

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم ادارة / تخصص إدارة مخاطر



المشكلات التي تواجه مشاريع الفنانين وما هو دور إدارة المخاطر كأداة استراتيجية لتعزيز ودعم وعرض الاعمال
وتسويق بفعالية

**The problems facing artists projects and what is the role of risk management as a
strategic tool to promote support and display business and marketing effectively**

إعداد الطالب/ رنا ناصر مجرشي

الرقم الأكاديمي/ 2330014151

المشرف الثاني/

د. فايز جراد

المشرف الرئيسي/

د. الفصيل عبد الحميد

العام الدراسي:

٢٠٢٤

مقدمة introduction:

ان الفن بالمجمل يعتبر من اهم المهارات والقدرات الثقافية التي تقدم للمجتمع التطور والنهوض الفكري والابداعي وله العديد من الأوجه والأنشطة والرسائل مثل القيم الإنسانية والتوازن وتقريب وجهات النظر والتنوع والتطور وقد كان للفن بصمة مهمة في الماضي ومازال في تطور للمجتمع اذ ان مجالاته متعددة جدا مثل الرسم والتصوير والاعمال الحديثة المركبة وما الى ذلك

وفي الوقت الراهن "الكم لا يمثل العنصر الحاسم في التقدم والازدهار وانما النوع هو القوى المحركة والطاقة الدافعة للتنمية ومعنى ذلك ان المجتمع بحاجة دائمة لأفراد مبدعين تتسم منتجاتهم بالنعمية والجودة وتقد المجتمع مرهون بوجودهم (عبد الحميد ص ٧٠٠)"

"بدأت المشاريع لصغيرة والمتوسطة تستقطب اهتماما كبيرا من قبل الاقتصاديين في مختلف انحاء العالم بعدما تبين بوضوح دورها الرئيسي التي أصبحت تلعبه في الرفع بالنشاط الفردي والمجتمعي والمستوى الاقتصادي وقد كان لهذه المشاريع وانتشارها الواسع في العديد من دول العالم وعلى الأخص في الدول التي باتت تحقق قفزات لعملية التنمية (الونداوي , ٢٠٠٨)"

في السنوات الأخيرة تم إيلاء قدر كبير من الاهتمام لجاذبية الفن باعتباره استثمارا لاسباب ليس اقلها ان نمو ونفوذ الخدمات المصرفية الاستثمارية العالمية وصناعات إدارة الثروات منذ ثمانينيات القرن العشرين شجعت على اتباع نهج اكثر تطورا من الناحية المالية في تخصيص الأصول. ومع قيام الأسواق المالية بإنشاء المشتقات المالية والصناديق المتداولة في البورصة ومجموعة من الأدوات الاصطناعية التي تهدف الى التحكم بشكل افضل المخاطر والعوائد كان من المحتم ان يبداء الناس في دراسة ما اذا كان الفن يمكن ان يتناسب مع هذا وكيف . عالم الاستثمار المعقد . وفي الوقت نفسه كان نفس الأشخاص الذين كانوا يكسبون المال في الساحة المالية يريدون ان يحيطوا انفسهم بمظاهر الثروة الجميلة والرائعة (ms melanie gerlis 2014)

والفن يعتبر من المشاريع التي تكون ملفته ومن الأكيد انها تقوم بنهضة للمجتمع من الناحية الاقتصادية والمعيشية ولكن ليست بالقدر الكافي التي من المفترض ان تكون عليه بسبب اننا مازلنا لم نقدم الوسائل والحلول التي تنهض بها هذه المشاريع أي انه مازال من الصعب على الفنان عندما يتبنى موهبته كمشروع ربحي لابد له من مواجهة الكثير من العقبات وسوف يساعد هذا البحث بحماية اعمال الفنان عندما يتعرض للخطر من خلال الاستراتيجيات التي يتبعها

إن الإنسان في حياته اليومية العامة والخاصة يتعرض لأخطار أن تحققت تسببت في خسائر، أي أن الخطر يمثل ظاهرة شبة عامة ترتبط ب حياة الإنسان اليومية وأنشطته التي يقوم بها خلال هذه الحياة. والإنسان أيضاً قادر على اتخاذ القرار نظراً لعدم معرفته لما سيحدث مستقبلاً فقد ينشأ لديه في كثير من الأحيان حالة معنوية تجعله يشك بقدراته الفنية

مشكلة الدراسة research problem:

تطور سوق الفن أكثر من السابق وبوتيرة سريعة مع رؤية ٢٠٣٠ ولكن لابد للفنان من مواجهة بعض المخاطر في عرض اعماله وتسويقها من حيث المكان أي انه مازالت قليلة لدينا المعارض والمتاحف والمزادات وهنا تتجسد مشكلة البحث

أي ان أيضا طرق التسويق ومع تطور الاتصال الرقمي و وسائل التواصل الاجتماعي مازال الاهتمام بالفنون محصور لدى العامة أي انه من الصعب اخذ الفن كمهنة او كمشروع أيضا لابد للفنان من طلب المساعدة خصيصا اذا كان مبتدئ حول كيف سير عالم الفنون وكيفية النجاح به ولابد له من خوض الكثير من الصعاب
اذ انه في الوقت الراهن دشنت وزارة الثقافة السعودية بالشراكة مع جامعة الملك سعود بالرياض، كلية الفنون في الجامعة التي تُعدّ أول كلية سعودية متخصصة في تعليم الفنون بالمملكة.

