

دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الفنون التشكيلية من خلال تصميم و تسويق أقمشة و أزياء السيدات المطبوعة

The role of social media in spreading Plastic arts through designing and marketing printed fabrics and fashion for ladies

أ.م. د/ مني محمد عادل النحاس

استاذ مساعد بقسم الاتصال البصري – كلية الاعلام – جامعة الاهرام الكندية

Associ. Prof. Dr. Mona Mohamed Adel Elnahas

Associated Professor – Visual Communication Department - Faculty of Mass

Communication- Ahran Canadian University

monaadelnahas_ahmed@yahoo.com

الملخص :

تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: منصات، ومواقع على شبكة الإنترنت، تُمكن المُستخدِمين من إنتاج المحتويات بأنفسهم، وإجراء تفاعلٍ ثنائي الاتجاه مع المعلومات، ومصدرها . كما تساعد وسائل التواصل الاجتماعي علي ايجاد اهتمامات مشتركة بين رواد هذه المواقع و اصبحت شبكات التواصل الاجتماعي العامل الاول لخلق بيئة تسويقية جديدة ينشر من خلالها الكثير من المنتجات لجذب عدد كبير من المستخدمين لهذة المواقع . كما انها وسيلة جيدة لتحسين المجال المهني والوظيفي و بالتالي حرصت الباحثة علي دراسة الدور الفني لشبكات التواصل الاجتماعي و مدي امكانيتها في نشر الفنون المختلفة و مدي استفادة مصمم طباعة المنسوجات من مميزات هذه المواقع في نشر تصميماته و منتجاته المختلفة و قياس مدي رضاء الجمهور عن هذه المواقع و ما هي اسباب الاقبال عليها او الابتعاد عنها و قد قسم البحث الي عدة أجزاء مبتداء بالتعريف بالبحث من خلال المقدمة و المشكلة و الاهداف و الاهمية و الفروض و المنهجية ثم استعراض الاطار النظري للبحث ويشمل علي ماهية وسائل التواصل الاجتماعي ومميزاتها و انواع الفنون التشكيلية و ما يصلح استخدامه عبر هذه المواقع و خصائص التصميمات التي تصلح لطباعة المنسوجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي و ماهية العملية التسويقية وابتكار تصميمات تصلح للعرض عبر وسائل التواصل الاجتماعي و اشتمل البحث علي استطلاع للرأي العام و ذلك للتحقق من اهداف البحث احدهما لمصممي طباعة المنسوجات اللذين يعملون من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لعرض و تسويق منتجاتهم و الاخري للجمهور العام لمعرفة اسباب الاقبال علي التسوق و الشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي و ما هي مميزات و عيوب هذه المواقع و دورها المؤثر وبشكل فعال علي الجمهور المستهدف .

الكلمات المفتاحية :

شبكات التواصل الاجتماعي ، الفنون التشكيلية ، تسويق الأقمشة المطبوعة

Abstract

Social media networks are platforms on the Internet that enable users to produce content themselves, and to conduct a two-way interaction. Social media also helps to find common interests among the pioneers of these sites, social networks have become the first factor in creating a new marketing environment through which many products are published to attract a large number of users. It is also a good way to improve the professional field, and therefore the researcher was keen to study the artistic role of social networks and their potential in

spreading various arts and the extent to which the textile printing designer benefits from the advantages of these sites in publishing his designs and products and measuring the extent of public satisfaction And what are the reasons for their turnout ,The research has been divided into parts, beginning with the introduction, problem, goals, importance, assumptions and methodology, then the theoretical framework includes what social media is, its features, types of plastic arts, the characteristics of designs that are suitable for printing textiles through social media, what is the marketing process, and the creation of designs suitable for display through social media. The research included two public opinion polls. To verify the objectives of the research, one of them is for textile print designers who work through social media to display and market their products and the other for the general public to find out the reasons for the popularity of shopping and buying through social media, what are the advantages and disadvantages of these sites and their effective on the target audience .

Keywords:

social media ,Plastic arts , marketing printed fabrics

مقدمه:

عرف الفنون التشكيلية بأنها تلك الفنون التي تُصور الحالة الشعورية للإنسان وتجسدها في عمل يتسم بالجمال ويُحقق الإمتاع النظري لمشاهده، وذلك عن طريق تطويع الألوان والمساحات والخطوط وغيرها من المزايا الشكلية للأشياء، ويندرج ضمنها مجموعة كبيرة جداً من الفنون كالنحت، والرسم، والتصوير، بالإضافة إلى الفنون التطبيقية الغنية بالإبداع والجمال الشكلي وقد تعددت مجالات الفنون التشكيلية علي مر العصور و تعاقب الحضارات المختلفة مما ساعد علي تواجد العديد من الموضوعات الفنية التي تساعد مصمم طباعة المنسوجات علي الاستلهاً منها و ابتكار العديد من الموضوعات الفنية الجديدة .

و لما كان المصمم في حاجة دائمة الي اظهار اعماله الفنية الي المتلقي بغرض الارتقاء بالذوق العام و كذلك تعريف المتلقي بانواع جديدة من الفنون لم يكن ليعرفها او يعرف امكانية تطبيقها في مجال المنسوجات .فكانت شبكات التواصل الاجتماعي هي المنصة الحديثة التي تساعد المصمم في نشر اعماله الفنية و ابداعاته في مجال التصميم طوال الوقت حيث انها تعتبر معرض مجاني متاح بشكل مباشر للمتلقي و سلاحا من اسلحة الجذب و التأثير علي رواد المواقع الالكترونية لما لها من تأثير مباشر علي عملية التسويق عبر الانترنت حيث انها تتيح للمتلقي شراء كل ما يريد بسهولة و يسر و بدون مغادر المنزل و متاحة علي مدار 24 ساعة دون التقيد بمواعيد الفتح و الاغلاق و كذلك تتيح الفرصة للأفراد بالتفاعل مع بعضهم البعض وبناء العلاقات و التعرف علي ردود افعال المستهلكين تجاه المنتجات المعروضة و ما هو جيد و ما هو رديء و التعرف علي ثقافة المتلقي و تقييمه للمنتجات المعروضة و ما هي مميزات و معوقات التسويق الالكتروني من وجه نظر المستهلك و هل التسويق الالكتروني اصبح بديلا للتسويق التقليدي أم داعم و مؤيد له .

مشكلة البحث :

- 1- دراسة الدور الفني لشبكات التواصل الاجتماعي لنشر الفنون التشكيلية لم يلق القدر الكافي من الدراسة في الدراسات السابقة .
- 2- التحليل الفني لانواع الفنون التشكيلية التي تصلح للعرض و النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي لم تلق قدر كبير من الدراسة التحليلية المستفيضة .

3- اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي معرض مجاني لمصمم طباعة المنسوجات لعرض تصميماته المبتكرة و تسويقها لم يتم التركيز عليها و ابراز دورها الفني بشكل كافي في الدراسات السابقة .

أهمية البحث :

- 1- تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بسعة الانتشار و التأثير المباشر علي الجمهور المستهدف مما يجعلها من افضل الوسائل الحديثة لنشر الفنون المختلفة .
- 2- المسؤولية الثقافية لمصمم طباعة المنسوجات لرفع ذوق الجمهور من خلال تصميمات مبتكرة و متميزة فنيا و منتشرة بشكل سريع .
- 3- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمجال لزيادة فرص عمل جديدة لشباب الخريجين من مصممي طباعة المنسوجات

أهداف البحث : يهدف البحث الي :

- 1- دراسة تحليلية لدور شبكات التواصل الاجتماعي و ما بها من مميزات و عيوب و دورها المؤثر بشكل فعال علي الجمهور المستهدف .
- 2- دراسة انواع الفنون التشكيلية التي تصلح للعرض داخل شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الشكل الفني و المساحات اللونية و الفن التراثي المستخدم
- 3- اظهار اهمية شبكات التواصل الاجتماعي لمصمم طباعة المنسوجات لنشر تصميماته و تسويقها و اتاحة فرص عمل جديدة لشباب الخريجين .
- 4- ابتكار تصميمات تجمع بين عدد من الفنون التشكيلية المختلفة تصلح للعرض علي شبكات التواصل الاجتماعي .

فروض البحث :

- 1- دراسة الدور الفني لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر الفنون التشكيلية المختلفة يؤدي الي التعرف علي ماهية الفنون المختلفة و الارتقاء بذوق المستهلك .
- 2- استخدام مصمم طباعة المنسوجات لشبكات التواصل الاجتماعي لعرض تصميماته يؤدي الي نشر المزيد من الفنون التشكيلية و التصميمات المبتكرة و زيادة فرص العمل لشباب الخريجين .
- 3- استقبال مصمم طباعة المنسوجات لردود الافعال السريعة من الجمهور المستهدف من خلال تسويق التصميمات يؤدي الي تحفيز المصممين الي ابتكار المزيد من التصميمات و تعديل اوجة القصور بشكل تفاعلي مباشر.

منهجية البحث :

- 1- **المنهج الوصفي** : لوصف دور شبكات التواصل الاجتماعي و ما بها من مميزات و عيوب .
- 2- **المنهج التحليلي** : لانواع الفنون التشكيلية و التراثية المختلفة التي تصلح للعرض و النشر داخل شبكات التواصل الاجتماعي .
- 3- **المنهج التجريبي** : يتناول الجانب الابتكاري لعمل التجارب و الحلول الفنية لعدد من التصميمات التي تصلح للعرض داخل شبكات التواصل الاجتماعي .

4- المنهج الاحصائي: ويشتمل علي استطلاعين للرأي العام الاول لمصممي طباعة المنسوجات حول مدي الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي كمعرض مجاني لهم و الثاني للجمهور العام لقياس مدي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي الجمهور فنيا و اقتصاديا .

حدود البحث :

- 1- حدود زمانية: بداية ظهور شبكات التواصل الاجتماعي و تطورها
- 2- حدود مكانية: دراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي مصمم طباع المنسوجات و الجمهور العام داخل جمهورية مصر العربية .
- 3- حدود موضوعية :
 - دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي و اهميتها .
 - دراسة انواع الفنون التشكيلية المختلفة و الفنون التراثية .
 - مدي استفادة مصمم طباعة المنسوجات من شبكات التواصل الاجتماعي .
 - التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
 - مدي تأثير عرض الاقمشة و المنسوجات علي الاستجابة الشرائية للجمهور العام .
 - ابتكار عدد من التصميمات التي تصلح للعرض داخل شبكات التواصل الاجتماعي .
 - التحليل الاحصائي .

محاور البحث :

- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
- الفنون التشكيلية
- التحليل الفني لعدد من تصميمات الاقمشة و الازياء المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
- استمارة الاستبيان لمصممي طباعة المنسوجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- استمارة الاستبيان للجمهور العام
- التحليل الاحصائي الاستبيان للجمهور العام
- ابتكار التصميمات تصلح للعرض عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- النتائج و التوصيات

الاطار النظري :

المحور الاول : ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

يُمكن ان تعريف شبكات التواصل الاجتماعيّ على أنّها: منصّات، ومواقع على شبكة الإنترنت، أو على الهاتف المحمول، تُمكن المُستخدمين من إنتاج المُحتويات بأنفسهم، وإجراء تفاعلٍ ثنائيّ الأتجاه مع المعلومات، ومصدرها. ومن الجدير بالذكر أنّ تعريف وسائل التواصل الاجتماعيّ لا يُمكن تطبيقه على كافّة المنصّات، والمواقع على الإنترنت²؛ فهناك منصّات، ومواقع إلكترونيّة لا تُتيح إمكانيّة التوصل، والتفاعل مع الآخرين، أو أنّها تُتيح فقط نُشر التعليقات، والردّ على المنشورات⁸. كما تساعد وسائل التواصل الاجتماعي علي ايجاد اهتمامات مشتركة بين رواد هذه المواقع و تبادل المشاكل والحلول²⁴ و اصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مثل facebook و Twitter العامل الاول لخلق بيئة تسويقية

جديدة ينشر من خلالها الكثير من المنتجات لجذب عدد كبير من المستخدمين لهذه المواقع⁹. كما توفر وسائل التواصل الاجتماعي مجموعة متنوعة من التفاعل بين المستخدمين من خلال الرسائل و التعليقات و البريد الالكتروني و احتياج كثير من المستخدمين الي التعبير عن الذات أو تبادل الاراء و الفكاهة أو الهروب من مشاكل الحياة¹⁰ و تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تحتوي علي ثلاثة عناصر مميزة لها و هي تواجد عدد كبير من الاعضاء داخل الموقع أو صفحة الويب و القدرة علي اضافة اعضاء جدد الي الموقع و تدعيم سهولة التفاعل بين الاعضاء داخل الموقع الواحد¹¹. و قد بدأت وسائل التواصل الاجتماعي في الانتشار خلال العشرين عاما الماضية و تزايد عدد المستخدمين لهذه المواقع بسرعة كبيرة حتي وصل الي اكثر من 500 مليون مستخدم حول العالم مما ساعد كثير من الشركات علي خلق بيئة تسويقية جديدة عبر هذه الوسائل الالكترونية²⁵

خصائص وسائل التواصل الاجتماعي:

تتسم وسائل التواصل الاجتماعي ببعض السمات التي تُعطيها طابعاً فريداً ومميزاً وتتمثل هذه السمات في الآتي:

- تُوفّر للمستخدمين خدمات إعلانية، يقوم المُعلنون بعرضها مقابل مبالغ مالية محددة بين الطرفين²⁶.
- العديد من هذه المواقع يعمل بشكل مجاني تماماً؛ حيث إنها تُمكن المستخدمين من مشاركة المحتوى والتفاعل معه من دون أي مقابل مالي⁶
- تعتمد هذه الوسائل في عملها على القيام بجمع المعلومات عن كل المستخدمين، وما يقومون به من نشاطات من خلالها؛ حتى تتعرف على اهتماماتهم، الأمر الذي يُساعدها على تحقيق أهدافهم من إعلانات ومحتويات.
- تمتاز مواقع التواصل بالتنوع الشديد، فمنها مواقع متخصصة في كل المجالات تقريباً مثل الفيسبوك، وهناك مواقع أخرى تتخصص في نوع واحد من المحتوى مثل اليوتيوب المتخصص في الفيديوهات، وموقع لينكد إن للبيزنس والتوظيف¹².

