

دور الأمثال الشعبية كموروث ثقافى فى تعزيز القيم الإنسانية فى الإعلان The roles of popular proverbs as a cultural heritage in preserving the human Values in Advertising

م.د/ رانيا ممدوح محمود جبر

مدرس بالمعهد العالى للفنون التطبيقية - مدينة 6 أكتوبر

Dr. Rania Mamdooh Mahmood Gber

Lecturer at the Higher Institute of Applied Arts - 6th of October City

Raniagber25@gmail.com

ملخص البحث Abstract:

إن الإعلان يتمتع بدور محوري فى تكوين الأراء وإتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد، ويؤثر فى تصرفاتهم تجاه الجماعات والقطاعات المختلفة، ويعمل على تعزيز التغيرات التى تحدث داخل المجتمع وإحداث تأثير إيجابى من خلال توليد قيم إنسانية جديدة وفقا لإحتياجات المجتمع. فالقيم الإنسانية ' تشكل منظومة ثقافية أخلاقية ' تحدد سلوكيات المتلقى.

ويقوم الإعلان بدور فعال فى تعزيز التغيرات التى تحدث داخل المجتمع وإحداث تأثير إيجابى من خلال توليد قيم إنسانية جديدة وفقا لإحتياجات المجتمع. فالقيم الإنسانية ' تشكل منظومة ثقافية أخلاقية ' تحدد سلوكيات المتلقى. و' تعد الأمثال الشعبية هى الموروث الأعظم لتحقيق صورة ذهنية إيجابية للمجتمع وذلك لما لها من تميز وفردية ' بنيت على فلسفة عميقة تعكس الإتجاهات الروحية للتراث الشعبى. ونظرا لأننا نعيش الآن فى عصر أشد فيه زحف وسائل الإعلام الحديثة التى تعمل على إذابة الذاتية الثقافية وإزالة الموروثات الشعبية لتحل محلها القيم الثقافية الغربية. لذلك أستهدف البحث إعادة صياغة عناصر التراث الشعبى المتمثلة فى الأمثال الشعبية لإستحداث أساليب إعلانية جديدة تعمل على تغيير إتجاهات المتلقى وبت قيم إنسانية إيجابية مرتبطة بالهوية الحضارية المصرية لتحقيق التواصل المجتمعى للإستفادة من ذلك فى الدراسة التطبيقية. وتحاول الدراسة التطبيقية تعزيز القيم الإنسانية فى الإعلان من خلال توظيف الأمثال الشعبية ويتم ذلك من خلال مشروع تم طرحه لطلاب المعهد العالى للفنون التطبيقية- مدينة 6 أكتوبر حيث ' ترك لهم حرية اختيار المثل الشعبى الذى يحمل رسالة إيجابية لجذب المتلقين المستهدفين وذلك من خلال عمل جلسات عصف ذهنى Brainstorming، ومن ثم التوصل الى نتائج الدراسة التى من أهمها أن الامثال الشعبية المصرية تعمل على ترسيخ القيم الإنسانية من خلال مضمون الرسالة الإعلانية.

الكلمات المفتاحية: الأمثال الشعبية - مدخل العصف ذهنى - القيم الإنسانية.

Abstract

The ad plays an active role in promoting changes within the community and to make a positive impact through the creation of new human values according to the needs of society. Human values constitute a moral cultural system Define the behaviors of the recipient. The popular proverbs are the greatest legacy of a positive mental image of society. This is because of its uniqueness and individuality 'Built on a deep philosophy Reflect the spiritual trends of folklore. As we are living in an age where the modern media are increasingly shaken by the melting of cultural identity and the removal of popular legacies to be replaced by Western cultural values. Therefore, the research aimed to rework the elements of the popular heritage

represented in popular proverbs to develop new advertising methods that change the attitudes of the recipient and spread positive human values related to the Egyptian cultural identity to achieve social communication in order to benefit from the applied study. The applied study tries to promote the human values in advertising through the use of popular proverbs. This is done through a project that was presented to the students of the Higher Institute of Applied Arts - 6th of October City where they were left free to choose the popular ideals that carry a positive message to attract the target recipients Brainstorming, and then reach the results of the study, which is most important that the proverbs popular Egyptian works to establish human values through the content of the message.

Keywords: Popular proverbs – Brainstorming - Human Values.

