping a contemporary national visual identity. It explores how visual symbols, particularly those used in fan tifos and sportswear designs, are employed to enhance the audience's sense of national belonging. The study aims to compare these visual practices within the Saudi context to their regional and global counterparts, focusing on their alignment with the cultural and political context of Saudi Vision 2030. It examines how contemporary graphic design practices in Saudi stadiums contribute to shaping a national visual identity that conveys belonging and reinforces cultural discourse amid the social and political transformations underway in the Kingdom. The research adopts a descriptive-analytical methodology and applies three integrative analytical models to interpret visual messages and their symbolic meanings: Panofsky's iconological method, Roland Barthes' semiotic model, and Kress and van Leeuwen's visual grammar framework. A total of 21 visual samples were analyzed, including official sports logos, tifos from Saudi Arab, international stadiums, and sportswear designs. The study concludes that sports graphic design makes a significant contribution to constructing a cohesive mental image of national identity

through the use of cultural and historical symbols. It also shows that the public engages with these visuals as collective expressions of loyalty, revealing the political and cultural dimensions that shape these designs within the framework of Vision 2030, endowing them with a holistic character that extends beyond mere aesthetics. The recommendations emphasize the importance of integrating and documenting cultural symbols in sports practices, and developing academic programs focused on sports design

Keywords: Sports graphic design, tifo, visual symbols, national identity, Saudi stadiums.

المقدمة:

يشهد التصميم الجرافيكي المعاصر في السياق الرياضي تحولاً كبيراً من مجرد أداة زخرفية إلى وسيلة تعبيرية تعكس أبعاداً ثقافية ورمزية تُجسد هوية المجتمع، ومع تزايد دور الرياضة كأداة لتمثيل الوطن وترسيخ الهوية الجماعية، أصبحت الملاعب الرياضية السعودية مساحات بصرية تُعرض فيها خطابات بصرية متنوعة؛ بدءاً من تصاميم تيفو الجماهير وصولاً إلى أزياء الفرق الرسمية، ووصولاً إلى حملات ترويجية موحدة للهوية البصرية، وأصبحت الرموز البصرية، كالخط العربي والزخارف المستوحاة محلياً، أدوات فعّالة في صياغة الرسالة البصرية داخل الملاعب، بما يتماشى مع مفهوم (التصميم الثقافي) الذي يربط الشكل بالمضمون في سياق محلي متجذر (Heskett, 2005) ويشير (Guschwan, 2015) إلى أن التفاعل البصري في المدرجات يتجاوز كونه تعبيراً جماعياً عابراً، ليتطور إلى أداء جماعي ذي أبعاد اجتماعية وسياسية عميقة، حيث أكد أن مدرجات كرة القدم لم تعد مجرد أماكن للمشاهدة والتشجيع، بل تحولت إلى مساحات ثقافية بصرية، حيث يستخدم الجمهور عناصر بصرية كالأعلام واللافتات والتيفو لتشكيل هوية جماعية والتعبير عن مواقف ثقافية واجتماعية، يصف (Guschwan, 2015) هذه المساحة بأنها (ساحة رمزية)، مسلطًا الضوء على كيفية عرض صراعات الانتماء والهوية، وإعادة تعريف الرموز البصرية داخل الملاعب الرياضية. ويدعم (Widmark, 2017) هذا المنظور من خلال تحليله للثقافة البصرية الشعبية، مقترحاً أن التيفو أصبح أدوات بصرية ترمز إلى موقف جماعي تجاه السلطة أو الإعلام أو حتى إدارة النادي، ويصفها بأنها (تدخلات فنية عابرة تعيد تعريف المجال العام)، مشدداً على تحول الجمهور إلى (مجتمع فني) ينتج معانٍ من خلال أداء بصري جماعي مؤقت، ويُعزز (Archambault, 2022) هذه الفكرة بتأكيده أن الملعب مساحة رمزية تُنتج فيها الهوية الوطنية وتُعاد صياغتها من خلال ممارسات بصرية شائعة.

من هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية توظيف هذه الرموز والصور في ممارسات التصميم داخل الملاعب السعودية، مع التركيز على جانبين أساسيين: تمثيل الهوية وتعزيز الولاء. ومن خلال دراسة الأمثلة المحلية ومقارنتها بالممارسات العالمية، تستند الدراسة إلى إطار نظري يجمع بين السيمائية ونظرية التلقي في التصميم، ولأن الصور لا تنقل المعنى مباشرةً، بل تحمل مجموعة من الرموز والدلالات الثقافية، حيث يُوضح (Barthes, 1977) أن تفسير الصورة ينطوي على ثلاثة مستويات سيميائية: الرسالة اللغوية، والرسالة الأيقونية غير المشفرة، والرسالة الأيقونية المشفرة، هذا يعني أن الصورة البصرية ليست مجرد شكل، بل تُمثل خطاباً ثقافياً يُعيد إنتاج المعنى في سياق اجتماعي. لذلك، تُعد السيميائية أداةً فعّالة لفهم كيفية بناء الرسائل البصرية واستقبالها من قِبَل الجمهور، لا سيما في البيئة الرياضية حيث أصبحت الصور والرمزية عناصر محورية في التعبير عن الميول الثقافية والاجتماعية والسياسية للمملكة، من هذا المنطلق، تحوّلت المملكة العربية السعودية في السنوات الأخيرة تحولاً استراتيجياً نحو الاستثمار في الرياضة ليس فقط كقطاع ترفيهي، بل كرافعة اقتصادية وثقافية ذات أبعاد دولية. يتماشى هذا التوجه مع أهداف رؤية السعودية 2030، التي تضع قطاع الرياضة في صميم سياساتها التنموية من خلال جذب البطولات الكبرى، وتحسين البنية التحتية، وإنشاء كيانات ومؤسسات رياضية تهدف إلى تعزيز الحضور السعودي عالمياً، يؤكد (Burton, & Naraine. 2023) أن المملكة تهدف إلى توسيع قوتها الناعمة من

خلال استضافة الأحداث الرياضية العالمية والاستثمار في الممتلكات الرياضية الدولية. ويتجلى هذا التحول في تنظيم أحداث رياضية مهمة مثل الفورمولا 1، وكأس الدرعية للتنس، وكأس السوبر الإسباني والإيطالي، وكأس آسيا 2027، إلى جانب التطلعات لاستضافة كأس العالم 2034، وقد صاحب هذا التوسع تطورٌ ملحوظ في لغة التصميم البصري المصاحبة لهذه الفعاليات، وهو ما يتجلى في الشعارات والإعلانات وتجربة الجمهور داخل الملاعب.

بناءً عليه، تسعى هذه الدراسة إلى تجاوز النظرة الشكلية للرموز البصرية وتفسيرها كبِنى ثقافية حافلة بالمعاني، تتداخل فيها عناصر الهوية والانتماء والسياسة الرمزية لفهم العلاقة بين التصميم الرياضي والهوية الوطنية، وتفترض الدراسة أن التصميم الجرافيكي المعاصر في الملاعب السعودية لا يعبر فقط عن ذوق بصري عابر، بل يساهم في إعادة تشكيل المجال العام وصياغة علاقة جديدة بين الجمهور والرياضة كممارسة اجتماعية رمزية.

مشكلة الدراسة

يشهد المجال الرياضي تحولات بارزة، إذ لم يعد مجرد نشاط ترفيهي، بل أصبح صناعة متكاملة ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية وثقافية تُسهم في تحسين جودة الحياة (Al-Turki, 2024) وتشير دراسات حديثة إلى أن الأحداث الرياضية الكبرى لم تَعُد مناسبات تنافسية فقط، بل أصبحت منصات استراتيجية تُستخدم لتحسين الصورة الذهنية للدول وتعزيز مكانتها السياحية والثقافية، من خلال رسائل بصرية وإعلامية تُعبّر عن هوية الدولة وقيمها (Al-Nefaie & Ahmed, 2023)، وفي هذا السياق، ذكر (Ennad, 2022) أن التصميم الجرافيكي وسيلة تعبيرية بصرية، لا تقتصر على الجماليات، بل ممارسة اجتماعية تنطوي على دلالات متعددة منها الثقافية والوطنية. هذه الدلالات تتجلى بشكل خاص في التيفوهات الجماهيرية، وتصميم الملابس الرياضية، والهويات البصرية للحملات الرسمية، ويُشير (Alaa El-Din, 2022) إلى أن التصميمات البصرية في الأحداث الرياضية الكبرى هي أدوات رمزية تحمل مضامين ثقافية تُسهم في تمثيل الهوية وتعزيز مشاعر الانتماء لدى الجمهور، ورغم هذا التنامي في الممارسات البصرية، إلا أنه تَظهر قلة الدراسات الواضحة حول هذه التصاميم في تمثيل الهوية الوطنية وتعزيز الانتماء، ومدى انسجامها مع التوجهات الرسمية ضمن رؤية السعودية 2030، وبناءً عليه، تنطلق مشكلة الدراسة من التساؤل الرئيس الآتي:

كيف تُسهم ممارسات التصميم الجرافيكي المعاصر في الملاعب السعودية في تشكيل هوية بصرية وطنية تُعبر عن الانتماء وتعزز الخطاب الثقافي في ظل التحولات الاجتماعية والسياسية التي تشهدها المملكة؟

ومن السؤال الرئيس تسعى الدراسة للإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية:

1. كيف تُسهم ممارسات التصميم الجرافيكي الرياضي في الملاعب السعودية في تشكيل هوية بصرية وطنية معاصرة؟
2. ما الدور الذي تلعبه الرموز البصرية في التيفوهات الجماهيرية وتصميم الملابس الرياضية في تعزيز الانتماء الوطني؟
3. كيف يمكن مقارنة الممارسات البصرية السعودية في المجال الرياضي بمثيلاتها في السياقات الإقليمية والعالمية؟
4. ما مدى ارتباط هذه الممارسات بالسياق السياسي والثقافي لرؤية السعودية 2030؟

أهداف الدراسة

1. تحليل كيفية مساهمة ممارسات التصميم الجرافيكي في الملاعب السعودية في تشكيل هوية بصرية وطنية معاصرة.
2. استكشاف الدور الذي تلعبه الرموز البصرية في التيفوهات الجماهيرية للتصميم والملابس الرياضية في تعزيز الانتماء الوطني.

3. إجراء مقارنة بين الممارسات البصرية السعودية في المجال الرياضي ونظيراتها في السياقات الإقليمية والعالمية.
4. دراسة مدى ارتباط هذه الممارسات البصرية بالسياق السياسي والثقافي لرؤية السعودية 2030.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من تقاطعها بين مجالات متعددة تشمل التصميم الجرافيكي، والهوية الثقافية، والتعبير الجماهيري في الفضاء الرياضي، ضمن سياق التحولات الاجتماعية والثقافية الذي تشهدها المملكة. وتتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

1. المساهمة في توثيق ظاهرة بصرية معاصرة مثل التيفوهات والهوية البصرية في الملاعب السعودية، والتي لم تحظَ بدراسة أكاديمية وافية.
2. تسليط الضوء على دور التصميم الجرافيكي كأداة تمثيل ثقافي في ظل رؤية السعودية 2030.
3. إبراز البعد الرمزي في التواصل البصري الجماهيري وربطه بالتوجهات الرسمية في الترويج للثقافة السعودية عالميًا.
4. تقديم إطار تحليلي سيميائي للممارسات البصرية في المجال الرياضي يسهم في تأطيرها علمياً وتطويرها عملياً.

حدود الدراسة

1. الحدود الزمانية: غطت الدراسة الفترة من عام 2015 حتى 2025، وهي المرحلة التي شهدت تحولا في الممارسات البصرية في الملاعب السعودية، بالتزامن مع توجه المملكة نحو استضافة الأحداث الرياضية الكبرى ضمن رؤية 2030.
2. الحدود المكانية: الممارسات التصميمية في الأندية الرياضية في المملكة العربية السعودية، والشعارات الجماهيرية في التمثيل المحلي والعالمي في المباريات الدولية أو الرسمية.
3. الحدود الموضوعية: تنحصر الدراسة في تحليل ممارسات التصميم الجرافيكي البصري كما تظهر في:
   أ. التيفوهات الجماهيرية.
   ب. الملابس الرياضية الرسمية (للمنتخب والأندية).
   ج. الهوية البصرية للحملات والمؤسسات الرياضية الرسمية (مثل شعار كأس آسيا 2027).

ولا تشمل الدراسة تحليلاً للأداء الفني الرياضي أو التفاعل الجماهيري الصوتي إلا بقدر ما يخدم فهم الأبعاد البصرية.

