الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع في إثراء الملصق الإعلاني التوعوي

Wisdom and Folklore derived from the Cultural Principals of Society Enrich the Awareness Advertising Poster

أ.م.د/ أحمد محمد عزمي

استاذ مساعد بقسم التصميمات الزخرفية– كلية التربية الفنية– جامعة المنيا

د/ فاطمة رمضان عبد السلام

مدرس بقسم علوم التربية الفنية– كلية التربية الفنية– جامعة المنيا

مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/JEDU.2024.263881.2004

المجلد العاشر العدد 50 . يناير 2024

الترقيم الدولي

P-ISSN: 1687-3424 E- ISSN: 2735-3346

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري https://jedu.journals.ekb.eg/

موقع المجلة http://jrfse.minia.edu.eg/Hom

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية

مستخلص البحث:

ويحاول البحث الحالي الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية كأحد مصادر الأصول الثقافية للمجتمع وتوظيفها في الملصق الإعلاني للتوعية بأهمية بعض القضايا الاجتماعية والصحية والبيئية ...وغيرها.

وتتحدد مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي: كيف يمكن الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع في إثراء الملصق الإعلاني التوعوي؟

أهداف البحث:

1. الحفاظ على التراث الثقافي من خلال تسليط الضوء على بعض الحِكَّم والمأثورات الشعبية للمجتمع.
2. إبراز دور الملصق الإعلاني التوعوي في التأكيد على الأصول الثقافية للمجتمع.
3. توعية المجتمع لبعض القضايا الاجتماعية والصحية والبيئية وغيرها من خلال ترجمة الحِكَّم والمأثورات الشعبية لملصق إعلاني توعوي.
4. البحث عن مداخل جديدة لإثراء فن الملصق الإعلاني من خلال ترجمة الأفكار الناتجة من الوعي بالحِكَّم والمأثورات الشعبية ترجمة بصرية.

من أهم النتائج التي توصل إليها البحث:

1. يمكن إثراء الملصق الإعلاني التوعوي من خلال الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع.
2. يمكن الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية للمجتمع في الحفاظ على تراثه الثقافي.
3. تعد التربية الفنية مجالاً خصباً لتربية الإنسان والارتقاء به وإعداده للحياة بشكل سليم عن طريق الفنون التشكيلية.

الكلمات الرئيسة:

الحِكَّم والمأثورات الشعبية ، الأصول الثقافية ، الملصق الإعلاني التوعوي.

مقدمة:

تعتبر الفنون التشكيلية من أقدم وأعمق أساليب التعبير الثقافية التي تمتلكها المجتمعات الإنسانية، حيث تحمل في طياتها تراثاً غنياً من الإبداع والتعبير، ومن هذا المنطلق تتجلى قوة الفنون التشكيلية في قدرتها على التوعية، والملصق الإعلاني من أهم وسائل التوعية، وهو يعتمد في التعبير على أساليب عدة تصل الى المشاهد بأبسط الطرق وتترك أثراً في النفس يتبعه أثراً في السلوك والمفاهيم.

وتعتبر الحِكَّم والمأثورات الشعبية مجموعة من الجمل والعبارات التي تعبر عن الخبرة والحِكْمَة الشعبية وتعكس القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية للمجتمع لاعتبارها من ركائز الهوية الثقافية لديه، فهي تعكس تفكيره وقيمه وتوجهاته وتُلخِص تجارب الأجيال السابقة وتنقلها إلى الأجيال الجديدة بطرق بسيطة وقوية، فلا تقتصر هذه الحِكَّم على إيصال الحِكْمَة والمعنى فقط، بل تمتاز بأنها تنطوي على تشكيلات عاطفية وتوجهات نفسية يمكن أن يتفاعل معها الفنان التشكيلي بإبداع لينقلها بأسلوبه.

فمن خلال الملصق الإعلاني التوعوي المستند على الحِكَّم والمأثورات الشعبية والمستمدة من الأصول الثقافية التي تميز كل مجتمع وتحمل في طياتها قيماً وتجارب متراكمة عبر العصور فلا يقتصر دورها على إيصال المعلومة فقط، بل يمتد ليشمل تشكيل تجربة بصرية فريدة تعبر عن الهوية الثقافية للمجتمع وتشارك في العملية التربوية والتوعوية في بناء المجتمعات من خلال الفنون التشكيلية.

ويحاول البحث الحالي الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية وتوظيفها في الملصق الإعلاني للتوعية بأهمية بعض القضايا الاجتماعية والصحية والبيئية وغيرها من خلال جذب انتباه الجمهور المتلقي ولفت نظره إلى القضية التي يناقشها، كما أنه ييسر فهم الرسالة الإعلانية وتذكرها مما يجعله أداة فعَّالة في التوعية المجتمعية.

وتجسد الفنون التشكيلية في هذا السياق دوراً مزدوجاً، فهي تمتلك القدرة على ترجمة هذه الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع إلى لغة بصرية تتحدث إلى العقول مباشرة، كما تتيح للجمهور تفسيرها وتلقيها بمختلف الأبعاد، ومن خلال الملصق الإعلاني التوعوي يمكن تقديم رؤية جديدة ومعاصرة لهذه الحِكَّم والمأثورات الشعبية تجمع بين التراث والحداثة وبين القيم الأصيلة والاحتياجات التوعوية

الحالية للمجتمع، ويلعب الفن التشكيلي في هذا السياق دوراً حيوياً في نقل الرسائل التوعوية المجتمعية وتعزيز الوعي الجمعي وتشجيع التفكير والتواصل مما يؤدي إلى تعزيز الترابط الثقافي والاجتماعي بين أفراد المجتمع.

مشكلة البحث:

كيف يمكن إثراء الملصق الإعلاني التوعوي من خلال التعبير البصري عن الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع؟

أهداف البحث:

1. الحفاظ على التراث الثقافي من خلال تسليط الضوء على بعض الحِكَّم والمأثورات الشعبية للمجتمع.
2. اثراء الملصق الاعلانى التوعوي من خلال التعبير البصرى عن الحكم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع لدى طلاب التربية الفنية بالمرحلة الجامعية.
3. توعية المجتمع ببعض القضايا الاجتماعية والصحية والبيئية وغيرها من خلال ترجمة الحِكَّم والمأثورات الشعبية لملصق إعلاني توعوي.
4. البحث عن مداخل جديدة لإثراء فن الملصق الإعلاني من خلال ترجمة الأفكار الناتجة من الوعي بالحِكَّم والمأثورات الشعبية ترجمة بصرية.

أهمية البحث:

1. الاستفادة من الأصول الثقافية للمجتمع في العملية التوعوية لأفراد المجتمع.
2. المساهمة في نشر الهوية الثقافية والقيم الاجتماعية بين أفراد المجتمع.
3. إبراز قوة الفنون التشكيلية وقدرتها على التوعية في بناء المجتمعات الإنسانية.
4. المساهمة في تعديل بعض السلوكيات السلبية وتعزيز السلوكيات الإيجابية لدى أفراد المجتمع من خلال الحكم والمأثورات الشعبية الايجابية.

فرض البحث:

يمكن إثراء الملصق الإعلاني التوعوي لدى طلاب كلية التربية الفنية بجامعة المنيا من خلال التعبير البصري عن الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع.

حدود البحث:

- **حدود بشرية:** يقتصر البحث على عينة من طلاب الفرقة الرابعة بكلية التربية الفنية – جامعة المنيا للعام الجامعي2021/ 2022 م وعددهم 23 طالباً وطالبة.
- **حدود زمنية :** فترة التطبيق استغرقت خمسة لقاءات بواقع اربع ساعات لكل لقاء اسبوعياً.
- **حدود موضوعية:** تناول البحث بعض الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الاصول الثقافية للمجتمع ومحاولة صياغتها وترجمتها بصرياً في صورة ملصق إعلاني توعوي.