هذه الكلية تضم العديد من الأقسام قسم التصميم والفنون الادائية والفنون البصرية وتسعى الجامعة و وزير الثقافة والمعنيين بها من أعضاء هيئة التدريس الى تسعى إلى تحقيق أهداف الاستراتيجية الوطنية للثقافة، واستراتيجية تنمية القدرات المنبثقة منها، لتلبية احتياجات سوق العمل، وإعداد كفاءات عالية مُتمكّنة، تقوّد مستقبل القطاع الطموح (صحيفة الشرق ٢٠٢٤)

ولكن الى حد الان هذا فقط يقتصر على جامعة واحدة في المملكة العربية السعودية ولاشك بأن المزيد من هاذي التطورات والازدهار في كل مناطق المملكة

ولكن حتى الوقت الراهن مازال سوق الفن صعب لدينا في التسويق ومدى العرض والطلب عليه
لذلك هذا البحث ومن نظرتي كباحثة اريد تسليط الضوء على مدى سوق الفن والمخاطر التي تواجه كل فنان عندما يريد الدخول به أيضا ماهي الاستراتيجيات وكيف يتم بنائها التي ممكن ان نتبعها للتسهيل، أيضا مدى قبول وضع تقنيات إدارة مخاطر لهذه المشاريع

قد يبدو العمل والفنان مفهومان لا علاقة لهما؛ تطوير خطة تسويق، وتعلم كتابة البيانات الصحفية، ومعرفة كيفية التحدث عن العمل الفني، والتواصل، وتحديد الأسعار وسياسات الخصم، وإعداد الاتفاقيات التعاقدية، والتقدم بطلب للحصول على القروض والتمويل، والترخيص، والتأجير، وإعداد الضرائب، ويبدو أن حماية حقوق النشر (والقائمة تطول) يبدو أنها تتحدى الأسباب التي تجعل معظم الناس يختارون أن يصبحوا فنانين في المقام الأول. الفنانون: فكروا في أنفسكم كرجال أعمال، وحددوا موعدًا مع المتحف حسب ما يسمح به جدول أعمالكم. (the business of being an artist.2015)

أهمية الدراسة research importance:

تكمن الأهمية في:

- الناحية العلمية في زيادة الوعي الثقافي لدى الفنان في اخذ كمشروع
- الناحية العملية فهي زيادة الاهتمام بالفنانين ومساعدتهم لنشر أعمالهم والاهتمام بها وسبل الوقاية من المخاطر والتعرف على كيفية التعامل معها من خلال الاستراتيجيات التي تساعد على تطوير عملهم والتسويق له بفعالية.

أهداف الدراسة research objectives:

من أهم الأهداف للدراسة:

١. زيادة الوعي لدى المعنيين والملمين بالفنانين والاهتمام بالمشاريع الفنية
٢. طرق التعامل مع المخاطر التي يواجهها الفنان في التسويق والدعم
٣. طرق بناء وتطوير الاستراتيجيات للتطور مجال الفن وازدهاره
٤. نشر ثقافة الفنون والاستثمار الاقتصادي منها

تساؤلات الدراسة research question:

بناء على ما تقدم، فإن الأسئلة التي يدور حولها البحث هي:

١. لماذا الاهتمام بالمشاريع الفنية وطرق التسويق مازالت محدودة لذلك
٢. ما مدى مواكبة التطور الخارجي والتكنولوجي لعنصر الفن لأنها من العناصر المهمة في تطوير المجتمع
٣. لماذا لا يتم انشاء شركات فنية
٤. لماذا لا يوجد الشراكات الفنية لآخذ الاعمال وتسويقها بفعالية
٥. ماهي حدود الرؤية والدافع لبيع الاعمال الفنية
٦. ما مدى أهمية استخدام الاستراتيجيات لدعم وتسويق مشاريع الفنانين

فروض الدراسة research hypotheses:

على تطور سوق الفن اقتصاديا أيضا تطوير الاستراتيجيات الدعم والتسويق تساعد الفنان لنجاح مشروعه ويأتي

كالآتي:

- أولا انشاء تطبيقات رسمية مختصة يعرض فيها اعمال الفنانين ومشاركة جميع المعارض التي تقام والتسويق لهذي التطبيقات ولا تنحصر على فئة بل تكون متاحة للجميع
- ثانيا افتتاح معارض وتجمعات للفنانين على نطاق أوسع وتكون من السهل الوصول اليه
- ثالثا حل مشاكل الفنانين من حيث تسعير العمل وجودة العمل وتحسينها من خلال خبراء في المجال
- ان لا تنحصر عروض الاعمال في مفاهيم محدودة أي تنوع المفاهيم مما يساهم في تنوع الاعمال
- رابعا يمكن بناء الاستراتيجيات التي من خلالها يرى الفنان مدى وصوله للنجاح المشروع
- خامسا انشاء مدونات جماعية والمشاركة بها

الدراسات السابقة previous research:

قامت مجموعة من الدراسات بتناول العديد من المواضيع المشابهة لاستراتيجيات التسويق للفنون و أيضا في ظل التطور الرقمي وهناك دراسات تناولت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفنون التسويقية ومنها ما يلي:

دراسة لطيفة عبد الرحمن الفيصل :

وهي دراسة بعنوان دور استراتيجية المزيج التسويقي لتفعيل الفنون التشكيلية السعودية في سوق العمل من خلال رؤية ٢٠٣٠ م . هدفت الدراسة الى التعرف على اهداف رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ نحو الفنون التشكيلية والتعرف على استراتيجية المزيج التسويقي لتفعيل الفنون التشكيلية السعودية في سوق العمل من خلال رؤية ٢٠٣٠ والاستفادة من استراتيجية المزيج التسويقي في تفعيل الفنون التشكيلية السعودية في سوق العمل من ناحية الاستثمارية. بحيث يمكن الاستفادة من استراتيجية المزيج التسويقي لتفعيل دور الفنون التشكيلية السعودية في سوق العمل من خلال رؤية ٢٠٣٠ م.