مصطلحات الدراسة:

التيفو (Tifo): يُعرَّف قاموس كامبريدج التيفو بأنه: "عَلَم أو صورة يرفعها مشجعو فريق ما خلال مباراة كرة قدم، تُستخدم كأداة جماهيرية للتشجيع الرمزي والتعبير عن الانتماء (Cambridge University Press, n.d.) والتيفو "كلمة إيطالية تعني الشغف والتفاني في تشجيع فريق رياضي لدرجة التعصب" (Balati ،2022). ويعَرف إجرائياً بأنه: عمل بصري جماهيري منسق يظهر عادة في بداية المباريات، يتضمن رسومات ولافتات ضخمة يرفعها الجمهور للتعبير عن الانتماء أو توجيه رسائل رمزية.

الهوية البصرية (Visual Identity): تُعرفها (Abd Elkawy, 2022) بأنها النمط المرئي الذي يمكن التعرف عليه بسهولة، ويمنح العمل لغة تصميمية واضحة ضمن منظومة جرافيكية متكاملة تحافظ على اتساق الصورة الذهنية. وتعَرف إجرائياً بأنها: نظام المتكامل من الألوان، والشعارات، والخطوط، والعناصر البصرية التي تُستخدم لتمثيل كيان أو جهة ما بصرياً بما يعكس سماتها الثقافية ويعزز حضورها الذهني.

السيمائية (Semiology): يُعرفها (Ali, 2016) بأنها: علم يُعنى بدراسة الأنظمة والعلامات والإشارات باعتبارها منظومات دلالية منظمة، تُبنى وفق قواعد متفق عليها سلفاً. وتعرّف إجرائياً بأنها: علم دراسة العلامات والرموز في الفضاء البصري، وتحليل دلالاتها الثقافية والاجتماعية في الملاعب الرياضية.

التصميم الثقافي (Culture Design): يُعرفه (Abu Ghonaima, 2021) بأنه: إطار منهجي يقوم في جوهره على دراسة المستخدمين وسلوكياتهم داخل نطاق ثقافي معين، من خلال سلسلة من الملاحظات والدراسات التوضيحية التي تركز على التفاصيل الدقيقة للثقافة والسياق الاجتماعي. ويعرّف إجرائياً بأنه: كل ممارسة تصميمية بصرية في الملاعب السعودية تُوظف عناصر مستمدة من البيئة الثقافية أو الرمزية السعودية (كالزخارف، والخطوط، والألوان، والرموز الوطنية)، بهدف بناء صورة بصرية تُعبر عن الانتماء وتُعزز من حضور الهوية الثقافية ضمن الفضاء الرياضي العام.

التصميم الجرافيكي الرياضي (Sports Graphic Design): يُعرّف التصميم الجرافيكي الرياضي بأنه تخصص بصري يُعنى بإنتاج وتنظيم العناصر المرئية المرتبطة بالمجال الرياضي، مثل الشعارات، والأطقم، والإعلانات، والألوان الرمزية، وذلك بهدف تعزيز الهوية البصرية للأندية والفعاليات، وتحفيز الانتماء الجماهيري، ودعم التسويق الرياضي. ويُعد هذا النوع من التصميم أداة استراتيجية تجمع بين البُعد الإبداعي والتجاري والثقافي، تُسهم في بناء العلامة الرياضية وتعزيز التواصل العاطفي مع الجمهور (nd, Encyclopedia, Rteetech, nd, Managami, 2023). ويعرّف إجرائياً بأنه: فرع متخصص من التصميم الجرافيكي يُعنى بإنتاج المواد البصرية التي تخدم المجال الرياضي، سواء على المستوى الجماهيري أو المؤسسي أو التجاري. ويشمل توظيف أدوات ومبادئ التصميم الجرافيكي في إنتاج هوية بصرية وعناصر اتصالية تخص الكيانات، أو الفعاليات، أو الحملات، أو الأفراد في المجال الرياضي، بهدف نقل رسائل معينة، وتعزيز الانتماء، وبناء صورة ذهنية بصرية مميزة.

الإطار النظري للدراسة:

التصميم الجرافيكي والرموز البصرية في السياق الرياضي

التصميم الجرافيكي الرياضي:

تناولت الأدبيات المتخصصة دور التصميم الجرافيكي في المجال الرياضي بوصفه أداة استراتيجية متعددة الوظائف. فقد أشار (Shank & Lyberger. 2014) إلى أهمية التصميم البصري في الحملات التسويقية الرياضية، كوسيلة تواصل فعالة تُسهم في بناء العلامة الرياضية وتعزيز حضورها في السوق، وفي السياق ذاته، أوضح (Cortsen, 2013) أن التصميم الجرافيكي يُعد مكونًا جوهريًا من هوية الرياضي أو الفريق، وله وظيفة رمزية في إعادة تشكيل الصورة العامة وإبراز القيمة. كما أكد (Widmark, 2022) أن التصاميم البصرية المرتبطة بالرياضة لا تنفصل عن السياق الثقافي الذي تنشأ فيه، بل تُعد عنصراً محورياً في بناء الطقوس والممارسات الجماهيرية المرتبطة بالرياضة. والتصميم الجرافيكي الرياضي يُمثل "الواجهة البصرية للرياضة"، إذ يشمل المطبوعات، واللافتات، والأزياء، والشعارات الرسمية، ويؤدي دوراً محورياً في الحملات الترويجية للفعاليات الرياضية. وفي هذا الإطار، تؤكد (Nafady, 2022) أن الشعارات تُعد وسيلة اتصالية تقوم بدور ووظيفة محددة من خلال تنظيم عناصر التصميم داخل فضاء وحيز الشعار، وبالتالي؛ الشعار يعكس عدة أبعاد منها ما يتعلق بالمدينة التي ينتمي إليها الفريق وتاريخه، ومنها ما يحمل روح الفريق وقيمه، ويحمل كذلك رموزاً دينية وثقافية ورياضية، كما توضح (Nafady, 2022) أن الاختزال من أهم مبادئ تنظيم العناصر التصميمية داخل العمل التصميمي بشكل عام وتصميم شعارات الأندية الرياضية بشكل خاص، حيث يهدف إلى تعزيز الأبعاد الوظيفية والجمالية لعناصر التصميم، ووصول فكرته ببساطة وسهولة.

ومؤخراً، شهد التصميم الجرافيكي في العقود الأخيرة تحولات جوهرية، انتقل فيها من وظيفة تجميلية

إلى أداة خطابية وثقافية تحمل رسائل رمزية متعددة. ويُعد التصميم الجرافيكي أداة قوية في بناء العلامة الوطنية، إذ يُجسد الهوية الثقافية بصريًا، ويعزز الشعور بالانتماء لدى المواطنين (Hassan & Al-Dajani, 2025) وفي المجال الرياضي، يتضاعف هذا التأثير نظرًا لارتباط الرياضة بالهوية والانتماء الجماعي، إذ تُصبح العناصر البصرية -من ألوان الأندية، إلى الشعار، إلى التيفوهات في المدرجات- أدوات تؤسس لذاكرة جمعية وتُعبر عن الانتماء (Bairner, 2001) وتلعب الرموز البصرية في الملاعب دورًا مركزيًا في خلق تجربة جماهيرية تتجاوز التفاعل اللحظي، لتغدو مكونًا من مكونات الثقافة الشعبية، وبالتالي، فإن التصاميم التي يصنعها الجمهور، وخاصة التيفوهات، تعبّر عن مواقف ثقافية واجتماعية وسياسية بوسائل بصرية كثيفة الرمزية. ويُعزز هذا المفهوم ما أشارت إليه (Mousa, Ennad, & Sarhan, 2020) من أنه يمكن للتصميم الجرافيكي، من خلال توظيف الرموز والعلامات كأدوات تواصل اجتماعي متفق عليها، أن يُعزز فاعلية الاتصال ويُحقق النجاح البصري متى ما استند إلى رؤية فكرية تراعي السياق الثقافي والاجتماعي، وتبرز الشعارات في هذا الإطار بوصفها تجسيدًا لهوية الكيان، إذ تُحقق أبعادًا وظيفية وجمالية، وتُسهم في ترسيخ الشعور بالانتماء من خلال دلالات تعبيرية تنبع من ثقافة البيئة وتُقرأ بسهولة من قبل الجمهور المتلقي. ويُعد تصميم الجرافيك الرياضي أحد أهم أدوات الاتصال البصري المعاصر، إذ يُسهم في بناء هوية الفرق والأندية وتعزيز التفاعل مع الجماهير، ووفقًا لـ(Faster Capital, 2025) يتسم هذا النوع من التصميم باستخدام الصور والألوان والطباعة والتخطيطات لإنتاج رسومات متخصصة تعكس القيم الرياضية وتستهدف التأثير على مشاعر وسلوك الجمهور، كما يُعد التصميم الرياضي عنصرًا فاعلا في التسويق الرياضي، حيث يساعد في فتح فرص الرعاية من خلال تعزيز الصورة الذهنية للاعبين والفرق. وتكمن قوته في تنوع تطبيقاته، من الشعارات والملابس الرسمية إلى المنشورات الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعله مرنًا في مواكبة التحولات الرقمية مثل الواقع المعزز والذكاء الاصطناعي، وتُبنى فعاليته على مبادئ التصميم الكلاسيكية التي تشمل التوازن والتباين والمحاذاة والتسلسل البصري، ما يجعل من التصميم الرياضي قناة فعالة في صناعة تجربة جماهيرية متكاملة.

ومن هذا المنطلق، ترى الباحثة أن مجالات وتطبيقات التصميم الجرافيكي الرياضي تشمل كلاً من:

1. الهوية البصرية للأندية والمنتخبات: وتشمل الشعارات (Logos)، والألوان الرسمية، والخطوط الموحدة، ورموز الانتماء.
2. الملابس الرياضية: وتشمل القمصان الرسمية، وتصاميم الطقم الأساسي والاحتياطي، ودمج الزخارف الثقافية أو الرموز الوطنية.
3. التيفوهات واللافتات الجماهيرية: وتشمل أعمال جماهيرية بصرية منظمة، وتصميم رسائل رمزية من الجمهور للنادي أو الخصم أو المجتمع.
4. الحملات التسويقية والإعلانية وتحتوي على تصميم المواد الدعائية للبطولات أو الأحداث، وعلى المطبوعات والبوسترات والمواد الرقمية.
5. وسائل التواصل الاجتماعي الرياضية التي تركز على إدارة وتصميم المحتوى البصري للأندية والمنظمات، وعلى بناء هوية تفاعلية رقمية (مثل تصاميم النتائج، والتشكيلة، والإعلانات).

كما ترى الباحثة أن خصائص التصميم الجرافيكي الرياضي تركز على:

1. الإيقاع والحركة: لأن الرياضة في جوهرها قائمة على الحركة، فإن التصميم الرياضي غالبًا ما يستخدم خطوطًا ديناميكية وتكوينات قوية.
2. التأثير العاطفي العالي: لأنه موجه لجمهور يحمل انتماءً، فإن التصميم يخاطب المشاعر.
3. التفاعل مع السياق الثقافي: التصميم الجيد يوظف رموزًا محلية/وطنية تعزز الانتماء.

نظرًا لكون التصميم الجرافيكي يُعد أحد أشكال اللغة البصرية، فإنه يتحول في السياق الرياضي إلى وسيط رمزي وثقافي قادر على نقل الرسائل الجماهيرية وإعادة تشكيل الهوية الجمعية. وترى الباحثة أن

البُعد الثقافي للتصميم الرياضي يظهر بوضوح عند تضمينه لرموز وطنية أو دينية أو تاريخية، أو عند توظيفه في شعارات وتيفوهات تعبّر عن مواقف وقيم جماعية تتجاوز البُعد الجمالي إلى التأثير الثقافي والمعنوي، وقد أشار (Al-Jawfi & Al-Omari, 2025) إلى أن الخطاب البصري يُمثل الأداة التي تُبنى بها الرسائل البصرية، ويتم تأويلها من قِبل الجمهور وفقًا لخلفياتهم الثقافية وخبراتهم الإدراكية، مما يؤدي إلى إنتاج معانٍ متعدّدة الأبعاد داخل الهوية البصرية للفعاليات الرياضية. وتلخص الباحثة هذه الأبعاد في:

1. البُعد الثقافي والرمزي: والذي يُجسّد القيم والتقاليد الوطنية من خلال الألوان والعناصر المستوحاة من التراث المحلي.
2. البُعد النفسي والدلالي: ويتمثل في قدرة التصميم على إثارة المشاعر من خلال الاستخدام الرمزي للألوان والأشكال ذات الدلالات النفسية والاجتماعية.
3. البُعد الحركي: يتجسد بالإحساس بالطاقة والديناميكية عبر الخطوط المائلة والمنحنية والرسوم المتحركة
4. البُعد الاقتصادي: والذي يربط الجوانب البصرية بإمكانات التسويق وجذب الرعاة.

