

## دور الإعلان الرقمي في التوعية بالتراث الثقافي للمحافظات المصرية

**The Role of Digital Advertising in Raising Awareness of Cultural Heritage  
for Egyptian Governorates"**

ا.م.د. ريهام محمد فهيم الجندي

استاذ المساعد بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية جامعة بنها

**Assist.Prof.Dr. Reham Mohamed Fahim Elgindy**Assistant Professor in the Department of Advertising, Faculty of Applied Arts, Benha  
University[r.elgindy@fapa.bu.edu.eg](mailto:r.elgindy@fapa.bu.edu.eg)**المخلص:**

يعتبر الإعلان الرقمي وسيلة قوية وفعالة للتسويق ولها العديد من المميزات التي تجعلها مفضلة عن باقي وسائل الإعلان المتعددة؛ لسهولة الوصول إلى الجمهور وتعزيز التفاعل والمشاركة من خلال الوسائل المتعددة للمحتوى المرئي والمحتوى التفاعلي ووسائل التواصل الاجتماعي وتوجيه رسائل مخصصة لفئات معينة من الجمهور بناءً على اهتماماتهم واحتياجاتهم. ويمكن توسيع مدى الحملة الإعلانية بشكل سريع من خلال مشاركتها عبر منصات متعددة ومشاركة المحتوى. لذا فإن دور الإعلان الرقمي في التوعية بالمحافظات المصرية يمكن أن يكون ذو أهمية كبيرة في تعزيز الوعي بالتراث المصري والمساهمة في الحفاظ عليه لتسليط الضوء على المعالم التراثية بشكل جذاب من خلال الملصقات والإعلان المتحرك، ليتمكن المتلقي رؤية الآثار والمواقع التاريخية بوضوح وفهم قيمتها الثقافية والتاريخية، ونشر لمزيد من المعلومات حول التراث المادي واللامادي في مصر، وتشجيع السياحة المحلية عبر الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية. ومن هنا يمكن تسليط الضوء على الجهات السياحية والفعاليات التراثية في هذه المناطق وتعزيز الوعي بالثقافة المحلية لتلك المحافظات من خلال الإعلان الرقمي والتعريف بالعادات والتقاليد والفنون المحلية في المحافظات المصرية، وتقديم معلومات حول الأعياد المحلية والحرف التقليدية، ودعم الحفاظ على التراث، والمساهمة في الحفاظ عليه.

وتتشكل مشكلة البحث في قلة الوعي بالتراث المحلي حيث تحتوي معظم المحافظات المصرية على تراث ثقافي وتاريخي ، لكن الوعي بهذا التراث المادي واللامادي في هذه المناطق قد يكون منخفضاً بين السكان المحليين والزوار وهذا مما يجعل الإعلان الرقمي وسيلة مهمة للوصول إلى الجمهور. ونستطيع أن نقول: إن تسليط الضوء على المعالم السياحية والفعاليات المحلية في المحافظات المصرية، قد يعزز السياحة المحلية، ويسهم في تنشيط الاقتصاد المحلي، وتوجيه الجهود التوعوية: مثل التراث الفني، والمهن التقليدية، والأحداث التاريخية الهامة. لذا أصبح من الضروري أن يكون هناك ارتباط بين استخدام الإعلان الرقمي لزيادة الوعي بالتراث المادي واللامادي في المحافظات المصرية وبين الحفاظ على هذا التراث وتميمته. يهدف البحث دور الإعلان الرقمي في زيادة الوعي وتعزيز السياحة المحلية والاستفادة من التكنولوجيا الرقمية في توعية الجمهور من خلال منصات التواصل الاجتماعي،

ويفرض البحث: يفرض البحث أن استخدام الإعلان الرقمي للدعاية عن تراث مصر المادي واللامادي قد يساهم في زيادة التوعية بتراث المحافظات المصرية.

**الكلمات المفتاحية:**

الإعلان الرقمي- المحافظات المصرية- التراث المادي ولا مادي

**Abstract:**

The digital advertisement is considered a powerful and effective means of marketing with numerous advantages that make it preferable over other advertising methods. This is due to its ease of reaching the audience and enhancing interaction and engagement through various mediums of visual and interactive content. Social media platforms allow for targeted messages to specific audience segments based on their interests and needs. The reach of advertising campaigns can be quickly expanded through sharing across multiple platforms and content sharing.

Therefore, the role of digital advertising in raising awareness of Egyptian governorates can be of significant importance in promoting awareness of Egyptian heritage. This contributes to the preservation of heritage by highlighting historical landmarks attractively through posters and animated advertisements. This allows the audience to clearly see archaeological sites, understand their cultural and historical value, and disseminate more information about material and immaterial heritage in Egypt. Additionally, it encourages local tourism through advertising on social media platforms and websites.

Highlighting tourist destinations and cultural events in these regions can promote local tourism, stimulate the local economy, and raise awareness of local culture through digital advertising. This includes introducing local customs, traditions, and arts in Egyptian governorates, providing information about local festivals and traditional crafts, supporting heritage preservation, and contributing to its conservation.

The research problem lies in the lack of awareness of local heritage, as many Egyptian governorates possess rich cultural and historical heritage that may have low awareness among local residents and visitors. Digital advertising becomes a crucial method to reach the audience. In conclusion, shedding light on tourist attractions and local events in Egyptian governorates can enhance local tourism, stimulate the local economy, and direct awareness efforts toward important cultural aspects. Therefore, there is a need for a connection between the use of digital advertising to increase awareness of material and immaterial heritage in Egyptian governorates and the preservation and development of this heritage.

The research aims to explore the role of digital advertising in increasing awareness, promoting local tourism, and utilizing digital technology for public awareness through social media platforms. The research assumes that the use of digital advertising for promoting Egypt's material and immaterial heritage may contribute to increased awareness of the heritage of Egyptian governorates.

**Keywords:**

digital advertising- Egyptian Portfolios - Material Heritage

**مشكلة البحث:**

تتلخص مشكلة البحث في محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي :

كيف يمكن استخدام الإعلان الرقمي لزيادة الوعي بالتراث المادي واللامادي في المحافظات المصرية والتأثير الإيجابي الذي يمكن الحفاظ عليه وتميمته من خلال تصميمات الإعلان الرقمية؟

**هدف البحث:**

يهدف البحث إلى دور الإعلان الرقمي في زيادة الوعي وتعزيز السياحة المحلية والاستفادة من التكنولوجيا الرقمية في توعية الجمهور من خلال منصات التواصل الاجتماعي.