مقدمة Introduction :-

إن الإعلان يتمتع بدور محوري في تكوين الآراء وإتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد، ويؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والقطاعات المختلفة، ويعمل على تعزيز التغييرات التي تحدث داخل المجتمع وإحداث تأثير إيجابي من خلال توليد قيم إنسانية جديدة وفقا لإحتياجات المجتمع. فالقيم الإنسانية تشكل منظومة ثقافية أخلاقية تحدد سلوكيات المتلقى.

و تعد الأمثال الشعبية هي الموروث الأعظم لتحقيق صورة ذهنية إيجابية للمجتمع وذلك لما لها من تميز وفردية بنيت على فلسفة عميقة تعكس الإتجاهات الروحية للتراث الشعبي.

وتكمن أهمية توظيف الأمثال الشعبية في تصميم الإعلان في إعادة صياغة عناصر التراث الشعبي لإستحداث أساليب إعلانية جديدة تعمل على بث قيم إنسانية إيجابية مرتبطة بالهوية الحضارية المصرية لتحقيق التواصل المجتمعي، فهي محاكاة لتجربه حسية إرتبطت بعواطف معينة، ونوع من أنواع التمثيل لما تخزنه الذاكرة.

فالأمثال الشعبية تمثل إطار للذكرة من خلال بناء تصورات ذهنية ناتجة عن الإنطباعات الذاتية التي تتكون من خلال خبرات وتجارب الإنسان المتعلقة بعواطفه وإتجاهاته وعقائده.

مشكلة البحث: Statement of the problem

تكمن أهمية البحث في محاولة الإجابة على التساؤلات الآتية: -

1- كيف يمكن تعزيز القيم الإنسانية لمتلقى الإعلان من خلال الإستفادة من الموروث الثقافي المصري المتمثل في الأمثال الشعبية؟

2- كيف يمكن إعادة صياغة عناصر التراث الشعبي المتمثلة في الأمثال الشعبية لإستحداث أساليب إعلانية جديدة تعمل على بث قيم إنسانية إيجابية مرتبطة بالهوية الحضارية المصرية لتحقيق التواصل المجتمعي؟

أهداف البحث: Objectives

يهدف البحث إلى:

1- التأكيد على أهمية تعزيز القيم الإنسانية لمتلقى الإعلان من خلال الإستفادة من الموروث الثقافي المصري المتمثل في الأمثال الشعبية.

2- إعادة صياغة عناصر التراث الشعبي المتمثلة في الأمثال الشعبية لإستحداث أساليب إعلانية جديدة تعمل على تغيير إتجاهات المتلقى وبث قيم إنسانية إيجابية مرتبطة بالهوية الحضارية المصرية لتحقيق التواصل المجتمعي.

فروض البحث Hypotheses :-**يفترض البحث:**

- 1- إن تعزيز القيم الإنسانية لمتلقى الإعلان من خلال الاستفادة من الموروث الثقافي المصرى المتمثل فى الأمثال الشعبية يعمل على إحداث تأثير إيجابى بالمتلقى وفقا لإحتياجات المجتمع.
- 2- إن إعادة صياغة عناصر التراث الشعبى المتمثلة فى الأمثال الشعبية لإستحداث أساليب إعلانية جديدة تعمل على تغيير إتجاهات المتلقى وبث قيم إنسانية إيجابية مرتبطة بالهوية الحضارية المصرية لتحقيق التواصل المجتمعى

أهمية البحث Significance:

تكمن أهمية البحث فى التعرف على مدى تأثير الأمثال الشعبية فى تعزيز القيم الإنسانية الايجابية لمتلقى الإعلان.

منهج البحث Methodology:

يعتمد البحث على المنهج التجريبي من خلال القيام بتجربة البحث فى ضوء ما تم استخلاصه من خلال مشروع تم طرحه لطلاب المعهد العالى للفنون التطبيقية- مدينة 6 أكتوبر حيث ' ترك لهم حرية اختيار المثل الشعبى الذى يحمل رسالة إيجابية لجذب المتلقين المستهدفين وذلك من خلال عمل جلسات عصف ذهنى Brainstorming، ومن ثم التوصل الى نتائج الدراسة والتي من أهمها أن الامثال الشعبية المصرية تعمل على ترسيخ القيم الإنسانية من خلال مضمون الرسالة الإعلانية.