التيفو كأداة تواصل بصري في الممارسات الرياضية

شكل 1 جمهور مولودية الجزائر رسم تيفو لوجه أبي عبيدة الشخصية البارزة في المقاومة الفلسطينية

نشأ التيفو في أوروبا في سبعينيات القرن الماضي، وتطور من مبادرات الألتراس إلى ممارسة جماهيرية فنية رقمية تُستخدم فيها الطباعة، والتصميم الثلاثي الأبعاد، والتقنيات متعددة الوسائط (Karlén & radmann. 2023)؛ (Kassing & Meân, 2022)، وقد انتقلت هذه الظاهرة إلى العالم العربي، وبرزت في المغرب العربي كتجربة احتجاجية ثقافية تعبّر عن الوعي الجماهيري، كما أوضح (Akabli. etl., 2023) ، ثم ازدهرت لاحقًا في السعودية مع تطوير الملاعب. ثم انتقلت إلى الخليج العربي، لا سيما السعودية، التي شهدت مؤخرًا ازدهارًا لافتًا لهذا الفن البصري الجماهيري مع تطور البنية التحتية للملاعب وزيادة تنظيم روابط المشجعين ويشير (Maiach & Rashdi, 2024) في دراستهم التي سلطت الضوء على أداء الألتراس الجزائري كمنتج لخطاب بصري جماهيري ذي طابع احتجاجي وأيديولوجي، عبر توظيف التيفوهات كمنصات رمزية لنُصرة القضايا السياسية مثل القضية الفلسطينية. (شكل1). وبالتالي، يُعد التيفو من أبرز أدوات التحفيز الجماهيري في الفضاء الرياضي، إذ يؤدي دورًا نفسيًا وانفعاليًا في تشكيل مزاج الجمهور وتفاعله. وتُشير الدراسات إلى أن الممارسات البصرية الجماعية تُفعّل مشاعر الحماسة، الفخر، والتكاتف (Kassing & Meân, 2022)، ويُستخدم التيفو كأداة رمزية لرفع مستوى التفاعل، خاصة في لحظات دخول اللاعبين أو عرض النشيد الوطني، ويُسهم في التعبير عن الانتماء من خلال تضمين رموز وطنية أو رسائل تعكس هوية النادي أو المدينة (Levental & Nissel, 2022) ولا يُنظر إليه كمجرد عرض جمالي، بل كفعل جماهيري حامِل لمعانٍ ثقافية وسياسية. ومع ذلك، قد يتحول التيفو في بعض الأحيان إلى أداة مثيرة للجدل، حين يُستخدم للتعبير عن العداء أو استفزاز الفريق الخصم، ما يؤدي إلى توترات جماهيرية (Karlén & Radmann, 2023) وتشير الأدبيات إلى أن تفسير هذه الرسائل يتأثر بالسياق الثقافي والاجتماعي، مما يجعل التيفو سلاحًا ذا حدين: إما لبناء هوية إيجابية أو لتعزيز الاستقطاب (Kassing & Meân, 2022) ووفقًا لـ(Wagner, Shobe. 2017)، فإن التيفو يمثل خطابًا بصريًا يُعيد تشكيل الهوية الجماهيرية عبر مستويات محلية ووطنية، وهو ما ينطبق على التجربة السعودية في توظيف التيفوهات بصريًا للتعبير عن الانتماء.

التيفو من منظور التصميم الجرافيكي

شكل 1 صورة توضح وضع بطاقات التيفو على المقاعد قبل حضور الجماهير

يُعرَّف التيفو على أنه أداء جماهيري بصري يعكس الانتماء الجماعي والهوية الثقافية، وقد يحمل رسائل سياسية أو اجتماعية، ويعتبر التيفو من أشكال اللغة البصرية حيث يعتمد على استخدام مختلف عناصر التصميم الجرافيكي مثل الألوان والخطوط والأشكال والإيقاع والحركة لتوصيل رسائل تحمل هوية وانتماء محدد. بشكل عام، يتم تصميم التيفو بأسلوب رمزي يستند إلى تقنيات التواصل البصري بهدف التعبير عن مواقف جماهيرية أو قصص ثقافية مشتركة، ويمنح الجمهور الفرصة للمشاركة في تكوين المعنى بدلاً من مجرد استقباله، ووفقًا لـ(Kassing & Mean, 2022) يُعتبر التيفو شكلا من أشكال التعبير الجماعي المنظم، يتم تجهيزه مسبقًا من قبل المشجعين، ويُعرض عادة في بداية المباراة من خلال تصميم شامل يستخدم الرموز والألوان والتركيب البصري، وترى الباحثة أن التيفو يُعتبر جزءاً من تجربة رمزية تسمح للجمهور بالمشاركة بشكل نشط في الحدث الرياضي، مما يعزز هويتهم بشكل جماعي. وبناءً على ذلك، يمكن تحليل التيفوهات من خلال التركيز على دلالات العناصر البصرية وآليات تكوين المعنى من خلال التكرار والترتيب وديناميكية العرض الجماعي.

الرمزيات في تصميم التيفو

شكل 2 صورة توضح تصميم تيفو نادي الهلال السعودي ضد مباراة النصر في دوري المحترفين2023

بحسب (Smith, 2025)، يُعدّ الخطاب البصري نهجًا حديثًا يركّز على توظيف الرموز والصور لنقل رسائل مؤثرة، إذ تُصبح الصورة أداة بلاغية تتجاوز اللغة التقليدية. ويؤكد (Hariman and Lucaites. 2007) هذا المفهوم من خلال تعريفهم للصور الأيقونية، بأنها صور فوتوغرافية تُنتَج ضمن وسائط مطبوعة أو رقمية وتُعاد باستمرار، لما لها من قدرة على تمثيل أحداث مفصلية أو استحضار استجابات عاطفية، مما يمنحها قوة سردية تُسهم في تشكيل الوعي الجماعي. وبالتالي تفهم الرموز البصرية في التيفوهات من قِبل الجمهور استناداً إلى خلفياتهم الثقافية، مما يجعل منها أحداثًا بصرية متعددة الطبقات، تتداخل فيها الدلالات النفسية مع الرمزية الثقافية، في سياق يُعيد تشكيل العلاقة بين الجماهير والمكان والهوية. وترى الباحثة أن التيفوهات غالبًا ما تتضمن شفرات رمزية قوية تُترجم إلى عناصر بصرية تحمل معانيا ضمنية. ومن أبرز الرموز المستخدمة:

1. الرموز الوطنية: مثل الأعلام، وألوان الفريق الوطني، أو رموز الهوية الرسمية (كالسيفين والنخلة في السعودية)، وهي تعزز مشاعر الانتماء والوحدة الجماعية.
2. الرموز التاريخية: كاستدعاء أحداث وطنية أو شخصيات ثقافية، شعبية أو نضالية، خصوصًا في السياقات العربية التي ترتبط فيها الرموز بالتاريخ السياسي والاجتماعي.
3. رموز القوة والانتصار: مثل النمر، والصقر، والتاج، أو النار، وهي رموز شائعة في التيفوهات العالمية،

وتُستخدم للدلالة على السيطرة، والشجاعة، والفخر الجماعي.

4. الرموز الثقافية الشعبية: كتجسيد شخصيات مشهورة من المسلسلات أو الإنمي، والتي تُستخدم لتقوية الارتباط العاطفي والتفاعل الجماهيري، خاصة بين فئة الشباب.

تصميم التيفو

يُعد تصميم التيفو في المدرجات الرياضية ممارسة جماهيرية إبداعية، حيث يتولى المشجعون مهمة ابتكاره وتنفيذه بالكامل دون تدخل مباشر من الأندية أو الجهات الرسمية. وغالبًا ما يُكرّس المشجعون وقتًا طويلا في التخطيط والرسم والتجهيز داخل المدرجات قبل انطلاق المباراة، ما يمنح التيفو طابعًا شعبيًا نابضًا بالانتماء والتعبير البصري الجماعي (Smith, 2025)؛ (Levental & Nissal, 2022) ويتطلب تنسيق التيفو تجهيزاً دقيقًا وتخطيطًا بصريًا محكمًا. وتشير بعض الدراسات الحديثة إلى أن هذه العملية تمر بعدة مراحل تبدأ بتحديد الرسالة البصرية المراد إيصالها، سواء كانت تعبيراً عن الفخر بالهوية، أو دعمًا لفريق معين، أو استدعاءً لرمزية تاريخية أو ثقافية (Kassing & Mean, 2022) تبدأ مراحل التنفيذ بوضع التصميم الأولي، إما بالرسم اليدوي أو باستخدام أدوات التصميم الرقمي أو ابتكار أدوات للعرض، بحسب (Kassing & Mean, 2022)؛ (Smith, 2025) شهدت التيفوهات تحوّلا تدريجيًا في طرق تصميمها وعرضها، حيث انتقلت من كونها تعبيرات بصرية ثابتة إلى عروض ديناميكية ومركّبة، حيث ابتكر المشجعون أساليب لتحريك التيفو وتوسيعه بصريًا من خلال دمج عناصر متعددة، وإدخال الحركة سواء داخل التيفو نفسه أو في محيط الملعب، إلى جانب استخدام اللوحات واللافتات الملوّنة لتوسيع نطاق الرسالة البصرية، فضلا عن توظيف المؤثرات النارية لإضفاء طابع درامي ومثير يعزّز من التأثير الجماهيري في المدرجات.

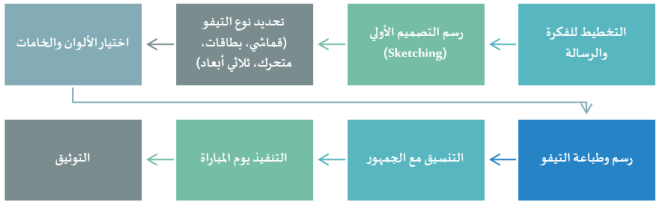
بعد ذلك، يتم تحديد نوع التيفو المناسب، سواء القماشي، أو بطاقات الجمهور، أو التركيبات ثلاثية الأبعاد. تُختار المواد بعناية لتناسب جودة الطباعة والظروف المناخية؛ كاستخدام الورق المعالج أو الأقمشة خفيفة الوزن والمقاومة للتمزق (شكل2) كما يُنسق مسبقًا مع الجمهور عبر تعليمات مكتوبة أو مقاطع فيديو توضيحية لضمان الانسجام البصري أثناء التنفيذ، وعند لحظة دخول اللاعبين، يُرفع التيفو في توقيت محدد، ويتم توثيقه من زوايا متعددة ليُعاد نشره عبر وسائل التواصل، مما يمنحه قيمة فنية وثقافية تتجاوز لحظة التشجيع، ليصبح جزءاً من الذاكرة البصرية للملاعب الوطنية. على سبيل المثال، في السياق السعودي، برزت ممارسات التيفوهات بشكل إبداعي بشكل واضح في مباريات دوري المحترفين مثل ديربي الرياض (شكل3).

وترى الباحثة أن تصميم التيفو في المدرجات الرياضية هو عملية إبداعية وتنظيمية دقيقة تمر بعدة مراحل أساسية (شكل4)، تشمل:

1. التخطيط للفكرة من خلال تصميم فكرة أو رسالة يريد الجمهور إيصالها (دعم الفريق، وتخليد حدث تاريخي، والتعبير عن الفخر بالهوية... إلخ).
2. رسم تصميم أولي (Sketching) يوضح الفكرة الرئيسية، والألوان، والشكل النهائي، باستخدام برامج التصميم أو الرسم اليدوي، لتخطيط التفاصيل بدقة.
3. تحديد نوع التيفو، وعادة يتنوع ما بين التيفو القماشي (لوحة ضخمة تُرفع فوق الجمهور). أو تيفو البطاقات (جمهور كامل يرفع بطاقات ملونة تتشكل منها صورة). أو تيفو متحرك (يتغير أثناء العرض). أو تيفو ثلاثي الأبعاد (باستخدام مجسمات).
4. اختيار الألوان والخامات من خلال تحديد الأقمشة أو الورق أو البلاستيك بناءً على ميزانية الرابطة والجودة المطلوبة. بحيث تكون خامات خفيفة، مقاومة للتمزق، وتتحمل الطقس.
5. رسم أو طباعة التيفو يدوياً أو عبر طابعات ضخمة حيث تتطلب التيفوهات الكبيرة مساحات مثل صالات رياضية أو ملاعب فرعية لإنجازها.
6. التنسيق مع الجمهور من خلال تدريب المتطوعين أو جمهور المباراة على كيفية رفع أو تحريك التيفو

بواسطة توزيع تعليمات مكتوبة أو مقاطع فيديو تشرح كيفية المشاركة.