مُميّزات وسائل التواصل الاجتماعيّ

تتميّز وسائل التواصل الاجتماعيّ بعدد من المُميّزات، والسّمات، وفي ما يلي أهمّها¹³:

التوفير و الاقتصادية	سهولة الاستخدام	تعدد الاستعمالات	التفاعلية	العالمية
أي أنّ وسائل التواصل الاجتماعيّ تُوفّر الوقت، والجهد، والمال؛ فهي مجانيّة الاشتراك، والتسجيل، حيث إنه بإمكان أيّ شخص امتلاك منصّته الخاصّة به على الإنترنت.	أي أنّ تعلّم كيفية استخدامها ليس مُستحيلاً، إذ إنه بإمكان أيّ عاقل استخدامها، والتواصل، والتفاعل عبرها مع الآخرين؛ فهي ذات لغة بسيطة، وسهلة.	أي أنّها تُتيح للمستخدم فعل ما يرغب فيه، أو يحتاجه؛ فهي مصدر تعلم للطالب، ومصدر تواصل للقارئ، والكاتب، ومصدر نشر العلم للعالم، والباحث، وغير ذلك الكثير.	أي أنّها تُتيح للمستخدم إمكانية الإرسال، والاستقبال، والمشاركة، وإمكانية التفاعل مع الآخرين، وهي بذلك تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية	أي أنّها لا تُعترف بالحواجر المكانية، والجغرافية بين الدول، والبُلدان؛ حيث إنه بإمكان أيّ شخص أن يتواصل مع شخص آخر في أيّ مكان من العالم

كما انها وسيلة جيدة لتحسين المجال المهني والوظيفي ويوجد العديد من مواقع التواصل المتخصصة في مجالات البيزنس والأعمال والتوظيف و كذلك مُتابعة الاهتمامات حيث يوجد مجموعة من الصفحات والمجموعات التي تتناول كل الاهتمامات تقريباً دون تخصصها بشيء أو غرض معين. كما انها وسيلة للترفيه والتخلص من ضغوط ومشاكل الحياة²⁷

عيوب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

على الرغم من كل المميزات السابقة، إلا أنه يوجد العديد من العيوب والسلبيات للسوشيال ميديا أيضاً والتي تتمثل في

الآتي 14



المحور الثاني : الفنون التشكيلية

مفهوم الفنون التشكيلية

عرفت الفنون التشكيلية بأنها تلك الفنون التي تُصور الحالة الشعورية للإنسان وتجسدها في عمل يتسم بالجمال ويُحقق الإمتاع النظري لمشاهده، وهي كافة الفنون التي تستخدم مفردات الشكل " اللون، المساحة، الخط، الكتلة " في التعبير عن الموضوع

وذلك عن طريق تطوير الألوان والمساحات والخطوط وغيرها من المزايا الشكلية للأشياء، ويندرج ضمنها مجموعة كبيرة جداً من الفنون كالنحت، والرسم، والتصوير، بالإضافة إلى الفنون التطبيقية الغنية بالإبداع والجمال الشكلي²⁸.

نبذة تاريخية عن الفنون التشكيلية

عرف الإنسان الفنون التشكيلية قبل عشرات الآلاف من السنين، حيث صور الجسد البشري برسومات وتمائيل اتسمت بالبدائية والبساطة، واقتصرت على الشكل الخارجي، وأوجد المصريون القدماء أسلوباً مميزاً في التصوير التشكيلي فأظهروا الطبقة الاجتماعية في أعمالهم²⁸، واحتلت رسوماتهم المساحة الأكبر في تزيين كل من القصور، والمعابد، والمقابر. اشتهرت اللوحات الرومانية في أوروبا بواقعيته، حيث أنها عالجت قضايا حياتهم اليومية، وفي العصور

الوسطى برز الفن البيزنطي الذي خالف الكنيسة بتحريف الشكل الإنساني الذي ساد تصويره تصويراً وصفاً دقيقاً من قبل، وبات هذا الفن يحظى بقيمة مرموقة بين الفنون آنذاك²⁹.

مدارس الفن التشكيلي

تتعدد مدارس الفن التشكيلي، ومن أشهرها المدرسة الواقعية: انتهج رواد المدرسة الواقعية نهج تصوير الواقع دون تغيير أو مجاملة، فاقترنت أعمالهم على رسم المناظر الطبيعية المجردة. الانطباعية: بدأ الفنانون بالتحول من النهج الوصفي المجرى للطبيعة إلى استخدام الضوء وما يخلقه من تأثيرات. الرمزية: هدفت الرمزية إلى الحفاظ على جمالية الفنون وما تتضمنه من خيال وروح حالمة من الاندثار، بعد أن تفشت قيم الحضارية المادية عقب الثورة الصناعية. التعبيرية: قامت هذه المدرسة على تحريف الأشكال وبيان ازدواجية العناصر، كالجسد والنفوس، والروح والمادة، وقد ظهرت في أوروبا الشمالية وبرزت مع انتهاج فان كوخ أسلوبها في لوحاته³⁰ المدرسة التكعيبية هي ذلك الاتجاه الفني الذي أتخذ من الأشكال الهندسية أساساً لبناء العمل الفني إذا قامت هذه المدرسة على الاعتقاد بنظرية التبلور التعدينية التي تعتبر الهندسة أصولاً للأجسام. أعمدت التكعيبية الخط الهندسي أساساً لكل شكل كما ذكرنا فاستخدم فنانونها الخط المستقيم والخط المنحني، فكانت الأشكال فيها إما أسطوانية أو كروية، المدرسة التجريدية اهتمت المدرسة التجريدية الفنية بالأصل الطبيعي، ورؤيته من زاوية هندسية، حيث تتحول المناظر إلى مجرد مثلثات ومربعات ودوائر، وتظهر اللوحة التجريدية أشبه ما تكون بقصاصات الورق المترامية أو بقطاعات من الصخور أو أشكال السحب، أي مجرد قطع إيقاعية مترابطة ليست لها دلائل بصرية. المدرسة السيريالية نشأت المدرسة السيريالية الفنية في فرنسا، وازدهرت في العقدين الثاني والثالث من القرن العشرين، وتميزت بالتركيز على كل ما هو غريب ومتناقض ولا شعوري. وكانت السيريالية تهدف إلى البعد عن الحقيقة وإطلاق الأفكار المكبوتة والتصورات الخيالية وسيطرة الأحلام. واعتمد فنانون السيريالية على نظريات فرويد رائد التحليل النفسي، خاصة فيما يتعلق بتفسير الأحلام⁴.

المدرسة الرومانسية اعتمدت المدرسة الرومانسية على الخيال والعاطفة والإلهام أكثر من المنطق، فيختار الفنان الرومانسي التعبير عن الموضوعات الغريبة غير المألوفة بعواطف وأحاسيس وتصرفات تلقائية حرة. من أشهر فناني المدرسة الرومانسية، الفنان يوجيه دي لاكرواه بلوحته المشهورة بالحرية تقود الشعب، والفنان جاريكو بلوحته غرق الميوز³¹.

أنواع الفنون التشكيلية:

الرسم:

وهو الفن الذي يتم فيه التعبير عن الأحساس والموضوعات المختلفة بواسطة الأشكال والخطوط والألوان ويتم فيها استخدام أدوات متعددة كأقلام الرصاص والشمع والخشب واللوان الزيت والمياه وغيرها.

الطباعة:

وهي قيام الفنان بعمل نسخ متعددة للشكل الواحد، ويتم ذلك عن طريق الحفر أما علي الخشب أو المعدن عن طريق أدوات الضغط، أو علي القماش عن طريق العقدة أو الاستنسل.

التصوير:

هو عملية تعبيرية باستخدام لون ما على أي سطح ويُعد التصوير من أكثر الفنون التي أثرت في المجتمع وتأثرت لاندماجها وامتزاجها بالحركات الفنية الثقافية. ويشمل التصوير الرسم الملون، والتصوير الجداري، والتصوير الزيتي.

النحت:

هو تلك العملية التي يقوم فيها الفنان بتشكيل أي شكل من مادة خام غير مهياًة كالحجر أو الطين أو الخشب ومن أنواعه النحت البارز والنحت الغائب وهناك أيضا النحت ثلاثي الأبعاد كالتماثيل التي يمكن رؤيتها من جميع الاتجاهات ويسمى كذلك بالنحت الميداني.

الفن الجداري:

والذي يشمل عدة أقسام وأنواع كالمحفورة أو المرسومة أو الفسيفساء وهي عبارة عن جمع قطع صغيرة وعمل لوحة فنية معبرة ذات ألوان جميلة وجذابة ومتناسقة⁷.

الكتابة بالخط:

تتميز الكتابة باللغة العربية وبالخط العربي لكون حروفها متصلة مما يمنحها قابلية لاكتساب أشكال هندسية متنوعة من خلال التداخل والتركيب والتشابك والمد والرجع والاستدارة والتزوية، فهو تصميم الكتابة وتطويع الفن لها في مختلف اللغات التي تستخدم الحروف العربية³².

الكولاج، فن التجميع:

هو فنٌ يُكوّنُ شكلاً جديداً من شكليّ مُكتملٍ سابق عن طريق قص ولصق الكثير من المواد معاً، واستخدام تقنية الكولاج له تأثير جذريّ في القرن العشرين بين الرسومات الزيتية كنوع من الفن التطويريّ الجاد أو الفن التجريديّ

وسائل التواصل الاجتماعي والفن التشكيلي

فرضت وسائل التواصل الاجتماعي وجودها وتأثيراتها على مختلف نواحي الحياة والفن التشكيلي كان أحد هذه الجوانب الذي برزت إيجابية هذه المنصات وسلبياتها على تفاصيله، فنحن امام وسيلة خطيرة متاحة لكل وتؤدي وظيفة حساسة . أن الفن التشكيلي أحد منتجات الإنسان ومن حقه أن يكون متاحاً للجميع ولكن كيف يتم عرضه على وسائل التواصل، مشيراً إلى ضرورة التعامل مع هذا الفضاء بحذر شديد ووعي من جميع الأطراف المشاركة فيه الناشر والمتلقي، مؤكداً أن وسائل التواصل الاجتماعي أداة تسويق وإعلان وحوار وممكن أن تكون فوضوية وتذهب إلى أماكن غير منضبطة، لذلك لابد من جهة تقود الحوار سواء أكاديمية أو اعلامية أو رسمية كما أن وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت وفرت إمكانيات غير متوقعة لوصول المعلومات للجميع وهذا ظهر عبر قطاعات مختلفة منها الفنون الجميلة، مما مكننا من التعرف على نتاج البلدان الأخرى ومستواها الفني ورؤية متاحف عالمية وصلات عرض مهمة وصفحات لفنانين عالميين ووفرت ما لم يكن متوفراً بما يخص المعلومة والصورة الصحيحة للعمل الفني، وغيرت مفهوم الفنان العالمي وباختصار أصبح التواصل أوسع ولم يعد مقتصرأ على أسس محددة، كما ساهمت صفحات الفنانين الرواد برؤية أعمالهم لافتاً إلى أن الإنترنت أمر واقع ووسائل التواصل الاجتماعي هي جزء أصيل من حياتنا وعلينا فقط التركيز على كيف نجعلها مفيدة للفن التشكيلي فالتجارب ساعدت على التواصل مع العالم وخلقت حواراً بين الفنان والجمهور وأصبح لدينا فرصة للتمييز وباختصار وسائل التواصل الاجتماعي منحت الفن التشكيلي فرصة نادرة للتوثيق³³.