الإطار النظرى Theoretical Framework :-**مفهوم التراث:**

1. "يعنى تجارب السلف المنعكسة فى الآثار التى تركوها وما زال لها تأثير حتى عصرنا الحاضر، ففى مجال الفن هو بمنزله الملاحظات الزاخرة التى أدركها الفنانون عبر التاريخ"(6- ص21)
2. التراث: هو أحد عناصر الثقافة التى تتناقل من جيل الى جيل ويمكن الإشارة هنا الى ان المضمون الاصلى للمفهوم هو فكرة انتقال ما عبر الزمن". (1- ص 25)
3. التراث: "هو خلاصة خبرة المجتمع فى تفاعله مع بيئته المحلية وهو استخلاص كيفية التعامل مع التحديات التى واجهته فى مسيرته التاريخية عبر حضارته"(2-ص 11)
4. التراث: هو البناء الثقافى الذى يعبر عن مجموعة من السمات الثقافية للبيئة المترابطة التى تستمر فى البناء الإجتماعى عبر فترة من الزمن. (1- ص 35)

ويمكن تصنيف التراث الى أربعة أنواع أساسية وهي - : (3- ص 29)

- 1- المعتقدات والمعارف الشعبية: وهو ما يؤمن به الشعب كالاعتقاد فى الأشياء التى تجلب الحظ والأيام التى لها تأثير طيب على الناس.
- 2- العادات والتقاليد الشعبية: ومنها العادات المتبعة عند الميلاد والزواج والاعياد والمناسبات.
- 3- الأدب الشعبى: يمثل الأدب الشعبى تراث أمه بأكملها، وهو تراث ثقافى وتاريخى وفكرى، فهو ينتقل بفكر الأمة وعاداتها وحكاياتها ومعتقداتها من جيل الى جيل ويشمل الحكايات الشعبية، السير الشعبية، الأمثال الشعبية. والأنماط المستخدمة من الأدب الشعبى فى البحث الحالى هى الأمثال الشعبية.

المثل:

5. "يجتمع في المثل اربعة لا يجتمع في غيره من الكلام، ايجاز اللفظ واصابه المعنى وحسن التشبيه وجوده الكتابه وهو نهاية البلاغة". (1- ص15)
6. والمثل لغة: الشبه، والنظير، والمثل هو القول الذي لكثره جريانه على ألسنه الناس اكتسب قيمه تعبيرية خاصة جعلتهم- عند تشابه الحال- لا يجدون ابلغ منه وأوجز لوصف ما بأنفسهم والتعبير عن مرادهم. (1- ص23)
7. وهو عبارة عن شواهد ثقافية على القيم السائدة كالعادات والتقاليد والأعراف وتقوم بدور الموجه العام للسلوك، وهي دستور للعلاقات بين الأنساق الثلاثة للمجتمع وهي الفرد والجماعات كوحدات والمجتمع ككل. (1 - ص27)
8. لقد كثرت تعاريف المثل وتنوعت، لكنها جميعا لا تخرج عن انه" قول ماثور تظهر بلاغته في ايجاز لفظه واصابه معناه". (5-ص30)

مفهوم الامثال الشعبية

إن الأمثال الشعبية من أبرز انواع الادب الشعبي التي تعبر عن طبائع الناس وعاداتهم ومعتقداتهم وذلك لتغلغلها في معظم حياتهم، كما تتجاوز ذلك احيانا لتقدم نموذجا يقتدى به في مواقف الحياة العديدة ومن ثم تسهم في تشكيل اتجاهات وقيم المجتمع. (1- ص 27).

أمثله شعبية لذلك:

"خد من التل يخلت"

"إن كان حبيبك عسل ماتلحسوش كله"

"المضطر يركب الصعب"

"اكله هنية تكفي ميه"

الإبداع اللغوى فى الأمثال الشعبية:

ينظر الى المثل الشعبي على انه لغة أدبية وفنية اضافة الى مضمونه. فالمثل فى كتب البلاغة تعبير تصويرى وإن وظيفته الأولى هو التشخيص للمجرد وإبراز المعقول فى هيئة المحسوس.