**أهمية البحث:**

يوفر البحث فرصة لفهم كيفية يمكن للإعلان الرقمي أن يساهم في الحفاظ على التراث المادي واللامادي في المحافظات المصرية، كما يقدم يسלט الضوء على المعالم التاريخية والثقافية من خلال وسائل الإعلان الرقمي، مما يعزز الوعي ويحفز على الحفاظ على هذا التراث.

**حدود البحث:**

**حدود مكانية:** من محافظات جمهورية مصر العربية.

**حدود موضوعية:** تجميع العناصر وتوظيفها في الإعلان الرقمي التوعية بالمحافظات المصرية من خلال تراثها المادي واللامادي.

**فرض البحث:**

يفرض البحث أن استخدام الإعلان الرقمي للدعاية عن تراث مصر المادي واللامادي قد يساهم في زيادة التوعية بتراث المحافظات المصرية.

**منهج البحث:**

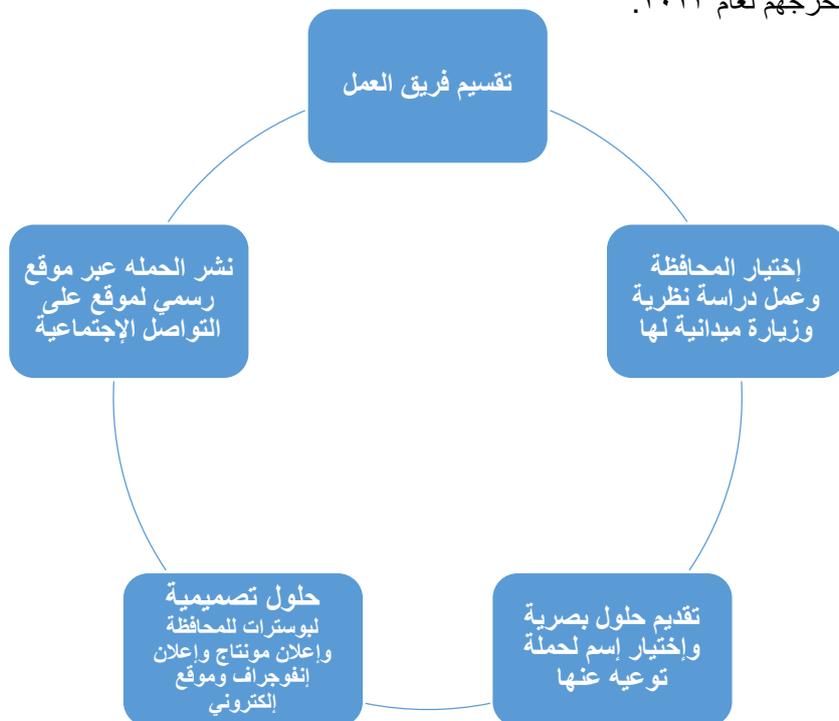
يتبع البحث المنهج التجريبي من خلال اقتراح فكرة مشروع تخرج طلبة قسم الإعلان جامعة بنها بمشاركة عضو هيئة تدريس بالقسم لعام ٢٠٢٣ ثم توزيع الطلاب لمجموعات عمل للتأكد من فروض البحث.

**المقدمة:**

التراث الثقافي المادي ولامادي انعكاس للمستوى الحضاري لأي أمة أو بلد؛ وهي نتاج فهم الإنسان لتراثه، ودينه، وتفاعله الاجتماعي والمادي في كل مرحلة من مراحل تاريخه على صعيد الفرد وصعيد المجموعة ويتضمن هذا الناتج عناصر وأبعاداً روحية وفكرية وأدوات تقنية ويشمل القيم والتقاليد وأعراف التصرف وأنماط الحياة والفنون، والأدب وأشكالاً متنوعة من الإبداع.

وتتطوي حقيقتنا الراهنة على تحديات إدراكية متزايدة تقترن بتحديات تكنولوجية وعلاوة على ذلك، يفرض التحول الثقافي العالمي في مجموعه أنماطاً جديدة للثقافة تنسم بأنها حتمية للاتصال والتفاعل مع ثقافة العولمة بجميع مزاياها، ومن خلال المنهج التجريبي اقترحت موضوع التصميم لمقرر ملصقات إعلانية للفرقة الثالثة عنوان للمهمة العملي وهي تصميم بوستر عن التراث المادي واللامادي لمصر وكانت نتيجة عمل الطلاب وعددهم ١٥٠ طالب استكشاث تصميميه تحتوى على أبو الهول والأهرامات الثلاثة وبرج الجزيرة وقد أصابنتي صدمه لعدم إمامهم بثقافة بلدهم ولا عناصرها البصرية لتراثها المادي ولامادي، فتطرقت للمحاضرة التالية بتوزيع إستاره لقياس مدى إمامهم بثقافة مصر المادية ولا ماديه احتوت الأسئلة عن عدد محافظات مصر - ما هي أشهر المناسبات التي تحتوي عليها العديد من محافظات مصر - ما هي الصور البصرية

المؤتمر الدولي الرابع عشر - "التراث الحضاري بين التنظير والممارسة" التي يمكن أن نعبر بها عن أي محافظة ووجدت معدل الإجابات يكون كارثي وغير متوقع بالمرّة لطلاب كلية فنية وقسم يتعامل مع الهوية البصرية فقد حصلت على خمس إجابات فقط وكانت غير مرضية ومن هنا أتت فكرة البحث للتوعية بالمحافظات المصرية من خلال تراثها المادي واللامادي ونشر التوعية لنفس الفئة العمرية على مواقع التواصل الاجتماعي وحصدت الدراسة أربعة عشر محافظة لجمهورية مصر العربية من خلال مجموعات عمل وتم تطبيقها في العام الدراسي الذي تليه لمشروع تخرجهم لعام ٢٠٢٣.