7. التنفيذ يوم المباراة ويكون ذلك قبل بداية المباراة أو خلال دخول اللاعبين، وغالبًا ما يترافق عرضه مع أغانٍ وهتافات لتضخيم التأثير العاطفي.
8. التوثيق من خلال تصوير التيفو من زوايا مختلفة ليوثق كحدث فني وتاريخي، وينشر على وسائل التواصل.



شكل 4 رسم تخطيطي يوضح طريقة تصميم وتنفيذ التيفو

توظيف الهوية البصرية في تصميم الملابس الرياضية السعودي

شكل 3 تصميم شارة القيادة من تصميم معهد ورث لجولة نحلم ونحقق 94

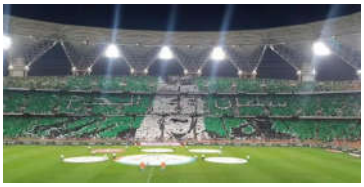
يشكّل تصميم الملابس الرياضية في السياق السعودي وسيلة بصرية فعّالة لتعزيز الهوية الوطنية والانتماء الجماهيري، لا سيما حين تُدمج الرموز الثقافية المحلية في بناء الخطاب البصري داخل الملاعب. حيث يمتد التوظيف البصري للهوية المستلهمة من الفنون التقليدية مثل القط العسيري، والجص الحساوي، والبشت الحساوي، والأبواب النجدية، وفن العمارة الحجازية وغيرها من العناصر في التصاميم الرياضية ليشمل حتى التفاصيل الدقيقة. مثل شارة القيادة (شكل5، 6)، والقمصان الرياضية للأندية، التي جاءت بتصميم مستوحى من الزخارف التقليدية (شكل7)، إذ يتحول هذا العنصر من مجرد علامة وظيفية إلى وسيط رمزي يُحمّل اللاعب القائد دورًا تمثيليًا ثقافيًا، في انسجام بصري مع باقي عناصر الزي، ويعزز من الرسائل الجماعية والقيَمية للفريق والهوية الوطنية. ويتقاطع هذا التوجه مباشرة مع ما طرحته (Nafady, 2022) بشأن فعالية التصميم المختزل في تحويل الشعار الرياضي إلى رمز قابل للتداول الجماهيري، يعزز الانتماء من خلال تكثيف المعنى البصري ضمن حدود الطباعة والاستخدام. كما تؤكد (Al-Jasser, 2024) أن توظيف عناصر الهوية البصرية المحلية -كما في شعار (يوم التأسيس)- داخل تصميم الملابس الرياضية يضفي على هذه المنتجات بعداً احتفالياً واتصالياً وثقافياً. وتدعم هذه الرؤية دراسة (Alaa El-Din, 2022) التي تشير إلى أن التصميم الرياضي، حين يُدمج مع رموز تراثية محلية، قادر على إنتاج سردية بصرية وطنية تُعزز الفخر الجمعي والانتماء الرمزي في الفضاء العام.

من منظور سيميائي، يُمكن تأويل هذه التصميمات وفقًا لنموذج (رولان بارت)، بوصفها علامات تحتوي على دال بصري (كالرمز أو النقش أو اللون) ومدلول ثقافي يُستدعى من الذاكرة الجمعية، فتُنتج بذلك (أسطورة وطنية) داخل السياق الرياضي (Barthes, 1977) ومن خلال أسلوب التلقي، يُعاد إنتاج هذه المعاني بصريًا من قِبل الجمهور، فيتحول الزي الرياضي إلى أداة جماهيرية للتمثيل الثقافي، ويُقرأ كخطاب بصري يتفاعل معه الجمهور بحسب خلفياتهم وسياقاتهم المحلية. وهكذا، لا تُعد الملابس الرياضية مجرد لباس، بل تمثيلا بصريًا للهوية، ومساحة لتكثيف الرموز الوطنية ضمن بنية تصميمية جماهيرية.

شكل 5 صورة توضح شارة القيادة على اللاعبين من تصميم معهد ورث لجولة نحلم ونحقق 94

شكل 5 تصاميم عصرية من وحي الفنون التقليدية، وذلك بالتعاون مع المعهد الملكي للفنون التقليدية "وِرث"

التصميم الثقافي والسياق البصري في الملاعب السعودية



شكل 6 جمهور الأهلي يبدع في تيفو سلمان الحزم 2015 أمام مباراة الرائد وذلك مشاركة من النادي الأهلي في الحملة الرياضية والشعبية لدعم أفراد الجيش الباسل، وتضامناً مع عمليات "عاصفة الحزم" الجارية ضد الميليشيات الحوثية في اليمن

يرتكز تحليل التصميم الجرافيكي الرياضي في الملاعب السعودية على فهم عميق لعلاقته بالسياق الثقافي الذي يُنتج فيه ويُعاد تأويله من خلاله. فوفقًا لما تطرحه (Ennad, 2022) لا يمكن فصل فعالية الرمز البصري عن البيئة الثقافية التي ينتمي إليها، حيث "يكتسب الرمز معناه من البيئة الاجتماعية والتاريخية التي يُنتج فيها ويُستقبل من خلالها" (ص 110)، وبهذا المعنى، لا تُعد التيفوهات أو الملابس الرياضية مجرد وسائط بصرية، بل هي نصوص ثقافية مشبعة بالرموز الجمعية، تُفعّل من خلال التلقي الجمعي داخل الفضاء الرياضي. يتعزز هذا الطرح بما يقدمه مفهوم (التصميم الثقافي) الذي يرى أن التصميم لا يعكس الثقافة فحسب، بل يُسهم في إعادة إنتاجها بصرياً، كما وضح (Abu Ghonaima, 2024) أن أحد مسارات التصميم الثقافي هي تحليل السمات البصرية ومعرفة بنائها ثقافيا مع الاهتمام بالعادات والتقاليد وإعادة تصميمها بمفهوم يتسم بالعصرية ويمتزج بروح الثقافة. وأشار (Heskett, 2005)، إلى أن كل تصميم "يحمل أثر ثقافة صانعه وجمهوره، ولا يمكن فصل شكله عن مضمونه الثقافي"، في حين توضح (Aleshawie, 2019) أن الرموز المستخدمة في العلامات السعودية -مثل النخلة والسيفين أو الزخارف النجدية- تؤدي دوراً محورياً في تعزيز الهوية البصرية للمملكة، وفي التعبير عن التحولات الاجتماعية من خلال خطاب رمزي بصري متجدد. ويتقاطع ذلك مع ما يؤكده (Neama & Yassin, 2023) من أن "السياق يشكّل البنية التأويلية للتصميم"، وأن تجاهل خلفية الجمهور أو رموزه المتجذّرة يؤدي إلى انقطاع في التواصل البصري (ص: 115). في السياق نفسه، تشير دراسة (Hassan & Al-Dajani, 2025) إلى أن استخدام الرموز الثقافية المحلية -مثل آلة العود والزخارف الإسلامية- كان الأكثر قدرة على جذب الانتباه وإنتاج أثر بصري مبتكر داخل المشاريع الوطنية. وهذا ما يُظهر أن الفعالية البصرية في التصميم الجرافيكي الرياضي تنبع من ملاءمته للسياق الثقافي وتواصله مع الذاكرة الجمعية للجمهور. وعند قراءة هذه الرموز من خلال منهج رولان بارت السيميائي، يمكن اعتبار كل رمز كالنخلة، والبشت، والسيف، أو الزخرفة علامة تحمل دالا بصريًا ومدلولا ثقافيًا، تتجمع لتُنتج (أسطورة وطنية) داخل الفضاء الجماهيري (Barthes, 1977) ويدعم هذا المنظور ما تطرحه (Widmark, 2017) من أن التيفوهات، حتى وإن تم تنظيمها بتنسيق مؤسسي، تُعد أفعالا رمزية جماهيرية تعبّر عن تفاعل المجتمع مع التحولات الكبرى والاحتفالات الوطنية من خلال أدوات تعبيرية بصرية شعبية.

بهذا المعنى، فإن التصميمات البصرية في الملاعب السعودية لا تؤدي وظيفة تجميلية أو ترفيهية فحسب، بل تمثل خطابًا ثقافيًا بصريًا متعدد الطبقات، يُقرأ من قبل الجمهور من خلال عدسة التلقي، ويُبنى وفق

رموز محلية تعبّر عن الانتماء والهوية، وتدعم مشروعًا وطنيًا أوسع لإعادة تعريف الصورة البصرية للمجتمع السعودي المعاصر.

النماذج النقدية في تحليل الشعارات والتيفوهات الرياضية

في الملاعب السعودية، تُعدّ التيفوات والشعارات الرياضية تمثيلات بصرية تعكس الهوية المشتركة للجماهير، متجاوزةً بذلك مجرد التشجيع إلى وظائف ثقافية وتواصلية، ووفقًا لنظرية التلقي، تُعتبر هذه العناصر البصرية نصوصًا مفتوحة تتيح للجماهير تفسيرها بناءً على تجاربهم الفردية وخلفياتهم الثقافية، (Iser, 1984)؛ (Jauss, 1978) تزداد أهمية هذه العناصر البصرية كما ذكر (Widmark, 2017) عندما تُدمج التيفوات رموزًا وطنية أو رسائل ضمنية، متحولةً إلى نوع من "الخطاب البصري الصامت" التي تنقل خطابًا شعبيًا غير مباشر من خلال الرموز والإشارات والصور، (شكل 8).

ويوفر الجمع بين مفهوم السيميائية ونظرية التلقي إطارًا تحليليًا لفهم مختلف جوانب التصميم الجرافيكي الرياضي. حيث تُحلل السيميائية الرموز البصرية كالألوان والزخارف والشعارات، وتدرس دلالاتها الثقافية والاجتماعية (Barthes, 1977)؛ (Chandler, 2017) بينما تُركز نظرية التلقي على تفسير هذه الرموز من وجهة نظر الجمهور المُتلقي، (Iser, 1978)؛ (Jauss, 1978) تكتسب هذه العلاقة أهمية خاصة في السياق السعودي، حيث تخدم التصاميم الرياضية أغراضًا جمالية وتواصلية في ظل التغيرات الثقافية التي حددتها رؤية 2030 (Hall, 1980)؛ (Kress & van Leeuwen, 2006). وفي إطار هذه الدراسة، يعد نموذج رولان بارت السيميائي من أكثر النماذج تأثيراً في تحليل الصور والخطابات البصرية، خاصة في السياقات الثقافية. حيث يشير (Allen, 2004) إلى أن مقاربة رولان بارت السيميائية تُعد من أبرز الأدوات النقدية في تحليل الخطابات البصرية، حيث يُقسّم بارت عملية قراءة الصورة إلى ثلاث مراحل مترابطة: الدلالة الأولى (denotation) التي تُحيل إلى المعنى المباشر، والدلالة الثانية (connotation) التي تحمل أبعاداً ثقافية، ثم الأسطورة (myth) بوصفها نظامًا دلاليًا يعيد إنتاج المعنى في سياق أيديولوجي. ومن هذا المنطلق، يُستخدم نموذج بارت في هذه الدراسة لتحليل التيفوهات والشعارات الرياضية السعودية، بوصفها تمثيلات بصرية تتجاوز البعد الجمالي نحو بناء دلالات رمزية تُعزز الانتماء والهوية الوطنية. إضافة إلى ذلك، يركز منهج إروين بانوفسكي (Panofsky, 1955) على تحليل الصور والرموز عبر ثلاثة مستويات مترابطة: الوصف الأولي للعناصر الشكلية المرئية، والتحليل الأيقوني لتفسير الرموز في سياقها الثقافي، والتفسير الأيقوني لفهم السياق الذي أدى إلى إنشاء الصورة، كما أكدت دراسة (AlZaid & AlHathloui, 2023) تفوق منهجية بانوفسكي في تفسير الأيقونات والقيم الرمزية في الأعمال الفنية، ويُعدّ تطبيق هذه المنهجية مناسبًا لدراسة التيفوهات السعودية، التي غالبًا ما تتضمن رموزًا ورسائل وطنية تعبر عن الهوية والولاء، وتحويلها إلى نصوص ثقافية تتجاوز المجال الجمالي وتتعمق في الأبعاد الرمزية والاجتماعية. ويؤكد (Neama, 2022) بأن المنهج السيميائي يُمكّن المصمم أو الباحث من فكّ شفرة البنية الدلالية للصورة وكشف الرسائل الخفية وراء النظام الشكلي. ويرى (Al-Obaidi, 2012) أن العلاقات الشكلية لا تُنشئ جماليات سطحية فحسب، بل تنقل أيضًا معانٍ رمزية عميقة من خلال الصورة، ويدعم هذا التوجه توظيف نموذج كريس وفان ليوين، الذي يعمل كأداة تحليلية لفهم الصورة كلغة بصرية، وبناء رسائلها من خلال التكوين واللون والمنظور وزاوية الرؤية (Kress & van Leeuwen, 2020) حيث تُظهر التيفوهات السعودية استخداماً مدروسًا لهذه العناصر، مثل وضع الرموز الوطنية بشكل بارز في التكوين وتوجيه الانتباه البصري لتعزيز تفاعل الجمهور، مُظهرةً دورها في صياغة الدلالة البصرية وتعزيز الهوية والشعور بالانتماء. وقد أثبتت النسخة الثالثة من كتاب (Reading Images) مرونة هذا النموذج في تحليل الصور الحديثة، بما في ذلك تلك المنتجة رقميًا، كما أكدت (Nguyen, 2023) في دراستها أن قواعد التصميم البصري التي وضعها كريس وفان ليوين ما تزال قابلة للتطبيق على الوسائط البصرية المعاصرة، وتوفر إطاراً فعالا لفهم الخطاب البصري في سياقات متعددة.