مواصفات تصميمات وسائل التواصل الاجتماعي

اسس تصميم

تعتبر اسس التصميم هي السبب في اظهار التناسق بين عناصر التصميم، ومراعاة المصمم لهذه الأسس ضروري كما انه يساعده اثناء عمله يساعده على ابتكار تلك التصميمات المتناسقة الجميلة. لكن عملية التصميم هي عملية ابتكارية ولهذا لا يجب علي مصمم ان يكون اسير هذه الاسس بل يجب عليه ان يعمل ويصمم بحرية، ترجع أهمية التصميم الي الدور الذي تؤديه هذه الوظيفة في تنشيط هذه الصناعة، فالتصميم هو ابتكار اشكال جديدة تتحول بعد ذلك الي منتجات يمكن بيعها³⁴

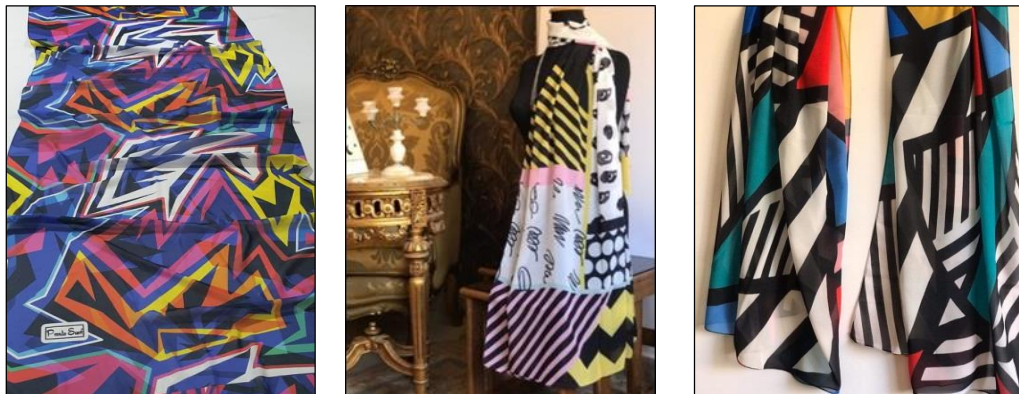
و لتصميمات وسائل التواصل الاجتماعي مواصفات خاصة: وكذلك مهارات مختلفة لمصمم طباعة المنسوجات فيجب ان يراعي المصمم ان تكون التصميمات سهلة في انتاجها ومناسبة لمهارات العمال، وان تكون أساليب انتاجها عملية كما ان الابتكار والتجديد هو روح هذه الصناعة و تقديم تصميمات مميزة و مختلفة و هذا يتطلب البحث الدائم عن الافكار الجديدة و ابتكارها و يجب علي المصمم ان يكون علي دراية بالسوق و المستهلك و الاله ان يكون قادر علي تحقيق افكاره . و كذلك ابتكار الأفكار الجديدة التي تخدم المجتمع بتقديم ما يناسب ثقافته وعاداته ونمط الحياة فيه، كما يساعد علي إقامة المشروعات وتوفير فرص عمل للشباب

و اتقان مفهوم التصميم بشكل عملي وواقعي وبالأسلوب الذي يساعد المصممين المبتدئين على العمل في صناعة الملابس و الازياء وإنشاء بيوت ازياء مصرية عالمية، تهتم بقيمة الموضة النابعة من الثقافة، وتخدمها، وليس مجرد موضة تابعة تقلد ما يبتكره الآخرين وبهذا يصبح التصميم هو المحرك الأساسي لهذه الصناعة ولكي يستطيع المصمم أن ينجح في تصميم منسوجات تخدم المجتمع يحتاج إلى تجهيز نفسه بالمعرفة والمهارات الضرورية لتنفيذ تصميماته، ولهذا يوجد فرق كبير بين مصمم يرسم أشكال جميلة ومصمم اخر يعرف كيف ينتج منتجات جميلة، والتصميم إذا ظل محبوسا فوق الورقة ولم يتحول إلي منتج فلا قيمة فعلية له¹⁵

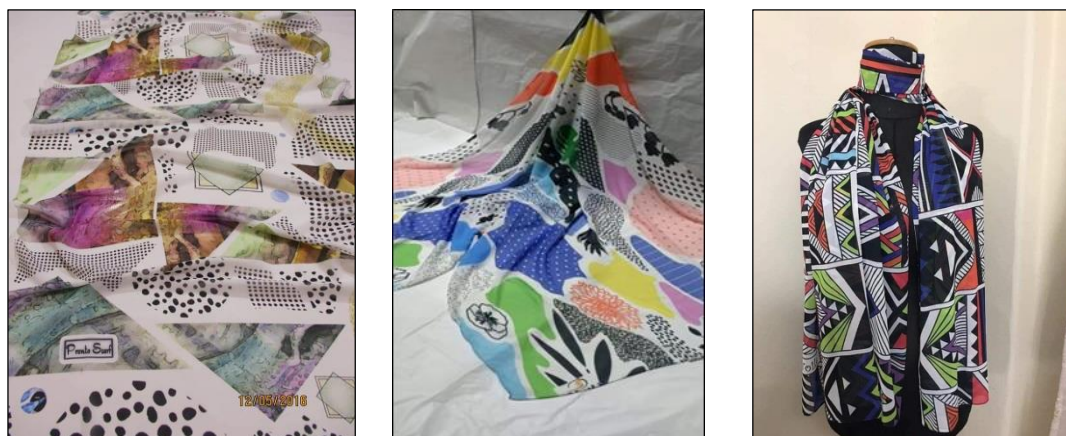
التحليل الفني لعدد من تصميمات الاقمشة و الازياء المعروضة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تصميمات تعتمد علي اسس التصميم (الخط و اللون)



اعتمد المصمم عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي التصميمات التي تحتوي علي مجموعة من الخطوط المنكسرة و المتغيرة السمك و التي تجمع بين اللون الابيض و الاسود و مضاف اليها مجموعة من الالوان الاخري الموزعة في انحاء التصميم. و تتميز هذه التصميمات بأنها تصلح لجميع المراحل العمرية .



و تظهر التصميمات معتمدة علي عنصر الخط مع اختلاف سمك الخطوط و كذلك نوعية من الخطوط الرأسية و الافقية و المنكسرة و تستخدم المجموعات اللونية للربط بين الخطوط باستخدام مجموعات لونية متناسقة .



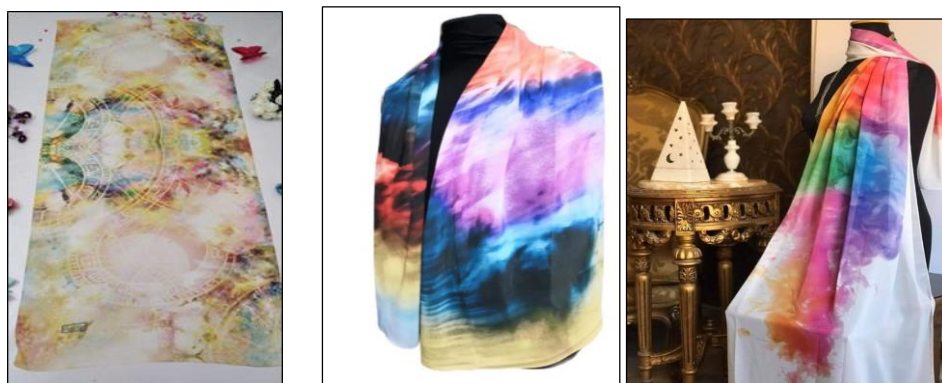
و كذلك تظهر التصميمات تعتمد علي عناصر اسس التصميم من الخط و اللون و تأثيرات الملامس و اعتمد التصميم علي التراكب بين استخدام اللون كخلفية و اضافة الخطوط المختلفة السمك فوقها و تأثيرات الملامس فوق الالوان المختلفة ليبدوا التصميم بسيط في مظهره و لكن اجتماع مجموعة من عناصر التصميم في تصميم واحد يعطي احساس بالتنوع و الابتكار .



شكل (1) تصميمات تعتمد علي اسس التصميم

و ايضا اعتمدت التصميمات علي العناصر الهندسية كالخط و الدائرة و المثلث كما اعتمد التصميم علي التباين في استخدام الاشكال و اعتمد علي استخدام الخلفية البيضاء كأساس للتصميم و استخدام مساحات اللون لملاً هذه العناصر الهندسية و جاءت الالوان المستخدمة متناسقة بشكل كبير . و من الواضح ان التصميمات التي تعتمد علي اسس التصميم تعطي للمصمم مساحة كبيرة للابتكار و التميز حيث ان طبيعة هذه الاسس متنوعة و متباينة في شكلها و يمكن الدمج بينها بكل سهولة للحصول علي تصميمات لا حصر لها متنوع مبتكرة و هو الاساس الذي يعتمد عليه مصمم طباعة المنسوجات كما ان هذه التصميمات تصلح لجميع الاعمال بلا استثناء مما يعطي فرصة كبيرة لتسويق المنتجات علي عدد كبير من الجمهور المستهدف .

استخدام اللون في التصميمات



شكل (2) تصميمات تعتمد علي اللون

اعتمدت التصميمات علي استخدام اللون كأساس للتصميم و اعتمد علي كيفية الخلط بين الالوان و الحصول علي عدد من الالوان الجديدة نتيجة لهذا الخلط و تم تقسيم التصميم علي هيئة خطوط أفقية وهمية و يظهر التداخل بشكل واضح بين الالوان و الخلفية لتظهر الخلفية كأنها جزء من الوان التصميم بشكل فني متكامل و ما يميز التصميمات المعتمدة علي اللون فقط بانها تصلح لجميع الاعمار دون استثناء فلا يمكن تقسيها الي فئات عمرية ممكن يجعل نطاق التوزيع اكبر

استخدام عناصر الفن الاسلامي

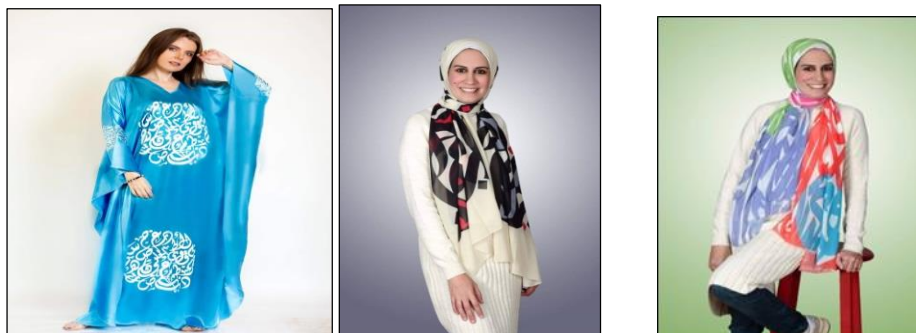


شكل (3) تصميمات تعتمد علي الفن الاسلامي

اعتمدت التصميمات علي استخدام العناصر الاسلامية المختلفة و منها النجمة الاسلامية بالوانها البراقة المتميزة و تم استخدام اسلوب التكرار للعنصر الواحد و باحجام مختلفة و ذلك في طباعة الاشارات بشكل اساسي و كذلك يتم استخدام النجمة الاسلامية كعنصر منفرد و بحجم كبير كما في العباءات الاسلامية و من الملاحظ انه يمكن استخدامها كخطوط اساسية بدون لون او ان تكون مدمجة مع الخلفية بالوانها المستوحاة من نفس الالوان ذاتها و تتميز ايضا النجمة الاسلامية

بمرونة التوظيف علي اكثر من منتج و بالتالي تظهر واضحة يمكن استخدامها و تسويقها علي الكثير من الازياء بشكل جذاب و راقى .

الخطوط العربية



شكل (4) تصميقات تعتمد علي الخطوط العربية

تتميز الخطوط العربية ببساطة الشكل و روعة و جمال التصميم حيث انها تتمتع بمرونة الخطوط و سهولة تشكيلها و كذلك استخدام الالوان بداخلها فمن الممكن ان تكون باللون الاسود علي خلفية بيضاء او ان تكون متعددة الالوان داخل التصميم الواحد مع مراعاة تناسق الالوان او ان تكون خطوط بيضاء علي خلفيات ملونه تظهر جمال تصميم الخطوط و تتميز الخطوط العربية بانها تخاطب جميع الاعمار فالتصميم الواحد يصلح لعدة فئات عمرية مما يساعد مصمم مصمم طباعة المنسوجات علي نشر تصميقاته علي نطاق اكبر من الجمهور المستهدف .