شكل (١)

وكانت خطة العمل كالتقسيم في شكل ( ١ ) وكان تقسيم فريق العمل

- إختيار المحافظة وعمل دراسة نظرية وزيارة ميدانية لها
- تقديم حلول بصرية وإختيار اسم لحملة توعيه عنها
- حلول تصميمية لبوسترات للمحافظة وإعلان مونتاج
- وإعلان إنفوجراف وموقع إلكتروني
- نشر الحملة عبر موقع رسمي لموقع على التواصل الاجتماعي

وكانت المحافظات بالترتيب

1. محافظة الغربية وأطلق عليها اسم الحملة ( مداد )
2. محافظة جنوب سيناء وأطلق عليها اسم الحملة ( عيشها بدوي )
3. محافظة المنوفية وأطلق عليها اسم الحملة ( الأرض الطيبة )
4. محافظة البحر الأحمر وأطلق عليها اسم الحملة ( بوتوبيا )
5. محافظة دمياط وأطلق عليها اسم الحملة ( ربع مشكل )
6. محافظة الوادي الجديد وأطلق عليها اسم الحملة ( العابجه )
7. محافظة المنيا وأطلق عليها اسم الحملة ( منية المحروسة )

- مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع - عدد خاص (١١)  
 المؤتمر الدولي الرابع عشر - "التراث الحضاري بين التنظير والممارسة"  
 8. محافظة القاهرة والجيزة وأطلق عليها اسم الحملة (الأثوبيس)  
 9. محافظة بورسعيد وأطلق عليها اسم الحملة (حكاوي السمسرية)  
 10. محافظة الفيوم وأطلق عليها اسم الحملة (وجوه)  
 11. محافظة مرسى مطروح وأطلق عليها اسم الحملة (روح مطروح)  
 12. محافظة سوهاج وأطلق عليها اسم الحملة (نواويل)  
 13. محافظة أصر واسوان وأطلق عليها اسم الحملة (شمندورة)  
 14. محافظة اسكندرية وأطلق عليها اسم الحملة (ناريدا)

**التراث المادي:** يعرف التراث المادي (Tangible Heritage) على أنه أحد أشكال التراث الثقافي الذي يُستخدم للتعبير عن جميع الآثار المادية بشكل عام، مثل: المباني التراثية، المواقع الأثرية، والآثار التاريخية، والتحف، والقطع الأثرية المادية التي تصنع وترمم وتنقل عبر الأجيال كالأبداعات الفنية، وغيرها من المواد الملموسة، إضافةً إلى جُلِّ الآثار المهمة لمجتمع ما، أو لأمة محددة، أو للبشرية جمعاء

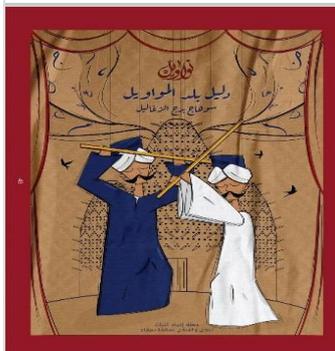
### الفرق بين التراث المادي وللامادي:

التراث هو عبارة عن الممتلكات التي يتم توارثها من جيل إلى جيل، وتشمل هذه الممتلكات: الممتلكات المادية؛ كالمباني التاريخية أو الآثار التي لها قيمة معينة عند أمة محددة أو لدى البشرية جمعاء، والممتلكات المعنوية؛ كالعادات والتقاليد التي يتم تناقلها بين الأجيال، مثل: الأغاني المتوارثة، والآداب، وعادات الاحتفالات والمجاس، والفرق بين التراث المادي وللامادي: التراث الثقافي المادي: وهو عبارة عن كل شيء ملموس وله حضور مادي، إضافةً لتلك الآثار المهمة لدراسة التاريخ البشري لأنها تُوفّر أساساً ملموساً، وتنقسم أنواع التراث الثقافي المادي إلى قسمين وهما: التراث المادي المنقول (كالتحف والآثار)، والتراث المادي غير المنقول كالمباني. التراث الثقافي للامادي: وهو عبارة عن التراث الذي ليس له حضور ملموس، إذ يتضمن العادات والتقاليد، أو التعبيرات الحية الموروثة من الأسلاف والتي تمّ تناقلها إلى الأجداد، مثل: التقاليد الشفوية، وفنون الأداء، والممارسات الشعبية والاجتماعية، إضافةً إلى طقوس الاحتفالات الدينية، ومهارات إنتاج الحرف التقليدية، والموسيقى، والرقص، والأدب، وأما بالنسبة لطريقة حماية التراث غير المادي فهي تقع على عاتق أفراد المجتمع؛ وذلك لأنه هو من يمنح المجتمعات هويتها الخاصة.

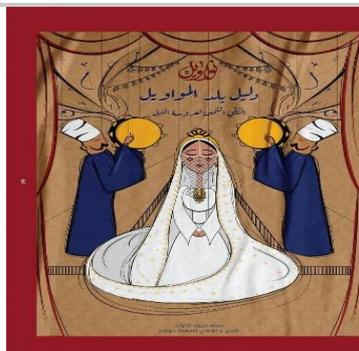
### النموذج الأول للمحافظات المصرية

محافظة سوهاج: حملة نواويل لتوعية بالتراث المادي واللامادي

أولاً: الملصقات الإعلانية والموقع الإلكتروني



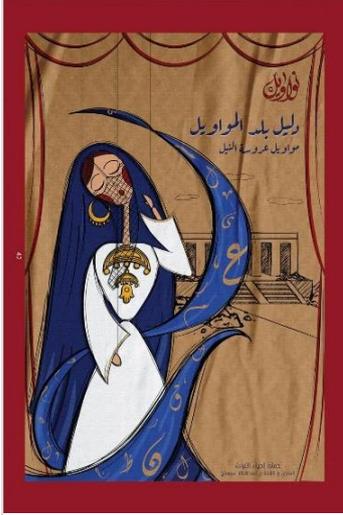
بوستر عن التراث المادي واللامادي  
شكل رقم (٤)



بوستر عن التراث المادي واللامادي  
شكل رقم (٣)