تتفق هذه الدراسة مع البحث الحالي من حيث أهمية استراتيجيات التسويق للتفعيل في سوق العمل من الناحية الاقتصادية والاستثمارية

ويختلف في ان البحث الحالي سوف يتطرق اكثر الى كيفية تفعيل إدارة المخاطر في مشاريع الفنون

دراسة فاطمة قاسم محمد عبد الغني قاسم:

وهي دراسة بعنوان تسويق المنتج الفني في ظل الريادة الرقمية ويهدف البحث إلى توضيح مفهوم الريادة الرقمية في المنتج الفني، كأحد المفاهيم المستحدثة التي تناولها اللغويين بالتوضيح والشرح مع إختلاف أنواعها، بالإضافة للفلسفة التي تستند عليها الريادة الرقمية وما المقصود بها، وماهي طبيعة الخدمات التي تقدمها الريادة الرقمية للمنتج الفني والتحديات التي تواجهها ومتطلبات استمرارها وسرد مجموعة من نماذج الريادة الرقمية الناجحة والاقتداء بها والسير على نهجها. بالإضافة إلى تسليط الضوء حول الوسائط التعليمية الالكترونية المتنوعة والسوق الالكترونية والموجودة على شكل رقمي، ويتفاعل معها المتعلم في إطار المنظومة التعليمية بما يحقق الاهداف المرجوة، حيث أن المنظمات الرقمية تتيح إمكانية ربط عدد كبير من المواقع الادارية المتباعدة التي توفرها مواقعها على شبكة الانترنت وإتاحة الفرصة لتسويق المنتج الفني. وكانت الفجوة هنا أن الريادة الرقمية بشكل عام تتجه نحو تبني ودعم المؤسسات والمنظمات الكبيرة مما أدى إلى فشل المنظمات والمؤسسات الصغيرة وذلك نظرًا لعدم وجود دراية كافية بالتسويق الالكتروني وقلة الموارد المادية في مجال الريادة الرقمية للمنتج الفني وإهمال النواحي الأكاديمية.

تتفق الدراسة مع البحث الحالي من خلال أهمية التطور التكنولوجي والرقمي في تطوير المشاريع الفنية

وأيضا تختلف من حيث ان البحث الحالي يهدف الى التوسع الكبير وزيادة الوعي ودعم جميع المنظومات

دراسة فوز الجميل:

وهي دراسة بعنوان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفنون البصرية في السعودية استكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في ترويج ونشر الفنون البصرية وتأثيرها على اتجاهات الفن في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى استقصاء تصورات الفنانين ومستهلكي الفن عن الفنون عبر الشبكات والمنصات التقنية.

يهدف هذا البحث إلى انه ينظر إلى "المنصة" في وسائل التواصل الاجتماعي كعملية ومفهوم ومكان، أي أنها كل هذه الأشياء معا. فهي عملية من حيث كونها تُسهّل الإنشاء والمشاركة والتفاعل مع المحتوى الرقمي. وهي مفهوم حين تُجسّد أفكار المشاركة والشبكات وبناء المجتمع الرقمي. وهي مكان من حيث توفيرها "مساحة" رقمية للمستخدمين للتجمع والتواصل والتعاون.

تمنحنا مرونة "المنصة" فهما أفضل للطرق المتنوعة التي يمكن أن تحدث بها التفاعلات الرقمية فيما يخص موضوع الفن. حيث أسهمت هذه المنصات الرقمية في توسيع قاعدة المتلقين للأعمال الفنية وزيادة الوعي بالتيارات الفنية المختلفة، وهو ما يؤثر بشكل ملحوظ على اتجاهات الفن في كل مكان في العالم، وبالتحديد في المملكة العربية السعودية موضوع بحثنا. يهدف هذا البحث إلى استكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في ترويج ونشر الفنون البصرية وتأثيرها على اتجاهات الفن في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى استقصاء تصورات الفنانين ومستهلكي الفن عن الفنون عبر الشبكات والمنصات التقنية. تستند هذه الورقة البحثية إلى استبانة أُجريت على منصات وسائل

التواصل الاجتماعي، إلى جانب مقابلات مع خمسة فنانين من السعودية. تتناول هذه الدراسة أيضا بالتحليل والنقد خمسين عملاً فنياً منشوراً ومتداولاً في المملكة العربية السعودية.