استخدام المدارس الفنية الحديثة مثل التجريدية



شكل (5) تصميقات تعتمد علي عناصر الفن التجريدي

كلمة "تجريد" تعني التخلص من كل آثار الواقع والارتباط به وهو الفن التشكيلي الذي يعتمد على تجريد الأشكال الحقيقية أو الخيالية بإتباع أسلوب يميزه في الأشكال والألوان والخطوط مع التأكيد على أدخال الجانب الزخرفي والجمالي في اللوحات بحيث تعطي شكل ومضمون جمالي متكامل وتظهر اللوحة التجريدية أشبه ما تكون بقصاصات الورق المتراكمة أو بقطاعات من الصخور أو أشكال السحب، أي مجرد قطع إيقاعية مترابطة ليست لها دلالات بصرية مباشرة، وإن كانت تحمل في طياتها شيئاً من خلاصة التجربة التشكيلية التي مر بها الفنان و هو ما يظهر جاليا بالتصميقات الموضحة التي تحمل روح الفن التجريدي و لكن باستخدام مجموعة من الالوان الشبابية البراقة التي تصلح لجمهور هذه المرحلة و هي فئة الشباب في المقام الاول.

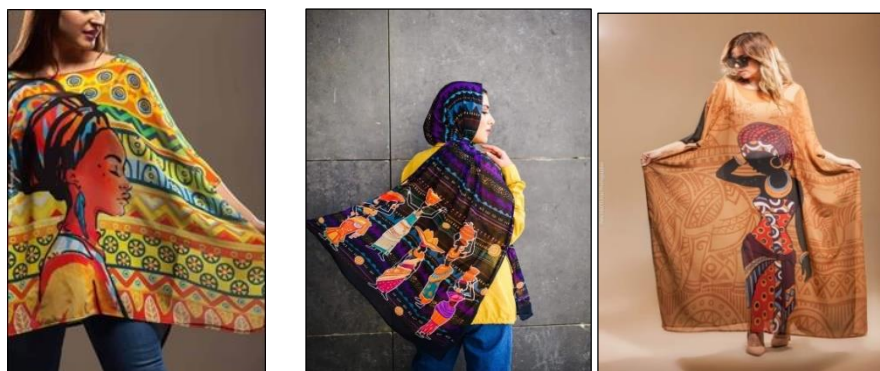
رسوم الاطفال



شكل (6) تصميقات تعتمد علي رسوم الاطفال

اعتمدت التصميمات علي الكثير من رسوم الاطفال التي تنطق بالحيوية و الشباب و الالوان المميزة بهذه المرحلة العمرية و هنا حرص مصمم طباعة المنسوجات علي استهداف جمهوره بشكل مباشر و هي فئة الشباب و مخاطبته بطريقة مؤثرة و جاذبة للانتباه و ذلك للترويج لتصميماته

الفنون الافريقية :



شكل (7) تصميقات تعتمد علي الفنون الافريقية

يعد الفن الإفريقي فناً متميزاً بذاته وله طابعه الخاص فهو يتميز بالالوان البراقة الجاذبة و الافته للنظر كما انه يحمل بداخلة ملامح و سمات هذا الفن الاصيل و يتميز هذا الفن بامكانية استخدام وحداته في العديد من التصميمات التي يصلح تنفيذها علي الكثير المنتجات المختلفة و بالنظر الي كل توظيف نجد انه مناسب تماما للقطعة المطبوع عليها كالاشارات و العباءات المختلفة الشكل و تتميز التصميمات بانها تصلح لمرحلة الشباب بشكل كبير كما انه يصلح للعديد من المناسبات الاجتماعية التي تتطلب ارتداء نوعية مميزة من التصميمات تصلح لهذه المناسبات .

الفن الشعبي



شكل (8) تصميقات تعتمد علي الفن الشعبي

أن الفن الشعبي هو عبارة عن مجموع الناتج الفني الذي تمارسه، وتقوم به عامة الشعب ويكون هذا الفن صادرًا عن وجدانه وكذلك يكون فن معبرًا بشكل رئيسي عن ميراثه الفني والاجتماعي والثقافي من أهم خصائص الفن الشعبي الأصيل انه يمتاز بالسهولة الذي يعتمد على الألوان الطبيعية أن مواضيعه طبيعية تتعلق ببعض الأحداث الشعبية الهامة مثل الأفراح والأعياد³⁵، كما يستخدم عملية الترميز ويرتبط الفن الشعبي بتاريخ الشعوب فهو يعد أحد أنواع الفن الفلكلوري الارتجالي والذي يتجلى ويظهر في تصميم الملابس التراثية المختلفة ، كما يتم إدخال الزخرفات والنقوش عليه.

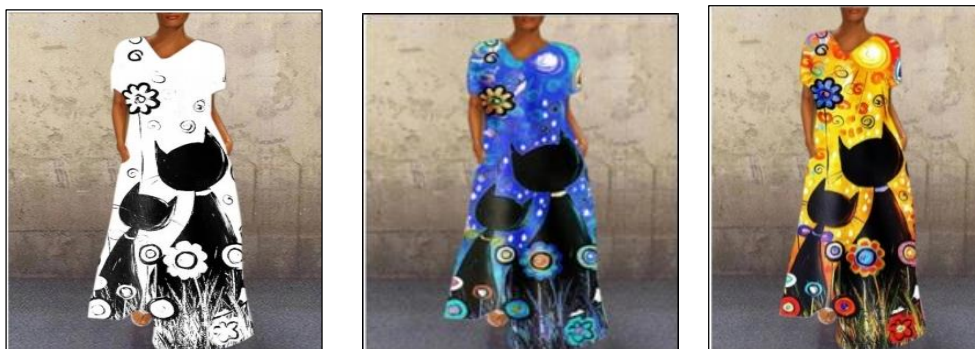
المزج بين اكثر من عنصر داخل التصميم



شكل (9) تصميقات تعتمد علي المزج بين أكثر من عنصر

اعتمدت التصميقات علي استخدام خلفيات متنوعة سواء كانت الخطوط الرأسية بأطوال مختلفة أو الخلفيات التي تحمل الطابع الشعبي أو الاسلامي و تم دمج هذه الخلفيات بعناصر ادمية تحمل كل سمات الخلفية الموضوعه عليها فالخطوط الرأسية المختلفة اشتملت علي عناصر ادمية شبابية بالوان متميزة و الخلفية الشعبية اشتملت علي عنصر ادمي يحمل سمات البيئة الشعبية و جاءت الخلفية التي تحتوي علي النجمة الاسلامية و بها صورة ادمية من التراث الاسلامي بالوانه الزرقاء الزاهية . و بأختلاف التصميم تختلف الفئة العمرية المستهدفة من التصميقات مما يعطي نوعا من التنوع في التصميقات و كذلك مساحة اكبر للعديد من الفئات العمرية التي تستهدف هذه التصميقات .

عرض اكثر من مجموعة لونية لنفس التصميم



شكل (10) تصميقات تعتمد علي عرض اكثر من مجموعة لونية

اعتمد التصميم علي العناصر الطفولية بشكل كبير التي تجمع بين عنصر حيواني باحجام مختلفة و العناصر النباتية البسيطة و اعتمد مصمم طباعة المنسوجات علي اظهار التصميم بعدد من المجموعات اللونية المختلفة و ذلك لأعطاء الفرصة للاختيار بين البدائل و هو ما يعبير عنصر جاذب لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير .

مصمم طباعة لمنسوجات ووسائل التواصل الاجتماعي:

ويجب توافر بعض المهارات التصميمية لدي مصمم طباعة المنسوجات لوسائل التواصل الاجتماعي :-

1. الخبرة التصميمية .
2. تطوير مهاراته في التعامل مع الصور الرقمية من خلال دراسة بعض الخواص التصميمية التي تستطيع أن تطور التصميم من خلال الصورة
3. التفكير الإبداعي.
4. المرونة والتكيف في التعامل مع معظم وسائل التواصل الاجتماعي .

الخبرة التصميمية :

هو مفهوم أشمل من التصميم التقليدي ويسعى لخلق خبرة أبعد من مجرد إنتاج تصميم لمنتج أو سلعة أو خدمة التي ترتبط بالمتلقي عاطفياً، و الخبرة التصميمية تتضمن التفكير في طرق جديدة لجذب انتباه المستهلك، فالمصمم يحتاج أن يأخذ في اعتباره أين سيقع نظر المستخدم وماذا سيرى حيث ان الاتصال البصري للمتلقي يساعده خلال تحركه في داخل العمل الفني سواء مع اختلاف أساليب العرض، والمصمم يحتاج إلي عمل طرق جيدة للاتصال البصري لجذب ومساعدة المستخدم(المتلقي) في كيفية رؤية العمل الفني بطريقة تتيح له فهم العمل التصميمي وفهم نوعية المنتج²¹

إعداد خطة عمل

ل طرح مجموعة من الاقمشة و الأزياء عبر وسائل التواصل الاجتماعي لابد من إعداد خطة عمل. تُلخّص هذه الخطة في المنهج الاستراتيجي لتأسيس مشروع تجاري، وتشتمل على جميع الخطوات الضرورية لتنفيذ ذلك. وينبغي أن تشتمل خطة العمل على ملخّص تنفيذي يركّز على نقاط قوة خطة العمل الإجمالية وتحليل السوق ووصف الشركة والتنظيم والإدارة واستراتيجية التسويق والمبيعات وتوصيف خط الإنتاج ومزاياه¹⁶ .

تصميم علامة تجارية

لابد من وجود علامة تجارية مميزة لخط إنتاج التصميمات الخاصة بمصمم طباعة المنسوجات . و ذلك لتُحدّد ماهيته الانتاج على نحو أفضل، من الرائع أن يبتكر علامة تجارية فريدة. وهذا الشعار يحدد ما يجعل العلامة التجارية مميزة ومختلفة عن المنافسين. وبعد ذلك لابد من تحديد الحاجة التي يُلبّيها المنتج في السوق³⁶. ثم لابد من تجميع كل المعلومات في عبارة واحدة موجزة.و إن الاستعانة بعبارة مميزة وقوية من هذا النوع ستكون بمنزلة القوة الدافعة وراء نموّ الشركة الناشئة¹. التصميم الناجح هو عبارة عن توازنٍ مثالي بين الجانب الإبداعي والعملية

حماية التصميم

يجب أن يحمي مُصمم طباعة المنسوجات الملكية الفكرية الخاصة لأن هذا ضروري لتأسيس عمل تجاري ويُلبّي احتياجات العملاء وينخرط في التسويق والتصنيع والدعاية والترويج والمبيعات³. فيجب حماية اسم المصمم، والمقصود بهذا العلامة التجارية التي تُعرف وتُميّز ذلك المصمم عن غيره من المصممين. الأمر يبدأ باسم المصمم وقد يمتدُّ أيضاً إلى الأحرف الأولى من اسمه أو الاسم الأول أو اسم العائلة أو الكنية الخاصة به أو أحد الرموز أو العبارات¹⁸.

استمارة الاستبيان لمصممي طباعة المنسوجات :

تم اجراء دراسة استطلاعية لقياس مدي تحقق اهداف البحث من خلال استمارة استبيان تم توزيعها علي عدد (30) من الخبراء و مصممي طباعة المنسوجات ولديهم صفحات خاص بهم علي مواقع التواصل الاجتماعي لعرض منتجاتهم أو

من العاملين في شركات تمتلك صفحات علي مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لمنتجات هذه الشركات . للتعرف علي آرائهم حيال دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفنون التشكيلية و كذلك طبيعة التصميمات التي تصلح للعرض علي هذه المواقع و دور هذه المواقع في حياة مصمم طباعة المنسوجات.

و اشتمل الاستبيان علي (10) عبارات للتحقق من أهداف البحث .