الخصائص التي تميز الأمثال الشعبية:

هناك عدة من الخصائص التي تميز الأمثال الشعبية عن سائر الكلم منها ما يلي: (6- ص92 بتصرف)

1. الإيجاز: وهو التعبير عن الفكرة فى أضييق حيِّز ممكن، وقد يتم هذا التعبير فى كلمتين كمثال: الجُوعُ كافرٌ - أصلُكَ فِعْلُكَ - الصَّبْرُ مرٌّ - إلهي كَلْبٌ بَعْضُ - إذا كَبِرَ إِبْنُكَ خَاوِيه.
2. إصابة المعنى: حيث أن المثل لا يقال إلا فى المواقف المشابهة للأحداث التي قيل فيها المثل، ومن هنا قيل "لكل مقام مقال".
3. الأصالة: فهي عربية المنشأ، مع أنها ليست بلفظها الفصحى، ذلك لتعلق الشعب بالقيم والأخلاق العربية الأصيلة حيث اكتسبت وتكتسب محتواها تاريخياً واجتماعياً. وأخذوا بعضها بلفظه، أو بمعانيه من الدين الإسلامى الحنيف أو من الأدب العربى القديم (خير القوم خادمهم).
4. الأصالة: فهي عربية المنشأ، مع أنها ليست بلفظها الفصحى، ذلك لتعلق الشعب بالقيم والأخلاق العربية الأصيلة حيث اكتسبت وتكتسب محتواها تاريخياً واجتماعياً. وأخذوا بعضها بلفظه، أو بمعانيه من الدين الإسلامى الحنيف أو من الأدب العربى القديم (خير القوم خادمهم).

5. الأصالة: فهي عربية المنشأ، مع أنها ليست بلفظها الفصيح، ذلك لتعلق الشعب بالقيم والأخلاق العربية الأصيلة حيث اكتسبت وتكتسب محتواها تاريخياً واجتماعياً. وأخذوا بعضها بلفظه، أو بمعانيه من الدين الإسلامي الحنيف أو من الأدب العربي القديم (خير القوم خادمهم).

6. الأصالة: فهي عربية المنشأ، مع أنها ليست بلفظها الفصيح، ذلك لتعلق الشعب بالقيم والأخلاق العربية الأصيلة حيث اكتسبت وتكتسب محتواها تاريخياً واجتماعياً. وأخذوا بعضها بلفظه، أو بمعانيه من الدين الإسلامي الحنيف أو من الأدب العربي القديم (خير القوم خادمهم).

7. الواقعية: فهي تمتاز بواقعيته، ذلك لتميز الحياة المجتمعية عموماً بالواقعية.

8. البلاغة: كما تمتاز الأمثلة بإيجاز اللفظ وتركيزه، وبإصابة المعنى ودقته وبُعد المغزى.

9. الموسيقى: لا تخلو الأمثال من الموسيقى اللفظية، فيها جرس موسيقي وتناغم بين ألفاظها وتناسق بين الجمل، وتجانس بين الأحرف، والجمل والتراكيب وتأتي موسيقى الأمثال إما على السجع والفاصل أو من اختيارها للأحرف المتجانسة ضمن الكلمات، والكلمات المتوافقة ضمن الجمل.

10. الإحساس: تعكس بصدق، مشاعر الشعب، وأحاسيسه، وآماله، وآلامه، وأفراحه، وأحزانه، وتفكيره، وفلسفته، وحكمته. ومن خلالها نستكشف آراءه في مختلف شؤون الحياة وموقفه منها ونظرته إلى الكون، وتفسيره لمظاهراته.

القيم: -

9. تُعرف لغةً بأنها جمعٌ لكلمة قيمة، وهي الشيء ذو المقدار، أو الثمن، وتُعرف اصطلاحاً بأنها مجموعة الصفات الأخلاقية، التي يتميّز فيها البشر، وتقوم الحياة الاجتماعية عليها، ويتمّ التعبير عنها باستخدام الأقوال والأفعال. (1-ص250)

10. وتُعرف أيضاً بأنها مجموعة من الأخلاق الفاضلة التي اعتمدت في توجيه السلوك البشري للقيام بكل عمل، أو قول يدلّ على الخير (2-ص).

