

## إستحداث صياغات مستلهمة من الرموز البصرية للتراث المصري وتوظيفها في تصميم الإعلان السياحي

### Creating formulations inspired by the visual symbols of the Egyptian heritage and utilizing them in the tourism advertisement design

م. د/ إبتهاج حافظ الدريدي

مدرس بقسم الإعلان - المعهد العالى للفنون التطبيقية -التجمع الخامس

**Dr. Ebtehad Hafez Al Drady**

Lecturer at Advertising Department Higher Institute of Applied Arts  
the 5<sup>th</sup> Settlement -New Cairo

[Bega\\_mishoo2007@yahoo.com](mailto:Bega_mishoo2007@yahoo.com)

#### ملخص البحث:

يعد الإعلان السياحي من أهم الأنشطة في تنمية السياحة المصرية ودعم الاقتصاد وتحسين الدخل القومي. ولم يقتصر دورها على ذلك بل لها دور فعال في دعم ثقافة السائح ونشر التراث المصري.

كما تعتبر السياحة أحد مظاهر العولمة وتمثل نوع من التبادل الثقافي الذي يمكن الشعوب من معرفة العمق التاريخي للتراث الفني الإنساني. وتمتلك مصر العديد من المقومات السياحية التي يعتمد عليها كعنصر أساسي للجذب والتحفيز السياحي عالميا ومحليا حيث تزدهر برصيد هائل من التراث الأصيل كشاهد على سلسلة متعاقبة من الحضارات وما تركته من كنوز فقد أنتجت لنا رصيذا غنيا من الفنون.

وقد تميز كل فن من فنون التراث المصري بخصائصه ورموزه البصرية ومحتواه الفكري، وقد تميزت الرموز البصرية للتراث المصري بأنها منبعها من منابع الإلهام وذلك لأصالتها فهي نابعة من أعماق وجدان المجتمع وبذلك تعتبر مصدرا غنيا لإستلهام المصمم من خلال تفعيل أطر جديدة في تصميم الإعلان بإستحداث صياغات تصميمية لأفكار إعلانية جديدة تنبع من عمق التراث وتحمل قيم جمالية وفنية ونفعية في شكل معاصر للتأكيد على تفرد وتميز التراث المصري في الإعلان السياحي.

وقد نجد أن بإستحداث المصمم صياغات جديدة مستلهمة من التراث المصري تخلق أهدافا أخرى لتصميم الإعلان السياحي تتعلق بالتواصل الثقافي ونقل الأفكار والمعاني وتأكيد الهوية المصرية.

ولذلك يعتبر دور مصمم الإعلان دورا فعالا في تنمية وتنشيط حركة السياحة حيث أن المصمم جزءا في ذاته من منظومة الموثرات فهو يأخذ من المحيط ويضيف إليه من خلال تصميماته التي يقدمها بإسلوبه المتميز بإختياره المصدر الملهم ثم قدرته على الاستخلاص وتحوير العناصر والنظم واستحداث البناء والصياغة بهدف تصميم فكرة إعلانية متفردة في إتجاه بعيدا عن التقليد والنمطية.

#### الكلمات المفتاحية:

التراث - الصياغة - الإعلان السياحي.

#### ▪ Abstract:

Tourism advertisement is one of the important activities that contribute in the development of the tourism industry in Egypt and the support of its economy, thus; the improvement of its national income.

Tourism has an effective role in boosting the culture and awareness of tourists about the heritage arts of Egypt; it is also a statement of the globalization concept. Therefore; tourism represents a type of culture exchange that enables people and countries recognize the historical roots of the human art heritage.

Egypt has many touristic features that represent a main factor for tourism attraction and stimulation; both nationally and internationally. The enormous share of authentic Egyptian heritage is a stand witness for its continuous chain of civilizations; and their heritage treasures which produced a rich proportion of arts.

Each Egyptian heritage art is distinguished by its features, visual symbols and intellectual content.

The visual symbols of the Egyptian heritage is a distinguished source of inspiration due to their authenticity and honesty, as they have emerged from the society conscious, thus; they form a rich inspiration source for design, by activating new frameworks for the advertisement design though creating design formulations for new advertising ideas.

Such advertising ideas arise from the roots of the Egyptian heritage; they provide aesthetic, artistic and beneficial values in a modern way that confirms the individuality and distinguish of the Egyptian heritage and its continuity derived from its authenticity.

Creating new design formulations inspired by the Egyptian heritage may also lead to develop other objectives for the tourism advertisement design, these objectives are concerned with intellectual and cultural communication, ideas and meanings convey; and Egyptian identity confirmation.

This is the reason that the role of the advertisement designer is considered an effective factor in the development and promotion of tourism in Egypt, as these designers form an integrated part of the tourist attraction system, by deriving design elements from their surroundings and adapting them in their designs to demonstrate their distinguished vision.

The individuality of any designer starts by their inspiration source, followed by their ability to derive and adjust different design elements and systems, to create a structure and formulation with the sole purpose of designing an individualized advertising idea

This interaction between the designer and all the elements that surround them leads to create a design system and an advertising idea away from imitation and modularity.

#### ▪ **Keywords:**

Heritage, Formulation, Tourism advertisement .

#### **المقدمة:**

إن للسياحة أهميه ودور فعال فهي صناعه متكامله تشكل جزء من فكر السياحة العالمية ، حيث يرتبط النشاط السياحي إرتباطا مباشرا بالتاريخ والحضارات ولذلك يجب علينا إمعان النظر في التراث مصر الذي تميز بالعديد من الحضارات التي حملت لنا الكثير من الإبداعات الفنية وما تتميز به من محتوى فكري وفلسفي وجمالي وقد حقق لمختلف الفنون ومظاهرها الفنية مقومات من القوي والإنتشار والتأثير من الفكر الإنساني وأبعاد الفنون المختلفة ولذلك فان تصميم الإعلان السياحي يحتاج الي الفكر الإبداعي المعاصر الذي يشتمل علي تلك المفاهيم والقيم ويجعلها ملموسه ومحسوسة من قبل السائح كمتلقي بالإضافة الي تحقيق التوافق الحضاري ، كما أن ما يحمله التراث الفني من قيم جمالية وفلسفيه لا يقتصر فقط على المظاهر الشكلية بل يتضمن الرموز البصرية والفلسفية والثقافية النابعة من أبعاد زمانيه ومكانيه وحضارية موصولة بالتراث المصري

ومن هنا نجد أن هناك أهمية لتوظيف هذه الرموز البصرية للتراث المصري في تصميم الإعلان السياحي حيث يشكل جزء من ذاكرة الشعب ووجدانه وكذلك من الصورة الذهنية التي تتكون في ذاكرة السائح كمتلقي وإتجاه المصمم لعمله إستحداث صياغات من خلال الإستلهام من موروث التراث الفني المصري هو عملية متواصلة تتضمن تأكيد الهوية المصرية وتأسيس الإبداع من خلال الربط بين الموروث الفني والتطور التكنولوجي والثقافي المعاصر وهو السبيل للوصول الي محتوى التصميم الإعلاني السياحي الذي يجمع بين الأصالة والمعاصرة.

### مشكلة البحث:

يعتمد مصمم الإعلان علي مصادر متنوعة يستلهم منها أفكاره التصميمية لكي يصل للمكانة التي يتطلع لها . فلا بد أن يكون مجدداً لنشاطه الذهني وذلك بالبحث عن مصادر تجعله متفرداً ومبدعاً في إنتاجه ومن هنا يسعى البحث للإجابة على التساؤلات الآتية:

- إلى أي مدى يمكن الاستفادة من الرموز البصرية للتراث المصري كمصدر لاستلهام المصمم؟
- ما إمكانية إستحداث صيغ تصميمية جديدة من الرموز البصرية للتراث المصري وتوظيفها في تصميم الإعلان السياحي؟

### أهداف البحث:

#### يهدف البحث إلى:

- إعداد التراث المصري برموزه البصرية مصدراً للإلهام لمصمم الإعلان كمصدر إستلهام وذلك لإستحداث صيغ تصميمية جديدة وتوظيفها بما يخدم تصميم الإعلان السياحي.

### أهمية البحث:

ترجع أهمية البحث إلى إعداد التراث المصري برموزه البصرية مصدراً للإلهام لمصمم الإعلان كمصدر إستلهام وذلك لإستحداث صيغ تصميمية جديدة وتوظيفها بما يخدم تصميم الإعلان السياحي .

### فروض البحث:

#### يفترض البحث أن

- \_ إستحداث صيغ تصميمية جديدة مستلهمة من الرموز البصرية للتراث المصري قد يساعد علي تنشيط السياحة في مصر وإستقطاب السياح عالمياً ومحلياً.

### منهج البحث:

- منهج البحث الوصفي والتجريبي لمناسبته لتحقيق أهداف البحث .

### محاور البحث:

- أولاً : الإطار النظري : (التراث ومحتواه الفلسفي والفكري – فلسفة الرموز في التصميم – الإعلان السياحي) .
- ثانياً : الإطار التجريبي : "تصميم نماذج لمصنوعات سياحية مستلهمة من الفن المصري القديم" .

### مصطلحات البحث:

- التراث: هو ترسانة المعرفة الإنسانية التي يتسلح بها المجتمع ويتوارثها جيل بعد جيل لتنتج مجموعة من الفنون والقيم تتميز بها المجتمعات عن بعضها البعض.
- الصياغة: هو الإسلوب الذي يتبعه المصمم لإيجاد الهيكل البنائي الأمثل للمفردات الشكلية داخل التصميم بإحكام العلاقات من خلال تحريك العناصر في أنسب وضع ملائم لها حيث تستطيع أن تؤدي دورها داخل التصميم بما يحقق الغرض ويتميز بالتفرد والتميز.