دراسة خزار نورالدين:

يعتبر التكوين الجامعي في العديد من دول العالم عملية تحول فرضتها معطيات العصر الراهن الذي، يشهد نمواً كمياً و نوعياً، يعود أساساً إلى الارتباط الوثيق القائم بينه وبين النمو الاقتصادي و الرفاه الاجتماعي ، فالجامعة تعد أهم ركيزة لإنتاج موارد بشرية مساهمة في المجتمع تقيم بمدى تأثيرها من خلال الخبرة التي تطبعها، وهو أهم رهان تسعى لتحقيقه مختلف الجامعات، حيث يتجلى دورها في ترشيد المجتمع وترقيته وتكوين رأس ماله المعرفي الذي تقاس به درجة تقدم المجتمعات، أضف إلى ذلك فهو يعمل على تنمية الشخصية المستقلة والفكر الحر للمخرج . ولأجل بلوغ هذه الأهداف تسعى الجامعة الجزائرية لإنشاء و تطوير صروح تعليمها العالي يمكنها من بلوغ مصاف الجامعات العالمية في جميع التخصصات العلمية . ولعل تخصص الفنون من أهم التخصصات التي تعتني به الجامعة الجزائرية، لأنه يمس قطاعاً حساساً في البلاد.

تأتي هذه الدراسة بالتشابه مع البحث الحالي من حيث تطور مجال الفنون لدينا في المملكة العربية السعودية وطرق التدريس الاستراتيجي.

المنطلقات النظرية للدراسة :

تتعدد الأوجه للمناقشة في البحث الحالي وتتعدد الأسئلة، والحلول المطروحة متعددة ولكن جميعها تناقش كيفية تطوير مشاريع الفنانين بطرق أكثر حداثة أيضاً الاستراتيجيات التي يجب ان تتبع في التسويق والدعم لهذه المشاريع

هناك عدة مشكلات وعقبات تحدث في المملكة العربية السعودية وأيضاً في الدول الأخرى قد تمت ملاحظتها وهناك كتاب يتحدث بالتفصيل واسمه art in Saudi arabia: a new creative economy? يتحدث عن تاريخ الفنون والمشهد الفني في المملكة العربية السعودية وكيف كان المشهد الفني موجوداً منذ فترة طويلة في المملكة وقد تأثر ليس فقط بالتاريخ والاقتصاد وتطورات الدولة السعودية، وخاصة اكتشاف النفط و الدور الذي يلعبه الإسلام التقليدي، بل وأيضاً الجغرافيا السياسية، يشكلان موضوعاً رئيسياً ستكون حرية التعبير الفني ومكانة الفن في المجتمع السعودي والتعليم في ظل المركزية والرعاية الحكومية الضخمة في الآونة الأخيرة .ويعد رؤية ٢٠٣٠ جوهر التغيير الاجتماعي في المملكة العربية السعودية.

سلط هذا الكتاب الضوء على الدور الذي سيلعبه الفن المعاصر في الدفعة الجديدة للمملكة العربية السعودية نحو الدبلوماسية الثقافية فضلاً عن الإصلاح الشامل في البلاد. ومع حشد المملكة لمواردها الهائلة خلف الأولويات الاقتصادية والاجتماعية لاستراتيجية رؤيتها ٢٠٣٠ وسعيها إلى إيجاد شروط جديدة للمشاركة مع المجتمع الدولي، من المقرر أن يحتل الفن مركز الصدارة. وينظر هذا الكتاب في السياقات التاريخية والمعاصرة لهذا التركيز الأخير الذي

تقوده الدولة على الفن في المملكة؛ وكيف تتميز الأحداث والبرامج المخطط لها، من حيث الموارد والحجم والطموح، عن المبادرات المماثلة القادمة من تلك المنطقة؛ وفي كل من الفرص والمزالق، ليس فقط لعالم الفن الناشئ في المملكة العربية السعودية، ولكن أيضًا للممارسين والمحترفين في جميع أنحاء العالم. (Rebecca and alia,2023)

ايضا تطرق الكتاب الى العديد من الفنانين الذين لهم بصمة كبيرة في تاريخ الفن السعودي.

و اود الى لفت الانتباه الى الفنانة بسمة السليمان وهي اول فنانة في المملكة العربي السعودية تؤسس معرض افتراضي يعرف باسم بسموكا .

ان هناك مقال كتبه زياد جاسم من جريدة الشبكة وقد تطرق الى موضوع يسبب جدلا واسع وهو تسعير الاعمال حيث قال في مقاله انه قد يتساءل بعضنا عن كيفية تحديد أسعار القطع الفنية؟ أو ما الذي يجعل قطعاً فنية تصل الى مئات آلاف الدولارات، وأخرى تباع بمبالغ زهيدة؟ من يحدد أسعار هذه الأعمال، سواء أكانت نحتاً أو رسماً أو خزفاً.. الى آخره. وهل أن قيمة العمل الفني مرتبطة بفكرة العمل، ام باسم الفنان ومنجزه، أم ماذا؟ هذه الأسئلة وغيرها ناقشناها مع بعض الفنانين عبر هذا الاستطلاع..

من الفنانين الذين تم مناقشة هذا الموضوع معهم هو د. محمود شبر وهو فنان تشكيلي وعضو في جمعية الفنانين التشكيليين العراقيين هو من مواليد بغداد وحاز على شهادة الماجستير والدكتوراه من جامعه بابل كلية الفنون الجميلة وله العديد من المشاركات في مهرجانات ومعارض واقام العديد من المعارض الخاصة حيث قال "عن قيمة الاعمال الفنية إنها تختص بعوامل الجودة ورصانة العمل، وتكون بطبيعة الحال القضية التي تأخذ الحيز الأكبر والأهم لكل فنان يحترم اسمه ويحترم فنه." واستدرك في كلامه قائلاً "لكنها واقعاً ليست لها علاقة بالسعر الذي هو محور السؤال الأصلي، بل إن الموضوع برمته ليس فيه ترابط ما بين الإنتاج والتسويق، ويكاد يكون هذا من ضمن هموم الفنان التي تكون ضاغطة عليه."