الإطار الإجرائي للدراسة:

منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بوصفه الأنسب لتحليل الظواهر البصرية وفهم علاقتها بالسياق الثقافي والاجتماعي والرمزي. وتطبق الدراسة ثلاثة نماذج تحليلية تشمل منهج بانوفسكي، ونموذج رولان بارت، ونموذج كريس وفان ليووين لتحليل الصورة بهدف الكشف عن المعاني المتعددة خلف التصاميم والتعابير الرمزية والهوية ضمن سياقات متعددة، وكيف تُسهم في بناء هوية بصرية وطنية في سياق رياضي جماهيري. وسيتم تطبيق هذا الإطار التحليلي على (21) عينة بصرية، تشمل: ثلاث شعارات رياضية رسمية، ستة تيفوهات من الملاعب السعودية والعربية والعالمية، واثنتي عشر تصميما للزي الرياضي.

أولا: تحليل شعارات الهوية البصرية لكرة القدم وفق منهج بانوفسكي

تم تحليل ثلاث شعارات لاستضافة كأس آسيا في كل من قطر (2011)، والإمارات (2019)، والسعودية (2027)، بهدف المقارنة بين تمثيلات الهوية الوطنية والخطاب الرمزي ضمن السياق الخليجي، وذلك باستخدام مستويات بانوفسكي الثلاثة: الوصفي، والأيقوني، والتأويلي

جدول (1): تحليل شعارات كرة القدم لكأس آسيا وفق منهج بانوفسكي

الشعار Logo	المستوى الوصفي Pre-iconographical	المستوى الأيقوني Iconographical	المستوى التأويلي Iconological
شعار دولة قطر، كأس آسيا 2011	يظهر الشعار على شكل كرة قدم مُجردة ذات تدرج من اللون الأصفر إلى الأرجواني والمدمجة بخطوط منحنية تُمثل غزال المها العربي، إضافة إلى كتابة واضحة لاسم البطولة والدولة.	- الكرة > رمز للرياضة العالمية - الخطوط العريضة > تشير إلى المها العربي، رمز تقليدي للكرامة والقوة في الثقافة القطرية. - اللون > الأصفر المتدرج يُحاكي شروق الشمس والصحراء ويعكس ثقافة آسيا واللون الأرجواني دولة قطر، في دلالة على المزج البصري للأحداث الرياضية.	يُقدّم الشعار صورة رمزية عن الهوية القطرية من خلال رموز عربية تقليدية تُعبّر عن الأصالة والقوة، مستخدمًا أسلوبًا بصريًا يجمع بين الحداثة والتجريد، ويعكس توجّه قطر لتأكيد حضورها الثقافي والرياضي عبر استضافة البطولات الدولية.
شعار دولة الإمارات العربية المتحدة. كأس آسيا 2019	الشعار يتكوّن من كرة مجدولة بخطوط حمراء وخضراء وسوداء وبيضاء، كألوان العلم الإماراتي، بتركيبة هندسية ثلاثية الأبعاد داخل دائرة سوداء.	- نمط التشبيك> يُشبه نمط السدو الإماراتي أو الزخارف الإسلامية. - الألوان > مباشرة من علم الإمارات. - الشكل الهندسي> يوحي بالتماسك والتكامل.	يرمز هذا الشعار إلى وحدة الإمارات وتلاحم المجتمع ضمن قالب رياضي بصري يعكس روح التعاون. التركيب الدائري المتشابك يُشير إلى فكرة التضامن بين الشعوب، ويبرز قدرة الدولة على تنظيم حدث جامع برؤية معاصرة تحترم الرموز التقليدية.
شعار المملكة العربية السعودية، كأس آسيا 2027	شعار يتكوّن من كرة ذهبية مجزأة تتكامل بصريًا مع جناحين أخضرين متماثلين يمثلان أوراق النخلة، ويتوسطهما السيفين.	- النخلة والسيف> رمز المملكة الرسمي - الجناحان> قد يُشيران إلى النمو، أو الطموح، أو الانطلاق - الكرة الذهبية > تشير إلى التفوق، أو الريادة، أو القيمة.	يجسّد الشعار رؤية المملكة الطموحة في دمج الهوية مع المستقبل الرياضي، من خلال إعادة توظيف الرمز الوطني (النخلة والسيف) داخل تصميم هندسي ذي بُعد حداثي. يعكس التوجه نحو تأكيد الهوية السعودية بصريًا على الساحة القارية، بما يتماشى مع أهداف رؤية 2030 في استخدام الرياضة كأداة للتواصل الثقافي والتمكين الدولي.

ثانياً: تحليل الزخارف على الملابس الرياضية وفق نموذج رولان بارت

تم تحليل الزخارف على قمصان المنتخب السعودي لكأس العالم 2022 والطقم الموحد لخمسة أندية سعودية محلية، والذي تم تصميمه ضمن مبادرة (نحلم ونحقق) للدوري السعودي للمحترفين (شكل، 7)، استناداً إلى نموذج رولان بارت، ليستعرض العلاقة بين الدلالة والدلالة المباشرة والضمنية التي تعبر عن الهوية الثقافية في سياق الرياضة. تم أيضاً تضمين تحليل الشارة الخاصة بالأندية السعودية لدوري المحترفين التي تم تصميمها بنقوش مستوحاة من التراث السعودي (شكل، 5).

جدول (2): تحليل الزخارف على الملابس الرياضية وفق نموذج رولان بارت

الزخارف على الملابس الرياضية	الدال Signifier	المدلول Denotative meaning	الدلالة الرمزية Connotative meaning	الأسطورة Myth
قميص المنتخب الأساسي (الاخضر).	زخارف تجريدية تكرر بشكل متواصل لتعكس حركة الطبيعة مثل نمو النباتات أو تدفق الرمال.	زخارف تتميز بتصميم ديناميكي يجذب الانتباه ويحمل رموزًا متنوعة متمثلة في انعكاس اللون الأخضر الذي يمثل اللون الوطني للمملكة العربية السعودية.	ترمز إلى الطبيعة الخضراء، والقوة، والحيوية، والروابط الجذرية بالهوية الوطنية، وتأخذ إلهامها من الطبيعة والتراث السعودي، مما يعزز تميز الهوية البصرية للبلاد.	يُعتبر القميص رمزًا بصريًا يجسد روح الحداثة لرؤية 2030، مُعبّرًا عن رؤية (السعودية الجديدة) التي تجمع بين التقاليد وروح العصر الحديث.
قميص المنتخب الاحتياطي (الأبيض).	أشكال من أوراق النخيل على شكل نمط نباتي بدرجات اللون الرمادي.	تُجسّد النخيل بصريًا وارتباطها الوثيق بالبيئة السعودية.	ترمز هذه الزخارف إلى الشعور بالهوية الوطنية والارتباط.	يُجسّد القميص هوية سعودية أصيلة، إذ يدمج الرموز التقليدية مع عناصر التصميم الحديثة ليُقدّم منظورًا معاصرًا للبيئة المحلية.
قميص نادي الفتح: خيوط الزري في البشت الحساوي.	تصميم فني فاخر يظهر خطوطًا رأسية دقيقة باللون الذهبي على قميص أسود.	نقوش مستوحاة من خيوط الزري التقليدية في البشت الرجالي الحساوي في المنطقة الشرقية.	يعكس هذا التصميم الأناقة والرسمية بطريقة مبتكرة، حيث يرمز إلى قيم اجتماعية ورموز للفخامة والمكانة بأناقة داخل سياق رياضي.	يعتبر هذا القميص تعبيرًا بصريًا عن الهوية، حيث يقدم رمزية البشت بطريقة مبتكرة تجمع بين التميز والوقار في سياق رياضي.
قميص نادي التعاون: زخارف الأبواب النجدية.	تستوحى الأنماط الهندسية المتقاطعة من تصاميم الأبواب الخشبية النجدية التقليدية، وتتمثل في نقوش دائرية وهندسية بلون أخضر فاتح على قميص بألوان متدرجة.	وحدات زخرفية مستلهمة من الأبواب الخشبية النجدية.	تشكل الزخارف المستوحاة من الأبواب النجدية رمزًا للكرم والانفتاح والضيافة والترابط الاجتماعي، مجسدةً العمارة النجدية كجزء من الهوية التراثية لمنطقة القصيم الذي يمثلها النادي.	من خلال تحويل الباب النجدي إلى رمز بصري يعبّر عن الانفتاح والترابط الثقافي، يُعتبر التصميم مدخلاً رمزيًا يمثل هوية القصيم وجذورها الضيافية في سياق رياضي بصري.
قميص نادي ضمك: زخارف القط العسيري.	زخارف هندسية بيضاء مكونة من المثلثات والمربعات والخطوط المتعرجة والمستقيمة على قميص بلون داكن.	هذه الزخارف والنقوش تصوّر رموزًا فنية من تراث القط العسيري.	تعبّر هذه الرموز عن الفرح الجماعي وتعكس الهوية الجنوبية بأسلوب فني جمالي واحتفالي تقليدي.	يتحوّل القميص إلى تكريم فني للمرأة والمجتمع في الجنوب، حيث يُعيد تقديم فن القط كقيمة بصرية تعكس الحياة والاحتفال بالهوية الجنوبية بشكل مبهج وجماعي.
قميص نادي الفيحاء: زخارف البناء التقليدي النجدي (الفرحات).	تصميم قميص باللون الرملي/ البني بنقوش هندسية من المثلثات والمربعات بشكل متدرج ومتماثل وخطوط متعرجة على جانبي القميص.	النقوش مستوحاة من تصاميم الجدران والهندسة المعمارية في المنطقة النجدية.	يعكس هذا التصميم رموز الثبات والهوية الحضرية، ويعيد صياغة العنصر الثقافي لمنطقة المجمعة، مقر النادي، من خلال تجسيد جوانب الصحراء والعمارة المحلية. يمنح هذا التصميم القميص لمسة تقليدية تربط بين التراث والحداثة.	توظيف الألوان والفراغات المحلية كوسيلة بصرية لسرد قصة عن الهوية المعمارية. يقوم هذا التصميم بتحويل الحائط النجدي إلى سطح يعبر عن الأصالة والانتماء المكاني.
قميص نادي الوحدة: زخارف حصية من المنطقة الغربية.	نقوش متناغمة لزخارف بنفسجية لأشكال مجردة مرتبة بشكل منتظم على شكل شريط أسفل حواف القميص.	زخارف معمارية مستنبطة من فن الروشن الحجازي.	تعكس تراث العمارة الإسلامية في المنطقة الغربية من المملكة. هذه الزخارف ترمز إلى النقاء والروحانية، ويستوحي لونها البنفسجي من نبتة الخزامى الطبيعية. يضيف هذا التصميم جانباً ثقافياً وبيئياً للقميص.	القميص يعبر بصرياً عن الهوية الحجازية. النقوش الحصية والعناصر الزهرية تمثل جزءاً من تراث مكة المقدسة بطريقة حديثة ورياضية، تلامس الروح والجسد معًا.