منهج البحث:

- يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك في دراسة فن الملصق الإعلاني واسس تصميمه والعناصر البنائية في تكوينه وفي دراسة خصائص الملصق الإعلاني الناجح وكذلك الحِكَّم والمأثورات الشعبية كمصدر من مصادر الاصول الثقافية للمجتمع وتسليط الضوء عليها بشكل فنى وتثقيفي وتربوي في إنتاج ملصق إعلاني توعوي.
- يتبع المنهج شبه التجريبي لأجراء الجانب التطبيقي في الاستفادة من وعي وفهم الطالب المعلم بالحِكَّم والمأثورات الشعبية والتعبير عنها في شكل ملصق إعلاني توعوي وتثقيفي من خلال عينة طلاب البحث.

الإطار النظري:

أولاً: الأصول الثقافية للمجتمع:

التمسك بالتراث من الأساسيات التي تحرص التربية الفنية للحفاظ عليها والحفاظ على مكوناتها التي ورثها المجتمع طوال تاريخه الطويل، ولكن لا ينبغي أن

يقتصر التراث على التمسك بما ورثناه عن الأجداد فقط دون وجود رؤية معاصرة لما يدور حولنا في عصرنا الحاضر من تقدم في مختلف الميادين من فن وأدب وفكر وصناعة واقتصاد وهو ما يسميه علماء الأنثروبولوجيا الثقافية (التراث بجانب المعاصرة) وذلك لكي لا تتوقف أصول المجتمع الثقافية عند ما ورثته من الأجداد في الماضي ولكن ليمتد التراث ويشمل الحاضر الفكري المعاصر للمجتمع لتحقيق أكبر قدر من تنمية التراث وتطويره، فالمجتمعات تطورت من مرحلة الزراعة إلى مرحلة الصناعة ومنها إلى مرحلة التكنولوجيا، وهذا لا يعني أن الأصول الثقافية للمجتمعات كلها في مرحلة تطور واحدة؛ فهناك مجتمعات لا تزال تعيش في مرحلة الثقافة الزراعية والبعض الآخر يعيش في مرحلة الثقافة الصناعية وهناك مجتمعات تعيش في عصر الثورة التكنولوجية، والأصول الثقافية للمجتمع هي حصيلة التطور الإنساني في مختلف العلوم والفنون والآداب، فالإنسان هو صانع ثقافته وهو القادر على تطويرها وتقدمها وازدهارها وتأصيلها وهو المسئول أيضا عن تخلفها وانحطاطها، فالإنسان منذ أن وجد على الأرض وهو دائب التنمية لمجتمعه وتطوير وتأصيل ثقافته، ومن هنا نجد أن الأصول الثقافية تنمو منذ نشأة المجتمعات البدائية على مر العصور بدرجات متفاوتة ومختلفة من التقدم، ولكن بعضها بطئ يتسبب في تخلفها والبعض الآخر سريع يساهم في تطورها وتقدمها وازدهارها، فدرجات نمو الحضارات وأصولها الثقافية يتوقف على قدرة المجتمعات على تحقيقها.

ويتوقف تقدم الحضارات وازدهارها على مدى انتشار التعليم في مجتمعاتها، فالتعليم هو الأساس الذي تُبنَّى عليه الحضارات والثقافات؛ فإذا أُتقِنَت صناعة التعليم يؤدي ذلك لازدهار الحضارات والثقافات في المجتمعات، والأصول الثقافية للمجتمع هي المنبع الرئيسي الذي تتغذى منه التربية بجميع مقوماتها وبرامجها وأساليبها، وثقافة المجتمع هي التي تنير الطريق الذي تسلكه التربية لتقوم بدورها الإيجابي في تطويره وتقدمه، والتربية هي الوسيط الذي يُمكِّن المجتمع من نقل تراثه وقيمه وعقائده وفنونه وعلومه وآدابه لكل الدارسين من خلال المدارس والمعاهد والجامعات، "وتعتبر العلاقة بين الثقافة والتربية علاقة ترابطية تداخلية تتميز بالديناميكية والحيوية، فالثقافة في المجتمع

لا تنمو نمواً سليماً إلا إذا أصبحت التربية هي الوسيلة التي تحقق هذا النمو".(6، 77) (*)

فنقل الثقافة من جيل لآخر والتأكيد على الأصول الثقافية للمجتمع يتطلب تدخل التربية لتكون الأداة الرئيسية التي يمكن من خلالها الانتقال من الماضي إلى الحاضر ثم إلى المستقبل، فدور التربية لا يقتصر على نقل التراث من جيل إلى آخر، بل تساهم مساهمة إيجابية في تقدمه وازدهاره.

ويمكننا **تعريف الأصول الثقافية** على أنها؛ المبادئ والقيم التي تُشكِّل جوهر وأساس الثقافة في مجتمع معين، حيث تعتبر هذه الأصول القواعد التوجيهية والقيم الأساسية التي تحكم سلوك وتفكير أفراد المجتمع، حيث تلعب الأصول الثقافية دوراً حيوياً في تحديد هوية المجتمع وتوجيه تفاعلاته الاجتماعية والفردية وتشير إلى القيم والمبادئ والمعايير الأخلاقية والاجتماعية التي يعتبرها أفراد المجتمع المرشد الاساسي له في تحديد الصواب والخطأ واتخاذ القرارات في أمر ما، كما تشير ايضاً للسلوكيات المتكررة والعادات والتقاليد التي يمارسها أفراد المجتمع بشكل روتيني والتي تعكس التاريخ والهوية الثقافية للمجتمع، وتعتبر اللغة من أهم الوسائل الأساسية لنقل الأفكار والقيم لاعتبارها جزء لا يتجزأ من الهوية الثقافية لمساهمتها الفعَّالة في التواصل بين أفراد المجتمع، ومن ناحية أخرى فالفنون والآداب تعكس التراث الثقافي للمجتمع وتسهم بشكل كبير في نقل هذه القيم والتجارب من جيل لآخر.

هناك خمسة عوامل تؤثر في تشكيل الأصول الثقافية للمجتمع:

المؤثر الأول: البيئة الجغرافية للمجتمع، بما في ذلك من المصادر الطبيعية والإمكانات البشرية المتاحة.

المؤثر الثاني: تاريخ المجتمع والأحداث السياسية والعسكرية والاجتماعية التي شهدها منذ نشأته.

المؤثر الثالث: العادات والتقاليد والعقائد ومعايير الأخلاق التي ورثها المجتمع من جيل لآخر.

(*) يشير الرقم الأول إلى رقم المرجع والرقم الثاني إلى رقم الصفحة في قائمة المراجع.

المؤثر الرابع: مدى التفاعل الفكري والمعرفي بين أفراد المجتمع الواحد للوصول لمستوى معرفي مشترك.

المؤثر الخامس: مستوى التقدم الاقتصادي والعمراني المتاح بالمجتمع.

وتتكون حضارة المجتمع من تشكيل أصوله الثقافية بشكل صحيح منذ البداية، حيث تمتلك هذه الأصول ثلاثة مفاهيم رئيسية متأصلة في التراث الاجتماعي والفكري والحضاري للمجتمع، لكل مفهوم خصائصه الفريدة وتكويناته التي تميز ملامحه وتميزه عن غيره، وهذه المفاهيم هي: المفهوم التقليدي، المفهوم التحرري، والمفهوم التوفيقي.