مفهوم القيم الانسانية: -

هي تلك المبادئ والعادات والأخلاق التي نستخدمها، ونستعملها في حياتنا باستمرار، ومن وجهة نظر علم الفلسفة أنّ القيم هي تلك الجزئية من أخلاقيات الإنسان وغاياته، التي يسعى إليها سواء لغايات يطلبها الإنسان في داخله، أو متطلبات ذاتية له، إذن فالقيم هي مجموعة الأحكام التي تصدر من العقل، وتوجّه الإنسان نحو رغباته، وأتجاهاته المكتسبة من المجتمع الذي يعيش فيه، والتي تعمل على تحريك سلوكياته، فهو بناء يبدأ داخل الإنسان، ويعزّز وينمو من خلال الحياة وتجاربه التي يمر فيها، وبالتالي تتكوّن القواعد التي تحكم شخصية الإنسان وأسلوبه وصفاته وسلوكياته، والتي ينتج عنها نضوج العقل الذي يتميّز بالحكمة، وفن التعامل مع الآخرين مثل ((العدل، التسامح، المساواة، الحرية، التواضع، قبول الرأي الآخر، التعايش، التفاهم، السلام، الحوار)). (5- ص 63 بتصريف).



(شكل رقم 1)

قيمة الحرية ووقف المعاناة بتغيير السلوك السلبي للمرأة برفض العنف.



(شكل رقم 2)

اعلان عن ليبتون لتعزيز قيمة الايجابية لدى المتلقى من خلال تعزيز قيمة المبادرة



(شكل رقم 3)

اعلان عن كريم للوجه لتعزيز قيمة الايجابية لدى المتلقى من خلال المحافظة والإهتمام بالجمال

أهمية الأمثال الشعبية فى تعزيز القيم الإنسانية

1. المثل الشعبي يلعب دورا مميزا في إبراز القيم الاجتماعية كالترايط والاحترام والتقدير والترايط الأسرى والمجتمعي والتعامل بين أفراد المجتمع وما يسود ذلك من علاقات اجتماعية .
 - أمثلة شعبية لذلك: - الجار قبل الدار- من حفر حفرة لأخيه سقط فيها - عليك بالجار ولو عال - اعرف صاحبك وعلم عليه - الصديق قبل الطريق - الصديق وقت الضيق - لأجل الورد يتشرب العليق.
 2. العمل على تنمية القيم الاقتصادية في المجتمع مثل العمل والحرص عليه وتقديره، والدقة والمحافظة على الثروات الطبيعية، والوعي بأهمية القيم الاقتصادية.
 - أمثلة شعبية لذلك: - اشتغل الجمعة والعيد ولا تتحوجش لآخوك السعيد- والمال اللي ما تتعب فيه اليد ما يحزنش عليه القلب- اللي ياكل حلوتها يتحمل مرثها- العمل عبادة.
 3. تعد الأمثال الشعبية حكمة الشعوب، وهي المرأة التي تعكس مشاعر الناس على مختلف مستوياتهم.
 4. تعد المثل الشعبية المنتفَس الأكثر استخداماً لمشاكل الناس والمعبر عن همومهم .
 5. تعد الأمثال الشعبية بمثابة معايير أخلاقية يضعها عقلاء القوم لتكون ضابطاً سلوكياً ومنهجاً أخلاقياً لعامته وخاصته يتناقلها الخلف عن السلف جيلا بعد جيل (1-ص 352بتصرف).
- اقنع تشبع - أمثلة شعبية لذلك: - الوعد عهد - وعد الحر على الحر دين - الحسود لا يسود

دور الأمثال الشعبية كموروث ثقافى فى تعزيز القيم الإنسانية فى الإعلان

لا نغفل ما تقوم به الأمثال الشعبية من دور فى عملية الغرس الثقافى والتنشئة الاجتماعية، اذ يقوم المثل الشعبى بدور تعليمى واضح، محاولا نقل الخبرات من السلف، حتى يستمر تواجد ونماء المجتمع(6-ص23).

وتمكنا دراسة الأمثال الشعبية كذلك من رصد المتغيرات التى تطرأ على المجتمع ومعرفة اسباب هذا التغيير.

وتعد دراسة القيم في الأمثال الشعبية مدخلا لتحليل مضمونها، فالأمثال الشعبية تحوي قيم إنسانية إيجابية عبارة عن صفات معيارية تؤدي إلى الارتقاء بالحياة الاجتماعية والنهوض بمستويات المعيشة.