جدول (3): تحليل شارة القيادة للأندية السعودية وفق نموذج رولان بارت

شارة القيادة	الدال Signifier	المدلول Denotative meaning	الدلالة الرمزية Connotative meaning	الأسطورة Myth
زخارف المنطقة الشرقية فن الجص الحساوي	تصميم هندسي على شكل زهرة مجردة يضم تفاصيل نقوش ملونة باللونين الأخضر والأصفر داخل إطار باللون الأخضر الفاتح.	تصميم مستوحى من تفاصيل الهندسة المعمارية للبيوت التقليدية في المنطقة الشرقية.	يبرز التصميم التميز المعماري في الثقافة الشرقية، مع تعزيز الهوية المحلية والقيم الثقافية من خلال الزخارف الفريدة والتفاصيل الدقيقة.	تمثل الزخرفة الحساوية على شارة القيادة تعبيرًا بصريًا عن الثراء الثقافي الفريد للمنطقة الشرقية، حيث تعيد صياغة المعمار الشرقي كرمز للفخر والتميز ضمن السياق الفني، مما يجعل الشارة تعبر بصورة بصرية عن الهوية والتميز.
زخارف المنطقة الغربية فن المنجور	نقوش خشبية ملوّنة تتمثل في اللون الأرجواني والبرتقالي.	تصاميم لنقوش مستوحاة من الزخارف الخشبية المعقدة الموجودة على أبواب وشبابيك المباني في المناطق الحجازية.	تعكس هذه التصاميم جماليات الفن الحجازي وروح التاريخية لمدن مثل مكة وجدة، معبرة عن التنوع الحضاري والثقافي. تُمثل هذه الزخارف قصة عن الحجاز كمركز تتقاطع فيه الثقافات.	تُمثل هذه الزخارف قصة عن الحجاز كمركز حيث تتقاطع الثقافات، حيث يصبح فن النحت على الخشب رمزاً للتواصل والتنوع، وتستحضر روح مكة والمدينة في صورة متحركة ترتديها الشخصية داخل الميدان.
زخارف المنطقة الجنوبية فن القط العسيري	أشكال هندسية متناغمة بألوان فاتحة تضفي جمالاً بصرياً متناسقاً.	أشكال زخارف القط الشعبية التي يقمن بها النساء على جدران المنازل العسيرية.	ترمز إلى السعادة، الحياة الاجتماعية، والدور الذي تلعبه المرأة في بناء الهوية البصرية، معبرة عن الهوية الفريدة للجنوب في التعبير الجماعي الفني.	هذه الزخارف تعبر عن رمزية فنية تعزز دور المرأة وتمثّل المجتمع الجنوبي، حيث يصبح القط العسيري حاملاً لأسطورة جماعية تحتفي بالجمال، التنوع، والفخر المحلي.
زخارف المنطقة الشمالية فن السدو	خطوط مائلة ومتقاطعة باللون الأخضر الداكن والأسود ظاهرة على خلفية فاتحة.	أشكال مستوحاة من تصاميم النسيج التقليدي للسدو المعروف في بيت الشعر.	يعكس شكل هذه الأنماط جوانب من الثقافة البدوية مثل البساطة والروابط العميقة مع الصحراء والكرم، مع التركيز على قيم الفخر والولاء للتراث القبلي.	تعبر هذه الرموز عن القبيلة والكرامة في الوعي الثقافي السعودي، حيث يرمز السدو بشكل بصري لقيم الشجاعة والوفاء للأرض، مع إعادة صياغة صورة الكرم البدوي في سياق الرياضة الحديثة.
زخارف المنطقة الوسطى فن الأبواب النجدية	زخارف هندسية وخطوط متقاطعة باللون الأصفر، مع تفاصيل من تكوين شكل المثلث.	تفاصيل دقيقة مستوحاة من نقوش الأبواب الخشبية التقليدية في منطقة نجد.	تعكس هذه الزخارف قيم الضيافة والانفتاح، وتعبّر عن العمق التاريخي وروح التلاحم في وسط المملكة.	يُعتبر تحويل الزخرفة النجدية على الشارة إلى بوابة بصرية تمثل الهوية المركزية للدولة، حيث تجسد نجد قلب المملكة، وتنطوي على رموز للتقاليد والسلطة للحكم السعودي.

ثالثا: تحليل الشعارات الجماهيرية (التيفو) وفق نموذج كريس وفان ليووين (Kress & van Leeuwen)

يعتمد تحليل الشعارات الجماهيرية على نموذج كريس وفان ليووين الذي يركّز على الكيفية التي تُنتج بها الصورة البصرية المعنى من خلال ثلاثة محاور أساسية:

1. التمثيل، (Representational Meaning) ماذا تُظهر الصورة؟
2. التفاعل، (Interactive Meaning) كيف تتفاعل الصورة مع المتلقي؟
3. التكوين، (Compositional Meaning) كيف تُنظّم العناصر بصريًا؟

وقد تم اختيار ستة تيفوهات تمثّل أنماطًا محلية وعربية وعالمية، لتحديد الفوارق في توظيف الرمز والقوة والهوية وتحديد السياق الرمزي والثقافي، موضحة كالتالي:

جدول (4): تحليل الشعارات الجماهيرية (التيفو) وفق نموذج كريس وفان ليووين

نموذج (1): تحليل تيفو جماهير نادي الهلال السعودي ضد فريق غوانغجو الصيني ربع نهائي دوري ابطال اسيا (2025)	
التمثيل البصري Representational Meaning	
التفاعل مع المتلقي Interactive Meaning	صوّر التيفو شخصية ملك الليل من مسلسل (صراع العروش)، مُصوّرًا بوجه أزرق وأبيض مهيمن، مُوزّعًا بشكل استراتيجي في المدرجات. يُضفي الارتباط البصري المباشر بالجمهور، بنظرة باردة ومُثيرة، شعورًا بالرهبة والقوة الغامضة على الرمز.
التكوين Compositional Meaning	الاستخدام الشامل للدرجات الزرقاء والبيضاء على المدرجات وتصميم ثلاثي الأبعاد يُذكّر بالمشاهد السينمائية.
السياق الثقافي / الرمزي Cultural/Symbolic Context	تتمركز الشخصية بألوان موزعة بشكل متناغم ومنظم. يستخدم هذا الشعار رمزًا عالميًا من الثقافة الشعبية ليرمز إلى السلطة والدهاء والقوة المطلقة.
التمثيل البصري Representational Meaning	يرمز الهلال إلى هوية بطولية من خلال استعارة بصرية حديثة تُمكّنه من جذب المشاهدين العالميين والمحليين في آنٍ واحد، مُقدّماً نفسه كقوة لا تُقهر، تُشبه دور ملك الليل في المسلسل.

نموذج (2): تحليل تيفو جماهير نادي الرجاء المغربي ضد فريق هلال القدس الفلسطيني (2019)	
صورة التيفو	
التمثيل البصري Representational Meaning	شخصية حنظلة الشهيرة، الطفل الذي يدير ظهره للعالم، تظهر في مركز الصورة في مدرجات الملعب إلى جانب عبارة (حتى في النصر) باللون الأخضر وألوان العلم الفلسطيني.
التفاعل مع المتلقي Interactive Meaning	تنقل نظرة حنظلة الغائبة رسالةً دون مواجهة مباشرة، مُنشئةً مسافةً تأمليةً وصمتًا احتجاجيًا بصريًا يدعو إلى تفسير عاطفي.
التكوين Compositional Meaning	ينصبُّ التركيز الرئيسي للتيفو على الشخصية الرمزية، مُحاطةً بالعبارة ومخطط الألوان الفلسطيني في ترتيب أفقي واضح، مُرسّخةً التركيبة كإعلان بصري.
السياق الثقافي / الرمزي Cultural/Symbolic Context	يوظف هذا التيفو رمزًا بصريًا يتجاوز الحدود الجغرافية ليُعبّر عن الهوية الفلسطينية والمقاومة وموقفها من أجل العدالة. تصوير حنظلة في ملعب رياضي يُحوّل المدرجات إلى مساحة بصرية للمقاومة، ويحثّ الجمهور المغربي على دعم التضامن الثقافي العربي بما يتجاوز السياسة المجردة.
نموذج (3): تحليل تيفو جماهير نادي النصر السعودي ضد فريق نادي بونيودكور الأوزبكي في افتتاح منافسات الفريق بدوري أبطال آسيا (2016)	
صورة التيفو	
التمثيل البصري Representational Meaning	سدّ باللون الأصفر والشعر الأزرق، يطل من المدرجات، ومحاط بشعارين: (With You) و(Nasser for Ever).
التفاعل مع المتلقي Interactive Meaning	يجذب الأسد الجمهور بنظراته الحادة، معززًا الشعور بالتحدي والثقة، ويشرك المشاهد نفسيًا في لحظة مواجهة.
التكوين Compositional Meaning	يرتكز الشعار على وجه الأسد، المتوازن بين اللونين الأصفر والأزرق، مع نصوص باللغة الإنجليزية على كلا الجانبين لإيصال رسالة مزدوجة.
السياق الثقافي / الرمزي Cultural/Symbolic Context	يرمز الأسد إلى القوة والشجاعة والتحكم، ولكن بأسلوب بصري حديث يُذكرنا بفنون القصص المصورة ويُضفي استخدام اللغة الإنجليزية بُعدًا دوليًا على الشعار، محولًا اياه إلى رسالة تحفيزية تتجاوز حدود اللغة، وتجسر الهويّة المحلية بالطابع الأسيوي.
نموذج (4): تحليل تيفو نادي بروسيا دورتمند الألماني ضد فريق مالقا الأسباني في دوري أبطال أوربا (2012)	
صورة التيفو	
التمثيل البصري Representational Meaning	شخصية كرتونية كبيرة ترتدي قبعة صفراء تحمل شعار دورتموند، تحمل تلسكوبًا موجهًا نحو الملعب، بابتسامة مرحة، مصحوبة بنص ألماني يقول: "في السعي وراء هنكلبوت المفقود"، رمزًا لسعي الفريق للفوز بلقب دوري أبطال أوروبا بعد غياب طويل.
التفاعل مع المتلقي Interactive Meaning	يُضفي التلسكوب المُوجّه نحو الجمهور والملعب تفاعلاً بصرياً مُثيراً للرهبة والإثارة، يُشعر الخصم بالمراقبة والضغط، بينما يُقدّم للجمهور دفعةً فنيةً رمزيةً لفرض سيطرته.
التكوين Compositional Meaning	الاستخدام الكثيف للألوان السوداء والبرتقالية في تشكيل الشخصية، إلى جانب تدرجات لونية مُتقنة تُبرز تعابير الوجه والنص، يُرسّخ تكوين التيفو كجدارية كاريكاتورية ملونة.
السياق الثقافي / الرمزي Cultural/Symbolic Context	يستخدم الشعار الكوميديا السوداء كوسيلة شائعة للضغط النفسي، حيث يمزج ثقافة الألتراس الأوروبية مع الرموز البصرية الساخرة. يُعيد النص المكتوب بناء التاريخ بروح فكاهية، مُضفياً روح الانتقام الرياضي، لا سيما مع ذكر الكأس المفقودة كحافز نفسي للفريق بعد غياب طويل عن الفوز القاري.

نموذج (5): تحليل تيفو الاتحاد والقادسية نهائي كأس الملك(2025)

صورة التيفو	
التمثيل البصري Representational Meaning	يُظهر التيفو مشهدًا بصريًا كبيرًا يُصوّر جبل طويق بألوان ترابية من الذهبي والبرتقالي، يحمل عبارتي (شعب طويق). و(طموحنا يعانق السماء)، حيث تمزج الألوان الشعبية الأصفر والأسود لنادي الاتحاد والأحمر لنادي القادسية في عرض بصري متناغم يُوحّد جماهير الفريقين.
التفاعل مع المتلقي Interactive Meaning	يرمز التركيز المباشر على جبل طويق الشامخ، الممتد عموديًا، إلى الطموح والتفوق والعظمة، بينما تُضيف العبارة المكتوبة بُعدًا رفيعًا يُثير مشاعر الفخر والانتماء الوطني.
التكوين Compositional Meaning	يُبرز التصميم البصري المركزي المتناغم هيكلًا هندسيًا من أرضية الملعب إلى قمته، حيث يتناغم النص مع الصورة والخلفية الوطنية، مُبرزًا الاستخدام الفعال لتباين الألوان بين الذهبي والأرجواني والأحمر والأبيض.
السياق الثقافي / الرمزي Cultural/Symbolic Context	يستحضر شعار طويق الرمز الثقافي السعودي الذي يجسد العزيمة والصمود والتميز، ويرمز إلى روح وطنية راسخة. إن اندماج جماهير الاتحاد والقادسية في هذه الرسالة البصرية يحول الشعار إلى احتفال وطني موحد، يتجاوز مجرد التنافس الكروي ليجسد وحدة الإرادة الشعبية في أعرق البطولات.