- الإعلان السياحي: هو الإعلان الخاص بجذب إنتباه السائح كمتلقي وتوجيه قناعاته لإقتناء خدمه معينه بهدف تنمية القطاع السياحي للدولة وذلك لما للإعلان من أهمية كأحد أهم الوسائل الترويجية للسياحة [15/ص487].

### أولاً: الإطار النظري:

#### 1. التراث ومحتواه الفلسفي والفكري:

التراث هو مشاركته الماضي والحاضر حيث يمثل الانتقال عبر الزمن ويعد نتاج الحضارة في كافة الأنشطة الإنسانية من علوم وفنون وفكر وادب فهو النهج الذي يتركه لنا الأجداد لتستعين به الأجيال الي المستقبل و هو المخزون الحضاري واحد عناصر الثقافة التي تتناقلها الأجيال من خلال تفاعل الانسان مع البيئة التي ترتبط بفكره وعقيدته الجماعة واستخلاص طريقه التعامل مع الصعوبات التي واجهتهم. ونجد ان تراث الامه يشكل كيان واحدا متجانسا غالبا ينتمي لأكثر من حقبة تاريخه وخاصة بالمجتمعات التي لها ماضي موغل في القدم وما زالت اثاره موجودة وقائمه وشاهده عليه [24/ص178] ، ويرتبط الفن بالتراث فمسيراتهم واحد

#### 1-1 المصمم والمحتوي الفني للتراث:

ان التراث المصري ليس بالماضي الأصيل بل هو الرصيد الإنساني المتراكم الذي يعتبر ثروة الامه ورصيدها الذي لا ينضب فهو مصدر خصب للأبداع لما يتميز به من رصيد ضخم من المعرفة والفنون ومختلف الحضارات التي يستلهم منها المصمم ويبنى عليها [7/ص31] ، وتري الباحثة انه وحينما يقف المصمم امام هذا التراث العظيم يجد نفسه يتأمل تلك المنظومة المتكاملة للتراث التي تحمل قيم فنيه وجمالية ومحتوي فكري وفلسفي ومكونات بنائيه ورموز بصريه تشكل منبعاً للفكر الإبداعي للمصمم المعاصر ليستفيد منها ويجعلها نقطة ارتكاز لاستحداث صيغ تصميميه معاصره. والاتجاه لاستحداث ليس بالجديد بل صدي ومرجع في الفنون والحضارات السابقة ويعكس رغبة المصمم الإعلانية في ان يكون له بصمته لتعبير عن ذاته ووعيه ورأيته كما يعبر عن نمط الحياة السريعة وذلك لارتباط الإعلان ارتباطاً وثيقاً للمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية.

وهكذا يتضح لنا ان التراث ليس مجرد الماضي بل هو الحاضر والمستقبل حيث يمثل التراث الفني حياتنا وينتقل الي مستقبلنا فهو سمة الابداع للمصمم الإعلاني المعاصر [7/ص1].

#### 1-2 تصميم الإعلان السياحي وفلسفه الاستلهام:

يعرف الاستلهام بانه العمليات العقلية التي تحدث بشكل مفاجئ للمصمم الإعلاني ويتم من خلالها تنظيم العناصر المشتتة والمستوحاة في سياق جديد له معنى [6/ص90].

ويمكن تعريف عمليه الاستلهام في تصميم الإعلان السياحي بانها نتاج مجموعه من المتغيرات التي ترتبط بالمصمم الإعلاني من اتجاه والتراث المصري ورموزه البصرية من جها اخري والتي تمنح المصمم القدرة علي ابداع العلاقة والربط الغير تقليدي لاستحداث أفكار مستلهمه من الرموز البصرية للطراز المصري بما يحقق رؤيه جديده في تصميم الإعلان السياحي [20/ص38].

وتري الباحثة ان اتجاه المصمم في الاستلهام من التراث في تصميم الإعلان السياحي يحتم عليها ان يقوم بتوظيف قدراته الإبداعية والتخيلية في استحداث صيغ تصميميه جديده للرموز البصرية في التراث من خلال استثمار جديد في ثقافته البصرية للوصول لأبعاد جديده مختلفة تساعد في اثاره انتباه السائح ليتفاعل مع محتوى ومضمون الإعلان وتحفيز الطاقة الفكرية والثقافية الوجدانية حتي يستطيع ترجمه المثيرات البصرية المختلفة والتي تتميز بالأصالة وتحمل زحماً ثقافياً وفنياً وتاريخياً وشعبياً.

**2- فلسفة الرموز في التصميم:**

يعد الرمز أحد أهم اشكال البصرية المرئية فهو لغة المصمم في التعبير عن أفكاره وعقائده واحساسه وانفعاله ورؤيته وفلسفته وقد يكون الرمز واقعا او مغيرا للواقع الذي نعيشه.

فالرمز هو نتاج خيال المصمم المبدع ينتج عن فلسفته ورؤيته البصرية لما بداخله من أفكار وانفعالات وأحلام [13/ص17] من عصر لآخر يختلف الرمز ومضمونه تبعا للثقافة السائدة في ذلك الوقت ونجد ان لكل حضارة من التراث المصري رموزها المختلفة فبذلك فالرمز لابد ان يكون معبرا عن ثقافته وفكر وعقيدته المجتمع حيث يضيف لأشياء المادية معنى ليصبح رمزا وهكذا يصبح للرمز دور جوهري في التعبير عن الفلسفة والفكر والفن والثقافات عبر مرور الحضارات

**2-1 الدلالات الرمزية:**

قد احتلت الرموز حيزا كبيرا من اهتمام الفلاسفة والفنانين والمفكرين بإدراكهم دورها الحيوي في صناعة الانسان وابداعاته الفنية والفكرية فالرموز هي صور تناظرية تربط بين وحدات مجردة واخرى محسوسة وتتوب فيها الثانية عن الاولى وتحل محلها وهكذا نجد ان العبور من المجرد الي المحسوس لا يتحقق الا من خلال الرمز فالرمز هو ما يحل محل شيء اخر بسبب علاقة او تداعي او صفة او اتفاق غير متعمد خاصة العلاقة المرئية لشيء غير مرئي وهذا الفعل يمنح الأشياء تخرجها من دائرة الوظيفة والاستخدام الي ما يشكل عمقا دلاليا يحولها الي رموز لحالات انسانيه وهكذا نجد ان الرموز البصرية تعبر عن ميل المصمم الي تحويل الواقع الي كيانات مجسده من خلال أشياء محسوسة وما ان يصبح الرمزدو معني حتى يصبح جزء من ثقافته المجتمع [16/ص144].

▪ **تعريف الرمز:** عرف الرمز بانه تمثيل شيء او معني او فكره بوجود محسوس وخلال الفن يتحول العالم الي رموز بعد ان يعيد المصمم صياغة الواقع فيجسده رمزا في التصميم وفقا لرؤيته وفكره وفلسفته.

**2-2 الرموز البصرية كأداة اتصال في الحضارة المصرية القديمة**

إن الحضارة الفرعونية هي ام الحضارات واعظمها في العالم والفن المصري القديم هو نتاج تلك الحضارة وقد ارتبط ارتباطا قويا بثنتا مجالات حياة المصريين وافكارهم ولهذا سعي الفنان المصري القديم للتعبير عن حياة المصريين ومعتقداتهم والهتهم في شكل رمزي حيث ابداع لنا فنا يتميز بالرمزية، ويعتبر القدماء المصريين اكثر شعوب العالم تفوقا في توظيف الرموز لأداء ما تعبر عنه وخير دليل علي ذلك الكتابة الهيروغليفية فهي مثال للرمزية في حياة المصري القديم وقد استمدت حروفها من عناصر البيئة المختلفة وتميز الكثير منها بالغموض والسرية ولا نستطيع ان نغفل عن الرموز الدينية في حيات القدماء المصريين فقد بالغت مبلغا من العمق والقوة [26/ص371] ، ومما لاشك فيه ان الرموز البصرية تكتسب معانيها من خلال عملية الاتصال بين الافراد وتمتلك الرموز معانيها وقيمتها من القوانين والأعراف والتقاليد بمرور الزمن ومع الوقت تمر الثقافات والحضارات بعوامل مختلفة ومتغيره تؤثر فيها فتتأثر الصور الرمزية للبيئة وتغير اهتمامات افراد المجتمع وتقاليدهم وعاداتهم ولذلك ان لم تكن الحضارات ذات طابع قوي مميز ومتفرد وتمتلك القدرة علي مواكبه التغيرات فسوف يتم رفضها واندثارها [1/ص146] ، ونظرا لأهمية الرموز الفرعونية وراثتها الفني المتميز عالميا فقد اتجه المصمم الاعلاني لاستلها من منها والاستفادة في استحداث صيغ جديدة وتوظيفها في بناء تصميم اعلان سياحي برؤيه جديده .

**2-2-1 صياغة الرموز التصميمية في الفن المصري القديم والمضامين العقائدية:**

قد اقام الفنان المصري القديم حوارا قائما علي التأمل والملاحظة لمتغيرات الطبيعة من حوله ومكوناته ومن نتاج هذا الحوار ابتكاره للرموز كاحد اشكال التعبير عنها يجول بخياله وعقله وقناعته بان هذا الرمز بدلالاته يعبر عن معتقد ديني فقد سجل كل أفكاره ومعتقداته في مجموعه من الرموز كوسيله لاتصال وطريقه للتعبير عن ذاته وفلسفته واحتكاكه بكل ما

حوله في طبيعته وكان الفنان المصري القديم يمتلك مواجهة الحقيقه مباشرة بقدرته علي تصميم صياغات ترميزه للحقائق فهناك رمز للحياه والأرض والروح وهكذا اضفي علي الرموز وظيفه اساسيه حيث شكلت الوعي الإنساني في الحضارة المصرية القديمة وتميزت رموزه بالأصالة والتفرد حيث ابدع المصري القديم في صياغته وانتج تنظيم لا نهائي من الصياغات التصميمية (شكل رقم 1) فقد شكل كل رمز لدي الفنان المصري القديم قوي غامضه تجسيدا لقوي الكون وهو رد فعل للمضامين الايدلوجية الموجودة في الحضارة المصرية القديمة والتي ظلت متفردة [176/ص176].