وتمثل منظومة القيم في الأمثال الشعبية في تاريخ المجتمعات الروح السارية، والجوهر الأصيل، والأساس المتين الذي تتأسس عليه العلاقات الإنسانية، والروابط الاجتماعية، وتشكل الحصن الحصين من التأثيرات السلبية الوافدة، والضابط للتصرفات والمواقف والقرارات، فضلا عن عوائدها التنموية والحضارية. وتقوم القيم بوظيفة محورية في حياتنا البشرية؛ فهي التي تبني سلوكنا، وعلاقاتنا، وحياتنا، وحتى شعورنا بمن نحن؟ وكلما زادت الإيجابية في قيمنا زادت الإيجابية في أفعالنا أيضا. وتتغير القيم مع تطور المجتمعات وهذا التغيير له تطبيقاته المهمة في الإعلان، مما يؤثر بوضوح في تصميم الرسالة الإعلانية حتى يتم توصيل المعاني للأفكار المطلوب توصيلها للمتلقى.

ويعتبر النشاط الاعلاني وان كان متصلا بالجانب التسويقي والاقتصادي في المجتمع الا ان دوره يتعدى الى الجوانب الاجتماعية والتربوية والثقافية، فالاعلان له أثره الواضح في منظومة القيم والثقافة لاي مجتمع، لما يتضمنه من احياءات و اشارات، وما يحويه في طياته من افكار وقيم الجهة المعلنه واحداث تأثير ايجابي من خلال توليد قيم إنسانية جديدة. فالقيم الانسانية هي قيم ايجابية تمثل مجموعة صفات معيارية تؤدي الى الارتقاء بالمجتمع. لذلك يهتم البحث بدراسة دور الأمثال الشعبية في نشر القيم الإنسانية وتدعيمها في الإعلان بوصفها إحدى اليات اكتساب المتلقى للقيم في المجتمع، وسوف يتضح ذلك من خلال الدراسة التطبيقية

التجربة التطبيقية للبحث:

نظرا لاهمية الدور الحضاري والإنساني للاعلان في تحقيق التواصل المجتمعي واقتناع المتلقى بالمنتج المعلن عنه من خلال رسائل اعلانية تعمل على تكوين انطباعات لدى المتلقى تتناسب مع الأهداف المراد تحقيقها. وتحاول الدراسة التطبيقية تعزيز القيم الإنسانية في الإعلان من خلال ت الأمثال الشعبية من خلال توضيح مدى الاستفادة من توظيف الأمثال الشعبية في ابتكار افكار اعلانية جديدة ويتم ذلك من خلال مشروع تم طرحه لطلاب المعهد العالي للفنون التطبيقية- مدينة 6 أكتوبر حيث ترك لهم حرية اختيار المثل الشعبي الذي يحمل رسالة إيجابية لجذب المتلقين المستهدفين وذلك من خلال عمل جلسات عصف ذهني Brainstorming، ومن ثم التوصل الى نتائج الدراسة والتي من أهمها أن الأمثال الشعبية المصرية تعمل على ترسيخ القيم الإنسانية من خلال مضمون الرسالة الإعلانية.

ويعتمد هذا الجزء من الدراسة على تطبيق العصف الذهني Brainstorming التي تعد اداة من ادوات البحث الكيفي فهي تعتمد على المناقشة التي يشترك بها عدد من المشاركين تتراوح اعدادهم ما بين (12-6 فرد)، ويقود المناقشة موجه يعمل على تنظيم المناقشة بحرية في الموضوعات الهامة للبحث، وتفيد تلك الوظيفة في تركيز المناقشة في الجلسة على أحد او بعض الموضوعات. وتعرف ايضا بانها عدد من المناقشات تدور حول موضوع معين بين الشخص الخبير وبين المشاركين الذين تم اختيارهم لتحقيق اهداف مقصودة وعادة ما يحتاج المدرب لعدد من الجلسات ليتمكن من توجيههم بطريقة عفوية والحصول على النتائج المطلوبة. وقد تم ذلك على النحو التالي:

1- الموضوع: (مدى الاستفادة من توظيف الأمثال الشعبية في ابتكار افكار اعلانية جديدة)

ويقصد بذلك ترتيب نقل المعلومات من الرسالة الاعلانية المتمثلة في المثل الشعبي بمعنى تنظيم رحلة المتلقى عبر رموز الرسالة الاعلانية بدءاً بالمدخل او المقدمة ثم تصاعديا باتجاه الخاتمة.