أولاً: المفهوم التقليدي:

يتسم هذا المفهوم بتوارث المجتمع للعادات والتقاليد وأسلوب الحياة دون التأثر بالتغيرات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعلمية التي تحدث في المجتمعات المتقدمة، ويعكس هذا المفهوم التمسك بالتراث والقيم التقليدية.

ثانياً: المفهوم التحرري:

يؤكد هذا المفهوم على حرية الفرد في اختيار ثقافته وهويته دون قيود تفرضها عليه العادات والتقاليد والقيم الأخلاقية، ويرى هذا المفهوم أن التمسك بالتراث يعوق التطور والتحرر في المجتمع.

ثالثاً: المفهوم التوفيقي:

يهدف هذا المفهوم لتحقيق توازن بين التراث والحداثة، وبين الماضي والحاضر من خلال استيعاب كل ما هو جديد ومفيد من علوم وفنون وأفكار مبتكرة دون التخلي عن التمسك بالتراث والهوية الثقافية للمجتمع، ويسعى هذا المفهوم إلى دمج الماضي والحاضر بشكل متوازن وتطوير التراث بدون التخلي عن الهوية الثقافية، وتعتبر التربية والتوعية أداة إيجابية لإعداد مواطن يجمع بين تمسكه بتراثه وعاداته وتقاليده وقيمه وبين الانفتاح على التطورات والتحديات الحديثة والعلوم والفنون المتميزة بالابتكار والإبداع ليعزز ذلك تطوير المجتمع وتقدمه والتأكيد على أهمية الحفاظ على التراث في سياق التطوير والتحديث دون فقدان الهوية الثقافية، **وهذا المفهوم ما يعنيه ويستند عليه البحث الحالي.**

الحِكَّم الشعبية والمأثورات أو الفلكلور الشعبي:

"تعد الأمثال الشعبية ثروه ثمينة من الحِكَّم والنصائح التي تختصر الكثير من التجارب الإنسانية، والتي كان يقدمها أصحابها من ذوى الخبرة إلى أبنائهم لكى يعملوا بها في شئونهم اليومية أو يستشهدوا بها في حياتهم ومن خصائص تلك الحِكَّم والنصائح أسلوبها السهل المباشر والذى كثيراً ما اعتمد على الاختصار مما يقربها كثيراً من الأمثال الشعبية". (2، 157)

فالحِكَّم والمأثورات أو الفولكلور الشعبي تعبيران عن المعرفة والخبرة، لكنهما يختلفان في الشكل والغرض، فالحِكمة فهم عميق للحياة، بينما المأثورات أو الفولكلور الشعبي مجموعة من المعرفة والعادات والتقاليد التي تميز كل مجتمع عن الآخر، يمكن أن تكون الحِكَّم والمأثورات أو الفولكلور الشعبي متكاملين لكنهما ليسا متطابقين.

الحِكَّم: هي فهم عميق للحياة وتحدياتها المكتسبة من خلال الخبرة والتأمل وغالباً ما يتم التعبير عنها في الأمثال وهي بيانات قصيرة ومختصرة تجسد حقيقة أخلاقية أو فلسفية، على سبيل المثال: المثل "الصبر مفتاح الفرج" هو تعبير عن الحِكمة حيث يعكس حقيقة أن الصبر والمثابرة ضروريان لتحقيق الأهداف.

أما **المأثورات أو الفولكلور الشعبي:** هو المعرفة والعادات والتقاليد لمجموعة معينة من الناس ويشمل القصص والأغاني والرقصات والمعتقدات والممارسات التي تنتقل من جيل لآخر، على سبيل المثال: قصة "سندريلا" هي قصة فولكلورية تعكس الرغبة البشرية في الحب والسعادة والنهاية السعيدة.

وفيما يلي بعض الأمثلة على الفرق بين الحِكَّم والمأثورات أو الفولكلور الشعبي:

الحكمة: "رحلة الألف ميل تبدأ بخطوة واحدة"

الفولكلور: قصة سندريلا، التي تروي قصة فتاة شابة تتغلب على المحن للعثور على السعادة.

الحكمة: "ليس ما لديك، ولكن من لديك هو المهم"

الفولكلور: الاعتقاد بأن عبور قطة سوداء طريقك هو سوء الحظ.

ويتم التعبير عن الحِكَّم بعبارات عامة فغالباً ما تُبْنَى على الخبرة، بينما تكون المأثورات أو الفولكلور الشعبي أكثر تحديداً وغالباً ما يرتبط بمجموعة معينة من الأفراد أو الثقافة ويستند على الملاحظة الشخصية والمعتقدات الدينية.

تشترك الأصول الثقافية والحِكَّم والمأثورات الشعبية في بعض العناصر نذكر فيما يلي أهمها:

أولاً: الجذور الأصيلة في التاريخ والتقاليد:

تشير الأصول الثقافية إلى الجذور التاريخية والتقاليد والقيم التي تميز مجتمع معين، وتشير الحِكَّم والمأثورات الشعبية لوسائل التعبير التي تنشأ من هذه الأصول وتعكس تجارب المجتمع على مر العصور.

ثانياً: التحميل بالقيم والمعاني الثقافية:

تعكس الحِكَّم والمأثورات الشعبية قيم المجتمع ومعانيه الثقافية حيث يتم نقل هذه القيم والمعاني من جيل لآخر من خلال القصص والأمثال التي تُعتبر جزءاً من أصول المجتمع الثقافية.

ثالثاً: تشكيل الهوية الثقافية:

تساهم الحِكَّم والمأثورات الشعبية في تشكيل هوية المجتمع وتحديد ملامحه الثقافية حيث تعكس هذه العناصر قيم وتقاليد وتصورات المجتمع بشكل فريد.

رابعاً: توارث الحِكْمة والتجربة:

تحمل الحِكَّم والمأثورات الشعبية في طياتها حِكَّم وتجارب عديدة مر بها المجتمع ويتم توارثها من جيل لآخر لتصبح جزءاً من أصوله الثقافية.

خامساً: تعزيز التواصل بين الأجيال:

تساهم الحِكَّم والمأثورات الشعبية في تواصل الأجيال المختلفة والمتعاقبة حيث يتم نقل هذه القصص والأمثال من الأجيال الكبرى إلى الأجيال الصاعدة كجزء من تراثهم الثقافي.

سادساً: التعبير الفني والإبداع:

تعتبر الحِكَّم والمأثورات الشعبية تعبيراً فنياً ووسيلة للإبداع حيث يظهر التنوع والابتكار في الطرق التي يتم بها تناقل وتشكيل وسرد هذه القصص والأمثال.

سابعاً: مرآة للعقائد والتقاليد:

تعكس الحِكَّم والمأثورات الشعبية العقائد والتقاليد والعادات المتوارثة وتفاصيل حياة المجتمع وكيفية تفاعله مع كل التحولات والتغيرات الطارئة عليه.

ترتبط الأصول الثقافية بشكل وثيق بالحِكَّم والمأثورات الشعبية لاعتبارها جزءاً أساسياً من التراث الثقافي للمجتمع، وتتضح هذه الروابط فيما يلي:

اولاً: حفظ التراث الثقافي:

تتضمن الأصول الثقافية القيم والتقاليد والعادات التي تنتقل من جيل لآخر وتعتبر الحِكَّم والمأثورات الشعبية وسيلة فعالة لحفظ ونقل هذا التراث الثقافي.

ثانياً: تعزيز الهوية الثقافية:

تعكس الحِكَّم والمأثورات الشعبية والقصص التراثية قيم وعادات وتقاليد وعقائد المجتمع من خلال استخدامها كوسيلة للتعبير عن هذه القيم والعادات والتقاليد وبالتالي تسهم في تعزيز هوية المجتمع الثقافية.