أيضا أضاف د. محمود شبر من خلال المقال الذي كتبه زياد جسام : "دائماً ما أتعمد ذكر أن الفن، بوصفه عالماً جَمِلاً، يكون فيه الفنان هو السيد الأول المتحكم بآليات اشتغالاته، من خلال مختبره التجريبي الذي يقدم فيه خلاصات أفكاره، وهذا بالتأكيد معروف ولا نريد التوسع فيه لتتسنى لنا الإجابة على السؤال بالشكل الوافي المكثف. وهذا الفنان قد يكون ناجحاً في إدارة فنه، أو غير قادر على تلك الإدارة بسبب انهماكه المستمر في مشغله وأفكاره. كل هذا يقابله عالم آخر يكون موازياً لهذا الذي ذكرناه، يمكن ان نطلق عليه -إذا جاز التعبير- (عالم تجارة الفن)، الذي يديره أشخاص ليسوا فنانين، وهم كذلك ليسوا نقاداً أو أصحاب اختصاص بالفنون الجميلة، ولكن هؤلاء يكون اطلاعهم على خفايا الفن وأسراره -في غالب الأحيان- أكثر من اهل الاختصاص، والسبب هو أن عملية الاستثمار المالي تحتاج الى أرضية آمنة للوقوف عليها، وهؤلاء هم الذي يتحكمون بـ (سوق الفن) وكيفية تحريكه بهذا الاتجاه أو ذاك. وهذا ما يجعل الفنان واسمه وفكرة العمل والقيمة التي أشرنا إليها أنفا غير حاضرة في هذا العالم المتخصص بالفن، لكنه غير مختص، متحكم لكن من نوع آخر، ربما يكون أكثر أهمية من الجميع." وختم حديثه بأن "لا معيار يخضع له السعر من تلك التي أشار لها السؤال، ويبقى المقتني وتاجر الأعمال الفنية هو من يضع الخطوط البيانية لسعر الفنان صعوداً ونزولاً."

ما ربط هذا الموضوع بالبحث الحالي هو اننا نرى ان قيمة العمل وجودته ليست لها علاقة بالسعر بل انها مرتبطة بالمقتني ومدى الاستثمار في مشاريع الفنون من قبل غير المختصين وارى انه لابد من ان الاعمال الفنية يتم تقدير قيمتها من قبل المختصين بالفنون ويعود هذا الامر بالنفع للتسويق لكل الفنانين ومعرفة المستويات وقيمة الاعمال التي تعود بالنفع لازدهار هذه المشاريع والاستثمار فيها بالطرق المنطقية.

اما عن تسويق الأعمال أيضا تم التطرق اليه في المقال من خلال الفنان التشكيلي (د. فاخر محمد)، وهو عميد كلية الفنون الجميلة في جامعة بابل في العراق وعضو في العديد من الجمعيات وعضو في نقابة الفنانين العراقيين، وله الكثير من المشاركات في المعارض أيضا العديد من المعارض الشخصية التي أقامها في العديد من الدول، حيث وصف العمل الفني في المقال وقال "، أياً كان، بأنه سلعه ثقافيه تصبح تحت قانون العرض والطلب. وقال إن "اسم الفنان وتاريخه ومكانته الإبداعية لها علاقه كبيرة بالأسعار، نعم، هناك تقاليد في أوربا غير موجودة في المنطقة العربية، هي آليه التسويق، ففي المنطقة العربية لا توجد تقاليد في تسويق الأعمال الفنية، ومن الخطأ جدا أن يقوم الفنان بتسويق أعماله، إذ يجب أن تكون هناك جهة بيع هي المسؤولة، أحيانا تلعب العلاقات الشخصية دوراً في التسويق، بل وحتى المزادات تلعب دوراً في ارتفاع أسعار الفنانين، هناك أسماء في الفن العراقي بيعت أعمالهم خلال التسعينيات بمبالغ بسيطة، نفس هؤلاء الفنانين بيعت أعمالهم في مزاد (بونهامس) قبل سنتين بـ ٦٥٤ ألف دولار!"

نلاحظ هنا ان الاعمال والمشاريع الفنية خاضعة للعرض والطلب وهذا يوضح لنا بأن المجال الثقافي الفني مجال لابد من ان يخضع للتسويق بطرق عديدة حيث أوضح د. فاخر محمد ان في المنطقة العربية مازالت طرق التسويق محدودة بعكس الدول الأوروبية التي لهم اليه خاصه للتسويق لهذه الاعمال وقد ادلى بمثال يوضح الامر. هنا تأتي أهمية استراتيجية إدارة المخاطر في معالجة سير المشروع والتسويق في هذا المجال ووضع التقنيات والاستراتيجيات اللازمة لتطويره وتفايدي الخسائر التي من الممكن حدوثها او التقليل منها من خلال المؤسسات المختصة بالمشاريع .