شكل رقم (1) : يوضح تعدد الصيغ الترميزية للفنان المصري القديم للتعبير عن عقائده وافكاره [43]

## 2-2 بعض السمات الرمزية المميزة لفن المصري القديم:

- ١- كان الفن المصري القديم يعتمد على فكره الخطوط والبعد عن المنظور والظل.
- ٢- عبر عن الأحوال المجتمعية التي كان يعيش فيها وعاداته وتقاليده اعتبر الفن برموزه هو السجل التاريخي للعادات والتقاليد الدينية.
- ٣- جاءت شخصيات الفن القديم تتميز بالجد والوقار والعظمة والقوي ظهر ذلك على ملامحها مع الاحتفاظ بالبساطة والوضوح.
- ٤- اعتمد الفنان المصري القديم على استخدام الألوان الصريحة والمحددة بعيدا عن التدرج اللوني.
- ٥- اعتمد على الرموز في فنه مثل الصقر والجعران والثعابين والقط والكلب لتعبير عن الخير والشر والقوي والحكمة والحياة والبعث.

## 2-2-3 مدلول الرموز البصرية في الفن المصري القديم:

تميز الفن المصري القديم بالعديد من الرموز التي صاغها الفنان بفلسفته وفكره ورؤيته وأصبحت موصولة بمضامين ذات ابعاد فلسفي استمدها من البيئة المحيطة حيث كان المصري القديم شغوف بتأمل الطبيعة من حوله وما بها من عناصر مرتبطة بحياته اليومية وقد قامت الباحثة باختيار مجموعه من الرموز البصرية للعناصر الحيوانية وتوظيفها في تصميم الإعلان السياحي في الجانب التطبيقي

- **مفتاح الحياه** : ويطلق عليه الفراعنة علامه العنخ وهو رمز مصري للحياة الأبدية وجاء شكله علي هيئة صليب ضلعه العلوي يتخذ شكل عروه لوزيه مثبتة علي جسم راسي قائم وقد ظهر مفتاح الحياه علي جدران المتاحف حيث كان يمثل دائما فكره البعث بعد الموت وصنع القدماء مرآته معدنيه تأخذ شكله من الذهب والنحاس مزخرفه ومزينه شكل رقم (٢- أ) ووضعوها علي القبور حيث كان رمز للبعث والخلود ونال دلالات كثيره عند قدماء المصريين حيث رمز أيضا للحياة والولادة وقد حمله الملوك والالهة في أيديهم كرمز للقوه والحياه المقدسة في ايدي السلطة شكل رقم (٢- ب) ويرى بعض الباحثين للرموز المصرية القديمة ان هناك ثلاث دلالات له أولا الراس البيضوي يرمز لمنطقه الدلتا ثانيا العمود الرئيسي يرمز لنهر النيل ثالثا الخط الافقي الفاصل يمثل شرق وغرب البلاد [26/ص376].



شكل رقم (٢- ب) : مفتاح الحياة في يد الإلهه [42]



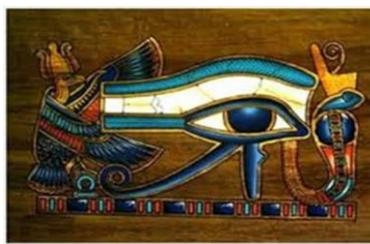
شكل رقم (٢- أ) : مفتاح الحياة [42]

**الصقر (حورس) :** اعجب القدماء المصريين بالصقر وذلك لتمييزه بالقوي والسرعة و يمتلك عيانان براققتان ونظر حاد ثاقب له القدرة علي التحليق لمسافات بعيدة ويتمتع بهيبه الآلهة فهو اله السماء [21/ص5]، وفي كثيرا من الأحيان صور علي هيئة رجل براس صقر متوج بقرص الشمس شكل رقم (٣) وكان له دورا كبير في الصراع مع الشر وكانت عينه اليمني هي الشمس واليسرى هي القمر وعرف بالقاب اخري مثل سيد السماء والمعبود العظيم واعتبره المصريين رب كل الآلهة فهو ابن اوزوريس وحامي الفرعون ووارث العرش [11/ص80].



شكل رقم (٣) : لبلله حورس وهو يحمل قرص الشمس وحورس علي هيئة رجل براس صقر [36-38-37]

**عين حورس:** وهو رمز او تميمة لها خصائص نميزه عند المصريين فهي تستخدم للحماية من الروح الشريرة والمرض وتحمي من الحسد والحيوانات الضارة وتعد رمزا شمسيا ويعتبرها المصريين القوي الملكية المستمدة من الاله حورس فهي رمز الرعاية الإلهية في الكون قد استخدمت عين حورس كتعويذه سحريه واعتبرها المصريين تعويذه في يد أصحاب القوي والنفوذ شكل رقم (٤) [29/ص10]



شكل رقم (٤) عين حورس تستخدم للحماية من الروح الشريرة والمرض وتحمي من الحسد [35- 34]

**الجعران:** وهو علي شكل حشره ضخمة سوداء (خنفساء) واعتبرها المصريين تميمة واقية من الشرور واعتقدوا ان هذه الحشرة من الذكور فقط لا يوجد منها اناث وانها تجدد نفسها بنفسها في وكان المصري القديم يعبد رع في النهار وقرص الشمس وبالليل بالجعران شكل رقم (٥) [10/ص8].



شكل رقم (٥) : الجعرانة وإعتبرها المصريين تميمة وأقيه من الشرور [33].

**القطة (باستت):** يعتبر حيوانا مقدسا للغاية عند المصري القديم حيث كان يمثل اهميه كبيره في حياته فرافقه في مطارده وصيد الفئران التي تفسد له المحاصيل ولذا تم تحريم معامله القطط بشكل سيئ وكانت مدينا (تل بسطة) مركز عبادتها شكل رقم (٦-أ) وأعتبرت القطة هي الحيوان المقدس للإله باستت ابنة معبوده الشمس راع وجاء شكلها في الرسومات علي هيئه امرأة لها راس قط لذلك اعتبرت رمزا للحنان والأمومة ومظهرها يوحي بالغموض شكل رقم (٦-ب) [22/ص7].

شكل رقم (٦-ب) : القطة باستت علي هيئه امرأة لها راس قط  
واعتبرت رمزا للحنان والأمومة [39]شكل رقم (٦-أ) : يوضح القطة باستت حيوانا مقدسا للغاية عند  
المصري القديم [40]

**ابو منجل (تحوت):** يعتبر من اكثر الحيوانات تقديسا حيث أن تحوت إله الكتابة فهو الذي إخترع العلوم التي عرفها الإنسان وجاء علي شكل إنسان برأس طائر أبو منجل شكل رقم (٧) وهذا الطائر كان تواجهه في مصر مرتبط بالفيضان حيث كان يستخدم منقاره لإصطياد الديدان من الطمي وفي الفلسفة القديمة أعتبر الإله تحوت إله الحكمة لتسجيل القوانين والسنين والتقويم والأحداث التاريخية كما أنه يسجل أعمال المتوفي ويقدمها إلي إلاله أوزيريس [27/ص661].



شكل رقم (٧) : يوضح الإله تحوت وجاء علي شكل إنسان برأس طائر أبو منجل وهو إله الحكمة [41]

### 2-3 الفن الشعبي المصري:

إن التراث الشعبي يعتبر محورا هاما من محاور الاستلهم لمصمم الإعلان خاصة في تصميم الإعلان السياحي حيث ان الفن الشعبي عنصر أساسي للبناء الثقافي الإنساني فهو يعكس تاريخ الامه وعاداتها وتقاليدها وتقوسها فهو محصله منتقاه لكل الفنون التي مرت بها البلاد علي مر الزمان والعصور وهكذا نجد ان الفن الشعبي هو انعكاس لحياة الانسان وتفاعله مع

مجتمعه واستلهاهم المصمم من عناصر الفن الشعبي هو محاوله للكشف عن القدرات الإبداعية لهذا الشعب العظيم وافكاره وعاداته وتقاليده وموروثاته فهو يعبر عن الترابط الوجداني بين افراد المجتمع [9/ص190].

**تعريف الفن الشعبي:** هو ذلك الإنتاج الفني شكليا وتعبيرا الذي يميز جماعه من المجتمع نابعا من وجدانها وذاتها وتقاليدها الموروثة[4/ص129].

### 2-3-1 الرموز في الفن الشعبي:

هي الوحدة الفنية التي يتم اختيارها من البيئة وتكون ذات طابع فريد ومتميز ولا بد للرمز ان يكون محملا بقيم ثقافيه واجتماعيه تعبر عن احساس ومشاعر الفنان و أفكاره وعقائده وطوقسه فالرمز هو انعكاس وملخص للأبعاد التاريخية التي يحملها الابداع الشعبي[5/ص4] ، والرمز قد يكون خط او مجموعه من الخطوط والاشكال من الطبيعة او اشكال الهندسية المجردة وقد اتفق عليها كل من الفنان والمجتمع لارتباطه بموقف معين اثر فيه ولا بد للشكل لكي يرتقي الي مكانه الرمز ان يحمل قيمه فكرية وثقافية والمجتمع هو الذي يحدد قيمه الرمز ويضفي علي الأشياء المادية معني وقيمة فيصبح رمزا ، والرمز في الفن الشعبي يحمل مقومات المجتمع وقدرته علي اختزال صيغه دلاليه لها شكلها المجرد ووظيفتها المحدد فهو الإشارة الصادقة التي توضح تاريخ الفن الشعبي ومعانيه[8/ص14].