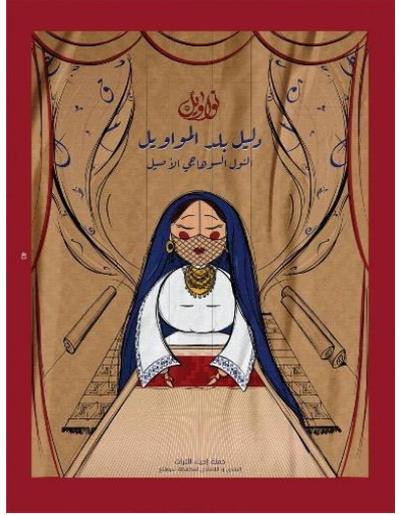
تصميم الموقع الإلكتروني لحملة نواويل  
شكل رقم (٢)



بوستر عن التراث المادي  
واللامادي شكل رقم (٦)



بوستر عن التراث المادي واللامادي  
شكل رقم (٥)



بوستر عن التراث المادي واللامادي  
شكل رقم (٤)



فكرة عمل التصميم لمحافظة سوهاج شكل رقم (٨)



فريق العمل لمحافظة سوهاج شكل  
رقم (٧)



تصميم اللوجو للحملة شكل  
رقم (١١)



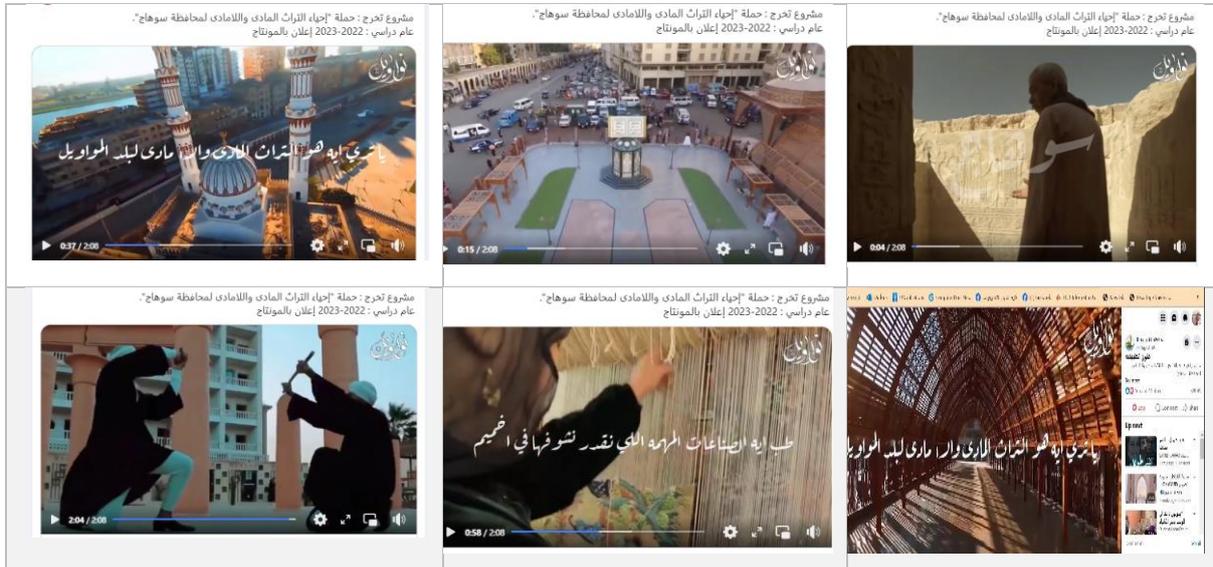
معلقات للبوستر لتعريف بالحملة  
شكل رقم (١٠)



شكل للزخرفة المستخلصة من النسيج  
بالمحافظة شكل رقم (٩)

<https://www.facebook.com/qalyubiya.gov.org/posts/pfbid0H4pCA7P8uiPEV71QjdibK18aP6>

pFJp7rGsR59Mr1F1ZH5YqvN6Qvr41MSU39ZyDVl



إعلان بطريقة المونتاج لمحافظة سوهاج يعرض على التواصل الاجتماعي شكل رقم (١٢)



إعلان بطريقة الموشن جرافيك لمحافظة سوهاج يعرض على التواصل الاجتماعي شكل رقم (١٣)

محافظه الوادي الجديد :حملة العايجه لتوعية بالتراث المادى واللامادى

أولاً: الملصقات الإعلانيه



تطبيق ليوستر لمحافظه الوادي الجديد  
شكل رقم (١٦)

تطبيق ليوستر لمحافظه الوادي  
الجديد شكل رقم (١٥)

تطبيق ليوستر لمحافظه الوادي الجديد  
شكل رقم (١٤)



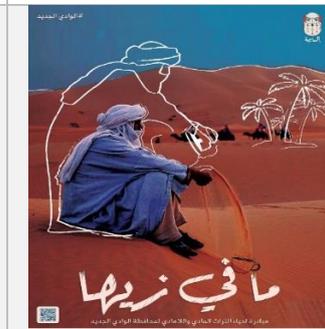
تصميم طوابع بريديه شكل رقم (١٨)



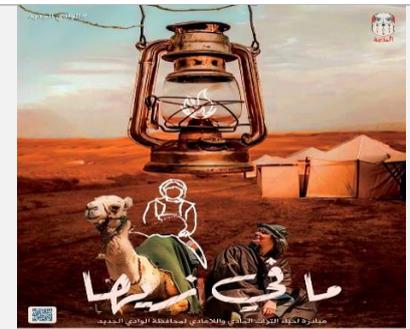
فكرة عمل المجموعه لمحافظه الوادي الجديد شكل رقم (١٧)



تصميم طوابع بريديه شكل رقم (٢١)



تطبيق ليوستر لمحافظه الوادي  
الجديد شكل رقم (٢٠)



تطبيق ليوستر لمحافظه الوادي الجديد  
شكل رقم (١٩)

<p>تطبيق لبوستر لمحافظة الوادي الجديد شكل رقم (٢٤)</p>	<p>تطبيق لبوستر لمحافظة الوادي الجديد شكل رقم (٢٣)</p>	<p>تطبيق لبوستر لمحافظة الوادي الجديد شكل رقم (٢٢)</p>
<p>تطبيق لبوستر لمحافظة الوادي الجديد شكل رقم (٢٧)</p>	<p>تطبيق لبوستر لمحافظة الوادي الجديد شكل رقم (٢٦)</p>	<p>مجموعه العمل لمحافظة الوادي الجديد شكل رقم (٢٥)</p>

تطبيق الموقع الإلكتروني :