أيضا في المقال تم التطرق لموضوع المؤسسات السياسية من خلال الفنان والناقد (د. جواد الزيدي) وهو استاذ جامعي لدى جامعة بغداد/كلية الفنون الجميلة قال "أن تفاوت أسعار الأعمال الفنية يحدد بفعل معطيات وأسباب عديدة ترتبط بالزمان والمكان والحقبة الفنية التي اتسمت بها. قائلاً "تختلف قيمة الفن الأوربي عن الفنانين الشرقي والعربي، لأن مؤسسات كبرى ذات صبغة سياسية أحياناً تحدد هذه الأسعار، وليس بالضرورة أن يقتزن سعر العمل الفني بقيمته وأهميته." وأضاف "أما في فضاءنا العربي والعراقي، فهناك أسباب تختلف عما ذكرناه، تقسم الى ثلاثة اتجاهات، أولها: أن بعض الفنانين الذين يعتاشون على العمل الفني يحتاجون الى تسويق أعمالهم من أجل استمرار حياتهم والإيفاء بمسئولياتهم الشخصية مهما كانت قيمة العمل الفني، ولعل بعض الأسماء المكرسة في التشكيل العراقي تحدد أسعار أعمالها ضمن هذا التوصيف. أما الصنف الثاني المكتفي مادياً فإنه يفرض أسعاره الخاصة بما يتسق مع الجهد والقيمة الإبداعية، وقد يكون السعر مرتفعاً بعض الشيء، وهو يريد أن يحتفظ عمله بأهميته وبريقه ويخلق قيمة للعمل الفني وأهميته. أما الصنف الثالث فتفرضه الظروف الموضوعية، أي الاقتران بأسعار السوق العالمية والمزادات المعروفة، وهي أسعار عالية توازي الأسعار العالمية أو تقل عنها بعض الشيء، وغالباً ما تقع أعمال الرواد ضمن هذا التوزيع."

نلاحظ هنا أهمية العمل وقيمه لا يرتبط بالسعر فلكل فنان طريقة مختلفة لبيع الاعمال وتسويقها بحسب حاجته او الغرض من البيع حيث من الممكن ان تكون الاعمال لها قيمة عالية وتباع بمبلغ يسير والعكس أيضا ومن خلال البحث اريد ان تتم ملاحظة هذه الاختلافات ومعالجتها بما يتناسب مع سياستنا وثقافتنا واستراتيجياتنا بحيث ان تعطى لكل فنان القيمة التي يستحقها لمشروعه والسعي لدعم الجميع.

اما عن قيمة التاريخية فقد تحدث أيضا المغترب (عبد الأمير الخطيب) عن تجربته في هذا المجال وقال: "لو شخصنا العملية لوجدنا أن السوق خاضعة بالدرجة الأولى لاسم الفنان وكمية ما كتب عنه وما تأسس للعمل، فهذه الأمور تعطي قيمة مادية للعمل الفني أكثر من القيمة الفكرية والجمالية، فاسم الفنان والكتابات يعطيان او يضفيان قيمة تاريخيه للعمل، كذلك شهرة الفنان وكمية الكتب التي ذكرت هذا العمل او ذاك، فهذه القيمة التاريخية هي التي تغري المستثمر في العمل الفني، او الذي ينوي استثماره."

وأضاف أن "الأوربيين مثلاً، لا حصراً، يعتبرون أن الفن هو promotion، أي دعم، وهذا يعني أنهم يدعمون الفنان الذي ليس له اسم، أو ليست له أعمال مؤثرة، فتبقى قيمة العمل الفني منخفضة لا تتجاوز بضعة آلاف من الدولارات، أو شيء آخر هو أن هذا العمل الفني يتناسب مع ديكورات الغرفة أو البيت. هذه الاعتبارات هي التي تلعب الدور الرئيس في عملية السوق والتسويق أيضاً، ناهيك عن الاعتبارات السياسية و(الترندية) التي ظهرت بعد (أندي) و(أرعوا) و (كيث هيرنج)، وغيرهم ممن لحقوا بركب الظواهر التي روجت لها بعض المؤسسات لأغراض لا يعلمها إلا الله، مثل ظاهرة الفنانين المثليين وتسويق أعمالهم بمئات آلاف الدولارات، أو ربما الملايين."

أرى في هذا الجزء ان العامل الرئيسي للسوق والتسويق هو الدعم من قبل الجميع أي ان المبدأ بخصوص الفن هو (الدعم) بغض النظر عن الجودة، ولنفترض اذا تم تطبيق هذا الامر في ظل رؤية ٢٠٣٠ وبحسب انظمتنا وبما يتماشى مع سياستنا والتوسع على جميع مناطق المملكة، اعتقد بأن سوق الفن سوف ينتقل لمستوى اخر وبمعايير رفيعة.

وبلا شك من وجهة نظري كباحثة أرى بأن وجود شريك او إدارة اعمال في العمل امر جيد ويساعد خصوصاً لبعض الحالات في المجتمع مثل ذوي الهمم او من يعانون من مشاكل صحية او ظروف معينة تمنعهم من الخروج للعمل ف يصبح اذا كان هناك إدارة اعمال للفنان يدير جميع اموره ويكون لديه المؤهلات لذلك يساعد في الكثير من الأمور وهنا لدينا هنا مثال من كتاب ١٠ خطوات لكسب المال كفنان حيث سأل الكاتب الفنانة ماندي سكوتليف " كم ساعة في الأسبوع تخصصها للفن؟ هل هو من اهتماماتك؟ المصدر الرئيسي للدخل؟ إذا لم يكن كذلك، فكيف يمكنك الجمع بين هل كونك فناناً هو عملك "الرئيسي"؟ كنت أعمل بدوام كامل في Belle & Boo ، بما في ذلك في