### 2-3-2 الدلالة الرمزية للفن الشعبي:

ان الفن الشعبي زاخر بالرموز ومرتبطة بالحضارات علي مر التاريخ والاسطوره ويحمل الفن الشعبي في جميع اشكاله اصاله ابداعيه فنجد ان الرموز في معناها العام تعني استخدام الأشياء ولا تعني ذاتها وانما لدلالاتها ومعنيها التي تشير اليها بشكل موجز واذا نظرنا لصياغه الرمزية فهي كيان خاص له دلالة في باطنه واخري في ظاهره وهكذا نجد ان الفنان يستغل تلك الخصائص والدلالات لتعبير عن أفكاره ورؤيته بشكل متفرد من خلال ما يقوم به من معالجات جرافيكية للعناصر ما بين اختزال وتجريد وبناء وتكرار وحذف حيث تكون في النهايه صياغه ترميزيه جديده خاصه بالفنان ذاته[16/ص121].

### 2-3-3 العناصر الرمزية في الفن الشعبي:

**الرموز الهندسية:** وقد تميزت بالبساطة والحيوية واستخدمها الفنان الشعبي لسهولة تمثيلها للدلالات الرمزية وقد استوحاها من البيئة الطبيعيه حوله ومنها شكل المربع حيث يوحى بالتوازن القدسيه وأيضا شكل الدائره يوحى بالقدسيه والابديه فهي ذات الصله بالشمس والقمر اما الخطوط المتوازيه والمتعرجة فهي ترمز للماء المتدفق وقد رسمت بكثرة علي القل[2/ص203]، وشكل مثلث له مدلول مقدس أيضا حيث كان يقال انه علي هيئه حجاب الذي يمنع الحسد.

**اشكال الرموز:** وقد استلهم الفنان من البيئة المحيطة به حيث استخدم أجزاء من جسم الانسان (الكف والعين والعروسة و.....) والتي إرتبطت بمعتقدات شخصيه حيث وجدت على أبواب المنازل وقد علفت على صدور الأطفال كتمايم وتعويذ ومنها

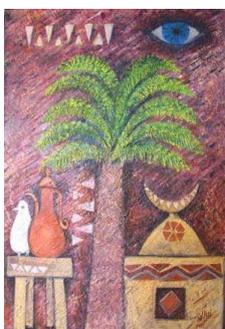
- **رمز الكف:** حيث يتميز بالتعبير عن الكف والبعد عن الحسد وشر الحاسدين والحاقدين ويعرف باسم (خمسه وخميسه) والرقم خمسه معروف بلغه الكتابة السحرية انه ضد الحسد والعين[2/ص20].

- **رمز العين:** وهو يستخدم للوقاية من الحسد مع إكتسابها اللون الأزرق وقد تم دمجها مع علامة الكف حيث توضع العين السحرة بداخلها لمنع الحسد والأذى شكل رقم ( ٨ )



شكل رقم ( ٨ ) : يوضح رمز العين وإستخدامها الفنان الشعبي ودمجها مع رمز الكف للوقاية من الحسد[41]

- رمز العروسة وفلسفه العروسة في الفن الشعبي تعني الحياة فهي قوي الحياة في ريعان الصبي ورمز الانجاب فهي رمز لمناسبات كثيرة فمنها عروسه المولد النبوي الشريف وهي ترتبط بمناسبه دينيه عظيمه تتميز بزینتها وألوانها شكل (رقم ٩) ترمز للحياة وزهوتها [2/ص207].
- الرموز النباتية: وقد استلهمها الفنان الشعبي من بيئته المحيطة به واتسمت بالسطحية وعدم الاهتمام بالتفاصيل الدقيقة (شكل رقم ١٠) ومن اهم النباتات (النخيل-الزغف-الجرير...).



شكل رقم (٩) عروسه المولد النبوي الشريف[31] شكل رقم ( ١٠ ) : يوضح الرموز النباتية في الفن الشعبي[31]

- الرموز الحيوانية: هناك مجموعه من الرموز الحيوانية استخدمها الفنان الشعبي ومنها الأسد رمز القوي والبساله والأفعى رمز للشيطان والشر والسمكة رمز للخير والرزق ومقاومة العين الشريرة والسلحفاة رمزا للكسل والبطيء والتمساح أستخدم كتعويذه تقي من الشرور كما انه رمزا للخصوبة شكل رقم ( ١١ ) .



شكل رقم ( ١١ ) بعض الرموز الحيوانية في الفن الشعبي[31]

- رموز السير الشعبية وتنوعت موضوعاتها وشخصياتها مثل قصص عنتره ابن شداد وبني هلال والوزير سالم وغيرها
- الرموز اللونية إستخدم الفنان الشعبي ألوان لتحمل دلالات وتفسيرات لتعبير عن فكره وعقائده.
- اللون الأبيض رمز السلام والطهارة والخير.
- اللون الأسود رمز الشر والموت
- اللون الأخضر رمز الخير والايمان والعطاء فهو لون النباتات والحقول ولون الجنة في القرآن.

- اللون الأزرق وهو لون الحزن (النيل الزرقاء).
- اللون الأصفر يرمز للغيرة والخبث (ضحكته صفرا) والمرض (وجهه اصفر) وأيضا يرمز لصحراء.
- واللون الفيروزي رمز ماء النيل العظيم ومقاوم للحسد والعين الشريرة واستخدمه الفنان الشعبي بكثرة.
- اللون الأحمر رمز الحب والفرح والخطر واستخدمه في تلوين القلوب والسهم دليل الحب كما انه رمز لجهنم والنار<sup>[23]</sup> ص94-96].

### 2-3-4 سمات وخصائص الفن الشعبي:

يتميز الفن الشعبي بعدت تميزات يتفرد بها عن غيره ومنها:

- \_ الرمزية الشكلية حيث السيادة تكون للرمز داخل التصميم الفني.
- \_ وضوح الرموز والعناصر وسهولة ادراكها.
- \_ عدم التقيد بقواعد المنظور فالرموز مسطحة.
- \_ الاعتماد على أسلوب التماثل والتكرار بين اجزائه.
- \_ التعبير ببساطه وتلقائيه عفويه حيث الميل الي التجريد بالترجمه مباشره للدلاله الرمزيه.
- \_ عدم النزاع الي التجديد والحفاظ على ما توارثته الأجيال فهو مرآة تعكس حقيقة المجتمع وفلسفته في الحياة.
- \_ تحريف النسب والمقاييس والمبالغة في ابراز العنصر الرئيسي باستخدام حجم كبير او لون قوي.
- \_ البعد عن التدرج حيث لا يوجد منظور والإعتماد على الألوان الصريحة الواضحة.
- \_ الإعتماد علي الأشكال الهندسية من خلال استخدام الخطوط المستقيمة والمتعرجة [3 ص1096].

### 3- الإعلان السياحي:

إن السياحة في عصرنا الحالي هي جوهر للتنمية الاقتصادية ولها دور فعال ثقافيا كما أنها مؤثرة في دعم ثقافة السائحين ونشر ثقافة مجتمعنا كما ترجع أهمية السياحة لتأثيرها الكبير في تحقيق التفاهم والتقارب والتلاحم بين الشعوب المختلفة كما لها فاعلية في دعم الوحدة الإنسانية بين مختلف الحضارات واحترام حضارات وتراث وأصالة الشعوب. فالسياحة هي صناعة متكاملة لإقتصاد العالم في المرحلة القادمة التي سنقوده ثلاث صناعات التكنولوجيا والمعلومات والاتصال والسياحة [19 ص708].

### يعرف الإعلان السياحي:

وتري الباحثة بأنه هو تلك الجهود الشخصية التي تؤثر على الوجدان والعاطفة والمدرجات الحسية للسائحين وتوجيه سلوكهم لإتخاذ قرار السفر لبلد معين وفق برنامج أو خدمة سياحية تبرز المؤثرات الخاصة التي تدفع السائح لإتخاذ قرار السفر.

### 3-1 دور الإعلان في دعم وتطوير النشاط السياحي:

للإعلان أهمية بالغة الأثر في عصرنا الحالي حيث تنوعت منه الخدمات والمنتجات والحاجات الإنسانية والأفكار التنافسية وتبادل الثقافات والأفكار واتخذ الإعلان أهمية كبرى في مجال السياحة لعدة أسباب من أهمها:

- التطور الكبير في وسائل الإتصال والتكنولوجيا والتأثير على الرأي العام.
- السياحة صناعة متكاملة فهي أساس في ميزانيات الدول مثل باقي الصناعات التي تنتوع أساليبها وتطبيقاتها ولذلك تحتاج لمجهود وسرعة بديهة وذكاء من مسؤولي الدعاية والإعلان بوزارة السياحة بالدولة حتى نستطيع اللحاق بركب التطور العالمي في مجال السياحة.

- التأثير الفعال للإعلان في الحفاظ على الهوية المصرية من خلال دعم السياحة الثقافية والتاريخية. للشعوب والتأثير على ثقافة السياح من خلال تبادل الثقافات والحضارات حيث يقلص الإعلان السياحي الثقافي للمسافات الثقافية.
- ويأتي دور الإعلان حيث يقوم بلورة الفكر السياحي ومميزاته وجعل الفكر السياحي من الإحتياجات الإنسانية الأساسية كنبض للحياة
- في ظل ارتفاع حجم المنافسة العالمية لجذب السياح يؤدي الإعلان دورا فعالا لتوضيح جودة الخدمة والمزايا والأسعار من خلال تصميم رسالة إعلانية متميزة ومتفردة..
- تعتبر الرسالة الإعلانية للإعلان السياحي مرآة عاكسة لعادات وتقاليد المجتمع كما تحمل محفزات لاشعورية لجذب وتحفيز السائح [12/ص43].