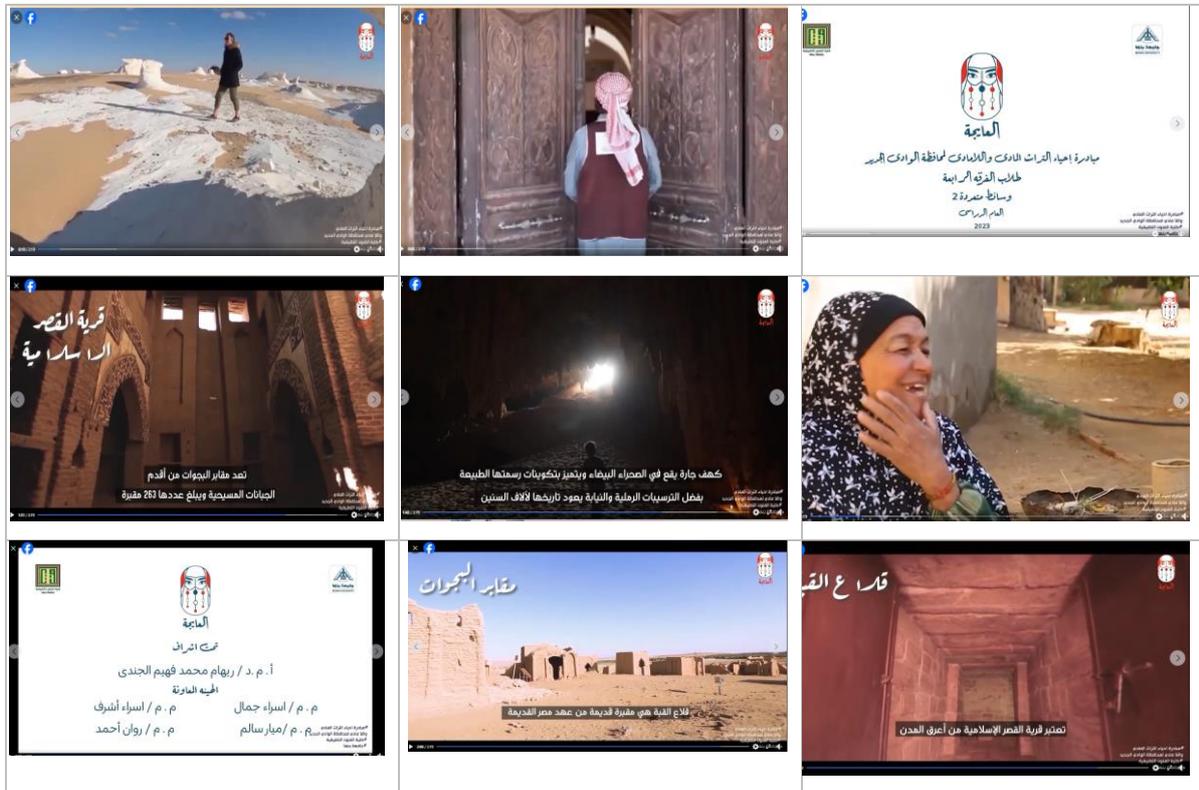



تطبيق لتصميم موقع إلكتروني لمحافظة الوادي الجديد (العايجه) شكل رقم (٢٨)

ثانيا: إعلان المونتاج وإعلان الإنفوجراف ونشرها على مواقع التواصل الرقمي ولينك النشر

<https://www.facebook.com/qalyubiya.gov.org/posts/pfbid0HTK31rri9wb89xkJzXbwz7wvYT>

[pF24EPNaagZmprZCtoqK5j1p6zg9416bNucRLqI](https://www.facebook.com/qalyubiya.gov.org/posts/pfbid0HTK31rri9wb89xkJzXbwz7wvYT)



تطبيق لعمل إعلان بطريقة المونتاج لمحافظة الوادي الجديد للتوعية بالتراث المادي وللماضي شكل رقم (٢٩)