- 1-من أكثر التطبيقات المستخدمة لتسويق التصميمات علي شبكات التواصل الاجتماعي
- 2-هل تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة كافية لعرض التصميمات و تسويقها
- 3-هل يعتبر التصميم هو المحرك الاساسي لهذه التجارة المستحدثة
- 4-تحديد الجمهور المستهدف و اللغة المناسبة له من اهم العوامل التي تساعد علي تسويق التصميمات و المنتجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي

5-هل اوجدت وسائل التواصل الاجتماعي فرص عمل جديدة و مجال جديد لمصممي طباعة المنسوجات

6-هل ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المبيعات لمنتجات طباعة المنسوجات

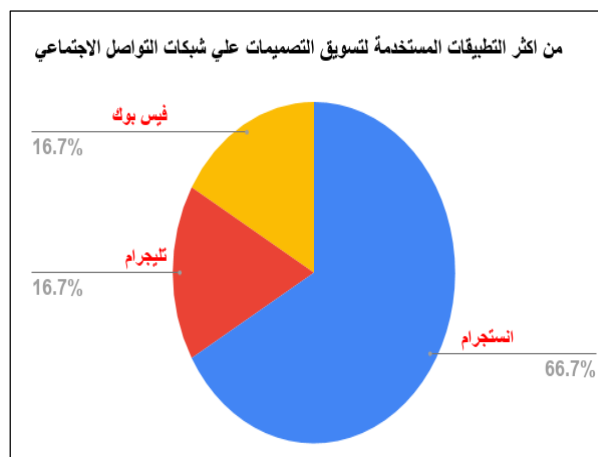
7-هل يمكن الاستغناء عن المحال التجارية و استبدالها بوسائل التواصل الاجتماعي لعرض المنتجات

8-هناك مسؤولية ثقافية لمصمم طباعة المنسوجات لنشر الثقافة الفنية من خلال تصميماته عبر وسائل التواصل الاجتماعي


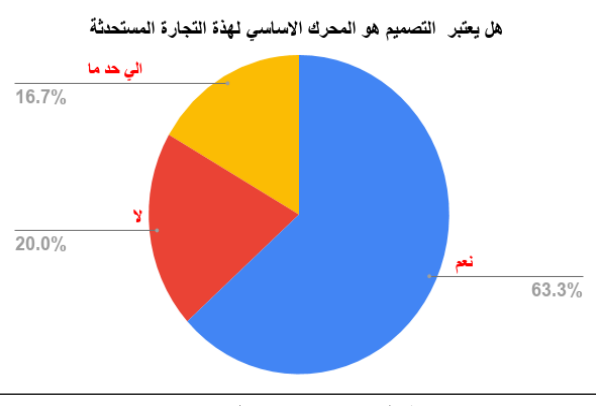

9-تمثل شبكات التواصل الاجتماعي معرض مجاني لمصمم طباعة المنسوجات لعرض تصميماته

10-هل هناك اجراءات احترازية لحماية التصميمات من السرقة و الاقتباس حال عرضها علي وسائل التواصل الاجتماعي

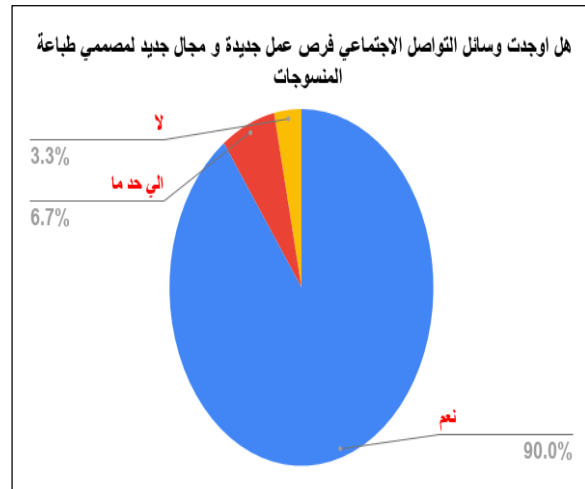
افاد 67% من عينة الدراسة ان الانستجرام يعتبر أحد أهم المنصات الاجتماعية لعرض و تبادل الصور حيث انه يحتوي علي مجموعة من الفلاتر التي تجعل الصور اكثر تميزا عن غيره و بالتالي يسمح بترويج المنتجات بشكل اكبر كما انه يحتوي علي امكانية مشاركة الاذواق و التفضيلات و الافكار التي تساهم في اعداد الاتجاهات و الميول و بذلك الوصول الي الجمهور المستهدف بسهولة كما ان قدرة الانستجرام علي اعداد القصص و العروض الترويجية تساعد علي الحصول علي اعداد اكبر من المتابعين كما يمكن عمل استطلاع رأي للمنتجات المعروضة و تحليل النتائج للحصول علي افضل مستوى لأرضاء العملاء.



شكل (11) أهم التطبيقات المستخدمة

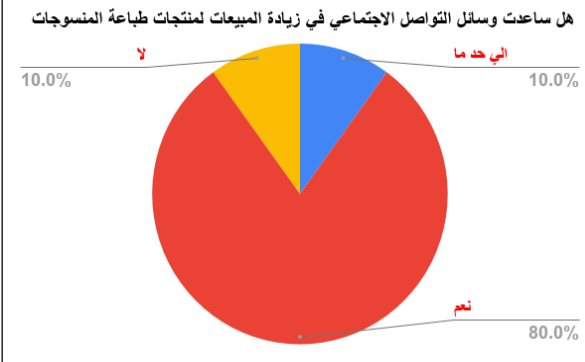
<p>افاد 50% من عين الدراسة ان وسائل التواصل الاجتماعي من افضل الوسائل لعرض و تسويق المنتجات حيث انها تكون متاحة للجميع طوال الوقت دون عناء كما انها لا تتقيد بمواعيد الفتح و الاغلاق و كذلك توفر اراء المتابعين للصفحات المختلفة تؤثر بشكل كبير علي قرار الشراء و لاقتناع بالمنتج ذاته كما جاءت اراء باقي العينة بين (الي حد ما) او (لا) و ذلك الانه لا يمكن ان نغفل طرق العرض التقليدية التي تتيح فرصة للعملاء للمس المعروضات و التحقق من جودة الخامات المختلفة .</p>	<p>هل تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة كافية لعرض التصميمات و تسويقها</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>الرد</th> <th>النسبة المئوية</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>نعم</td> <td>50.0%</td> </tr> <tr> <td>الي حد ما</td> <td>26.7%</td> </tr> <tr> <td>لا</td> <td>23.3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>شكل (12) أهمية وسائل التواصل الاجتماعي</p>	الرد	النسبة المئوية	نعم	50.0%	الي حد ما	26.7%	لا	23.3%
الرد	النسبة المئوية								
نعم	50.0%								
الي حد ما	26.7%								
لا	23.3%								
<p>أفاد 63% من عينة الدراسة ان التصميم هو المحرك الاساسي في العملية التسويقية و ذلك لان ما هو معروض علي شبكة التواصل الاجتماعي لا يمكن لمسة او التحقق من جودته و ما يبدو منه و يعمل علي اقبال المستهلكين علي شراء المنتج هو التصميم ذاته و ما به من تناسق الالوان و كذلك موضوع التصميم ذاته و مدي ملائمته للمرحلة العمرية و الحالة الاجتماعية للمستخدم للموقع الالكتروني</p>	<p>هل يعتبر التصميم هو المحرك الاساسي لهذة التجارة المستحدثة</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>الرد</th> <th>النسبة المئوية</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>نعم</td> <td>63.3%</td> </tr> <tr> <td>الي حد ما</td> <td>16.7%</td> </tr> <tr> <td>لا</td> <td>20.0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>شكل (13) دور التصميم</p>	الرد	النسبة المئوية	نعم	63.3%	الي حد ما	16.7%	لا	20.0%
الرد	النسبة المئوية								
نعم	63.3%								
الي حد ما	16.7%								
لا	20.0%								
<p>أفادت 90% من عينة البحث ان تحديد الجمهور المستهدف يعتبر من افضل الطرق لتسويق المنتجات المختلفة حيث ان هذا التحديد يساهم بدرجة كبيرة في اختيار الوحدات المناسبة للتصميم و كذلك الالوان التي تصلح لكل فئة عمرية و بالتالي يكون تحديد احتياجات الجمهور بالامر اليسير الذي يساعد علي التسويق بشكل فعال و يعتبر تحديد هوية الجمهور المستهدف من أهم الخصائص التي يتميز بها وسائل التواصل الاجتماعي و بالتالي تعتبر من أهم الادوات لدي مصمم طباعة المنسوجات للتخطيط الجيد للتصميم و التسويق الفعال .</p>	<p>تحديد الجمهور المستهدف و اللغة المناسبة له من اهم العوامل التي تساعد علي تسويق التصميمات و المنتجات عبر وسائل التواصل لاجتماعي</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>الرد</th> <th>النسبة المئوية</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>نعم</td> <td>90.0%</td> </tr> <tr> <td>لا</td> <td>10.0%</td> </tr> </tbody> </table> <p>شكل (14) تحديد الجمهور المستهدف</p>	الرد	النسبة المئوية	نعم	90.0%	لا	10.0%		
الرد	النسبة المئوية								
نعم	90.0%								
لا	10.0%								

أفادت 90% من عينة الدراسة علي ان وسائل التواصل الاجتماعي لها دور كبير في ايجاد فرص عمل جديدة لكثير من مصممي طباعة المنسوجات حيث انها لا تتطلب سوي انشاء صفحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومع السعي للترويج لهذه الصفحة بين الاهل و الاصدقاء في بادئ الامر و عمل عدد من الاعلانات المدفوعة عبر عدد من المواقع الاخرى والتي لها انتشار واسع بين المستخدمين لهذه المواقع و كذلك ارسال عدد من العينات المجانية للمستخدمين الجدد لهذا الموقع و بعد فترة زمنية بسيطة و مع اتقان المنتج من حيث التصميم و الالوان و الخامات تصبح من المواقع الموثوق بها للشراء و التسوق و بهذه الطريقة يمكن ان تتيح الكثير من فرص العمل بشكل جديد و غير تقليدي .



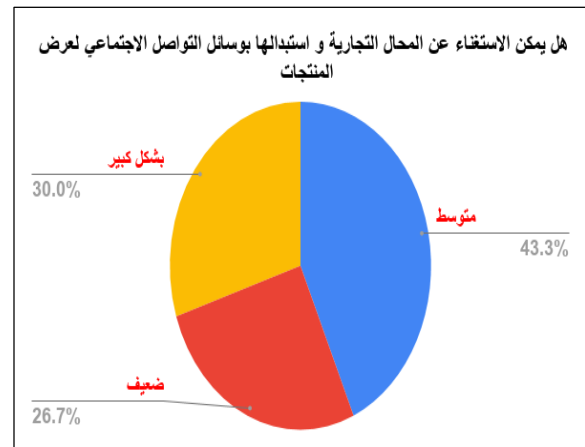
شكل (15) فرص عمل جديدة

أفادت 80% من عينة الدراسة ان وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت علي زيادة المبيعات بدرجة كبيرة و ذلك عن طريق فهم خصائص هذه الوسيلة و كيفية الاستفادة منها بشكل كبير عن طريق تحديد الجمهور المستهدف و معرفة احتياجاته و كيفية الوصول اليه بشكل دقيق و عرض جميع منتجات الصفحة عليه مع اعطاء الكثير من المميزات في السداد و ايصال المنتج الي اليه بسهولة ويسر ،كل هذا يساعد بدرجة كبيرة في زيادة المبيعات .

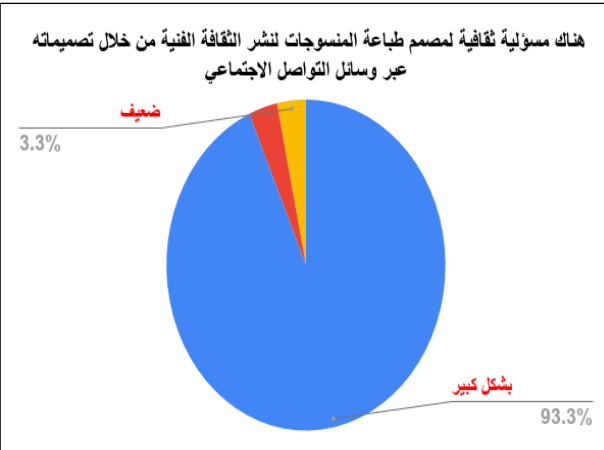
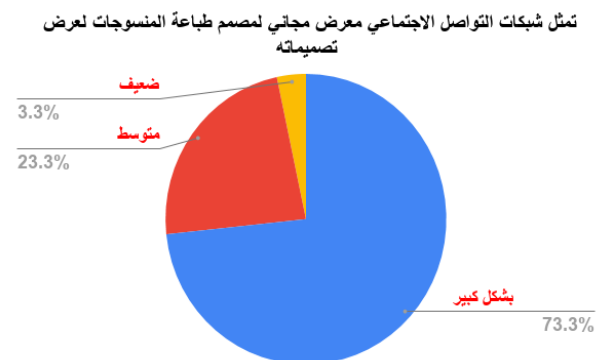



شكل (16) زيادة المبيعات

تفاوتت الاراء بين ايهما افضل في الشراء مواقع التواصل الاجتماعي ام المحال التجارية حيث عبر 43% من عينة الدراسة انه من الممكن الاستغناء عن المحال التجارية بشكل متوسط و استبدالها بمواقع التواصل الاجتماعي بينما عبر 30% من العينة انه يمكن الاستغناء عن التسوق التقليدي بشكل كبير و جاءت 27% من العينة انه من الصعب و بنسبه ضعيفة يمكن استبدال مواقع التواصل الاجتماعي مكان المحال التقليدية لما لهذه المحال من مميزات منها الخروج للتنزه و تحسين الحالة النفسية للمشتري كما ان للشراء في حد ذاته متعة و التنقل بين المحلات و التعامل مع البائعين يساعد بنسبه كبيرة في تحسين الحالة النفسية