### 2-3 السياحة الثقافية:

هي كافة الموجودات والإنجازات الحضارية التي تركها وبنائها لنا الأجداد بأشكالها المتنوعة وقد عرفت السياحة الثقافية بأنها جذب السياح لمظاهر الحياة للشعوب وبذلك فهي تسعى لتلبية رغبات الأفراد المعرفية وحب الإطلاع ونقل المعارف والخبرات بين المجتمعات والتأمل والتعرف على الحضارات الفنية والمعالم الأثرية فهي تسعى للإرتقاء بمستوي تجارب الإنسان وتقديره لذاته. ومن أهم أنواعها السياحة الأثرية وقد مر على مصر كثير من الحضارات العريقة فمصر تمتلك ثلث أثار العالم فأرض بلادنا تعتبر متحفا فنيا وشاهدا على تطور الحضارات وفنونها الأصيلة علي مر التاريخ [18/ص139-140].

### 1-2-3 تأثير الإعلان السياحي الثقافي

إن تصميم إعلان سياحي ثقافي قائم علي العناصر المستلهمه من التراث المصري الأصيل يعمل علي تعميق الإلتناء الوطني وعرض المنجزات الحضارية لمصر كمايعمق مفاهيم الهوية المصرية والإستدامة الحضارية كما أنه يدعم الحوار الحضاري بين مختلف الشعوب ويساعد علي تنمية الإبداع المستلهم من الرموز البصرية للتراث كما يفتح الأفاق للإبتكار من خلال أستحداث صيغ جديدة وتوظيفها وتوطيد المعلومات الخاصة بتاريخنا وهويتنا المصرية من خلال الرسالة الإعلانية وبذلك يساهم في الحفاظ علي الملامح الخاصة بثقافة مجتمعنا ، كما أن للإعلان السياحي الثقافي دورا في رسم صورة ذهنية إيجابية عن مصر . [28/ص196].

### ويتسم الإعلان السياحي الثقافي بأنه يحمل العديد من القيم ومن أهمها:

- قيم تاريخية: حيث يحتوي الإعلان على عناصر تاريخية وشخصيات مؤثرة في التاريخ تؤكد علي النواحي التاريخية لمصر وهويتها وإبداعها الشعبي.
- قيم دينية: حيث يرتبط التصميم الإعلاني برموز الحضارات المختلفة علي مر العصور ومعتقدات وعقائد دينية.
- قيم وثائقية: حيث يتميز التصميم بالتعبير عن الهوية الحضارية المصرية حيث يحمل معاني للمفاهيم والعادات والتقاليد والطقوس المجتمعية.
- قيم التواصل: حيث يعتبر التصميم الإعلاني حلقة وصل بين الماضي والحاضر ويؤكد علي ملامح الشخصية المصرية الأصيلة علي مر العصور ومع إختلاف افكر لفنون والحضارات.
- قيم ذاتية: حيث يعتمد التصميم على عناصر من نتاج عقول وفكر أجدادنا وما يتميز به من عراقة وأصالة وتأكيد الهوية.
- قيم جمالية: لا بد وأن يحمل تصميم الإعلان السياحي علي قيمة جمالية نفعية تعبر عن رؤية وفكر المصمم وقدرته علي إستحداث صيغ تصميمية جديدة بعيدة عن النمطية والتقليد [14/ص30-31].

**3-3 بعض الاعتبارات التي يجب علي مصمم الإعلان إتباعها لنجاح تصميم الإعلان السياحي:**

1- إستخدام الصور والرسوم بما يحقق جذب الإنتباه ويخلق حافزا لدي السائح لتلقي المعلومات ومتابعة الرسالة الإعلانية فالصورة لها تأثير كبير كدعامة أساسية وبرهانا قويا بما يحقق الرسالة المرجوة لذلك يجب إختيارها بعناية بحيث تكون ذات صياغة جديدة ومتفردة ومتميزة.

2- إستخدام المصمم للألوان بوعي كامل بتأثيرها سيكولوجيا حتى يوظفها بما يخدم التصميم ويحقق الهدف من الرسالة الإعلانية المستهدفة وخاصة الإعلان السياحي المستلهم من التراث فإستخدام الألوان هنا يرتبط برمزية الألوان النابعة من الموروث التاريخي والحضارات السابقة، كما يؤدي إستخدام الألوان إلي إحداث تأقير عاطفي وراحة نفسية علي السائحين وخلق جو ملائم للفكرة الإعلانية كما تساعد في عملية الإستدعاء والتذكر وزيادة جذب الإنتباه عند السائحين.

3- الرسالة الإعلانية وجاذبيتها يجب علي المصمم التركيز على الرسالة الإعلانية والمعلومات التي تقدمها ويتوقف ذلك على التنسيق بين العناصر التصميمية وبعضها بما يحقق الرسالة المرجوة ويعمل على جذب الانتباه والإقناع بما يسهل إتخاذ القرار للسائح [25/ص 273-276].

4- الإستلهم من الرموز المصرية للحضارات المختلفة على مر العصور حيث يتجه المصمم للأسلوب الرمزي وتوظيفها حيث المعاني والأبعاد الضمنية وتحفيز الوعي لدي المتلقي.

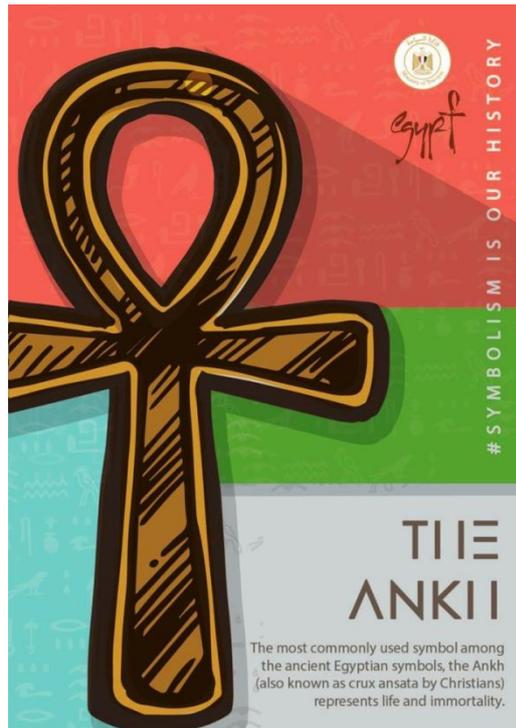
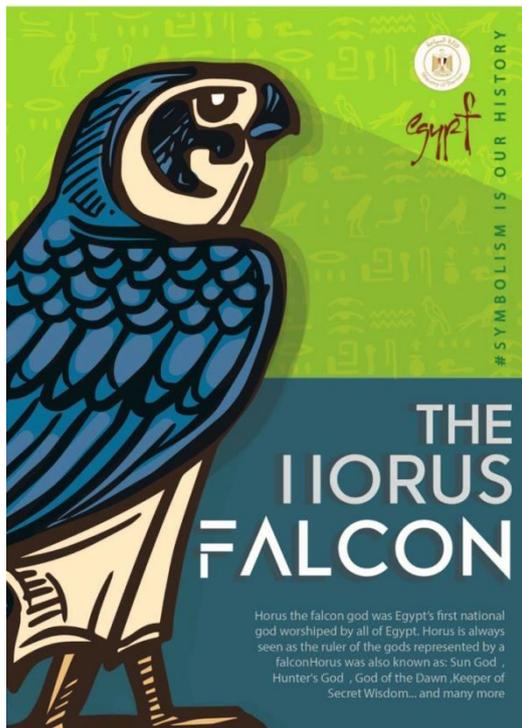
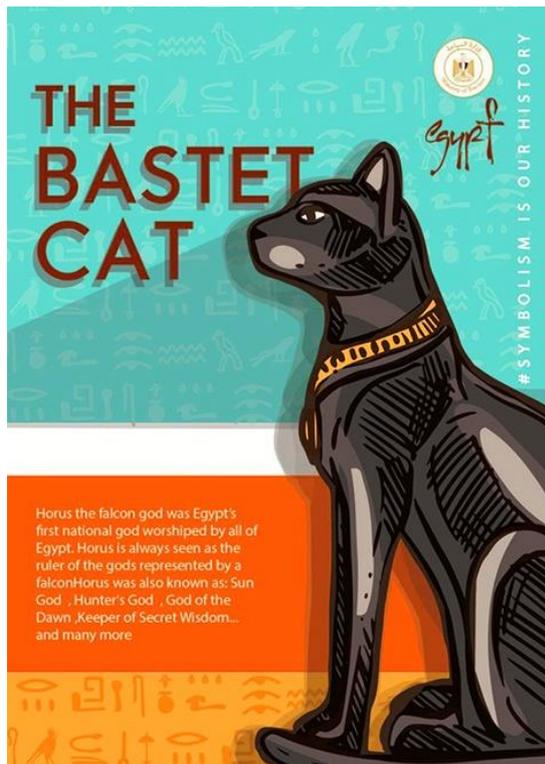
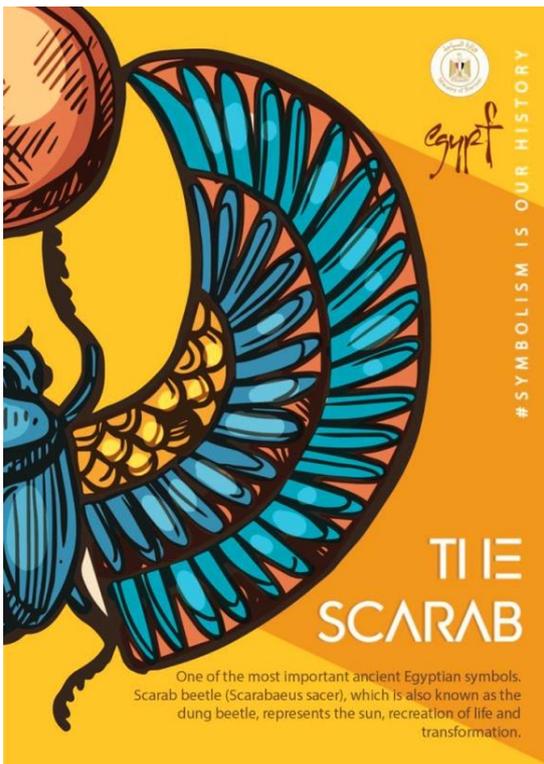
وترى الباحثة انه يجب علي مصمم الإعلان السياحي أن تظهر مصر في أبهى صورة لها وأن تكون الصبغ المستلهمة من التراث ذات تأثير وفاعلية وأن تعبر عن عمق وأصالة تراثنا وحضارتنا بشكل متميز ومتفرد بين بلدان العالم.