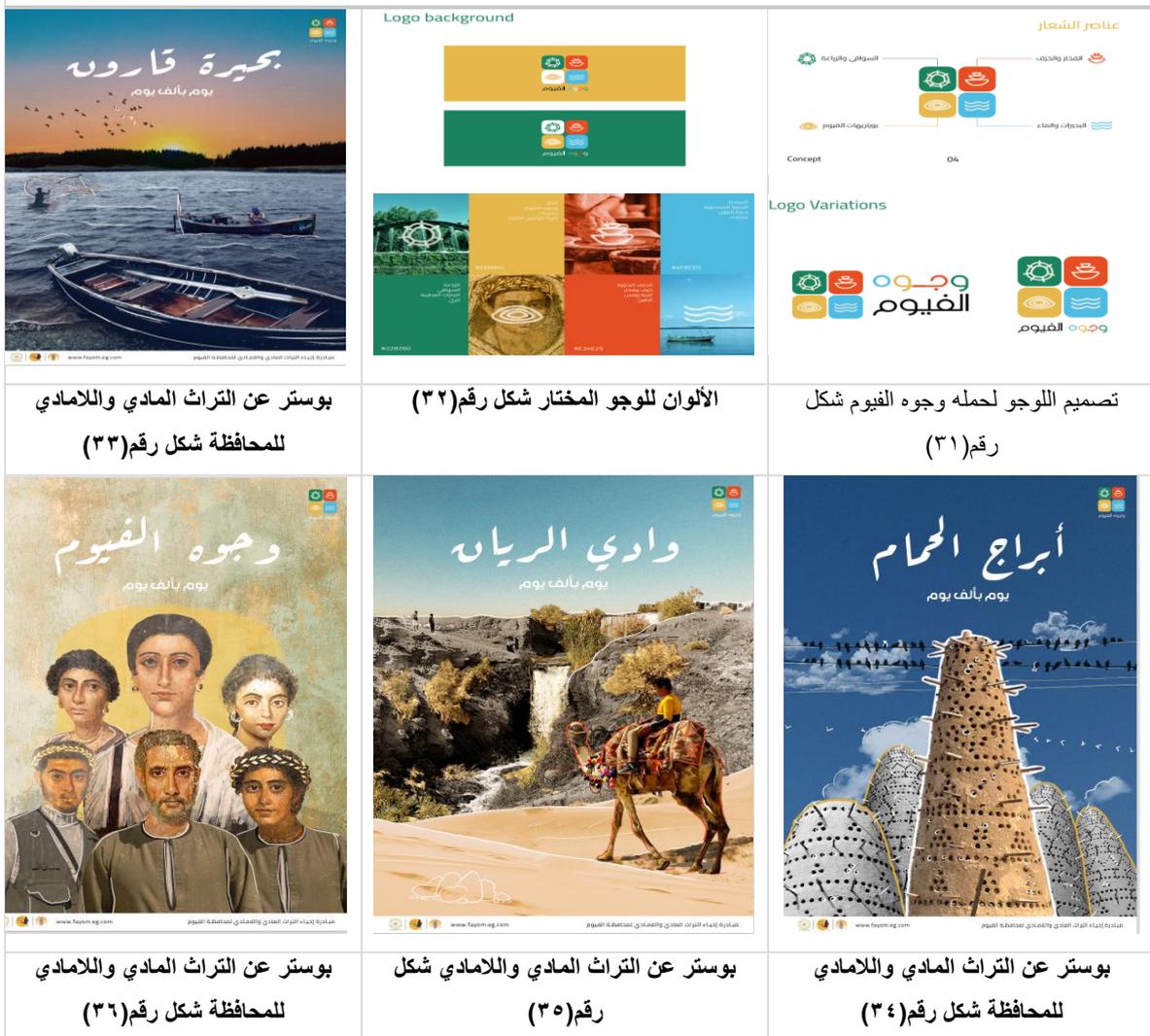


تطبيق لعمل إعلان بطريقة الإنفوجراف لمحافظة الوادي الجديد للتوعية بالتراث المادي وللإعلامي شكل رقم (٣٠)

### النموذج الثالث للمحافظات المصرية

محافظة الفيوم : حملة وجوه لتوعية بالتراث المادي واللامادي

أولاً: الملصقات الإعلانية والموقع الإلكتروني



بوستر عن التراث المادي واللامادي  
للمحافظة شكل رقم (٣٣)

الألوان للوجو المختار شكل رقم (٣٢)

تصميم للوجو لحملة وجوه الفيوم شكل  
رقم (٣١)

بوستر عن التراث المادي واللامادي  
للمحافظة شكل رقم (٣٦)

بوستر عن التراث المادي واللامادي شكل  
رقم (٣٥)

بوستر عن التراث المادي واللامادي  
للمحافظة شكل رقم (٣٤)

<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٣٩)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٣٨)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٣٧)</p>
<p>فريق العمل للمحافظة شكل رقم (٤٢)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٤١)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٤٠)</p>

تطبيق الموقع الإلكتروني :

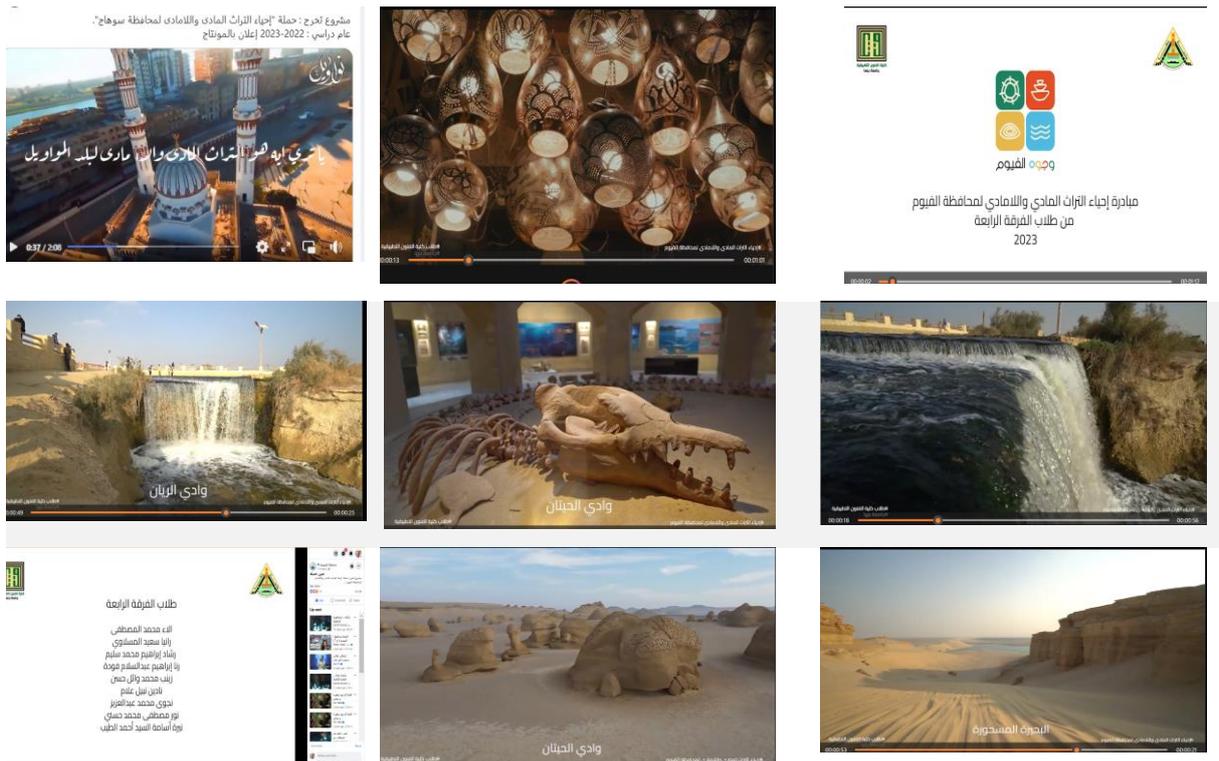
The application interface includes a registration page with fields for name and password, and a main page with a navigation menu (Home, Activities, Locations, Fayom, Main Page) and a featured article titled 'بحيرة قارون' (Lake Qarun). The content area displays various cultural activities such as bird watching, pottery, and traditional crafts, each with a brief description and a 'Discover More' button.