شكل (17) المحال التجارية

<p>أفاد 93% من عينة الدراسة ان علي مصمم طباعة المنسوجات مسؤولة ثقافية حيث انه يقوم بتصميم وابتكار تصميمات المنتجات المختلفة علي اسس ودراسة حيث انه يقوم باختيار وحدات التصميمات سواء من فنون التراث او المدارس الفنية الحديثة والعناصر الهندسية و بالتالي فهو لديه القدرة علي استخدام وحدات كل مجال من مجالات الفنون و هو علي علم بطبيعة هذه العناصر و كيفية استخدامها بشكل علمي و فني و بالتالي فان عليه عن عرض المنتجات ان يوضح لمستخدمي هذه المواقع طبيعة التصميم و من اين استمد وحداته و تاريخ الوحدات ما اذا كانت وحدات تاريخية و بالتالي يتم نبذة مختصرة عن الفنون مع كل منتج مباع.</p>	<p>هناك مسؤولية ثقافية لمصمم طباعة المنسوجات لنشر الثقافة الفنية من خلال تصميماته عبر وسائل التواصل الاجتماعي</p>  <p>شكل (18) المسؤولية الثقافية</p>
<p>أفاد 73% من عينة الدراسة انه بالطبع مع الاستفادة من الكثير من مميزات وسائل التواصل الاجتماعي من عرض المنتجات و محاولة الوصول الي المستهلكين و ابتكار تصميمات تتناسب مع جميع الفئات العمرية و جميع المستويات الاجتماعية فانه بذلك يكون معرض مجاني يستطيع فيه المصمم عرض جميع الانواع من التصميمات و ابتكار عدد لانهائي من التصميمات ذات الموضوعات المتعددة و ذلك لعرضها بشكل سهل و بدون تكلفة علي جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دون حدود او قيود .</p>	<p>تمثل شبكات التواصل الاجتماعي معرض مجاني لمصمم طباعة المنسوجات لعرض تصميماته</p>  <p>شكل (19) معرض مجاني</p>
<p>أفاد 67% من عينة الدراسة انه لا يوجد اي اجراءات احترازية لحماية التصميمات من السرقة و الاقتباس من السرقة و الاقتباس و انه مع ذلك قد يكون هناك فرصة لتسجيل و توثيق هذه التصميمات و لكن هذا التوثيق له رسوم و تكاليف باهظة و ليس بمقدور مصمم طباعة المنسوجات ان يقوم بتوثيق كل تصميم يقوم بعمله حيث ان من أهم خصائص عرض المنتجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي هي التعددية و التوع و بالتالي فانه من الصعب جدا توثيق كل تصميم يقوم بتنفيذه المصمم .</p>	<p>هل هناك اجراءات احترازية لحماية التصميمات من السرقة و الاقتباس حال عرضها علي وسائل التواصل الاجتماعي</p>  <p>شكل (20) الاجراءات الاحترازية</p>

التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

التسوق عبر الإنترنت هو وجود مخزن من الممكن شراء كل شيء منه بسهولة من خلال جهاز الحاسوب أو الهاتف المحمول، وغالباً يُوقر أفضل أنواع المنتجات للمستهلكين⁵. ويُعرف التسوق عبر الإنترنت أيضاً بأنه البحث عن منتج ما عن طريق زيارة الموقع الإلكتروني الخاص بالمتجر، وغيرها من المنتجات الأخرى²⁸

فوائد التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

يُقدّم التسوق عبر الإنترنت فوائد كثيرة بالنسبة إلى لمستخدمي هذه المواقع ، ومن أهمها:

معرفة كافة التفاصيل حول المنتجات:

هي من الفوائد الرئيسية للتسوق عبر الإنترنت؛ إذ من الممكن مشاهدة المعلومات التفصيلية والكاملة عن المنتجات المعروضة للبيع في المواقع الإلكترونية، كالأسعار، والمواصفات، والمكونات، وغيرها من التفاصيل الأخرى، ويساهم ذلك في مساعدة المستهلك لاختيار المنتج المناسب له.

التعرف على آراء الآخرين:

و تعد من اهم الفوائد للتسوق عبر الإنترنت؛ إذ يساهم في مساعدة المستخدمين في اختيار المنتجات التي يفكرون بشرائها، من خلال التعرف على آراء غيرهم حولها، وتقييمهم لها، ويساعد ذلك الزبائن في معرفة تفاصيل أكثر حول طبيعة المنتجات³⁷.

يوفر الوقت والجهد:

هي من أكثر الفوائد أهمية للتسوق عبر الإنترنت؛ إذ يساهم في توفير الكثير من الوقت المستغرق في البحث عن المنتجات في الأسواق العادية، وينتج عن ذلك تقليل في الجهد المبذول من قبل المستهلكين أثناء عملية الشراء

توفير منتجات بأسعار رخيصة:

هي من الفوائد التي تعتمد على المنافسة بين الأسواق التقليدية، والأسواق الإلكترونية، وأيضاً بين متاجر الإنترنت؛ حيث تسعى إلى توفير المنتجات بأقل أسعار ممكنة حتى تتمكن من استقطاب المزيد من الزبائن للتعامل معها، كما أنها توفر العديد من الوسائل الإضافية لراحة الزبائن، ومن أهمها توصيل المنتجات التي تمت عملية شراؤها إلى منازلهم²².

دور مصمم طباعة المنسوجات في العملية التسويقية :

تقديم المعلومات: يستطيع المصمم ان يؤثر على سلوك وتصرفات المستهلكين، من خلال إمداد المستهلك بالمعلومات والبيانات بالشكل الذي يساعده على اكتشاف كثير من الجوانب التي يجهلها عن السلعة، وكثيراً ما نجد أفراداً تتأثر قراراتهم الشرائية بشكل ملحوظ بسبب المعلومات المقدمة عن المنتج من حيث طبيعة الخامات و نوع التصميم و مقاسات المنتج .

ربط السلعة بحاجات المستهلك:

وذلك عن طريق إبراز الخصائص والإسهامات التي تحققها السلعة للمستهلك، وربطها بمؤثرات سلوكية ونفوية معينة تحقق الإشباع الذاتي له، فالعديد من السلع تحاول أن تربط بين السلعة ومزايا معينة يمكن للمستهلك الحصول عليها، وقد تكون هذه المزايا ملموسة في السلعة ذاتها أو غير ملموسة وترتبط برمز معين

تغيير رغبات المستهلك:

ان مسألة تغيير رغبات المستهلكين مسألة صعبة، ولكن الإعلان بإمكانة القيام بها، وتنقسم عملية تغيير الرغبات الي تغيير الإتجاهات عن الإستخدام الأصلي للسلعة التي يستخدمها بالفعل²³

مستوي رضاء الجمهور علي التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

يجب ان تتوافر عدد من المميزات عبر وسائل التواصل الاجتماعي و ذلك لرفع مستوى رضاء الجمهور المستهدف عن المنتجات المباعة

الوقت	السعر المناسب	الجودة	الشحن	توافر المعلومات	الامان
هي المدة الزمنية ما بين طلب الشراء و استلام المنتج و كلما كان الوقت مناسب كلما زاد اقبال العملاء علي الشراء من نفس الموقع	هو السعر المناسب من وجه نظر العميل للحصول علي المنتج بأقل تكلفة	و تشمل جودة المنتج و أفضل طريقة للشحن و هو ما يعبر عن مدى تقدير الموقع للعملاء و السعي الي خدمتهم	هو شحن المنتج الصحيح في حافظات مناسبة مع مراعات اجراءات السلامة و الجودة و ذلك في وقت مناسب و للمكان الصحيح بأقل التكاليف	هي كمية المعلومات الكافية لمستخدم الموقع والتي تساعد في اتخاذ قرار الشراء دون تردد	هي قدرة الموقع علي الحفاظ علي البيانات الشخصية للعملاء و عدم استغلالها بشارة يوزي مستخدم الموقع الالكتروني

التحليل الاحصائي:

تم إجراء دراسة استطلاعية لقياس مدى تحقق أهداف البحث من خلال استمارة استبيان تم تطبيقها علي عدد (80) شخص من الجمهور العام و اشتمل الاستبيان علي (3) محاور رئيسية و كل محور يحتوي علي عدد من المعايير وللتأكد من صدق المعيار وصحة الفروض تم حساب الانحراف المعياري كأحد مقاييس التشتت عن المتوسط لكل سؤال علي حدى حيث تبين من نتائج الجداول التالية أن جميع قيم الانحراف المعياري كانت موجبة وقد زادت عن الواحد الصحيح مما يدل علي أن هناك دلالة إحصائية إيجابية لصالح تلك الأسئلة التي عرضت علي الجمهور .

و قد تبين من دراسة النتائج البحثية لعينة الدراسة أن المحور الاول و هو مواصفات الموقع المستخدم لعرض الملابس و يشمل علي خمسة عبارات و قد حصل علي 4,6 أي كبير جدا حسب مقياس ليكرت الخماسي.

جدول رقم (1) : النتائج المرتبطة بمواصفات الموقع المستخدم لعرض الملابس

عبارات المحور الأول	كبير جدا	كبير	متوسط	صغير	ليس له دور	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
1- شكل الموقع يؤثر علي إقبال المستخدمين	45	54	51	47	63	4.5	0.6	كبير جدا
	56	68	64	59	79			
2- طريقة عرض المنتجات و عرض صور متعددة لنفس المنتج يؤثر علي الإقبال علي الشراء	29	19	26	27	15	4.6	0.7	كبير جدا
	36	24	33	34	19			
3- استخدام موديل لعرض الملابس و الأزياء و تصوير العارضات لتقريب الصورة الذهنية للمنتج يؤثر بشكل	6	6	3	6	2	4.6	0.6	كبير جدا
	8	8	4	8	3			
4- عرض المنتج بجميع ألوانه يؤثر علي القوة الشرائية للمنتج	0	1	0	0	0	4.5	0.6	كبير جدا
	0	1	0	0	0			
5- سرعة الرد علي الاستفسارات المستخدمين	0	0	0	0	0	4.8	0.5	كبير جدا
	0	0	0	0	0			

يؤثر علي الإقبال علي الموقع بشكل									
كبير جدا	0.4	4.6	80	80	80	80	80	تكرار	المجموع
			100	100	100	100	100	%	

في حين تبين ان المحور الثاني و هو مدي الإقبال علي التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي و يشمل خمسة عبارات قد حصل علي 3,3 أي محايد

جدول رقم (2) : النتائج المرتبطة بمدي الإقبال علي التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

عبارات المحور الثاني	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط	الإنحراف المعياري	النتيجة
1- التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعني عن التسوق داخل المحلات التجارية	تكرار	6	3	45	20	2.8	1.0	محايد
	%	8	4	56	8			
2- يمكن شراء منتجات باهظة الثمن عبر وسائل التواصل الاجتماعي	تكرار	13	15	4	27	2.9	0.9	محايد
	%	16	19	5	34			
3- هل تؤثر العروض الترويجية علي قرار الشراء	تكرار	26	41	24	23	4.1	1.2	موافق
	%	33	51	30	29			
4- تفتقد مواقع التواصل الاجتماعي علي الاحساس بمتعة الشراء و تحسين الحالة النفسية بالخروج للمحلات التقليدية	تكرار	29	14	4	7	3.7	1.1	موافق
	%	36	18	5	9			
5-تقييم عملية شراء الملابس عبر وسائل التواصل الاجتماعي	تكرار	6	7	3	3	3.3	0.9	محايد
	%	8	9	4	4			
المجموع	تكرار	80	80	80	80	3.3	0.5	محايد
	%	100	100	100	100			

في حين تبين أن المحور الثالث وهو تفضيلات الشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي و يشمل ستة عبارات حيث تحتوى على إختيار أكثر من إجابة كما يلي :

جدول رقم (3) : النتائج المرتبطة بدوافع الشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	
70.0	56	توفير الوقت و التكلفة في المواصلات عن التسوق التقليدي
63.8	51	سهولة الاختيار و البحث و الشراء
40.0	32	انخفاض اسعار المنتجات

30.0	24	تعدد المنتجات
30.0	24	عدم توافر المنتجات في الاسواق التجارية

جدول رقم (4) : النتائج المرتبطة بما يجذب مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لشراء الملابس و الازياء

النسبة	العدد	
65.0	52	السعر المنخفض
63.8	51	شكل الموديل و تناسبه للمستخدم
52.5	42	توصيل المنتج بسهوله الي المنزل
52.5	42	تصميم المنتج
17.5	14	لون المنتج

جدول رقم (5) : النتائج المرتبطة بمميزات تسوق الملابس عبر وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	
62.5	50	توفير الوقت و الجهد
53.8	43	آراء المستخدمين الاخرين
50.0	40	توفير المنتج بأسعار أرخص
40.0	32	توفير معلومات عن المنتج
22.5	18	سياسة الاسترجاع و الاستبدال

جدول رقم (7) : النتائج المرتبطة بتفضيلات الشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	
57.5	46	من صفحات مستحدثة و لكن تحتوي علي منتجات جديدة
25.0	20	من صفحات متاجر الازياء العالمية
17.5	14	من صفحات متاجر الازياء المحلية

جدول رقم (8) : النتائج المرتبطة بعيوب تسوق الملابس عبر وسائل التواصل الاجتماعي

النسبة	العدد	
80.0	64	مشكلة المقاسات المختلفة
71.3	57	عدم تطابق الشكل مع المنتج الفعلي
50.0	40	عدم لمس المعروضات
45.0	36	عدم السماح بإرجاع المنتج او استبداله

معامل الثبات Reliability ومعامل الصدق Validity :

يقصد بمعامل الثبات استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه ، أي أنه يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة و لإجراء اختبار الثبات لأسئلة الاستبيان نستخدم أحد معاملات الثبات مثل معامل ألف كرونباخ Cronbach's Alpha أو معامل التجزئة النصفية Split- half . وقد تم إجراء اختبار معامل الثبات حيث تتراوح قيمة معامل الثبات بين الصفر والواحد الصحيح ، فإذا كانت قيمه معامل الثبات مساوية للصفر فلا يكن هناك ثبات في البيانات ، وعلى العكس إذا كانت

قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح فيكون هناك ثبات تام ، وكلما اقتربت قيمة معامل الثبات من الواحد فإن الثبات يكون مرتفعاً وكلما اقتربت قيمته من الصفر فإن الثبات يكون منخفضاً

فى حين يقصد بمعامل الصدق أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه ، حيث يعكس معامل الصدق الجذر التربيعي لمعامل الثبات ، أي أن زيادة قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ تعني زيادة مصداقية البيانات.