ثالثاً: توجيه السلوك والأخلاق:

تحمل الحِكَّم والمأثورات الشعبية في طياتها انعكاس للقيم الثقافية بالمجتمع في شكل العديد من النصائح التي توجه السلوك والأخلاق لكل ما هو ايجابي.

رابعاً: تعزيز التواصل الاجتماعي:

تُروَى الحِكَّم والمأثورات الشعبية في شكل أو هيئة قصص وروايات من خلال الفعاليات الاجتماعية والاحتفالات مما يعزز التواصل والتفاعل بين أفراد المجتمع ويسهم ذلك في بناء الروابط الاجتماعية بينهم في المجتمع.

خامساً: توثيق التاريخ والتجارب:

تتضمن الحِكَّم والمأثورات الشعبية ذاكرة جماعية تحمل في طياتها تفاصيل وفهماً للتاريخ والتجارب الهامة بما يجعلها وسيلة لتوثيق تجارب المجتمع وتاريخه.

سادساً: التسلية والترفيه:

تستخدم الحِكَّم والمأثورات الشعبية كوسيلة للتسلية والترفيه فهي تقدم قصصاً وحكايات تعكس طرائف وحِكمَة الشعب.

ومنه نرى أن الحِكَّم والمأثورات الشعبية تعكس تراثاً ثقافياً يساهم في نقل القيم والعادات والتقاليد من جيل لآخر من خلال التفاعل مع الأصول الثقافية لإثراء التفاهم والتفاعل داخل المجتمع.

ثانياً: الملصق الإعلاني التوعوي:

الملصق الإعلاني:

"يعتبر الملصق الإعلاني واحد من وسائل الاتصال والاعلان، يسهل عرضة في أي مكان وزمان ليوَصِل رسالة مرئية موجزة للمتلقي عبر شقين أساسيين هما بناؤه التركيبي ومضمونه الفكري، فاذا توافرت لهذين الشقين عناصر القوة والبساطة والجاذبية جعل المتلقي يقرأه ويفهمه ويصدقه، فيكون بذلك قد أصاب هدفه في توصيل رسالته عبر أهم قناة اتصال وهي قناة الاتصال البصري". (4، 1001)

"**والملصق الإعلاني** هو وسيلة لتوصيل فكرة محددة أو مفهوم معين باستخدام وسائط عديدة منها الصورة والكتابة والرسوم" (3، 15)، "فهو تعبير عن فكرة وهو بسيط في تكويناته مكثف في كل جزء منه يتضمن عنصراً ذهنياً عميقاً، والملصق يصمم من أجل أن يفهمه الناس من نظرة سريعة، يجمع مؤثرات بصرية مركزه ومختصرة ولكنها ذات تأثير مباشر وقادر على اجتذاب النظر والانتباه ولكي يكون كذلك ينبغي أن يحتفظ الملصق بالوضوح والتميز والتعبير عن الفكرة بتكوين مبسط ومكثف في كل جزء منه، فهو تعبير جمالي يعتمد التصميمية في التنفيذ ضمن ضوابط تفرضها تنوعاته في حين يرتقي برمزيته لطرح مضامين يستهل منها الشارع مفردات معرفية تبصره بما يحيط وترشده للتميز والصواب". (1، 6: 7)

"ويؤدي الملصق الإعلاني وظائف هامة تجاه المجتمع فهو يؤكد ويشرح ويتساءل ويحث ويقنع المتلقي كما يخدم الأغراض الثقافية والسياسية والاجتماعية، فالملصق إعلان يفرض نفسه على المتلقي ويَسهُل عرضه في أي مكان وتحت أي ظروف ليوصل رسالة مرئيه موجزه للمتلقي عبر شقين أساسيين هما بنائه التركيبي ومضمونه الفكري، فإذا ما توفر لهذين الشقين عناصر القوة والبساطة والجاذبية معاً فالمتلقي يقرأه

ويفهمه ويصدقه ثم ينفذ وسط أجواء التشويش المحيطة به يكون هنا أصاب هدفه في توصيل رسالته عبر أهم قناة اتصال وهي قناة الاتصال البصري". (8، 87)

وللملصق الإعلاني خاصية تميزه عن وسائل الإعلان التكنولوجية المتنوعة، حيث يتسم بقدرته الفريدة على إيقاف الحركة لفترة زمنية محددة تُمكِّن المشاهد خلال هذه الفترة من الاستمتاع بفرصة التأمل والاستيعاب والتفاعل العميق مع الرسالة المعلنة، وبالتالي يؤثر الملصق بشكل إيجابي على عيون المشاهدين مما يتيح لهم التفاعل مع الرسالة بشكل فعَّال، هذا النهج يسهم بشكل كبير في تعزيز فهم الجمهور للرسالة الإعلانية وتعزيز تأثيرها البارز في وعيهم وترسيخ الرسالة في أذهانهم بشكل فعَّال.

"أنواع الملصق الإعلاني:

عند تصنيفها تبعاً لمجال استخدام الملصق وهي:

1. **الملصق الثقافي:**

ويتم من خلاله الإعلان عن الأنشطة الثقافية المختلفة مثل المعارض الفنية والعروض المسرحية والسينمائية والحفلات الموسيقية كذلك المهرجانات الثقافية والفنية المختلفة، وتتواجد هذه الملصقات داخل؛ دور العرض المسرحية، السينمائية، المراكز الثقافية، المكتبات العامة، بعض المؤسسات التعليمية، .....الخ.

2. **الملصق السياحي:**

ويتم من خلاله الإعلان عن الأماكن السياحية ومناطق الجذب السياحي كذلك رحلات الطيران والرحلات البحرية، وتتواجد هذه الملصقات داخل؛ مكاتب السياحة، مكاتب الطيران، الفنادق، .....الخ.

3. **الملصق التجاري:**

ويتم من خلاله الإعلان عن بعض السلع والمنتجات الموجودة والسلع الجديدة وكذلك العروض المجانية والتخفيضات على الأنواع المختلفة من السلع والبضائع كذلك بعض الأماكن التجارية التي يراد التعريف بها لجذب الجمهور، وتتواجد هذه الملصقات داخل؛ المطاعم، الأسواق التجارية، السوبر ماركت، المحلات التجارية الكبرى، .....الخ

4. **الملصق الخدمي:**

ويتم من خلاله الإعلان عن الخدمات المختلفة التي يتم تقديمها للأفراد، وتتواجد هذه الملصقات داخل؛ بعض الأماكن الخدمية مثل البنوك، مكاتب البريد، .....الخ.

5. **الملصق الارشادي أو التوعوي:**

ويتم من خلاله توعية وارشاد أفراد المجتمع إلى العادات والسلوكيات الصحية والاجتماعية المختلفة لنشر الوعي في مختلف المجالات ورفع الذوق العام، وتتواجد هذه الملصقات داخل؛ الوحدات الصحية، وحدات الرعاية المتكاملة، الصيدليات، أماكن تجمعات الأفراد، المنشآت الحكومية والمجتمعية، .....الخ "(8، 99) **وهذا النوع ما يعنيه ويستند عليه البحث الحالي.**