المساء، عطلات نهاية الأسبوع والعطلات الرسمية، ولكن منذ أن أنجبت توأمي للتو منذ أكثر من عام، أعمل الآن لمدة يومين ونصف فقط، وهو ما يعني صعب مثل بعض الأيام، الرسومات لا تتدفق ولا أستطيع أبداً يبدو أن إنجاز ما يكفي من العمل ليس بالأمر السهل، ولكن لفترة قصيرة فقط. الوقت وأنا لا أريد أن أكون مصوراً للأطفال وأفتقد رؤية اطفالي يكبرون

هل تعمل مع معرض أو تاجر أعمال فنية أو شيء من هذا القبيل؟ كيت هي شريكتي التجارية الرائعة التي تنظم كل شيء آخر غير الرسوم التوضيحية، هذا يتركني حرة في فعل ما أريد. ابدل قصارى جهدي وابدأ في الرسم. لقد وجدت

دائمًا صعوبة في وضع قيمة لعمل الفني، لذا فمن الرائع أن يكون لدى شريك أستطيع بيع ما أفعله ولدي رؤية ودافع لاتخاذ القرار الأعمال إلى المستوى التالي. (Antonio Minervini, 2015)

من المخاطر التي تواجه هذه المشاريع هي " عامل الخطر الآخر الذي يجب مراعاته في أي سوق هو الهيكل الموجود (أو غير ذلك) للإشراف على نشاطه. يعد الافتقار إلى التنظيم في سوق الفن أحد المجالات التي يُشار إليها غالبًا على أنها تمنع الاستثمار الجاد" (Ms Melanie Gerlis, 2014)

"يمكن تقديم حجة قوية للارتجال فقط، حيث أن هناك قليل من القافية أو المنطق في الطريقة التي يصبح بها بعض الفنانين ناجحون بينما لا ينجح معظم الآخرين. كل العمل الشاق لإعادة التأهيل البحث في المعارض، وإجراء المكالمات الهاتفية، وإرسال الشرائح، قد يكون من الممكن تطوير محفظة أعمال وسير ذاتية طويلة للمعارض لا شيء يساوي شيئًا، في حين أن شخصًا ما خرج للتو من مدرسة الفنون يحدث أن تعرف الشخص المناسب أو أن تكون في المكان المناسب في الوقت المناسب هو الوقت الذي يتم فيه التباهي به. لا يمكن الحديث عن الحظ حقًا، والموهبة ليست موضوعًا للنصيحة. ومع ذلك، فإن رفع اليدين أو انتظار البرق الإضراب ليس إجابة أيضًا. الجانب التجاري من كونك فنانًا يعني معرفة الخيارات المتاحة واتخاذ القرارات الصحيحة الاختيارات. كثير من الفنانين لا يدركون أن لديهم خيارات، أو أن هناك أكثر من طريقة لتحقيق النجاح. القدرة - التي تم تعريفها هنا على أنها القدرة على كسب العيش كفنان. لقد نجحت كل الطرق المعروفة لتحقيق الأهداف المهنية بالنسبة لبعض الفنانين، فشلت مع آخرين. لذلك، من أجل وصف الطريق إلى النجاح - نصح الفنانين بكتابة هذا النوع من الرسائل إلى ناشر مطبوعات، يوقع هذا النوع من العقود مع تاجر أعمال فنية، ارتداء الملابس بهذه الطريقة لمشتري محتمل من الشركات - هو محكوم عليه بالفشل بالنسبة لمعظم الفنانين. وهذا هو المنطق الأكثر منطقية بالنسبة للفنانين لمعرفة ما هي الإمكانيات المتاحة لمساعدة أنفسهم، السماح لهم بالارتجال ولكن مع اختيارات مستتيرة. كل فنان لديه مقياسه الخاص للإنجاز.

اين يمكنني أن أعرض أعمالي؟ تتوفر مجموعة واسعة من مساحات العرض المتاحة للفنان المبتدئ. على سبيل المثال ، فان البنوك والمكتبات والمقار الرئيسية للشركات، المراكز المجتمعية والمستشفيات ومكاتب العقارات والمقاهي والمطاعم، على سبيل المثال، ترغب في كثير من الأحيان في السماح للفنانين بتعليق أعمالهم على الجدران حيث يمكن للجمهور رؤيتها. غالبًا ما تكون احتمالية المبيعات منخفضة وإمكانية الأضرار التي لحقت بالعمل (بصمات الأصابع، بقع القهوة، السجائر) كبيرة، ولكن هذا النوع من العروض يمثل فرصة لردود الفعل ولكي يتمكن الفنان من توزيع البيانات الصحفية، الإعلانات وبطاقات المعرض، وإن نتذكره في المرة القادمة التي يتم فيها عرض عمله.

يوجد في العديد من البلدات والمدن الصغيرة مراكز فنية حيث يمكن رؤية الأعمال في معرض فعلي أعلى قليلاً من المعرض الفني في البنك أو المكتبة، ومن المرجح أن يكون للمركز وسائله الخاصة لتعزيز الأنشطة، مما قد يأتي عدد كبير من الأشخاص لمشاهدة العمل الفني.