حيث تبين من نتائج جدول (9) أن معامل ألفا كرونباخ قد بلغ 0.970 وهو مرتفع وموجب الإشارة مما يعني زيادة مصداقية بيانات العينة البحثية ، فى حين بلغ معامل الصدق حوالى 0.985 وهو أيضاً مرتفع مما يشير إلى صدق بيانات العينة البحثية.

جدول رقم (9) : النتائج المرتبطة بمعامل الصدق والثبات لعينة الدراسة

معامل الصدق الذاتي Confidence	معامل الثبات الداخلي Cronbach's Alpha	المحاور
0.980	0.961	مواصفات الموقع المستخدم لعرض الملابس
0.983	0.966	مدي الإقبال علي التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
0.985	0.970	الإجمالي

الإحصاء الاستدلالي لعينة الدراسة

تبين من نتائج دراسة الجدول التالي أن العلاقة بين المحورين الأول (مواصفات الموقع المستخدم لعرض الملابس) والثاني (مدي الإقبال علي التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي) لعينة الدراسة البحثية طردية وذات دلالة إحصائية عالية جداً (أقل من أو تساوي 0.01) ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون حوالى 0.683 وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية قوية بين تلك المحورين- جدول (10).

جدول رقم (10) : معاملات الارتباط البسيط لمحاور العينة البحثية

المحور الثانى مدي الإقبال علي التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	المحور الأول مواصفات الموقع المستخدم لعرض الملابس	
	1	معامل ارتباط بيرسون
1	0.683**	معامل ارتباط بيرسون

ابتكار تصميمات تصلح للعرض عبر وسائل التواصل الاجتماعي

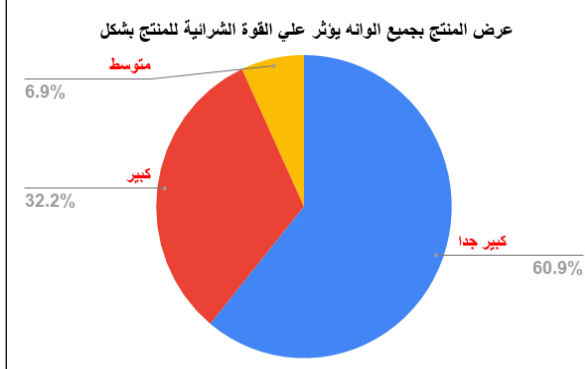
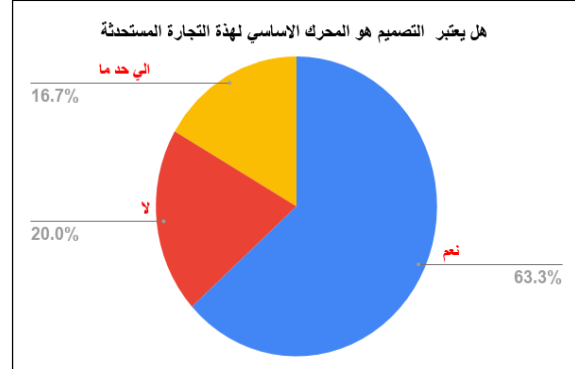
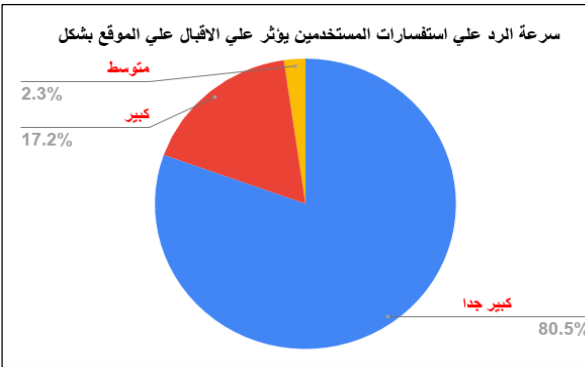

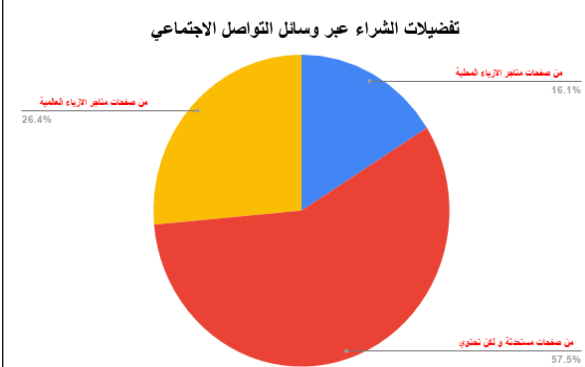

	
<p>التوظيف</p>	<p>التصميم (1)</p>
<p>اعتمد التصميم علي الجمع بين أكثر من عنصر فتم استخدام وحدات من الفن الافريقي و دمجها مع مع انواع مختلفة من الخطوط باطوال و سمك مختلف و ذلك بشكل افقي مما اوجد عدد من المستويات الافقية التي تعطي نوع من الامتداد و الاتساع بالتصميم و جاءت الوان التصميم مستوحاه من عناصر الفن ذاته و ذلك لتميز هذا الفن عن غيره في العناصر و الالوان.</p>	
	
<p>التوظيف</p>	<p>التصميم (2)</p>
<p>اعتمد التصميم علي عناصر اسس التصميم من انواع الخطوط المختلفة الطول و السمك و دمج عدد من الالوان المتداخلة مع الخطوط و كذلك استخدام الظل و النور في عدد من المناطق المتتابعة و ذلك لاعاء تنوع و ثراء في التصميم</p>	
	
<p>التوظيف</p>	<p>تصميم (3)</p>

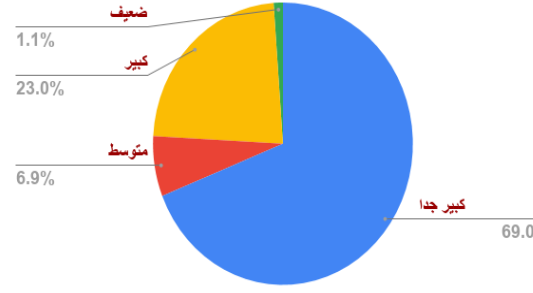
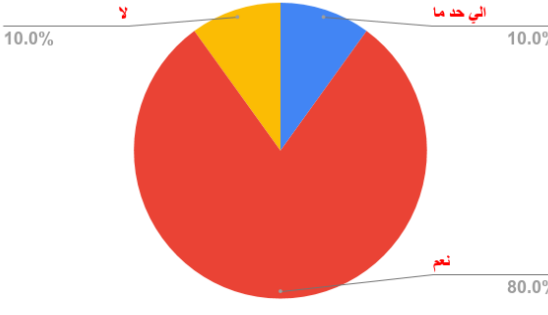
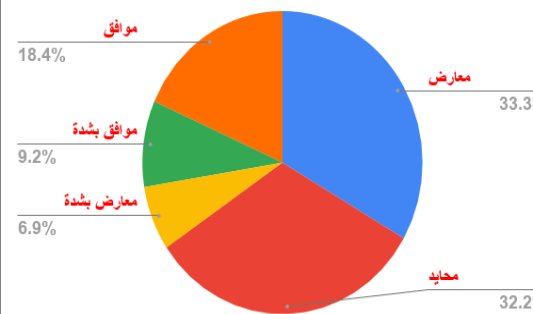
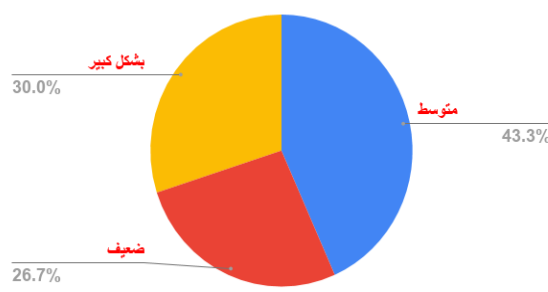


اعتمد التصميم علي عدد من العناصر لرسوم الاطفال باحجام و اشكال متباينة فمنها ما هو ملون و منها ما هو خط خارجي فقط و تم توزيعها بشكل مائل و تم استخدام عدد من الالوان المتناسبة مع هذه العناصر الطفولية .	
	
التوظيف	التصميم (4)
اعتمد التصميم علي عدد من العناصر التي تنتمي للفن التجريدي الذي يبدو أنه مجرد قطع إيقاعية مترابطة ليست لها دلالات بصرية مباشرة و هي تعبر بشكل كبير عن الحالة الشعورية و الدلالة النفسية للفنان التجريدي . و جاء استخدام الوحدات و دمج الالوان متفق بشكل كبير مع روح هذا الفن المميز .	
	
التوظيف	التصميم (5)
اعتمد التصميم علي الكتابات العربية و تكرارها بشكل راسي مما يعطي التصميم الكثير من الثبات و القوة و كذلك اعتمد التصميم علي اظهار مناطق الظل و النور بشكل واضح و ذلك لاطهار التنوع و التباين في الاحجام يعطي كثير من الحيوية و الحركة للتصميم .	

نتائج البحث

تتمثل نتائج البحث في العلاقة بين استمارتي البحث :

تم الربط بين عدد من النتائج الخاصة باستمارتي البحث للوصول الي افضل النتائج التي تساعد مصممي طباعة المنسوجات للوصول الي افضل القيم الفنية و الطرق العملية لتسويق تصميماتهم و فتح مجالات جديدة للعمل و لتحقيق فروض البحث .

<p>عرض المنتج بجميع الوانه يؤثر علي القوة الشرائية للمنتج بشكل</p>  <p>متوسط 6.9% كبير 32.2% كبير جدا 60.9%</p>	<p>هل يعتبر التصميم هو المحرك الاساسي لهذه التجارة المستحدثة</p>  <p>التي حد ما 16.7% لا 20.0% نعم 63.3%</p>
<p>استمارة الجمهور العام</p>	<p>استمارة مصممي طباعة المنسوجات</p>
<p>افاد 64% من مصممي طباعة المنسوجات ان التصميم هو المحرك الاساسي لهذه التجارة المستحدثة حيث انه يعد اول مايقع عليه عين مستخدمى صفحات التواصل الاجتماعي كما افاد 61% من عينه الجمهور العام ان عرض التصميم بالوانه المختلفة يؤثر بشكل كبير جدا علي القوة الشرائية للمنتج و كذلك يحقق الفرض الاول للدراسة و هو ان نشر الفنون التشكيلية يؤدي الي الارتفاع بذوق المستهلك.</p>	
<p>سرعة الرد علي استفسارات المستخدمين يؤثر علي الاقبال علي الموقع بشكل</p>  <p>متوسط 2.3% كبير 17.2% كبير جدا 80.5%</p>	<p>تحديد الجمهور المستهدف و اللغة المناسبة له من اهم العوامل التي تساعد علي تسويق التصميمات و المنتجات عبر وسائل التواصل لاجتماعي</p>  <p>لا 10.0% نعم 90.0%</p>
<p>استمارة الجمهور العام</p>	<p>استمارة مصممي طباعة المنسوجات</p>
<p>افاد 90% من مصممي طباعة المنسوجات ان تحديد الجمهور المستهدف و اللغة المناسبة له و التصميمات المعبرة عن كل فئة يساعد علي تسويق المنتجات بشكل افضل كما افاد 81% من الجمهور العام ان اهتمام الموقع بالجمهور و سرعة الرد علي الاستفسارات و تقديم المعلومات المطلوبه يؤثر بشكل كبير جدا علي الاقبال علي الموقع و هو ما يحفز المصممين الي ابتكار المزيد من التصميمات و تعديل اوجة القصور بشكل فاعلي و هو ما يحقق الفرض الثالث للبحث .</p>	
<p>تفضيلات الشراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي</p>  <p>من صفحات تظهر الزياء المحلية 16.1% من صفحات تظهر الزياء العالمية 26.4% من صفحات مستحقة و لن تحتوي 57.5%</p>	<p>هل اوجدت وسائل التواصل الاجتماعي فرص عمل جديدة و مجال جديد لمصممي طباعة المنسوجات</p>  <p>لا 3.3% التي حد ما 6.7% نعم 90.0%</p>
<p>استمارة الجمهور العام</p>	<p>استمارة مصممي طباعة المنسوجات</p>
<p>افاد 90% من مصممي طباعة المنسوجات ان وسائل التواصل الاجتماعي اوجدت فرص عمل و مجال جديد لتسويق منتجاتهم كما افاد اكثر من 60% من الجمهور العام انهم يفضلون الشراء من الصفحات المستحدثة التي تحتوي علي منتجات جديدة و هو ما يحقق الفرض الثاني للبحث ان استخدام مصمم طباعة المنسوجات لشبكات التواصل الاجتماعي لعرض تصميماته يؤدي الي نشر المزيد من الفنون التشكيلية و زيادة فرص عمل لشباب الخريجين .</p>	