تطبيق لتصميم موقع إلكتروني لمحافظة الفيوم (وجوه الفيوم) شكل رقم (٤٣)

ثانياً: إعلان المونتاج وإعلان الإنفوجراف ونشرها على مواقع التواصل الرقمي لينك النشر

<https://www.facebook.com/qalyubiya.gov.org/posts/pfbid0HTK31rri9wb89xkZxXbwz7wvYTpF24EPNaagZmprZCtoqK5j1p6zg9416bNucRLqI>

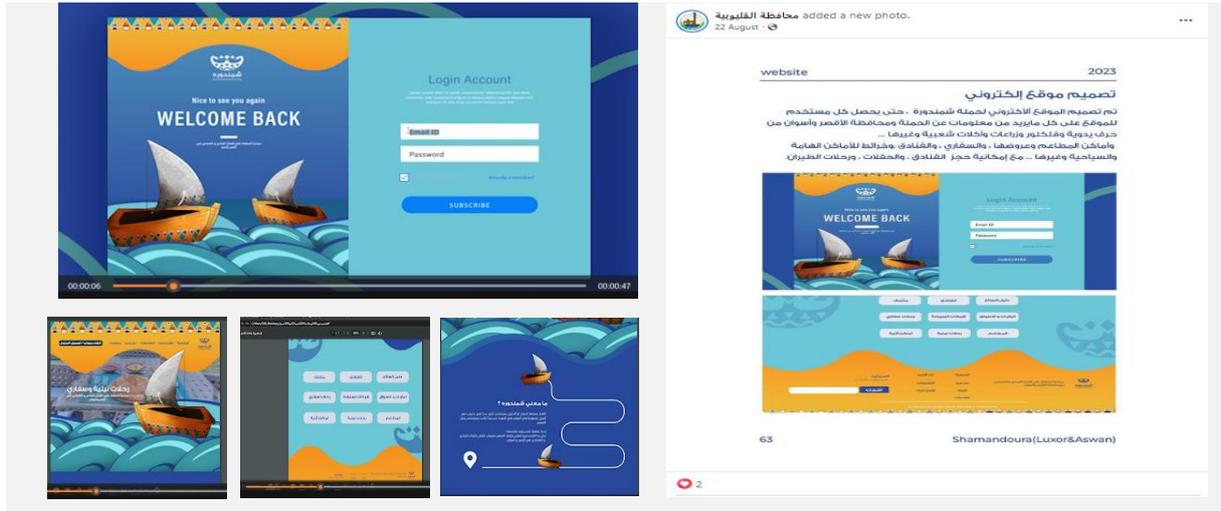


إعلان بطريقة المونتاج لمحافظة الفيوم يعرض على التواصل الاجتماعي شكل رقم (٤٤)



<p>56</p>	<p>53</p>	<p>55</p>
<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٥١)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي شكل رقم (٥٠)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٤٩)</p>
<p>48</p>	<p>54</p>	<p>52</p>
<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٥٤)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٥٣)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٥٢)</p>
<p>50</p>	<p>49</p>	<p>57</p>
<p>فريق العمل للمحافظة شكل رقم (٥٧)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٥٦)</p>	<p>بوستر عن التراث المادي واللامادي للمحافظة شكل رقم (٥٥)</p>

تطبيق الإلكتروني للموقع:

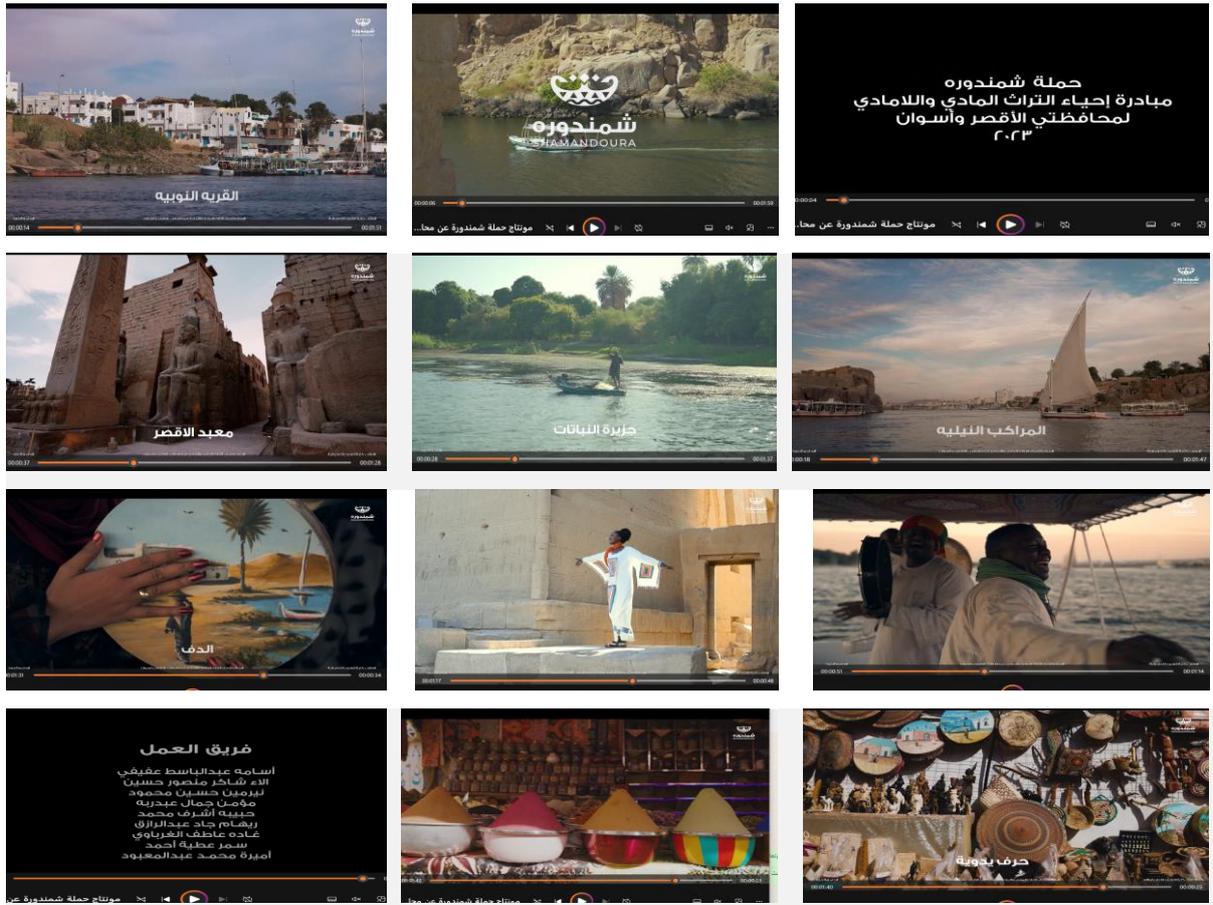


تطبيق لتصميم موقع إلكتروني لمحافظة الأقصر وأسوان حملة شمندورة شكل رقم (٥٨)