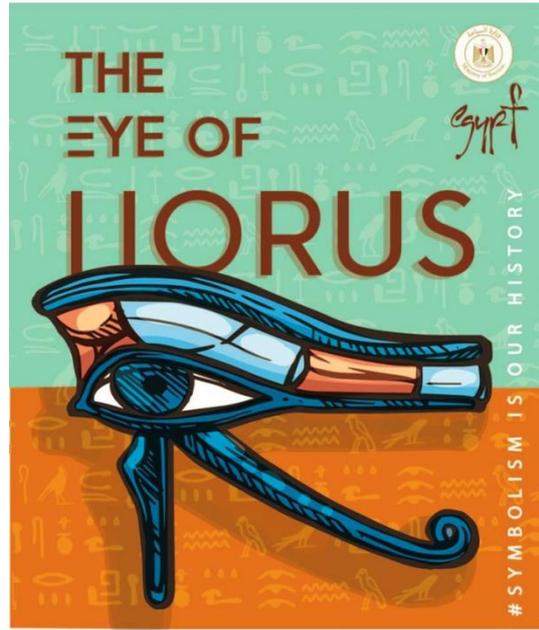
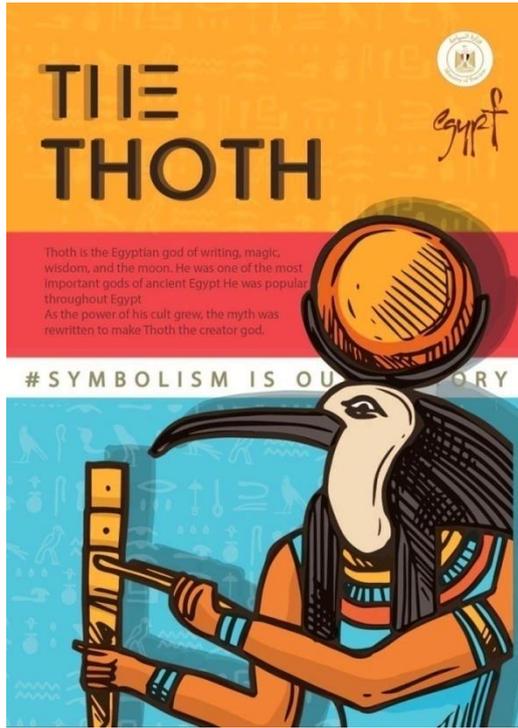
**ثانياً: الدراسة التجريبية:**

قامت الباحثة بعمل مقترحات تصميمية للإعلان السياحي بإستخدام صبغ تصميمية مستحدثة ومستلهمة من عناصر التراث المصري وقد إختارت الباحثة الدلالات البصرية لعناصر الفن المصري القديم وعناصر الفن الشعبي المصري كمصدر للإستلهم إستحداث صبغ جديدة في تصميم إعلان سياحي في شكل معاصر في محاولة لدعم الهوية المصرية وتنمية السياحة وتحفيز السياح لزيارة مصر وإستدامة حضارتنا.

**■ النموذج الأول:**

تصميم ملصقات سياحية بإستخدام صبغات جديدة مستلهمة من الرموز البصرية للفن المصري القديم: قامت الباحثة بعمل تصميمات متنوعة لمجموعة من الملصقات السياحية المستلهمة من الرموز البصرية في الفن المصري القديم وقد تم إختيار رموز برة ذات قيمة جمالية وتحمل معاني ولها قدسيته ودلالاتها لدي المصري القديم وهي (الإله حورس- عين حورس - علامة العنخ - القطة باستت - الجعرانة - الإله تحوت) وذلك في محاولة للخروج بتصميم الإعلان السياحي من الشكل التقليدي. وجاء تصميم الملصق السياحي معتمدا على الفكر الفلسفي للفن المصري القديم حيث غلب عليه طابع التسطيح والألوان الصريحة فجاءت ارموز البصرية المستخدمة مسطحة بعيدة عن التجسيم وتدرج الألوان وودذلك كمحفز بصري للسائح بإكساب التصميم خصائص الفن المصري القديم كما إستخدمت الباحثة اللغة الإنجليزية حتى يسهل علي السائح الأجنبي فهم ارسالة الإعلانية وفك شفراتها وتحقيقا لجذب إنتباه السائح وإثارة الإهتمام ومن ثم تنشيط حركة السياحة في مصر وزيادة الدخل القومي.

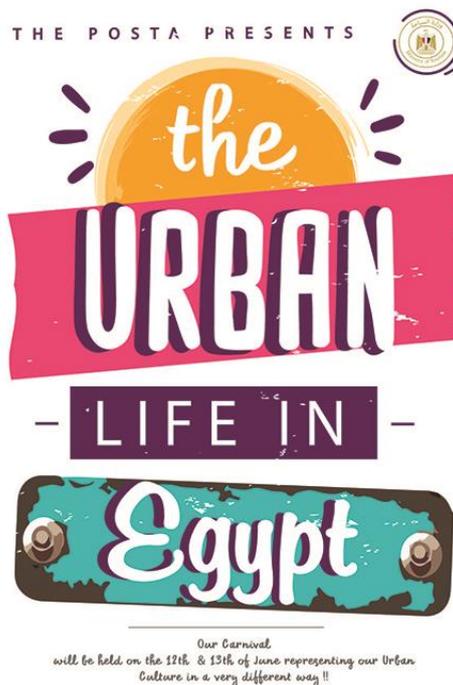
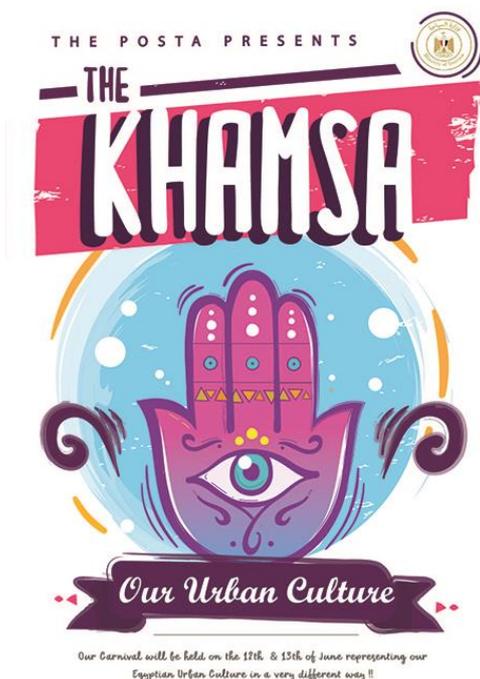
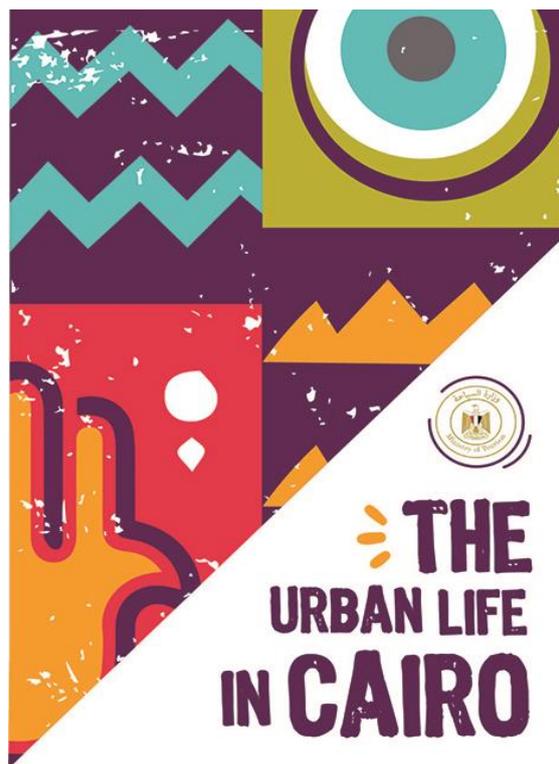