<p>طريقة عرض المنتجات و عرض صور متعددة لنفس المنتج يؤثر علي الاقبال علي الشراء بشكل</p>  <table border="1"> <tr><th>Category</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>كبير جدا</td><td>69.0%</td></tr> <tr><td>كبير</td><td>23.0%</td></tr> <tr><td>متوسط</td><td>6.9%</td></tr> <tr><td>ضعيف</td><td>1.1%</td></tr> </table>	Category	Percentage	كبير جدا	69.0%	كبير	23.0%	متوسط	6.9%	ضعيف	1.1%	<p>هل ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المبيعات لمنتجات طباعة المنسوجات</p>  <table border="1"> <tr><th>Category</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>نعم</td><td>80.0%</td></tr> <tr><td>لا</td><td>20.0%</td></tr> </table>	Category	Percentage	نعم	80.0%	لا	20.0%				
Category	Percentage																				
كبير جدا	69.0%																				
كبير	23.0%																				
متوسط	6.9%																				
ضعيف	1.1%																				
Category	Percentage																				
نعم	80.0%																				
لا	20.0%																				
<p>استمارة الجمهور العام</p>	<p>استمارة مصممي طباعة المنسوجات</p>																				
<p>أفاد 80% من مصممي طباعة المنسوجات ان وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت علي زيادة المبيعات بالنسبة لمنتجاتهم كما أفاد 70% من الجمهور العام ان طريقة عرض المنتجات و عرض صور متعددة لنفس المنتج يؤثر بشكل كبير جدا علي الاقبال علي الشراء .</p>																					
<p>التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يقني عن التسوق داخل المحلات التجارية</p>  <table border="1"> <tr><th>Category</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>معارض</td><td>33.3%</td></tr> <tr><td>محايد</td><td>32.2%</td></tr> <tr><td>موافق</td><td>18.4%</td></tr> <tr><td>موافق بشدة</td><td>9.2%</td></tr> <tr><td>معارض بشدة</td><td>6.9%</td></tr> </table>	Category	Percentage	معارض	33.3%	محايد	32.2%	موافق	18.4%	موافق بشدة	9.2%	معارض بشدة	6.9%	<p>هل يمكن الاستغناء عن المحال التجارية و استبدالها بوسائل التواصل الاجتماعي لعرض المنتجات</p>  <table border="1"> <tr><th>Category</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>متوسط</td><td>43.3%</td></tr> <tr><td>بشكل كبير</td><td>30.0%</td></tr> <tr><td>ضعيف</td><td>26.7%</td></tr> </table>	Category	Percentage	متوسط	43.3%	بشكل كبير	30.0%	ضعيف	26.7%
Category	Percentage																				
معارض	33.3%																				
محايد	32.2%																				
موافق	18.4%																				
موافق بشدة	9.2%																				
معارض بشدة	6.9%																				
Category	Percentage																				
متوسط	43.3%																				
بشكل كبير	30.0%																				
ضعيف	26.7%																				
<p>استمارة الجمهور العام</p>	<p>استمارة مصممي طباعة المنسوجات</p>																				
<p>أفاد أكثر من 44% من مصممي طباعة المنسوجات و الجمهور العام انه لايمكن الاستغناء عن التسوق التقليدي عبر المحال التجارية و استبداله بالتسوق الالكتروني لما للتسوق التقليدي من فوائد نفسية و ترفيهية غير متوفرة بالتسوق الالكتروني .</p>																					
<p>استخدام موبيل لعرض الملابس و الازياء و تصوير العارضات لتقريب الصورة الذهبية للمنتج يؤثر بشكل</p>  <table border="1"> <tr><th>Category</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>كبير جدا</td><td>64.4%</td></tr> <tr><td>كبير</td><td>32.2%</td></tr> <tr><td>متوسط</td><td>3.4%</td></tr> </table>	Category	Percentage	كبير جدا	64.4%	كبير	32.2%	متوسط	3.4%	<p>تمثل شبكات التواصل الاجتماعي معرض مجاني لمصمم طباعة المنسوجات لعرض تصميماته</p>  <table border="1"> <tr><th>Category</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>بشكل كبير</td><td>73.3%</td></tr> <tr><td>متوسط</td><td>23.3%</td></tr> <tr><td>ضعيف</td><td>3.3%</td></tr> </table>	Category	Percentage	بشكل كبير	73.3%	متوسط	23.3%	ضعيف	3.3%				
Category	Percentage																				
كبير جدا	64.4%																				
كبير	32.2%																				
متوسط	3.4%																				
Category	Percentage																				
بشكل كبير	73.3%																				
متوسط	23.3%																				
ضعيف	3.3%																				
<p>استمارة الجمهور العام</p>	<p>استمارة مصممي طباعة المنسوجات</p>																				
<p>أفاد 74% من مصممي طباعة المنسوجات ان شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر بشكل كبير جدا معرض مجاني لمصمم طباعة المنسوجات لعرض تصميماته كما أفاد 65% من الجمهور العام ان استخدام موبيل لعرض المنتجات و تصوير العارضات يؤثر بشكل كبير جدا علي الاقبال علي الشراء من خلال الموقع .</p>																					

التوصيات :

1- ضرورة الاهتمام بفتح المزيد من المجالات لمصمم طباعة المنسوجات للابتكار و عرض انتاجه الفني علي اوسع نطاق

2-التركيز بشكل كبير علي الدور الاجتماعي و الثقافي لمصمم طباعة المنسوجات لنشر الفنون المختلفة من خلال منتجاتة التي تعتبر الاكثر انتشارا بين الجمهور العام .

المراجع

المراجع العربية :

1-علاء الدين،نرمين."أدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي " القاهرة .العربي للنشر و التوزيع .يناير 2020

2-كولز،ليندا."التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي " ترجمة أحمد المغربي .دار الفجر للنشر و التوزيع . 2016.

3-مارتين،جيل ز."30يوم للنجاح عبر وسائل التواصل الاجتماعي " المنهل :للطبوع و النشر . 2015 .
martyn,jyl z."30yum lilnajah eabr wasayil altawasul alaijtimaeii " almanhal :latabae w alnashr .2015

4-مصطفى،محمد عزت"قصة الفن التشكيلي"الهيئة المصرية العامة للكتاب.
msatafi,muhamad euzt"qist alfan altshkyly"alhayyat almisriat aleamat lilkitab.

5-عواد،فؤادة عبد المنعم . "التسويق الاجتماعي و تخطيط الحملات الاعلامية " عالم الكتب . 2008 .
eoad,fuaadat eabd almuneim ."altaswiq alaijtimaeii w takhtit alhamalat al'ielamia " ealam alkutub .2008

6-ابو المعاطي،ماهر."الاتجاهات الحديثة في تسويق الخدمات الاجتماعية و تكنولوجيا المعلومات"دار الكتب للنشر و التوزيع.2013 .
abu almaeatia,mahir."aliatijahat alhadithat fi taswiq alkhadamat alaijtimaeiat w tiknulujiiaa almaelumati"dar alkutub lilnashr w altawzie.2013

7-رشدان،احمد حافظ.عبد الحليم،فتح الباب "التصميم في الفن التشكيلي " عالم الكتب للطباعة و النشر و التوزيع
rashadan,ahmad hafiz.eabad alhulim,fath albab "altasmim fi alfin altashkili " ealam alkutub liltibaeat w alnashr w altawzie

المراجع الاجنبية :

8- Chris Treadaway,Mari Smith,"Facebook Marketing: an heure a day" , 1st ed. ,library of congress(2010)

9-OGILVY, D (2008), "Confessions of an Advertising Man, 2nd ed, London,Southbank " retrieved from, (Online Social Networks, Research Report, October 2008,

10-Charity Praditarini, 2011 "Social Media Marketing its Effectiveness and Identifying the Target Market", UW- Journal of Undergraduate research, XIV, United States,.

- 11- Andrea Geissinger and Christofer Laurell ,(2016): "User engagement in social media –an explorative study of Swedish fashion brands", Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 20 Iss 2
- 12- Cheng Lu Wang , Online Shopper Behavior: "Influences of Online Shopping Decision" , Asian Journal of Business Research Volume 1 Number 2 2011
- 13-souza,j."pros and cons of traditional vs. social media marketing"
- 14- Mike, Easey "Fashion Marketing", MPG Books, LTD, Bodmin, Cornwall, First Pub. (1995)
- 15- Mary G. Wolfe (1998), "The world of Fashion Merchandising", The Goodheart-Willcox Company.
- 16- Caverly, D.: "Fashion brands using Facebook to best effect", available at:www.webpronews.com/fashion-brands-usingfacebook-to-best-effect-2011-02.
- 17- Andrea Geissinger and Christofer Laurell ,: "User engagement in social media –an explorative study of Swedish fashion brands", Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 20 Iss 2,(2016)
- 18- Hilal Ozen and Nil Engizek ,:"Shopping online without thinking: being emotional or rational", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 26(2014)

الرسائل العلمية :

- 19- عز الدين، شيماء."الاستراتيجيات المستخدمة في التسويق الاجتماعي علي شبكة الانترنت"رسالة دكتوراة.كلية الاداب.جامعة عين شمس . 2014 .
eaza aldiynu,shimaa'."alaistiratijiat almustakhdimat fi altaswiq alaijtimaeii eali shabakat alantrnt"rsalt dukturati.kiliyat aladab.jamiet eayan shams . 2014

الدوريات العلمية :

- 20-محمد، أحمد عمر"سكولوجية التصميم الجرافيكي لوسائل الاعلام الجديدة"مجلة التصميم الدولية ،المجلد السابع ،العدد الثالث ،يوليو 2017.
muhmid,'ahmad eumra"yskulujit altasmim aljarafikia luasayil al'iiealam aljadiidata"mijlat altasmim alduwaliat ,almajalid alssabie ,aleadad alththalith ,ywlyw2017
- 21-الشيخ،خالد محمود "تسويق الملابس عبر الانترنت في مصر و معوقات التجارة الالكترونية"مجلة التصميم الدولية،العدد السابع.المجلد الثاني.ابريل 2017 .
alshaykhu,khalid mahmud "tswiq almalabis eabr alantrnt fi misr w mueawiqat altijarat alalkitruniata"mijlat altasmim alduwliati,aleadad alsaabie.almajald althaany.abryl2017
- 22-مصيلحي،ابتسام مصطفى:"الوظائف السيكلوجية للاتصال الاعلاني و مدي ارتباطها بالعقل الباطن في التأثير علي الاستجابة الشرائية"مجلة التصميم الدولية،المجلد التاسع.العدد الاول.يناير 2019 .

musilihi,aibtisam mustafa:"alwzayif alsiykulujiat lil'atsal alaelanyi w midi airtibatihia bialeaql
albatn fi altaathir eali alaistijabat alsharaayiyata"mijlat altasmim alduwlyt,almajalid
altase.aleadd alawl.yanayir 2019

شبكة المعلومات العالمية :

- 23- <https://mawdoo3.com/> 15-7-2020
- 24- <http://searchcio.techtarget.com/definition/ecommerce> 23-7-2020
- 25-<https://www.sayidaty.net/node/1007076/> 3-8-2020
- 26-<https://www.sayidaty.net/node/1007076/> 7-8-2020
- 27-<https://mawdoo3.com/%D9> 16-8-2020
- 28-<https://neawroaya.blogspot.com/2019/12/Fine-arts.html> 20-8-2020
- 29-<https://www.wikiwand.com/ar/%D9> 30-8-2020
- 30-<https://sotor.com/%> 6-9-2020
- 31-<https://neawroaya.blogspot.com/2019/12/Fine-arts.html> 12-9-2020
- 32-<http://newspaper.albaathmedia.sy/2019/12/28> 20-9-2020
- 33-<https://www.fashionied.com/> 26-9-2020
- 34-: <https://www.mlzamty.com/search-egyptian-folk-art/> 1-10-2020
- 35-<https://www.hindawi.org/books/16314631/5/> 8-10-2020
- 36-<https://www.xcite.com/blog/ar/> 12-10-2020