"والرسائل التوعوية نوع من أنواع الاتصال الإقناعية هدفها نشر المعلومات وتغيير المواقف والتأثير على الأفعال أو الحصول على استجابة على أفكار يمكن أن تدفع الناس إلى التفكير بطريقة معينة وذلك لصالح المجتمع" (5، 202)، وهي رسائل غير تجارية لا تستهدف الربح وانما هدفها الأول والأخير هو حفز المتلقي على ممارسة سلوك معين أو تطوير اتجاه خاص، وتقوم هذه الرسائل على تسويق الافكار والخدمات الاجتماعية التي تعبر عن مشكلات يعاني منها المجتمع وتحاول تقديم الحلول المناسبة لها من خلال مضمون الرسالة الاعلانية وبشكل يخدم مصلحة الفرد والمجتمع معاً، فهي "رسائل تعمل على بث ونشر الأفكار الإيجابية والخدمات الاجتماعية والتي تعبر بشكل أو بآخر عن المشكلات التي يعاني منها أفراد المجتمع وتعمل على تقديم الحلول المناسبة لتعديل وتطوير سلوك الفرد وبالتالي تطوير المجتمع للأفضل، حيث تهدف الرسائل التوعوية لضبط الكثير من الروابط المجتمعية والأخلاقية داخل المجتمع، فلها دور بنَّاء في الحد من بعض العادات والتقاليد السلبية وحل الكثير من القضايا المجتمعية والتأكيد على الكثير من المعلومات والقيم التي يهتم المجتمع وأفراده" بتأصيلها. (7، 170)

"وللملصق التوعوي أدواراً ووظائف عديدة تُسهِم بشكل فعَّال في معالجة الظواهر السلوكية المتعلقة بتصرفات وأفعال بعض أفراد المجتمع سواء كانت تلك السلوكيات يراد

غرسها ودعمها باعتبارها سلوكيات ايجابية وحميدة يراد لها أن تتنامى وتتزايد أو مكافحتها ومقاومتها بفاعلية لدحتها ولمعرفة الحقوق الخاصة والعامة والوفاء بالواجبات والتعامل مع الآخرين بأسلوب حضاري بالإضافة لشيوع النظافة العامة والخاصة والمحافظة على البيئة وزيادة الحب والولاء للدين والوطن". (1، 2)

وتتضح العلاقة بين الأصول الثقافية للمجتمع والملصق الإعلاني التوعوي في كيفية تصميم الملصقات الإعلانية وكيفية توجيهها وتأثيرها على الجمهور المتلقي، من خلال:

أولاً: لغة الصور والرموز:

تؤثر الأصول الثقافية للمجتمع على كيفية فهم الصور والرموز بالملصق الاعلاني التوعوي، حيث يتم استخدام رموز أو صور تتناسب مع القيم والتقاليد بالمجتمع مما يجعل الملصق أكثر فاعلية في التواصل مع الجمهور المتلقي.

ثانياً: القيم والعادات:

تُعبِّر الملصقات التوعوية عن القيم الثقافية والعادات والتقاليد بالمجتمع لجعل الرسالة أكثر قبولًا وتأثيراً مما يساهم في تعزيز التفاعل الإيجابي بين الجمهور المتلقي.

ثالثاً: التوجيه نحو الجمهور المستهدف:

يساعد فهم الجمهور المستهدف للأصول الثقافية بالمجتمع في توجيه الملصق الإعلاني بشكل أفضل ليتناسب مع توقعات واحتياجات الجمهور ويزيد من فعالية الحملة التوعوية.

رابعاً: التعبير عن التنوع:

تعكس الملصقات التوعوية التنوع الثقافي للمجتمع من خلال الصور والرموز المتضمنة للملصق الاعلاني بتمثيلها لمجموعة واسعة من الخلفيات للأصول الثقافية بالمجتمع.

خامساً: تجنب الإساءة:

الفهم الجيد للأصول الثقافية بالمجتمع يساعد في تجنب إيجاد ملصقات قد تتضمن محتوى قد يكون مسيئاً أو غير لائق لبعض الثقافات.

سادساً: الاستجابة لمشكلات المجتمع:

يمكن للملصقات التوعوية أن تتفاعل بشكل أفضل مع مشكلات المجتمع عندما تكون مستندة بفهم عميق للأصول الثقافية والتحديات التي يواجها المجتمع.

ويتضح مما سبق أن الاستناد في تصميم الملصقات الإعلانية التوعية على الأصول الثقافية بالمجتمع يعزز قوة الرسالة ويزيد من قبولها لدى الجمهور المتلقي.

وللأصول الثقافية بالمجتمع أدواراً حاسمة في إبراز أهمية الملصق الإعلاني التوعوي، ومن هذه الأدوار:

أولاً: فهم الجمهور المتلقي:

يساعد فهم الأصول الثقافية بشكل سليم في تحديد احتياجات وتوقعات الجمهور المتلقي من خلال تكامل عناصر ورموز الملصق التوعوي ليصل بشكل أفضل للجمهور ويكون أكثر فاعلية.

ثانياً: توجيه الرسالة بشكل أفضل:

تساعد الأصول الثقافية في توجيه رسالة التوعية بشكل أفضل من خلال تفاعل الجمهور مع القيم والرموز المشتركة في المجتمع لتصبح أكثر تأثيراً وقابلية للفهم.

ثالثاً: التنوع والشمولية:

يساهم التكامل بين الأصول الثقافية بالمجتمع والملصق التوعوي في تعزيز التنوع والشمولية من خلال اظهار الملصق التوعوي لتنوع المجتمع وتوافقه مع مختلف الثقافات الموجودة فيه.

رابعاً: تحفيز التواصل:

تعتبر الأصول الثقافية بالمجتمع جسراً للتواصل بين المُعْلِن عن الملصق وبين الجمهور المتلقي ليزيد ذلك من قدرته على نقل الرسالة بفعالية إلى جانب تحفيز التواصل بين جميع الأطراف.

خامساً: تجنب الإساءة الثقافية:

يساعد فهم الأصول الثقافية في تجنب إيجاد محتوى إعلاني توعوي قد يكون مسيئاً أو غير ملائماً للتنوع الثقافي بالمجتمع.

سادساً: تعزيز التأثير العاطفي:

يرتبط الجمهور المتلقي عاطفياً بالرسالة والصور المعروضة بسبب توافقها مع قيمهم وتجاربهم الثقافية "أصول المجتمع الثقافية" مما يزيد من التأثير العاطفي للملصق التوعوي .

ومما سبق يتضح لنا أن لفهم واحترام الأصول الثقافية بالمجتمع دوراً هاماً في جعل الملصق الإعلاني التوعوي أكثر فعالية وأهمية في توصيل رسالته وتأثيره بشكل إيجابي على الجمهور المتلقي.

تعزز الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية بالمجتمع إثراء الملصق الإعلاني التوعوي بشكل كبير من خلال تكامل العناصر الثقافية والتراثية لبعض الطرق التي يمكن أن تسهم في تحسين فعالية الملصق الإعلاني التوعوي نذكر منها ما يلي:

أولاً: استخدام اللغة العامية أو الدارجة:

تضيف الحِكَّم والمأثورات الشعبية استخدام عبارات باللغة العامية للملصق التوعوي تعكس قيم وحِكَّم مشتركة لجعل الرسالة أكثر قبولًا مما يعزز التواصل الفعَّال مع الجمهور المتلقي.

ثانياً: تضمنها للرموز الثقافية:

يمكن استخدام الرموز الثقافية المتداولة في المجتمع لجذب انتباه الجمهور المتلقي وتحفيز الفهم لديه من خلال أن يتضمن الملصق الاعلاني التوعوي عناصر فلكلورية شعبية ورموز ذات معنى تحث على الترابط مع الهوية الثقافية للجمهور المتلقي.

ثالثاً: تحفيز التفاعل:

يمكن تصميم الملصق التوعوي بحيث يتيح للجمهور المتلقي المشاركة في الرسالة وفهمها بشكل أفضل من خلال استخدم قصص الفلكلور والأمثال الشعبية لتحفيز التفاعل والمشاركة.

رابعاً: ربط الرسالة بالقيم الثقافية:

يمكن أن تساعد الأصول الثقافية في تعزيز الرسالة وجعلها أكثر قبولاً وتأثيراً بتوافق الرسالة التوعوية مع القيم والتقاليد الثقافية للجمهور المتلقي.