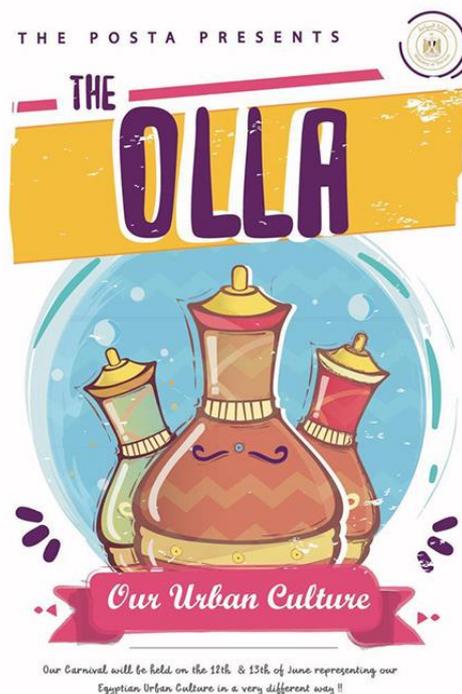
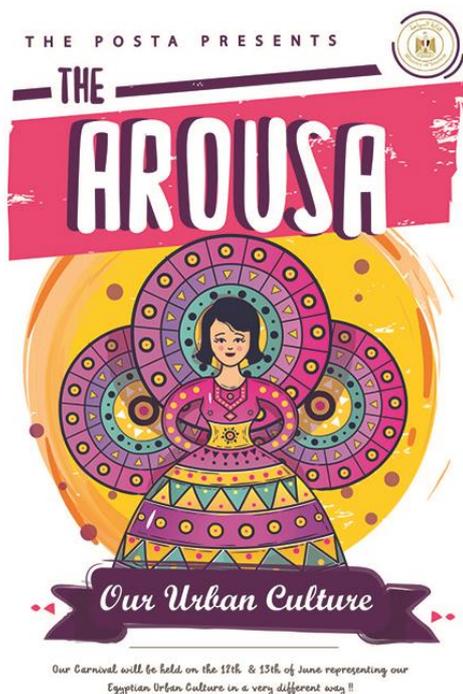


نموذج (1) : تصميم ملصقات سياحية باستخدام صيغات جديدة مستلهمة من الرموز البصرية للفن المصري القديم

#### ■ النموذج الثاني:

تصميم ملصقات سياحية باستخدام صيغات جديدة مستلهمة من الرموز البصرية للفن الشعبي: وقد قامت الباحثة باختيار مجموعة من الرموز البصرية التي تميزها الفن الشعبي المصري وتحمل قيما جمالية ونفعية وترتبط بمعاني دلالات لدى المصريين وذلك في محاولة لعمل تصميمات للإعلان السياحي بشكل يجمع بين الأصالة والمعاصرة في شكل جديد. وقد جاءت التصميمات معتمدة على عناصر وخصائص الفن الشعبي حيث الخطوط المتعرجة والمثلثات والدوائر والعين والكف والقلل المزخرفة بالنقوش وعروسة المولد النبوي وتم اختيار شعار للملصقات السياحية (our urban culture) أي ثقافتنا المحلية الشعبية التي تحمل من المميزات والخصائص ما يجعلها منفردة ومتميزه عن غيرها من الفنون والثقافات فهي تمثل Branding فالفن الشعبي بصمة فريدة له رؤية وأهداف خاصة فهو مرآة المجتمع المصري بعاداته وتقاليده وتفصيل حياته اليومية وتميزت الملصقات السياحية بمميزات الفن الشعبي من حيث التسطيح في الأشكال والاتجاه لإستخدام الألوان الصريحة. كما إستخدمت الباحثة اللغة الإنجليزية حتي يسهل علي السائح الأجنبي فهم ارسالة الإعلان وفك شفراتها وتحقيقا لجذب إنتباه السائح وإثارة الإهتمام ومن ثم تنشيط حركة السياحة في مصر وزيادة الدخل القومي.





نموذج (2) : تصميم ملصقات سياحية باستخدام صيغات جديدة مستلهمة من الرموز البصرية للفن الشعبي

#### ■ النتائج:

1. دراسة مصمم الإعلان للرموز البصرية في التراث المصري ودلالاتها وإكتشاف معانيها والإستلهام من جمالياتها وبراعتها الفنية بإعتبارها مكون حضاري يساعد على الإستفادة منها في عمل تصميمات مختلفة للإعلان السياحي تجمع بين الأصالة والمعاصرة.
2. نجاح الإعلان السياحي يعتمد على الدقة في إختيار العناصر الشكلية وكيفية توظيفها ومراعاة الأسس الفنية لتصميم الإعلان السياحي بما يؤدي إلي نجاح الإعلان وزيادة فعالية الرسالة الإعلانية ومن ثم تنشيط حركة السياحة في مصر وزيادة الدخل القومي.
3. الإعلان السياحي وسيلة لترويج الأفكار والثقافات فهو وسيلة لتوصيل المعارف والمعلومات المختلفة وله أثر واضح في تشكيل الثقافة لدي السائح محليا وعالميا.

#### ■ توصيات:

- 1- ضرورة إتجاه مصمم الإعلان لعمل دراسات وأبحاث للرموز البصرية في التراث المصري والإستفادة منها في تصميم حملات إعلانية سياحية نابعة من الهوية المصرية حتي تساعد علي نشر الثقافة القومية.
- 2- يجب الإهتمام بتطور تصميم الإعلان السياحي بما يتناسب مع التطور العالمي حتي يستطيع أن يكون علي مستوي المنافسة العالمية بهدف تنشيط حركة السياحة في مصر.

#### ■ المراجع:

1. إبراهيم، داليا محمود، فهيم، أماني حمدي. "الدلالات الرمزية في التصميم ودورها في تأصيل الهوية المصرية." مجلة العمارة والفنون، عدد ١٢ جزء ٢، (2018): ص١٤٤.
- ibrahim, dalia mahmoud, fahima, 'amani hamdi. "aldlalat alramzia fi altasmim wa dorha fi tasil alhwya almisria." maglet alamara wal alfunun, add 12, goza2, (2018): sa144.

2. إبراهيم، مروه السيد. "الرمز في الحياة الشعبية المصرية قيمة تشكيلية في تصميم طباعة اقمشة المعلقات". مجله علوم وفنون، مجلد ١٨، عدد ١ (٢٠١٦): ص ٢٠٣.
- Ibrahim, marwat alsayd. "alramz fi alhayat alshabya almisrya qima tashkilia fi tasmim tabait aqmisha almalaqat". maglat alelom wal funun, mogald 18, add 1 (2016): sa 203.
3. أبو صالح، عبد الواحد عطية عبد الواحد. "الفن الشعبي ودوره في إسرائ التشكيل النحتي". المؤتمر العلمي السنوي الرابع، جامعه المنصورة، كلية التربية النوعية (ابريل ٢٠١٢): ص ١٠٩٦.
- abo saleh, abd alwahd atya abd alwahd, "alfan alshaby wa dorh fi isra altashkil ' alnhty". almoatmr alelmy alsnawy alrabie, gamiat almansora, kuliyyat altarbia alnaweia (april 2012): s. 1096.
4. أبو عبد الله، مي محمد. "الفن الشعبي والطابع القومي للمعلقات النسجية". مجله علوم وفنون (١٩٩٩): ص ١٢٩.
- abo abd allah, mai mohamed. alfan alshaebiy wal tabia alkawmy lilmoalkat alnsgya. maglat alelom wal funun (1999): sa. 129.
5. أحمد، ففان فهيم السيد. "المفردات التشكيلية في مختارات في الفن الشعبي وتوظيفها في تصميم أقمشة المعلقات المطبوعة". مؤتمر الفنون التطبيقية الدولي الخامس دمياط (مارس ٢٠١٧): ص ٤.
- ahmad, vivian fahim alsyd. almofradat altshkilia fi mokhtarat fi alfan alshaebiy wa twzifha fi tasmim aqmishat al moalkat almatboat moatamr alfnon altatbikia aldwly alkhamis dmiat (maris 2017): s. 4.
6. أحمد، رافت علي. (ثلاثية الإبداع المعماري) الإبداع الفني في العمارة. القاهرة: دارالجمهورية للصحف، ٢٠٠٩.
- ahmad rafat aly. (thlathiyat al'ibda almiemary) al'ibda alfaniy fi alemara. alkahira: dar algmhoriya llsuhf 2009.
7. التويجري، عبد العزيز ابن عثمان. التراث والهوية. منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (اسيسكو) ٢٠١١، ص ٣١.
- altwyujury, abd alaziz abn othman. altorath wal hawiya. manshorat almnazama al'islamia liltarbia wal olum wal thakafa ('isysko) , 2011 , s. 31.
8. جابر، هاني إبراهيم. الفنون الشعبية بين الواقع والمستقبل، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٥.
- gabir , hani ibrahim. Alfunon alshaby bayn alwakia wal mostakbal , alkahira: alhayia almisrya alama lilkitab , 2005.
9. الجوهري، نظيره محمود. "الفن الشعبي كمصدر للحفاظ علي الهوية المصرية في عصر العولمة". مجلة التربية الفنية (١٩٩٩): ص ١٩٠، ١٨٩.
- algehry nazira mahmoud. "alifuliklur kumusadar lilihifaz ealaa alhuiat almisriat fi easr aleawlimat". majalat altarbiat alfaniya (1999): s 189,190
10. حسين، فاطمه أحمد محمد. "الصياغات التصميمية لرموز الحضارة المصرية القديمة والاستفادة منها في التصميم الداخلي والاثاث". مجله التصميم الدولي المؤتمر العلمي الدولي الاول للقصور المتخصصة لموروث الفني والحرفي لغة تواصل بين الشعوب (ديسمبر ٢٠١٧): ص ٨.
- algehry nazira mahmoud. "alifuliklur kumusadar lilihifaz ealaa alhuiat almisriat fi easr aleawlimat". majalat altarbiat alfaniya (1999): s 189,190
11. ريتشارد. رلكسون : قراءة الفن المصري (دليل هيروغليفي للتصوير والنحت المصري القديم). تقديم زاهي حواس، ترجمه يسريه عبدالعزيز حسني، المجلس الأعلى للآثار، ٢٠٠٧.
- ritshard. rlikson: kraet alfn almasry (dalil hiroghlify liltswr wal naht almisry alkdin). takdim zahy hwas , targmet yosria abd alaziz hosny , almgli alalal lilaras , 2007.
12. زكي، داليا محمد تيمور. الوعي السياحي والتنمية السياحية ( مفاهيم وقضايا). القاهرة ، ٢٠٠٨.