ثانياً: إعلان المونتاج وإعلان الإنفوجراف ونشرها على مواقع التواصل الرقمي لينك النشر

[https://www.facebook.com/qalyubiya.gov.org/posts/pfbid0993GYswxURtUDr7](https://www.facebook.com/qalyubiya.gov.org/posts/pfbid0993GYswxURtUDr7LsebSGnA2SZYda9LWmyVM9o1fizBj8P9ZPRwoAKEKFiNJwHeMI)

[LsebSGnA2SZYda9LWmyVM9o1fizBj8P9ZPRwoAKEKFiNJwHeMI](https://www.facebook.com/qalyubiya.gov.org/posts/pfbid0993GYswxURtUDr7LsebSGnA2SZYda9LWmyVM9o1fizBj8P9ZPRwoAKEKFiNJwHeMI)



تطبيق لعمل إعلان بطريقة المونتاج لمحافظة الأقصر وأسوان للتوعية بالتراث المادي وللإعلامي شكل رقم (٥٩)



إعلان بطريقة الإنفوجراف لمحافظة الأقصر وأسوان يعرض على التواصل الاجتماعي شكل رقم (٦٠)

**النتائج:**

1. زيادة وعي الشباب بتراث المادي ولامادي بمحافظات مصر من خلال دراسة أهم المعالم وثقافة المحافظات لها قوة تأثير على المتلقين وذلك عن طريق التفاعل اما بالمشاركة، او التعليق، او النشر.
2. توجيه التوعية الشباب بالإعلان الرقمي في زيادة الوعي بالتراث المادي ولللامادي وتعزيز الهوية الوطنية والانتماء.

**التوصيات:**

1. يجب إدخال التراث المادي ولامادي في مقررات مختلفة للحفاظ عليها وتوطيد روح الهوية لدى الشباب في برامج تصميم الإعلان في الكليات الأكاديمية المتخصصة.
2. الحاجة الى اجراء المزيد من الدراسات والبحوث المرتبطة بتراث مصر المادي و اللامادي نظرا لأهميته في السياحة و أثره في ارتباط الأجيال القادمة بوطننا مصر.

**المراجع****أولا: الأبحاث العربية**

1. الجندي, ريهام محمد فهميم. (٢٠٢٢). التأثير السيكولوجي للمفردات الشكلية للعناصر التراثية المصرية للترويج للإعلان السياحي الثقافي. *مجلة الفنون والعلوم التطبيقية*. 9(3), 181-192. doi: 10.21608/maut.2022.266041
2. فوزي العنتيل- بين الفولكلور والثقافة الشعبية - الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٧٨- (ص ٣٢٨)

fawzi aleintil- bayn alfulkukur walthaqafat alshaebiat - alhayyat almisriat aleamat lilkitab 1978- s 328)

3. دعاء عبد الفتاح، مميزات الإعلان الرقمي التفاعلي من خلال الوسائط الجديدة، مجلة العمارة والفنون، العدد العاشر. duea' eabd alfataahi, mumayizat al'iieelan alraqamii altafaeulii min khilal alwasayit aljadidati, majalat aleimarat walfunun, aleadad aleashir.

4. حاج سعد س., & مياطه ا. (٢٠٢٣). التراث المادي واللامادي لقلعة بني راشد وسبل المحافظة عليه. مجلة قيس للدراسات الإنسانية والاجتماعية, ٧(١), ٣٤٠-٣٥٦. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/218865>  
haju saed s., & mayatah a. (2023). alturath almadiyu wallaamadiu liqaleat bani rashid wasubul almuhafazat ealayhi. majalat qabs lildirasat al'iinsaniat walaijtimaeiati, 7(1),

### ثانيا: المراجع الأجنبية:

ELGINDY, R. The impact of social changes on digital advertising. majalat aleimarat walfunun al'iinsaniih, 2021; 6(2): 1029-1048. doi:10.21608/mjaf.2020.46271.1962

smail, amany Farouk Ramadan. "ALgwaneb ALFania wAL mo'alagat AL graphikia le tasmem AL sewar AL motatab'a le AL qisas ALmosawra ALraqamia". Magalet AL Emara w AL Fenoun w AL Elom AL Insania AL adad AL sabee ashr (2019): MN p 1 to 5

ELSA HEDLING, EMILED ENBORGAND SANNA STRAND , Embodying Military Muscles and a Remasculinized West: Influencer Marketing, Fantasy, and "the Face of NATO", Global Studies Quarterly (2022) 2, 1–12

### ثالثا: المواقع الإلكترونية

<https://www.almrsl.com/post/1105510>

[Daniel Wellington – elegant watches online | DW](https://www.almrsl.com/post/1105510)

[https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81\\_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AB\\_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AF%D9%8A#cite\\_note-b75adde7\\_d36a\\_45cd\\_981d\\_fe9887f059fb-3](https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AB_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AF%D9%8A#cite_note-b75adde7_d36a_45cd_981d_fe9887f059fb-3)

<https://www.unesco.org/ar/intangible-cultural-heritage>

<http://5ines.com/blog/marketing-memes-do-they-work>

<http://5ines.com/blog/marketing-memes-do-they-work>

<https://alordoon.com/news/archives/1506676>

### الهوامش

<sup>i</sup> "Tangible Heritage in Archaeology", link. Springer, Retrieved

[https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81\\_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AB\\_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AF%D9%8A#cite\\_note-b75adde7\\_d36a\\_45cd\\_981d\\_fe9887f059fb-3](https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AB_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AF%D9%8A#cite_note-b75adde7_d36a_45cd_981d_fe9887f059fb-3)

<sup>i</sup> "What is herita'ge?", open, <https://mawdoo3.com>

<sup>i</sup> The Significance of Cultural Heititage", <https://mawdoo3.com>