خامساً: تجنب التشويه الثقافي:

يجب على الملصق التوعوي تجنب التشويه الثقافي وتقديم رسالة تحترم الثقافة والعادات والتقاليد بالمجتمع.

سادساً: التعبير عن التنوع:

يمكن تعزيز التعبير عن التنوع في الملصق التوعوي من خلال تمثيل مختلف فئات المجتمع واستخدام عناصر فلكلورية شعبية تمثل تنوع كل الثقافات بالمجتمع.

ومن خلال استخدام هذه الطرق يمكن للملصق الإعلاني التوعوي تحقيق أقصى إمكانياته في نقل الرسالة التوعوية بشكل فعَّال ومؤثر من خلال تكامله مع الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية بالمجتمع في عملية تصميمه.

ثالثاً: التجربة البحثية:

التجربة الطلابية:

الإطار التطبيقي:

قام الباحثان بإعداد تجربة تطبيقية يتأكدا منها من صدق فرضية البحث وقاما بتطبيق التجربة على عينة من طلاب الفرقة الرابعة من خلال مقرر **(التوظيف الجمالي للكتابات)** – قسم التصميمات الزخرفية – كلية التربية الفنية – جامعة المنيا، العام الجامعى2021/ 2022 م وعددهم 23طالباً وطالبة ولديهم بعض الخبرات السابقة المناسبة لتطبيق هذه التجربة، واستغرقت فترة التطبيق 5 لقاءات بواقع 4 ساعات لكل لقاء اسبوعياً.

أعمال التجربة الطلابية:

ضمت أعمال التجربة الطلابية 23 عملاً فنياً (ملصق إعلاني توعوي) في ترجمة بصرية لمجموعة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية كمصدر من مصادر الأصول الثقافية للمجتمع في تجربة لإعادة صياغتهم بشكل

بصري وفي صورة ملصق إعلاني، وقد تم التنفيذ على اوراق الكانسون والتلوين بالألوان الجواش.

اللقاء الأول:

- تم في هذا اللقاء شرح فكرة التجربة، ففي البداية تم تناول وظيفة وأهمية الملصق الإعلاني التوعوي والعناصر الإنشائية في تصميمه وتكوينه، وكذلك خصائص الملصق الناجح بشكل عام ثم تناولنا مفهوم ودور الهوية الثقافية للمجتمع من خلال الحِكَم والمأثورات الشعبية كأحد مصادر الأصول الثقافية للمجتمع ودورها في نقل تجارب الأجيال السابقة من خبرة وقيم وعادات وتقاليد إلى الأجيال المعاصرة، وكذلك تناول دور الفن بشكل عام وفن الملصق الإعلاني التوعوي بشكل خاص ودور الأصول الثقافية في توعية المجتمع للكثير من القضايا الاجتماعية والصحية والبيئية من خلال ترجمة الحِكَم والمأثورات الشعبية في صورة ملصق إعلاني توعوي.
- ثم يبدأ الطلاب في البحث عن حكمة أو مأثورة شعبية تحمل قيمة أو معنى يريد التعبير عنه من خلال الملصق الإعلاني.

اللقاء الثاني:

- تم مناقشة الطالب في الحكمة أو المأثورة شعبية المرشحة من طرفه وأسباب الاختيار.
- يطلب من الطالب تحضير والبدء في اسكتشات أفكار معبرة عن الحكمة أو مأثورة شعبية الذي قرر أن يعبر عنها في صورة ملصق إعلاني.

اللقاء الثالث: مناقشة الطلاب في أفكارهم والتصميمات التحضيرية المنفذة للوصول إلى أفضل سبل تصميم وإخراج الملصق الإعلاني مع التأكيد على أهمية الابتكارية في التعبير عن الحكمة أو المأثورة شعبية من حيث الأشكال والنصوص والأفكار التي ستتناولها.

اللقاء الرابع: استكمال تصميم الملصق الإعلاني من الاسكتشات والأفكار المقدمة من خلال الطالب.

اللقاء الخامس: تلوين الملصق الإعلاني وإخراجه.

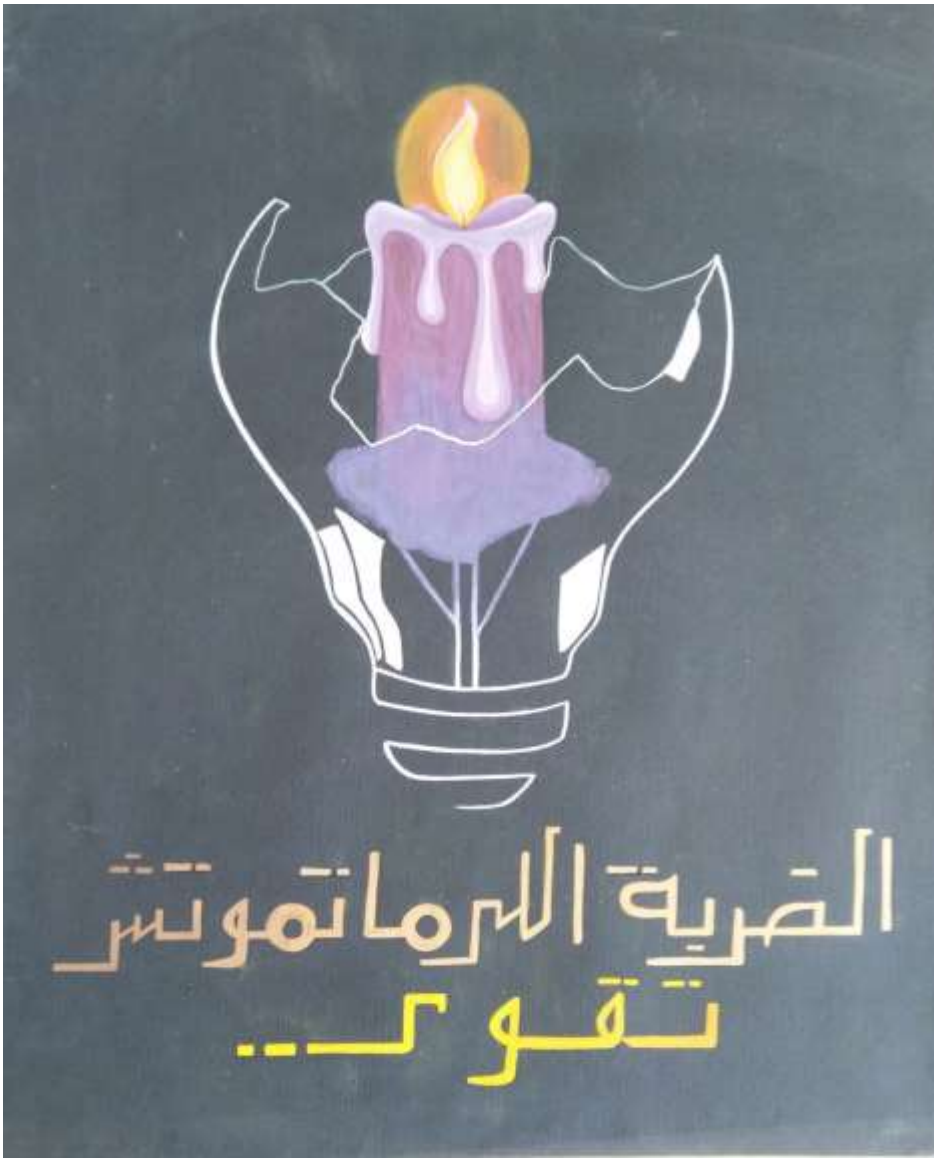
الملصقات الإعلانية
(نتاج التجربة الطلابية)