2- عدد المشاركين:

6 مجموعات كل مجموعة بها (6 طلاب) من الجنسين من طلاب المعهد العالى للفنون التطبيقية فى 2018م

7 الموجه: (الباحثة)

8 المشاركين: طلاب المعهد العالى للفنون التطبيقية فى 2018م

9 الجلسات:

اجراء 6 جلسات بواقع جلسة واحدة اسبوعيا مدتها 3 ساعات.

الجلسة	الإطار النظرى	الإطار العملى
1	11.تم شرح مفهوم التراث – الادب الشعبى – الامثال الشعبىة – مفهوم القيم –القيم الإنسانية 12.توضيح القيم الإنسانية للامثال الشعبىة. 13.اختيار بعض النماذج لشركات مصرية وأجنبية وعرضها عليهم ومناقشتها يتمثل بها القيم الإنسانية.	ترك لكل طالب حرية اختيار المثل الشعبى وجمع البيانات والمعلومات الخاصه به مع اختيار المنتج او الخدمة المراد الإعلان عنها..
2	1. تم شرح عدد من الاستراتيجيات كاستراتيجية التفكير الابداعى ، العصف الذهنى، الإستراتيجية الابتكارية، إستراتيجية توجيه الانتباه.	اعتمدت افكار الاعلانات على استراتيجية العصف الذهنى التى يعتبر عملية جماعية ابداعية تحاول بها الجماعة ايجاد حل لمشكلة معينة بتجميع قائمة من الأفكار العفوية التى يطرحها أفراد الجماعة لحل تلك المشكلة وجاءت كالاتى: أ- شرح المشكلة ومحاولة حلها نظرا لندرة الحملات الإعلانية التى تم توظيف الأمثال الشعبىة بها. ب- تحديد القواعد العامة التى يجب توافرها فى تصميم المصطلقات الإعلانية كالعلامة التجارية، توحيد الرسالة الإعلانية، الألوان، الجملة الإعلانية المتمثلة فى المثل الشعبى. ت- النقاش حول الأفكار الإعلانية وما يناسب المتلقين المستهدفين ثم مناقشة المقترحات من قبل المشاركين وتسجيلها. ث- اختيار المقترحات والأفكار الجيدة.

3	شرح النقاط الأساسية التي يجب إتباعها للحصول على رسائل اعلانية إيجابية من خلال توظيف الأمثال الشعبية فى الجمل الإعلانية.	على كل طالب الإجابة على النقاط التالية حسب المنتج أو الخدمة أو القضية الذي تم اختيارها. 1- العميل (الخلفية المرجعية) تحديد اسم الشركة- العلامة التجارية. 2- المتلقى المستهدف تحديد فئة المتلقى المستهدف 3- الجملة الإعلانية اختيار جملة إعلانية قصيرة من الأمثال الشعبية توضح الرسالة الإعلانية وتعزز القيم الإيجابية للمتلقى. 4- الرسالة الإعلانية تحديد رسالة إعلانية واضحة من خلال توظيف المثل الشعبى 5- اختيار الوسيلة الإعلانية.
4-	شرح القيم الإنسانية المتمثلة فى المثل الشعبى (القيم الأخلاقية – الإقتصادية – تربوية) وإمكانية توظيفها فى الرسائل الإعلانية .	اختيار كل مجموعة القيم المتمثلة بالمثل الشعبى المراد الإعلان عنها.
5-	استكمال المناقشة والتصميمات	استكمال التصميمات
6-	المناقشة	المناقشة

النموذج الأول:



تصميم منتج اوكتافيا حيث تم اخذ المثل الشعبى (اللى يتلسع من الشوربه ينفخ فى الزبادى) حيث تم استبدال كلمة الزبادى بأوكتافيا وذلك لتوضيح قيمة توخى الحذر فى اختيار أفضل المنتجات وهو زبادى اوكتافيا.

النموذج الثاني:



تصميم لمنتج شيبسى حيث تم أخذ المثل الشعبي (عشان اللي يأكل لوحده يزور) وتم استكمالها ب (عشان اللي يأكل لوحده..... عملناك شيبسى جامبو)، وذلك ليتم مشاركة المستهلك في الاعلان بان يكمل المثل الشعبي وذلك للتعبير عن الحجم الكبير لكيس الشيبسى وذلك للتعبير عن قيمة اللمة في الاكل والعشرة الطيبة.