نموذج (6): تحليل تيفو نادي الأهلي السعودي ضد فريق كاواساكي الياباني في نهائي دوري أبطال آسيا (2025)

صورة التيفو	
التمثيل البصري Representational Meaning	قائد يحمل تلسكوبًا، موجهًا إياه للأمام، في مركز المشهد البصري، مع عبارة (TARGET) بارزة في الأعلى.
التفاعل مع المتلقي Interactive Meaning	توحي النظرة الرمزية من خلال التلسكوب بتركيز استراتيجي ورؤية بعيدة المدى لكل من الجمهور والفريق. تُضفي النظرة غير المباشرة بُعدًا استقصائيًا وشعورًا بترقب المواجهة.
التكوين Compositional Meaning	تكامل سلس بين الشخصية والنص، باستخدام اللونين الأخضر والأسود لتأكيد هوية الأهلي، مع توزيع دقيق للمساحات الداكنة ورسومات إضافية تدعم الصورة المركزية.
السياق الثقافي / الرمزي Cultural/Symbolic Context	يرمز القائد إلى القيادة المدروسة والتطلع إلى المستقبل، بينما تُحوّل عبارة (الهدف) الشعار إلى رمز بصري تنافسي، مُعززةً فكرة أن النادي وجماهيره في مهمة مميزة، تتجاوز مجرد مباراة عادية. يربط الاستخدام الاستراتيجي للرمز العالمي الثقافة الشعبية بالتصميم البصري المحلي.

مناقشة النتائج:

بناءً على تحليل المحاور الثلاثة (الشعارات، والزخارف، والتيفوهات) وبالرجوع إلى الإطار النظري والدراسات السابقة، توصلت الدراسة بعد التحليل إلى النتائج التالية:

1. تشير النتائج إلى أن التصميم الجرافيكي أصبح أداةً محوريةً في إبراز الهوية الوطنية، سواءً من خلال تيفوهات المشجعين التي تتضمن رموزًا مؤثرة كالأسود والتي جسدت رموزًا دلالية مؤثرة، والعبارات الشهيرة من الثقافة الشعبية السعودية (جدول 4، نموذج 3، 5) أو من خلال الحملات الرسمية التي تستخدم خطابًا بصريًا واسع النطاق (جدول 3)، تعكس الحملات الرسمية في (جدول 3) استخدامًا متقنًا للخطاب البصري، يجمع بين الشكل الجمالي والمضمون الرمزي، ويتقاطع مع ما أشار إليه (Heskett, 2005) حول وظيفة التصميم في إعادة تشكيل الوعي الجمعي، وما أكدته (Ennad, 2022) حول السياق الثقافي في التصميم الجرافيكي عن طريق العلاقات الدلالية الإيحائية والترابط بين الجزء والكل الذي يمثل المعنى الكامن في سياق التصميم ما بين الشكل والنص والمعاني الضمنية وإظهار تأويلاتها.
2. أظهر تحليل (جدول2 و3) أن توظيف الرموز البصرية التراثية -مثل زخارف السدو والنخلة والقط العسيري- في الملابس الرياضية يُعد فعلا بصريًا موجّهًا لتعزيز الانتماء الوطني، خاصة عندما تُدمج هذه الرموز ضمن تصميم حداثي يعكس الهوية المحلية بشكل معاصر، فعلى سبيل المثال، قمصان المنتخب السعودي دمجت بين اللون الأخضر ونقوش من البيئة الصحراوية، وقمصان الطقم الثالث لجولة نحلم

ونحقق نقوش متنوعة من مناطق المملكة، بينما تضمنت شارات القيادة تمثيلا لمناطق المملكة الخمس في تعبير عن الوحدة والتنوع الثقافي. يتسق ذلك مع رأي (Al-Jasser, 2024)، (Nafady, 2022)، (Aleshawie, 2019) حول أهمية الرموز التراثية في صناعة هوية بصرية جامعة، ويتناغم مع منظور (Guschwan, 2016)، الذي يرى أن المدرجات تمثل فضاءً أدائيًا رمزيًا. كما تعزز النتائج ما أكدت عليه (Balaati, 2022) فالتيفو من أبرز الوسائل البصرية الجماهيرية لما يحمله من طابع رمزي وقدرة تعبيرية عالية، إذ يوظفه الجمهور كأداة فنية لإبراز هويته الجماعية وتأكيد حضوره في الفضاء العام بأسلوب إبداعي وجاذب.

3. تشير نتائج (جدول4) إلى تميز التجربة السعودية عن نظيراتها الإقليمية والعالمية، من حيث تركيزها على الرموز الوطنية والرؤية السياسية -الثقافية للدولة. فبينما اتجهت بعض التجارب الإقليمية نحو التعبير عن مواقف أيديولوجية صريحة -كما في (جدول4، نموذج 2) الذي يظهر تيفو الرجاء المغربي المتعلق بالقضية الفلسطينية- كما أشار إليه (Maiach & Rashdi, 2024) حول توسع التيفو العربي من أداة تشجيع إلى وسيلة احتجاج رمزي. في المقابل، ظهرت التيفوهات السعودية (جدول 4، نموذج 5، 6) لتأكيد رمزية الانتماء الوطني والطموح للوصول، مستندة إلى رموز مثل (شعب طويق) و(طموحنا يعانق السماء)، والعبارات التشجيعية مثل (TARGET)، وهو ما يعكس خطابًا بصريًا يتناغم مع أهداف التحول الثقافي لرؤية 2030، وذلك يؤكد ذلك خصوصية التجربة السعودية التي تجمع بين الولاء الرياضي والطموح للوصول والانتماء الوطني. وبالتالي فالشعار هو تصميم يختصر المفاهيم المختلفة المرتبطة بالمكان والمرجعيات التاريخية والثقافية، ويرتبط بالهوية الوطنية من خلال مكوناته الفنية من رموز ودلالات تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في المتلقي.
4. عكست نتائج (جدول1) توجهًا مؤسساتيًا واضحًا لربط التصميم البصري الرياضي بأهداف رؤية 2030، لا سيما من خلال شعارات الفعاليات الكبرى مثل (السعودية 2027) و(كأس آسيا)، إذ لم تقتصر هذه الشعارات على الشكل الجمالي، بل انطوت على خطاب رمزي مركّب، يجمع بين الزخارف التقليدية والرموز الوطنية ضمن لغة تصميم هندسي معاصر. على سبيل المثال، تميز شعار (السعودية 2027) باستخدامه لأشكال زخرفية تشير إلى العمارة المحلية، إلى جانب اللون الأخضر والنخلة، في بناء صورة تعبر عن التحديث والانفتاح الثقافي مع الحفاظ على الموروث. هذا ما يتوافق مع ما أكده (Akabli. etl., 2023) حول دور التصميم الرياضي في التمثيل الثقافي والسياسي، كما تدعمه نتائج دراسة (AbuGhonaima, 2024)، التي توضح أن التصميم الثقافي الحديث يُعيد توظيف الرموز التراثية في إطار معاصر يخدم التواصل الوطني والدولي، وأكدت (Aleshawie, 2019) أن الهوية الوطنية أحد الركائز الأساسية في رؤية السعودية 2030، فالهوية البصرية لأي دولة تؤثر على الطريقة التي تنظر بها الدول الأخرى إليها، وكذلك على تصوّرها لذاتها.

وبالتالي، تعكس نتائج الجداول الأربعة ترابطًا عضويًا بين التصميم الجرافيكي الرياضي والهوية الوطنية في المملكة العربية السعودية. سواء في الشعارات الرسمية، أو الملابس الرياضية، أو التيفوهات الجماهيرية، حيث برزت الرسائل البصرية بوصفها أدوات ثقافية واستراتيجية تعبر عن مرحلة جديدة في الوعي الوطني، حيث يصبح الجمهور، من خلال الصورة واللون والرمز، طرفًا فاعلا في صياغة المشهد الثقافي للملاعب، هذه الممارسات لا تؤدي فقط إلى تعزيز الانتماء، بل تُسهم في بناء سرد بصري متكامل يتماشى مع خطاب المملكة الطامح نحو تمثيل ثقافي حديث متجذر في القيم المحلية.

النتائج:

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1. يُعد التصميم الجرافيكي الرياضي في المملكة العربية السعودية أداةً أساسيةً في بناء هوية وطنية بصرية معاصرة، تتماشى مع الخطاب الرسمي والثقافي للمملكة.

2. تؤكد نتائج التحليل دور الرموز البصرية في التيفوهات والأزياء الرياضية في تعزيز الانتماء الوطني.
3. تميل الممارسات البصرية السعودية نحو تعزيز هوية وطنية بصرية فريدة، في حين قد تختلف الممارسات الإقليمية والعالمية في التركيز، مما يؤكد تميز النهج السعودي.
4. تتوافق الممارسات البصرية في الرياضة السعودية مع الخطاب الثقافي لرؤية 20230، حيث تستخدم الرياضة كأداة للتمثيل الثقافي والسياسي، وتُظهر تكامل الهوية البصرية مع مبادرات القوة الناعمة.

التوصيات:

في ضوء النتائج، توصي الدراسة، بالآتي:

1. إشراك المصممين السعوديين في تصميم التيفوهات والهويات المرئية في الملاعب والحملات الإعلانية، لضمان التعبير الدقيق عن الثقافة المحلية، بما يعكس القيم الوطنية ويُعزز الانتماء المجتمعي لدى مختلف الفئات العمرية.
2. تطوير دليل وطني شامل للتصميم الرياضي البصري، يتضمن توجيهات متخصصة لاستخدام الألوان والرموز والزخارف والخطاب البصري، على نحو يُراعي الخصوصية الثقافية ويوجه عمليات التصميم داخل الأندية والفعاليات الرسمية.
3. تعزيز البرامج التعليمية في كليات الفنون والتصميم لتضمين مفاهيم التصميم الرياضي كأحد المجالات المهنية الحديثة، وتوفير وحدات دراسية تهتم بالهوية البصرية الوطنية في السياقات الجماهيرية والرياضية.
4. تشجيع التعاون بين الأندية والفنانين والمصممين السعوديين لخلق محتوى بصري جذاب، يربط فئة الشباب بتاريخ الفريق وهويته، ويُسهم في بناء ولاء مستدام للكيان الرياضي من خلال اللغة البصرية.
5. إنشاء أرشيف وطني رقمي وورقي لتوثيق التيفوهات والتصاميم الرياضية السعودية للأندية والحملات الإعلانية، بما يشمل تحليلاتها الرمزية والثقافية، كمصدر بحثي يعكس تطور الخطاب البصري في الملاعب وتأثيره المجتمعي.
6. تعزيز ودعم المبادرات الوطنية التي تدمج الرموز التقليدية في الملابس والأدوات الرياضية، بالتعاون مع الجهات المعنية لتجسيد الهوية السعودية بصورة بصرية.
7. اقتراح مشاريع بحثية أو تصميمية متخصصة لتوثيق وتحليل تطور الملابس الرياضية السعودية، وربطها بسياق التصميم الثقافي والرمزي، بما يتيح فهماً أعمق للتحولات البصرية في السياق الرياضي المحلي.
8. تشجيع الأبحاث على دراسة أثر دمج الرموز الثقافية في الممارسات الرياضية (مثل التيفوهات والشعارات والملابس والحملات الإعلانية) على تعزيز الانتماء الوطني لدى جيل الشباب السعودي، لما تحمله من قيم بصرية تمثل التاريخ والهوية والمستقبل.
9. إجراء استطلاعات ومقابلات مع المعنيين في المجتمع الرياضي السعودي (مثل الجماهير واللاعبين والإداريين)، لاستكشاف تصوراتهم حول تأثير هذه الممارسات البصرية على الهوية الوطنية، ومدى استجابتها للقيم المجتمعية المعاصرة.

الخاتمة:

توصلت هذه الدراسة إلى أن ممارسات التصميم الجرافيكي في الملاعب السعودية لها دور رمزي يتخطى الجمالية، حيث تعزز الهوية الوطنية، وتشجع الانتماء، وتدعم رؤية المملكة 2030. يظهر هذا الدور في استخدام الرموز المرئية في اللوحات والملابس والشعارات الرسمية، وقدرتها على التواصل بلغة بصرية تجسد الثقافة السعودية. ورغم استمرار تطور هذه الممارسات، فإن الدراسة تؤكد على أهمية القيام بالمزيد من البحث والدراسات في هذا المجال الحيوي الذي يجمع بين التصميم والثقافة والرياضة، يمكن لهذه الدراسة أن تكون نقطة انطلاق للمزيد من المشاريع الأكاديمية والتطبيقية التي تعزز دور التصميم الجرافيكي في بناء هوية وطنية عصرية داخل المنشآت الرياضية.

Sources & References قائمة المصادر والمراجع

1. Abdul-Qawi, Israa Wajih Ahmed. (2022). The Role of Graphic Design in Enhancing the Visual Identity of Television Advertisements. *Journal of Architecture, Arts, and Humanities*. 7(6), 194-215.

عبد القوي، إسراء وجيه أحمد. (2022). دور التصميم الجرافيكي في تعزيز الهوية البصرية للفواصل الإعلانية بالقنوات التليفزيونية. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*. 7(6)، 194-215.