العمل الأول

الملصق الإعلاني الأول

يعبر عن المأثورة الشعبية (ال تحسبوا موسى يطلع فرعون)

العمل الثاني



الملصق الإعلاني الثاني

يعبر عن المأثورة الشعبية (الضربة اللي ماتموتش ....تقوى)

العمل الثالث

الملصق الإعلاني الثالث

يعبر عن المأثورة الشعبية (كن قويا لأجلك)

العمل الرابع

الملصق الإعلاني الرابع

يعبر عن المأثورة الشعبية (إمشى عدل يحتار عدوك فيك)

العمل الخامس

الملصق الإعلاني الخامس

يعبر عن المأثورة الشعبية (ابن الوز عوام)

العمل السادس

الملصق الإعلاني السادس

يعبر عن المأثورة الشعبية (ايد لوحدها ماتسقفش)

العمل السابع

الملصق الإعلاني السابع

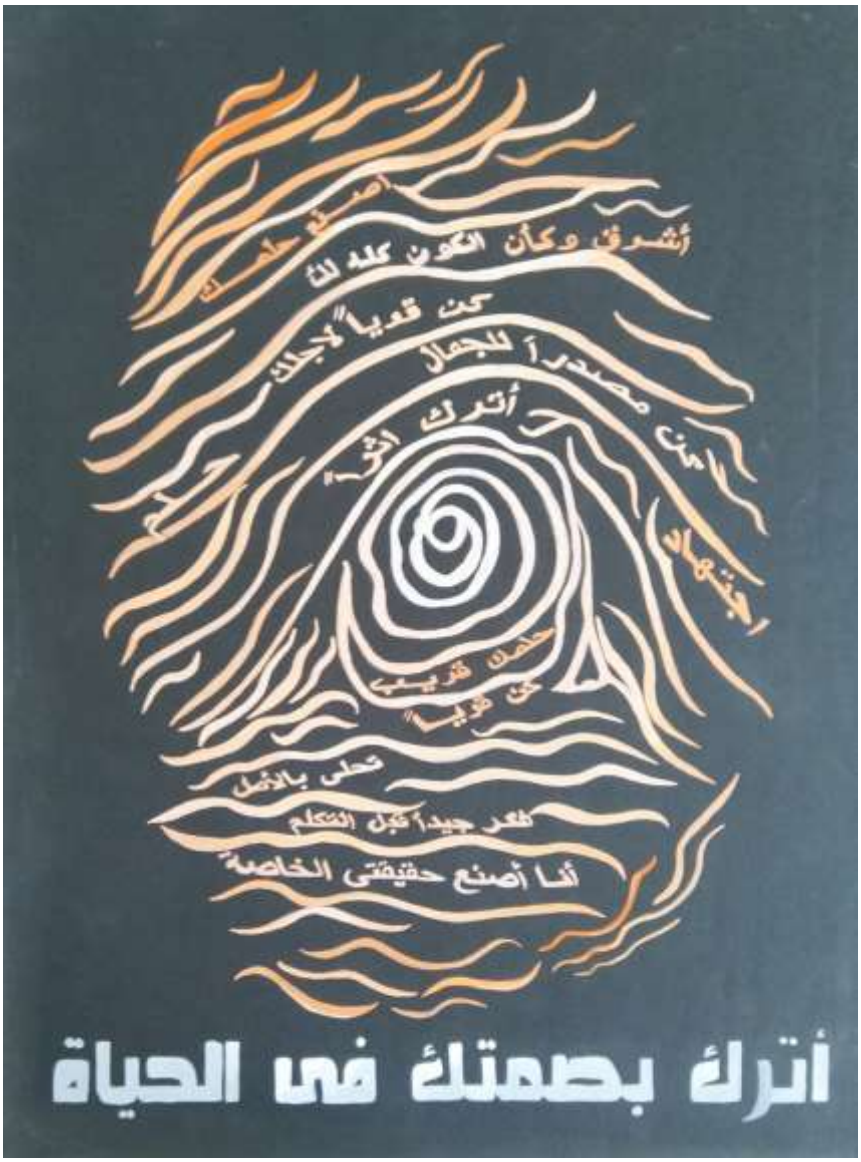
يعبر عن المأثورة الشعبية (ومن الحب ما قتل)

العمل الثامن

الملصق الإعلاني الثامن

يعبر عن المأثورة الشعبية (اللي تحسبه موسى يطلع فرعون)

العمل التاسع



الملصق الإعلاني التاسع

يعبر عن الحكمة (أترك بصمتك في الحياة)

العمل العاشر

الملصق الإعلاني العاشر

يعبر عن الحكمة (من جاور الفاسد يفسد)

العمل الحادي عشر

الملصق الإعلاني الحادي عشر

يعبر عن الحكمة (يأكل الحسد الحاسدين كما يأكل الصدأ الحديد)

العمل الثاني عشر

الملصق الإعلاني الثاني عشر

يعبر عن الحكمة (تذوق كلماتك قبل أن تنطقها)

العمل الثالث عشر

الملصق الإعلاني الثالث عشر

يعبر عن الحكمة (القوة تفتح ذراعيها لمن يستحقها)

العمل الرابع عشر

الملصق الإعلاني الرابع عشر

يعبر عن الحكمة (بالعلم تصبح أقوى)

العمل الخامس عشر

الملصق الإعلاني الخامس عشر

يعبر عن الحكمة (المكسور لا يضئ)

العمل السادس عشر

الملصق الإعلاني السادس عشر

يعبر عن الحكمة (نفسك إن لم تشغلها بالحق، شغلتك بالباطل)

العمل السابع عشر

الملصق الإعلاني السابع عشر

يعبر عن الحكمة (لو أيقن الظالم أن للمظلوم رباً يدافع عنه لما ظلمه)

العمل الثامن عشر

الملصق الإعلاني الثامن عشر

يعبر عن الحكمة (ما يجعلك مختلفاً يجعلك جميلاً)

العمل التاسع عشر

الملصق الإعلاني التاسع عشر

يعبر عن الحكمة (برا مسارهم ارسم حلمك)

العمل العشرون

الملصق الإعلاني العشرون

يعبر عن الحكمة (حاسب قبل متناسب يبان لك الردى من المناسب)

العمل الحادي والعشرون

الملصق الإعلاني الحادي والعشرون

يعبر عن الحكمة (يستاهل البرد من ضيع عبائته)

العمل الثاني والعشرون

الملصق الإعلاني الثاني والعشرون

يعبر عن الحكمة (كن جميلاً فالجميلُ لا يُنسى)

العمل الثالث والعشرون

الملصق الإعلاني الثالث والعشرون

يعبر عن الحكمة (ليست القوة ألا نسقط .... القوة أن ننهض كلما سقطنا)

المعالجة الإحصائية:

للتحقق من صحة الفرض قام الباحثان بتصميم استمارة لتحكيم البنود الخاصة بتجربة البحث، حيث اشتملت الاستمارة على أربعة بنود أساسية، ومن ثم قام الباحثان بعرض بنود الاستمارة علي لجنة من الأساتذة المتخصصين بهدف التحقق من صدق تلك البنود، حيث قامت اللجنة بإجراء بعض التعديلات في صياغات بعض العبارات الواردة في بنود الاستمارة لتأتي في صورتها النهائية ملحق (1).

وعليه استخدم الباحثان الاستمارة في تحكيم الأعمال الفنية الخاصة بتجربة البحث من خلال لجنة من المحكمين من أساتذة التخصص (*)

وقد قام الباحثان – وبناء علي نتائج تحكيم الأعمال الفنية – بمعالجة النتائج تمهيداً لحسابها إحصائياً:

1- حساب تكرارات استجابات عينة الدراسة تحت درجات (منخفض، مقبول ، جيد، جيد جداً، ممتاز).