النموذج الثالث: إعلان عن خدمة التوصيل السريع



إعلان عن خدمة التوصيل السريع
تم استخدام المثل الشعبي (ما يجيبها إلا رجالها) للدلالة على قيمة تحمل المسؤولية والسرعة في توصيل الطلبات وقد تم استهداف فئة الشباب من سن (18-25)

النموذج الرابع: - إعلان عن خدمات السيارات car wash services



أعلان عن خدمات السيارات car wash services
تم استخدام المثل الشعبي (هين قرشك ولا تهين نفسك)
للدلالة على قيمة عزة النفس وان لكل وظيفة قيادتها وان الذهاب الى خدمات ما بعد البيع هي أفضل وسيلة للصيانة والحفاظ على المال والوقت
والإعلان يستهدف الفئة العمرية الشبابية ممن (18-25)

النموذج الخامس: إعلان عن جهاز لتصنيع الفشار



إعلان عن جهاز لتصنيع الفشار، حيث تم استخدام المثل الشعبي (يعمل من الحبة فيه) للدلالة على مدى صغر حبة الفشار وفي نفس الوقت تقدم كibble كبيرة جدا للتأكيد على قيمة التوفير من خلال استخدام المنتج.

النموذج السادس: -إعلان عن البنك الأهلي: -



إعلان عن البنك الأهلي لتأكيد قيمة التوفير واجتياز تقلبات الحياة وإن الحياة ليست على وتيرة واحدة لذلك تم استخدام المثل الشعبي (القرش الأبيض ينفع في اليوم الأسود) 9

النموذج السابع: - إعلان عن كنتاكي (أكلة هنية تكفي ميه)



تم استخدام المثل الشعبي (أكلة هنية تكفي ميه) للتعبير عن القيمة الانسانية المتمثلة في لمة العيلة والاهل والاصحاب.

النتائج

- 1- الأمثال الشعبية المصرية ذات قيمة تهاديبية فهى تستقبح الرزائل وتعنى بشأن الفضائل والقيم الإنسانية.
- 2- التفكير خارج الصندوق الذي يعتمد على النظرة الجديدة للأشياء والأشكال ورؤيتها بشكل مختلف وإستخدامها فى أهداف لم تصنع لأدائها.

والتوصيات

1. الأمثال الشعبية المصرية من الكنوز التراثية التى يجب الحفاظ عليها من الضياع.
2. تعزيز الوعي الثقافى بأهمية الامثال الشعبية والمحافظة عليها من جانب المؤسسات المعنية بحفظ التراث.

المراجع:

- 1- عبد الصمد احمد، امين: *القيم فى الأمثال الشعبية بين مصر وليبيا*، الهيئة العامة المصرية للكتاب، 2013
- Abdi Alsamad Ahmaad, Ameen: *alkeum fee alamsaal alshabia been maser a lebia, alhayaa alamaa almasria lketab*, 2013
- 2- البيطار، زينات. غواية الصورة، النقد والفن: *تحولات القيم والأساليب والروح*، المركز الثقافى العربى، الدار الب يضاء 2010.
- Albaytar, zaynat. *ghawayat alsuwrati, alnaqd walfan: tahawlat alqiam wal asalibwalruwhi, almarkaz althaqafaaaleurbaa, aldar albayda*. 2010

الكتب الأجنبية: -

- 3- Galit Hasan Roken –*proverb in Human Richard – Folklore- Cultural performance- and popular Entertainment*. Oxford university
- 4- Tan Harold Brandan, *proverbs and proverbial phrases in the study of American Folklore*, University of Utah, New York, 1968.
- 5- Alter, Robert (2010). *The Wisdom Books: Job, Proverbs, and Ecclesiastes: A Translation with Commentary*. W. W. Norton & Company.
- 6- Berlin, Adele (2011). "Cosmology and creation". In Berlin, Adele; Grossman, Maxine. *The Oxford Dictionary of the Jewish Religion*. Oxford University Press.
- 7- Richard J. Varey and Michael Pirson/*Humanistic Marketing / Palgrave Macmillan publishers/ England/ first edition/ 2014*.
- 8- Dana Klisanin/ *Being Values to Evaluation Guidance Media/ 25nd Annual Meeting of the Isss/ Madison, Wisconsin/ 2008*.