- zaki , dalia mohamed tymor. alway alsiyahy wal tanmiya alsiyahia (mfahim w kadaia) , alkahira , 2008.
13. السيد، أحمد محمد . دلالات الرمزية في التصوير الحديث كمصدر للإستلهام إبداعات فنية معاصرة . رساله ماجستير ، كلية تربية فنية، جامعة حلوان ، ٢٠٠٣ .
- . alsyd , ahmad mohamed. dalalat alramzia fi altaswir alhadis kamasadar 'lilstlham ibdaat faniya moasira. magstear , kolyat altarbha alfanian , gamiat hilwan , 2003.
14. عبد الحميد، أمل هاني. الإعلان علي مواقع التواصل الإجتماعي في الإنترنت ودورها في تنشيط السياحة الثقافية في مصر . رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان، ٢٠١٤ .
- abd alhamid , amal hany. alielan ala mawaka altawasol alagtimaei fi alintrnt wa dorha fi tanshit alsyaha alsakafia fi misr. risalat magster , kuliyat alfunun altatbikia , gamiat hilwan , 2014.
15. عبد الرحيم، مني ابراهيم. "رؤية تصميمية للمطبوعات الإعلانية السياحية للتأكيد علي الهوية المصرية." مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية ، مجلد ٤ ، عدد ١٣ (٢٠١٨): ص٤٨٧ .
- abd alrahim , mona ibrahim , "roayat tasmimia lmatboat alealania alsiyahia liltakid ala alhuia almisria". maglet alemara wal funun wal eolum alinsania , almoglad 4 , aladd 13 (2018): s. 487.
16. عبد العزيز، داليا عبد المنعم. "الدلالة الرمزية في الفنون الشعبية كمصدر إبداعي للجداريات الخزفية." مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية ، عدد ١٢ جزء ٢ (2018): ص١٢١ .
- abd alaziz , dalia abd almonem. Aldlala alramzia fe alfunun alsahbyia kmsdar ibdaey llgadariat alkhazfia. maglet alemara wal funun wal eolum alinsania , aladd 12 , algoza' 2 (2018): s. 121.
17. عبد الكريم، أحمد محمد علي. نظم تصميم الفنون البصرية . القاهرة ، دار اطلس للنشر والإنتاج ، ٢٠١٣ .
- abd alkrim , ahmad mohamed ali. nozom tasmim alfunun albasria. alkahira , dar atlas llshr wal alintag , 2013.
18. عبيدات، محمد. التسويق السياحي مدخل سلوكي.الأردن: دار وائل للنشر، ط٣، ٢٠٠٨.
- obidat , mohmed. altaswik alsiahy , madkhal soluky , alordon: dar wael lilnashr , 2008.
19. عدلي، عصمت. الأمن السياحي الأثري في ظل قوانين السياحة. القاهرة : دار الجامعة الحديثة ، ٢٠٠٨.
- adly , esamt. alamn alsiahy alasaiahy kawanin alsiya. alqahrt: dar aljamieat alhadithat , 2008.
20. عز الدين، أمينة. "فن المنيمال في تصميم الإعلان المعاصر." مجله علوم وفنون ، مجلد ٢٨ ، عدد ٢ (ابريل ٢٠١٦): ص٣٨ .
- eiz aldin omnia. "fn almnimal fi tasmim alielan almoaser." maglat olulm wa funun , mogald 28 , add 2 (april 2016): s. 38.
21. عطية، محسن محمد. الجمال الخالد في الفن المصري القديم . القاهرة: عالم الكتاب ، ٢٠٠١.
- atia mohsen mohmed. algmal alkhald fi alfn almisry alkadim. alkahira: alam alkitab , 2001.
22. عوض، أوديت امين ، يوسف، دينا طلعت. "الرمز المصري القديم مصدرا لابتكار تصميمات طباعيه لملابس الفتيات." مجله التصميم الدولي المؤتمر العلمي الدولي الاول للقصور المتخصصة لموروث الفني والحرفي لغة تواصل بين الشعوب(ديسمبر ٢٠١٧): ص٧ .
- awad , odiat amin , yosif , dina talat. "alramz almisry alkadim masdr libtekar tasmimat taiea limalabis alfatiyat." ". maglat altasmim aldwly , almoatamr alelmy aldwly alawal likosor almotakhsisa fi llmwros alfany wal harafy , lught tawsol bayn alshoab (dysmbir 2017): s. 7.
23. قانصي، أكرم. التصوير الشعبي العربي. الكويت، عالم المعرفة، ١٩٩٥ .
- kansy , akrm. altaswir alshaby alaraby. alkwet , alam almarifa , 1995.
24. القندي، هياء أحمد. "التراث كهويه حضارية بصياغة تصميمية معاصرة." مجلة علوم وفنون، أكتوبر عدد ٤ (٢٠١٥): ص ١٧٨ .
- alkanady , haya ahmad. "alturas khwya hadaria bsiagha tasmima moasira." , maglat olulm wa funun , 'oktobar 4 (2015): s. 178.

25. محمد، رشا إبراهيم. دراسة الأسس العلمية والفنية لتصميم الإعلان السياحي المصري المطبوع . رسالة ماجستير ، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠٠٤.

- mohamed , rasha ibrahim. drasa alosus alelmia wa alfaniya litasmim alielan alsiyahy almisry almatboa. risalat magstar , kuliyyat alfunun altatbikia , gamiet hilwan , 2004

26. مخائيل، فيفان شاكر. "علامة العنخ الفرعونية في التاريخ والموضة المعاصرة." مجلة التصميم الدولية، عدد ٤ (أكتوبر ٢٠١٨): ص ٣٧١.

- mikhael vivian shaker. ealamat alankh alferony fi altarikh wal moda almoasira. maglat altasmim aldwlia , add 4 (oktobr 2018): s. 371.

27. مرسى، هند خلف، عبد العليم، أسامه عبدالرحمن. " المدلول الرمزي للعنصر الحيواني للفن المصري القديم كمدخل للإفادة في تصميم المشغولات المعدنية." ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، مجلد ١٥، عدد ١ (2019) ص ٦٦١.

- morsy , hend khalf , abd alalim , 'osama abd alrhman. Almadlol alramzy llonsor alhaywany llfan almisry alkadim kamdkhal llfada fi tasmim almshghlat almaedania. , maglat alemara wal funun wal eolum alinsania , almgald 15 , aladd 1 (2019) s. 661.

28. موسي، نabil فيصل. "أثر الإستثمار السياحي للتواصل الحضاري للمجتمع." مجله كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، عدد ٣٦ (٢٠١٣): ص ١٩٦. jU١٩٦

- mosa, nabil fysl. "asar alestsmar alsiyahy llttawasol alhadary llmoatama". maglat kuliyyat baghdad lilolum alaiktisadia , aladad 36 (2013): s. 196.

ثانياً : المراجع الأجنبية :

29. Jamesp.Allen.Middle Egypton .London: Combnidoge University Press.2014.

المواقع الإلكترونية :-

30. [31. \[https://www.google.com/search?tbm=isch&q=+online\\\_chips:خميسة&sa=X&ved=0ahUKEwii48Cr8qbkAhW7TxUIHZLk BhAQ4IYILigF&biw=911&bih=417&dpr=1.5#imgrc=7AJR1N7olPn2xM\]\(https://www.google.com/search?tbm=isch&q=+online\_chips:خميسة&sa=X&ved=0ahUKEwii48Cr8qbkAhW7TxUIHZLk BhAQ4IYILigF&biw=911&bih=417&dpr=1.5#imgrc=7AJR1N7olPn2xM\)](https://www.google.com/search?biw=911&bih=417&tbm=isch&sa=1&ei=lhtnXZSIMNuc1fAPI_1cgAE&q=+الفن+الشعبي&oq=+رموز+في+الفن+الشعبي&gs_l=img.3...23129.28435..29502...0.0.0.119.690.0j6.....0....1..gws-wiz-img.....0i7i30j0i8i30.n8_MHQ2njoI&ved=0ahUKEwiUyObl6KbkAhVbThUIHVc8BxAQ4dUDCAY&uact=5#imgrc=c0GXof3CwfDZ0M: (september2,2019)</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

32. [https://www.pinterest.cl/pin/186055028327542435/\(september5,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/186055028327542435/(september5,2019))

33. [https://www.pinterest.cl/pin/229683649716166717/\(september22,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/229683649716166717/(september22,2019))

34. [https://www.pinterest.cl/pin/304696731024210050/\(august14,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/304696731024210050/(august14,2019))

35. [https://www.pinterest.cl/pin/314266880227097792/ \(august 2,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/314266880227097792/ (august 2,2019))

36. [https://www.pinterest.cl/pin/411727590925115726/?nic=1\(august 12,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/411727590925115726/?nic=1(august 12,2019))

37. [https://www.pinterest.cl/pin/448037862929159891/?nic=1\(august 23,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/448037862929159891/?nic=1(august 23,2019))

38. [https://www.pinterest.cl/pin/506725395565231940/\(october 2,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/506725395565231940/(october 2,2019))

39. [https://www.pinterest.cl/pin/598486237961676406/\(october 2,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/598486237961676406/(october 2,2019))

40. [https://www.pinterest.cl/pin/626281891907312856/\(october 2,2019\)](https://www.pinterest.cl/pin/626281891907312856/(october 2,2019))

41. [https://www.pinterest.com/pin/63754150961090895/?lp=true\(october 21,2019\)](https://www.pinterest.com/pin/63754150961090895/?lp=true(october 21,2019))

42. [https://www.shutterstock.com/editorial/image-editorial/art-archaeology-various-5850733jw \(october 21,2019\)](https://www.shutterstock.com/editorial/image-editorial/art-archaeology-various-5850733jw (october 21,2019))