قد يشير رد الفعل السلبي إلى أن الخطأ الناس ينظرون إلى عمل شخص ما، أو قد يعني ذلك أن الفن لا يزال بحاجة إلى تحسين وليس جاهزًا للمعارض العامة والمبيعات. الحكمة أن نطلب ردودًا من المتخصصين الفنانين في المنطقة، وربما أعضاء هيئة التدريس من مدارس الفنون، الذين يمكنهم تقييم العمل الفني وتقديم اقتراحات للفن.

المصطلح التجاري لتوعية بما يجب أن يقدمه هو التسويق، والذي يعني ببساطة العثور على جمهور. من هم الأشخاص الأكثر احتمالاً لفهم وإدراك ما نوع العمل الفني الذي أقوم بإنشائه؟ لن يفهمه الجميع أو يعجبهم وهذا لا ينبغي أن نفترض أن الجميع يجب أن يفعلوا ذلك .

الأمر الأكثر أهمية بالنسبة للفنانين هو أن يطوروا قائمة أسعار لعملهم وسياسة الخصومات قبل أن وضع أعمالاً فنية للبيع (The business of benign artist, 2015) .

المنهجية وطرق البحث research methodology :

ان المنهجية التي سوف يتبعها الباحث هي الملاحظة لاي مدى تطور الاهتمام بمشروع الفن وماهيا حدوده ومخاطره وأيضا القيام بنشر استبانة للملمين بالفن والفنانين ومعرفة مدى المخاطر التي واجهها الفنانون في نشر أعمالهم واخذها كمهنة او مشروع ربحي وما الأساليب او الاستراتيجيات التي اتبعوها للتغلب على المخاطر ومدى تطور الاستراتيجيات على مدى سنوات البدايات بالوقت الحالي واقتراح افضل الخيارات للتطوير في هذا المجال .

أدوات الدراسة research tools:

نشر استبانة تستهدف الفنانين وتتضمن اسألة منها كالتالي:

- نوع الجنس
- العمر
- الدرجة العلمية
- متى كانت البداية في المشروع الفني
- هل واجهت مخاطر في عملية التسويق ؟
- كيف كانت عملية التسويق لها ؟
- ماهو دور التكنولوجيا و وسائل التواصل الاجتماعي في الدعم والتسويق؟
- هل تعتقد بأن المعارض الحالية والمجتمعات الفنية محدودة؟
- هل سبق وان شاركت في معرض فني؟
- هل سبق وان شاركت في مزاد فني؟
- هل يوجد من حولك مدونات تحتضن الفنانين في المملكة العربية السعودية ؟
- هل تعتقد بأنه يمكن بناء استراتيجيات لتطوير المشروع الفني ؟
- هل تعتقد ان تسعير الاعمال الحالية جيد؟
- هل تعتقد انه من الأفضل وجود مقيمين للاعمال الفنية ؟

- ما رأيك بالوعي الثقافي الفني لدى العامة ؟
- هل تدعم الشركات للمشاريع الفنية؟
- هل تدعم وجود شركات فنية للمشاريع الفنية ؟
- هل يوجد للفنون حيز في سوق العمل؟

حدود الدراسة research limitations:

تكمن حدود الدراسة على نطاق الفنانين في المملكة العربية السعودية و التركيز على البعد التسويقي وبعد الصعوبات التي من الممكن ان تواجه الفنان أيضا على الاستراتيجيات المتبعة من قبل الفنانين وإمكانية التطوير عليها.

المراجع references:

الدراسات السابقة:

- https://mfes.journals.ekb.eg/article_167353_26f01a1af66c2b7b48f52bdea9a6331b.pdf
- https://seaf.journals.ekb.eg/article_298269_fa8b9f44e8840416d7a7ac89abdb4199.pdf
- <https://www.almanwar.com/publications/the-impact-of-social-media-on-visual-arts-in-saudi-arabia>
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/572/5/2/136912>

المقالات :

- جسام, زياد (٢٠٢٤). من يقف وراء سوق الفن التشكيلي ومن يحدد أسعاره ؟. مجلة الشبكة العراقية. ٤٥٤
- <https://magazine.imn.iq/%d9%81%d9%86%d9%88%d9%86/%d9%85%d9%86-%d9%8a%d9%82%d9%81-%d9%88%d8%b1%d8%a7%d8%a1-%d8%b3%d9%88%d9%82-%d8%a7%d9%84%d9%81%d9%86-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d8%b4%d9%83%d9%8a%d9%84%d9%8a-%d9%88%d9%85%d9%86-%d9%8a%d8%ad%d8%af%d8%af-%d8%a3>
- <https://www.alarabiya.net/saudi-today/2024/02/12/%D8%A7%D9%86%D8%B7%D9%84%D8%A7%D9%82-%D8%A3%D9%88%D9%84-%D9%83%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%84%D9%81%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D8%AA%D8%AE%D8%B5%D8%B5%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86%D9%88%D9%86>

الكتب :

- Art as an Investment?: A Survey of Comparative (2014) Melanie ,Gerlis
. Ashgate Publishing Limite .(Assets
- STEPS TO EARN MONEY AS AN ARTIST – the (2015) Antonio ,Minervini
Allworth Press; Fifth edition .ultimate guide
- Allworth .The Business of Being an Artist .(2015) Daniel ,Grant
- Art in Saudi Arabia: A New (2023), Alia, Al-Senussi ; Rebecca anne ,Proctor
. Lund Humphries ,Creative Economy?