2- أعطيت أوزان نسبية لكل بديل من البدائل الخمسة السابقة وكانت (1 . 2 . 3 . 4 . 5) على التوالي.

3- يتم حساب الوزن النسبي[1] وذلك بالمعادلة التالية :

الوزن النسبى = ك1 × 1 + ك2 × 2 + ك3 ×3 + ك4 × 4 +ك5×5

4- يتم حساب النسبة المئوية وذلك بالمعادلة التالية:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{الوزن النسبي}}{\text{عدد أفراد المحكمين} \times (5) \text{ أعلى درجة وزنيه}}$$

[1] زكريا الشربينى(1995) : الإحصاء وتصميم التجارب في البحوث النفسية والاجتماعية والتربوية ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ص 155 .

جدول رقم (1)

حساب الوزن النسبي والمتوسط الحسابي والنسبة المئوية للعمل الفني الأول

البنود	تقدير المحكم					الوزن النسبي	المتوسط الحساب	النسبة المئوية%
	منخفض	مقبول	جيد	جيد جداً	ممتاز			
	1	2	3	4	5			
1			1		4	23	4.60	%92.00
2				2	3	23	4.60	%92.00
3				1	4	24	4.80	%96.00
4		1			4	22	4.40	%88.00
الدرجة الكلية للعمل الأول						92	18.40	
الدرجة الكلية للعمل مقسومة على عدد البنود (متوسط)						23	4.6	%92.00

وقد تم استخدام المعالجة الإحصائية كما في جدول رقم (1) لكل من الأعمال الفنية (الثلاثة والعشرون) كل على حدى، فكانت النتائج كما في جدول رقم (2) المجمع لكل النتائج، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للأعمال الفنية ما بين (3.95 : 4.70)، كما تراوحت النسب المئوية للأعمال الفنية ما بين (79% : 94%) بما يفيد وجود دلالة إيجابية تشير إلى قدرة الطالب على التعبير البصري عن الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع في إثراء تصميم الملصق الاعلاني التوعوي لدى طلاب كلية التربية الفنية، وهو ما يثبت صحة الفرض لموضوع البحث.

جدول رقم (2)

جدول مجمع لحساب الوزن النسبي والمتوسط الحقيقي والنسبة المئوية لكل الأعمال الفنية نتاج التجربة البحثية

العمل الفني	المتوسط الحقيقي لكل عمل فنى	الوزن النسبي لكل عمل فنى	النسبة المئوية
1	4.60	23	%92.00
2	4.70	23.5	%94.00
3	3.95	19.75	%79.00
4	4.05	20.25	%81.00
5	4.70	23.5	%94.00
6	4.10	20.5	%82.00
7	4.55	22.75	%91.00
8	4.65	23.25	%93.00
9	4.60	23	%92.00
10	4.50	22.5	%90.00
11	4.25	21.25	%85.00
12	4.35	21.75	%87.00
13	4.55	22.75	%91.00
14	4.65	23.25	%93.00
15	4.15	20.75	%83.00
16	4.70	23.5	%94.00
17	4.50	22.5	%90.00
18	4.40	22	%88.00
19	4.30	21.5	%86.00
20	4.25	21.25	%85.00
21	4.60	23	%92.00
22	4.30	21.5	%86.00
23	4.50	22.5	%90.00

النتائج:

تم التوصل إلى النتائج التالية:

1. يمكن إثراء الملصق الإعلاني التوعوي من خلال الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية للمجتمع.
2. يمكن الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية للمجتمع في الحفاظ على تراثه الثقافي.
3. يمكن من خلال ترجمة الحِكَّم والمأثورات الشعبية للمجتمع لملصق إعلاني توعوي المساهمة في توعية المجتمع لبعض القضايا الاجتماعية، والصحية، والبيئية وغيرها.
4. يعد ترجمة الأفكار الناتجة من الوعي بالحِكَّم والمأثورات الشعبية للمجتمع ترجمة بصرية مدخل جديد لإثراء فن الملصق الإعلاني.
5. يعد الملصق الإعلاني التوعوي أحد أهم فنون الاتصال البصري التي تُسهِم بشكل فعَّال في نشر الهوية الثقافية والقيم الاجتماعية والتربوية والتأكيد عليها بالمجتمع.
6. تعد التربية الفنية مجالاً خصباً لتربية الإنسان والارتقاء به وإعداده للحياة بشكل سليم عن طريق الفنون التشكيلية.

التوصيات:

يوصى البحث بما يلى :

1. الاستفادة من المزج بين مجالات الفنون التشكيلية والاصول الثقافية للمجتمع في إثراء العملية التوعوية للمجتمع.
2. التأكيد على البحوث التي تساهم في الحفاظ على الأصول الثقافية والقيم الاجتماعية للمجتمعات.
3. التأكيد على البحوث التي تساهم في تعزيز دور الفنون التشكيلية عاماً والملصق الإعلاني التوعوي خاصاً في بناء المجتمعات والفكر الإنساني.

المراجع:

1 **اسماعيل محمد عبد الكريم الجراح** أثر الملصق الإعلاني في مكافحة التطرف الفكري والارهاب، رسالة ماجيستير، كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2017.

2 **إيمان أحمد عبد الله** دور الحكم والأمثال الشعبية كموروث ثقافي واستخدامها في طباعة ملابس الأطفال، مجلة التصميم الدولية، مج 4، ع 1، 2014.

3 **ثناء سعد على شلبي** دور الملصق الإرشادي في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر، مجلة بحوث التربية الفنية والفنون، كلية التربية الفنية جامعة حلوان، يناير 2012.

4 **سماح عبد المولي** تفعيل دور الملصق في نشر الوعي الفني والثقافي بالمجتمع المدني، المؤتمر السنوي السادس الدولي الثالث لكلية التربية النوعية بالمنصورة "تطوير برامج التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة"، الفترة من 13 : 14 ابريل 2011.

5 **فؤاد البكري** العلاقات العامة بين التخطيط والإتصال، دار النهضة للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2011.

6 **محمد الشبيني** أصول التربية الاجتماعية والثقافية والفلسفية "رؤية حديثة للتوفيق بين الأصالة والمعاصرة"، الطبعة الاولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000

7 **مي محمود رضوان** استراتيجية تصميم لتحقيق الهوية البصرية لإعلانات التوعية المطبوعة وتأثيرها على المتلقي، رسالة دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان، 2013.

8 **ياسر أحمد حسن عمار** إيجاد منظومة بصرية متكاملة للعلاقة المتبادلة بين تصميم الجملة الإعلانية والعناصر الجرافيكية في الملصق الإعلاني المصري، رسالة دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان، 2006.

الملاحق

بطاقة تقييم الملصقات الإعلانية

(ناتج التجربة البحثية)

	بنود التحكيم / الاعمال الفنية	1	2	3	4
1	مدى الاستفادة من الحِكَّم والمأثورات الشعبية المستمدة من الأصول الثقافية والاجتماعية للمجتمع في إثراء الملصق الاعلانى التوعوي؟				
2	هل يساعد تسليط الضوء على الحِكَّم والمأثورات الشعبية في الحفاظ على التراث الثقافي والاجتماعي؟				
3	هل عناصر الملصق الاعلانى تحقق ما تهدف إليه الحِكَّم والمأثورات الشعبية؟				
4	هل أدى توظيف الحِكَّم والمأثورات الشعبية الى فتح مداخل جديدة لإثراء فن الملصق الاعلانى التوعوي؟				

	منخفض	مقبول	جيد	جيد جدا	ممتاز
الدرجة	1	2	3	4	5

اسم المحكم.....

الوظيفة.....

التوقيع.....

ولسيادتكم جزيل الشكر والتقدير