2.Abu Ghonaima, Walaa Ezz El-Din Zaki Afifi. (2024). Integrating Cultural Design Features to Enhance Innovation in Jewelry Design. *Journal of Heritage and Design*, 4(23), 334-354.

أبو غنيمة، ولاء عز الدين زكى عفيفى. (2024). دمج سمات التصميم الثقافي لتعزيز الابتكار في مجال تصميم الحلي. *مجلة التراث والتصميم*، 4(23).334-354.

3.Akabli, J., Chahdi, C., & Qasbi, R. (2023). The Performative Outreach of Tifocracy: Ultras Winners. International Journal of Linguistics, Literature and Translation, 6(7), 81-89.

4.Alaa El-Din, Narmin. (2022). Representing the Dimensions of National Identity in the Visual Designs of Major Sporting Events. *Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*. 24(2022), 39-121.

علاء الدين، نرمين. (2022). تمثيل أبعاد الهوية الوطنية في التصميمات البصرية للأحداث الرياضية الكبرى. *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*. 2022(24)، 39- 121.

5. Allen, G. (2004). *Roland barthes*. Routledge.

6. Aleshawie, W. M. (2019). Cultural Identity in Graphic Design. *American International Journal of Contemporary Research*, 9, 4, 50-63.

7. Al-Hathloul, Noura Adel., & Al-Zaid, Salma Salem Abdul Aziz. (2023). A critical reading of the works of Saudi visual artists through Erwin Panofsky's theory. *Al-Academy*, (108), 299-314

الهذلول، نوره عادل& الزيد، سلمى سالم عبد العزيز. (2023). قراءة نقدية لأعمال التشكيليين السعوديين من خلال نظرية أروين بانوفسكي. *مجلة الأكاديمي*. (108)، 299-314.

8. Ali, Falah Hassan. (2016). Color and Its Semiotic Reflections in Iraqi Newspapers. *Journal of the Media Researcher*. 8(3334), 205-220.

علي، فلاح حسن. (2016). اللون وانعكاساته السيميائية في الصحف العراقية. *مجلة الباحث الإعلامي*. 8(3334)، 205-220.

9. Al-Jasser, Haifa Abdullah. (2024). Employing the Aesthetics of the Founding Day Slogan in Equestrian Clothing to Highlight National Identity. *Saudi Journal of Art and Design*. 4(2), 204-237.

الجاسر، هيفاء عبد الله. (2024). توظيف جماليات مفردات شعار يوم التأسيس في ملابس الفروسية لإبراز الهوية الوطنية. *المجلة السعودي للفن والتصميم*. 4(2)، 204-237.

10. Al-Jawfi, Khaled. & Al-Omari, Salman. (2025). Dimensions of the Advertising Image and Visual Discourse: The 2034 World Cup Slogan as a Model. *Journal of Humanities and Natural Sciences*, 6(2), 119-128.

الجوفي، خالد.، العمري، سلمان. (2025). أبعاد الصورة الإشهارية والخطاب البصري: شعار كأس العالم 2034 "أنموذجًا". *مجلة العلوم الانسانية والطبيعية*. 6(2)، 119-128.

11. Al-Nefaie, F. S., & Ahmed, A. A. A. (2023). The impact of major sports events on enhancing the mental and tourism image of host countries: An applied study on the FIFA World Cup Qatar 2022. *Scientific Journal of Physical Education and Sports Sciences*, 101(2), 354–390.

النفيعي، فالح، سالم & أحمد، عبد الفتاح أحمد. (2023). تأثير الاحداث الرياضية الكبرى على تحسين الصورة الذهنية والسياحية للدول المنظمة بالتطبيق على بطولة كأس العالم لكرة القدم قطر 2022 .*المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة*. 101(2). 354-390.

12. Al-Obaidi, Bassem Abbas Ali. (2012). Form and Expression in Design. Studies: *Humanities and Social Sciences*. 39(1), 108-117.

العبيدي، باسم عباس علي. (2012). الشكل والتعبير في التصميم. *دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية*. 39(1)، 108-117.

13. Al-Turki, K. F. (2024). Analysis of the factors influencing the sports development project in the Kingdom of Saudi Arabia and their impact on global and local achievements: Al Hilal Club as a model. *Arab Journal of Scientific Publishing*, 7(71), 522–597.

التركي، خالد فهد. (2024). تحليل العوامل المؤثرة في مشروع التطور الرياضي في المملكة العربية السعودية وأثرها على الإنجازات العالمية والمحلية نادي الهلال أنموذجا. *المجلة العربية للنشر العلمي*. 7(71). 522-597.

14. Ennad, Dina Muhammad. (2022). The Cultural Context and Its Reflections on Graphic Design. *Journal of the Academic*. (105), 105-120.
عناد، دينا محمد. (2022). السياق الثقافي وانعكاساته في التصميم الجرافيكي. *مجلة الأكاديمي*. (105)، 105-120.
15. Archambault, F. (2022). Italy. Did the World Cup 2018 actually take place? *Soccer & Society*, 23(7), 669-679.
16. Bairner, A. (2001). *Sport, nationalism, and globalization: European and North American perspectives*. Suny Press.
17. Balaati, Iman. (2022) The Symbolism of "Tifo" Banners in the Algerian Movement: An Analytical Study of "Tifo" No. 8 from the Bordj Bou Arreridj Protests. *Journal of Communication and Journalism*, 9(1), 174-191.
بلعاتي، إيمان. (2022). رمزية لافتات" التيفو" في الحراك الجزائري دراسة تحليلية لـ" تيفو" رقم 8 من مظاهرات ولاية برج بوعريريج. *مجلة الاتصال والصحافة*، 9(1)، 174-191.
18. Barthes, R. (1977). Image-music-text, trans. Stephen Heath (*New York: Hill and Wang*, 1977), 146.
19. Burton, N., & Naraine, M. L. (2023). *Sport and Saudi Arabia: Mimetic isomorphism, soft power, and disempowerment*. In The Geopolitical Economy of Sport (pp. 141–147). Routledge.
20. Cambridge University Press. (n.d.). Tifo. In Cambridge Dictionary. Retrieved May 27, 2025, from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tifo
21. Chandler, D. (2002). *The basics*. London, UK: Routledge.
22. Cortsen, K. (2013). Annika Sörenstam–a hybrid personal sports brand. Sport, Business and Management: *An International Journal*, 3(1), 37-62.
23. Design Encyclopedia. (n.d.). Sports Graphic Design. Retrieved June 12, 2025, from https://design-encyclopedia.com/?T=Sports%20Graphic%20Design
24. Faster Capital. (n.d.). Sports Graphic Design: Enhancing Sponsorship Opportunities for Athletes and Teams. Retrieved from https://fastercapital.com/arabpreneur/تصميم-الجرافيك-الرياضي--تعز-فرص-الدعم-للرياضيين-والفريق html.
فاستر كابيتال .(n.d.). .تصميم الجرافيك الرياضي: تعزيز فرص الرعاية للرياضيين والفرق .مسترجع من https://fastercapital.com/arabpreneur/تصميم-الجرافيك-الرياضي--تصميم-الجرافيك-الرياضي--تعزيز-فرص-الرعاية-للرياضيين-والفرقhtml.
25. Guschwan, M. (2015). Performance in the stands. *Soccer & Society*, 17(3), 290–316. https://doi.org/10.1080/14660970.2015.1082758
26. Hall, S. (1980). Encoding/decoding [PDF file]. In S. Hall et al. (Eds.), Culture, media, language. Hutchinson. Retrieved from https://spkb.blot.im/_readings/EncodingDecoding_HALL_1980.pdf
27. Hariman, R., & Lucaites, J. L. (2007). *No caption needed: Iconic photographs, public culture, and liberal democracy*. University of Chicago Press.
28. Heskett, J. (2005). Design: A very short introduction (Vol. 136). Oxford University Press.
29. Iser, W. (1978). The act of reading: A theory of aesthetic response. Johns Hopkins University Press. https://doi.org/10.56021/9780801821011 literariness.org+10journals.lib.unb.ca+10scirp.org+10
30. Jauss, H. R. (1984). Toward anaesthetic of reception. *International Fiction Review*, 11(2).
31. Karlén, S., & Radmann, A. (2023). Swedish supporter culture – restrictions, conflicts, resistance. *Soccer & Society*, 24(3), 350–363. https://doi.org/10.1080/14660970.2023.2179198
32. Kassing, J. W., & Meân, L. J. (2022). The art of tifo: Identity, representation, and performing fandom in football/*soccer*. Peter Lang.
33. Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2020). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
34. Levental, O., & Nissel, I. (2022). Choreographed Fan Displays: The Case of Israeli Sports. *Journal of Popular Culture*, 55(6).
35. Maganmi. (n.d.). Sports graphic design. https://www.maganmi.es/en/sports-graphic-design/

36. Maiach, Idir., Rashdi, Wardia. (2024). The Rhetoric of Mass Protest and the Ideology of the Palestinian Cause through the Discourse of the Ultras of Algerian Sports Teams: A Critical Analytical Approach to a Sample of Discourses. *International Journal of Social Communication*, 11(4), 321-337.

معياش، ادير.، راشدي، وردية. (2024). بلاغة الاحتجاج الجماهيري وإيديولوجية القضية الفلسطينية عبر خطاب الألتراس للفرق الرياضية الجزائرية مقاربة تحليلية نقدية لعينة من الخطابات. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*, 11(4)، 321-337.

37. M. Hassan, S., & Al-Dajani, T. A. (2025). Utilizing graphic design trends to reimagine Saudi culture identity. Journal of Ecohumanism, 4(2), 2552 –. https://doi.org/10.62754/joe.v4i2.6667

حسن، شيماء محمد، الدجاني، ذكرى عبد الله. (2025). توظيف اتجاهات التصميم الجرافيكي لإعادة تصور الهوية الثقافية السعودية .مجلة الإيكوهومانزم، 4(2)، 2552-2578.

38. Mousa, I. R., Ennad, D. M., & Sarhan, S. A. (2020). The aesthetics of the design idea and its communicative role in graphic achievement. *Al-Academy Journal*, (98), 197–214.

موسى، انتصار رسمي.، عناد، دينا محمد.، سرحان، سحر علي. (2020). جماليات الفكرة التصميمية ودورها الاتصالي في المنجز الجرافيكي .*مجلة الأكاديمي*، (98)، 197–214.

39. Nafady, Dina Ahmed. (2022). Reduction in the design of logos of international sports clubs to create designs for printed sportswear. *International Journal of Design*, 4(12), 207-224. Retrieved from http://search.mandumah.com.sdl.idm.oclc.org/Record/1312950

نفادى، دينا أحمد. (2022). الاختزال في تصميم شعارات الأندية الرياضية العالمية لابتكار تصميمات الملابس الرياضية المطبوعة . *مجلة التصميم الدولية*، 4(12)، 207 - 224. مسترجع من http://search.mandumah.com.sdl.idm.oclc.org/Record/1312950

40. Neama, Akram Jirjis. (2022). The Semiotic Approach to the Analysis of Contemporary Graphic Text. *Al-Academy*. 105, 21-42.

نعمه، أكرم جرجيس. (2022). المنهج السيميائي في تحليل النص الجرافيكي المعاصر. *مجلة الأكاديمي*. 105، 21-42.

41. Nguyen, T. T. L. (2023). Reading images-The grammar of visual design. *VNU Journal of Foreign Studies*, 39(4), 153-156.

42. Panofsky, E. (1955). *Meaning in the Visual Arts*. University of Chicago Press.

43. Rteetech. (2023). What is sports graphic design? Retrieved June 12, 2025, from https://blog.rteetech.com/sports-graphic-design/#elementor-toc__heading-anchor-0

44. Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2014). *Sports marketing: A strategic perspective*. Routledge.

45. Smith, K. J. (2025). *Tifos, Banners and Protest Visuals: How Visual Rhetoric Expresses Fan Culture and Identification Among European Football Fans* (Master's thesis, Wake Forest University).

46. Wagner, J. H., & Shobe, H. (2017). Identity, scale and soccer supporter groups: the case of the Timbers Army. *Sport in Society*, 20(9), 1150-1166.

47. Widmark, H. (2017). The Visual Culture of Football Supporters: The Borderland of Urban Activism and Art. *Urban Art*: Creating the Urban with Art, 118-128.

48. Widmark, H. (2022). The visual culture of football supporters: Consumption, ritual and identity. *Sport in Society*, 25(3), 442–458. https://doi.org/10.1080/17430437.2021.1922505

49. Yassin, Iyas Abbas, and Neama, Akram Gerges. (2023). The Role of Context in Graphic Design. *Al-Academy*, 107, 113-128.

ياسين، إياس عباس.، نعمه، أكرم جرجيس. (2023). دور السياق في التصميم الجرافيكي. *مجلة الأكاديمي*. 107، 113-128.