

تكليف ٣ مهارات بحثية ٣

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



أولا

احب اشكر د. سارة على تشجيعك وتوجيهاتك الهامة في كتابة مقدمة البحوث والدراسات

ثانيا

استأذنك في اني سأقدم صياغة (مقدمة لاطروحة الدكتوراة الخاصة بي) وحضرتك توضحيي جوانب القوة والضعف وطرق التحسين .

ثالثا

كذلك لمشكلة الدراسة وهي المخصصة لهذا التكليف (وحضرتك تعلقي عليها أيضا) ،، ولكم جزيل الشكر والتقدير

عرض لمشكلة الدراسة:

رؤية مبتكرة لدور القيادة الالكترونية للفنون

مشكلة الدراسة :

انتشر مفهوم القيادة الإلكترونية في عالم السيارات في القرن الحادي والعشرين، ولم يتطرق لها أحد في مجال الفن التشكيلي رغم انتشار تطبيق هذا المفهوم عبر الانترنت بدون قائد لها فنجد المعارض الافتراضية والمتاحف وطباعه الأعمال الفنية الحضارية وبيع جميع الانتاج الفني عبر هذا العالم الافتراضي، فالتطور التكنولوجي كما ساعد على التواصل الجيد بين المنتج والمستهلك افسح المجال على مستوى عالمي لتبادل الفن كسلعه جماليه كما اتاحت الادوات التكنولوجيه بيع العمل الفني سوفت وطباعته باي حجم يتناسب مع احتياج المستهلك، ومع انتشار المعارض والمتاحف وغير ذلك عبر العالم الافتراضي، وجدت ضرورة ملحه لتنظيم هذا الكم الهائل من الاعمال الفنية المنتشرة عبر الانترنت وخلق وظائف منظمة عبر الميدان التكنولوجي، خاصة أن الحاجة الان اصبحت شديده لوجود تنظيم اداري الكتروني لتنظيم مسار هذا التقدم وارشاده الي الكمال بحيث يحقق التكامل الوظيفي والتعليمي والارشادي والتثقيفي لميدان الفنون، وبالتالي ميدان الفنون يحتاج لقيادة تنظم له ريادة المنتج الفني بالعالم ، وأسهل طرق التواصل وتيسرها لدي الجميع هي القيادة التكنولوجية.

منه دار سؤال الدراسة: ما هي دور القيادة الالكترونية للفنون في الإرتقاء بالإنتاج الفني؟

١- أسلوب صياغة المشكلة :

جاءت صياغة مشكلة الدراسة واضحة ومباشرة حيث استخدمت الباحثة أسلوبًا وصفيًا تحليليًا يشرح خلفية المشكلة والظروف التي أدت إلى ظهورها ثم اختتمت بصياغة سؤال بحثي رئيسي هو ما دور القيادة الإلكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني؟ هذا الأسلوب يتوافق مع المعايير العلمية الجيدة لصياغة المشكلة بحيث تكون على شكل سؤال محدد قابل للبحث والتحليل. كما أن اللغة كانت علمية خالية من الغموض، مما يسهل على القارئ فهم جوهر الإشكالية البحثية .

٢- مدى نجاح الباحث في عرض المشكلة :

نجحت الباحثة في عرض المشكلة البحثية وتبريرها لأنها ربطت بين التطورات التكنولوجية وانتشار المنصات الرقمية من جهة وبين غياب القيادة الإلكترونية المنظمة في ميدان الفنون من جهة أخرى . كما أبرزت مظاهر الخلل الواقعي مثل فوضى التسويق الرقمي وتراجع القيم الجمالية مما جعل الحاجة إلى القيادة الإلكترونية أمرًا مبررًا علميًا وعمليًا كما أنها حوّلت الملاحظة العامة إلى تساؤل بحثي محدد قابل للدراسة الميدانية عبر استطلاع رأي فئتين من الممارسين وهما الطلاب والخريجين .

٢- مدى مراعاة اعتبارات اختيار المشكلة :

- ١- الحداثة والأصالة: فالموضوع جديد في ميدان الفنون البصرية ولم يُعالج سابقًا بهذا المفهوم.
- ٢- الأهمية العلمية والتطبيقية: تضيف الدراسة للأدبيات العربية في المجال وتسهم في تنظيم وتطوير الإنتاج الفني عبر الوسائط الإلكترونية.
- ٣- الواقعية والقابلية للتطبيق: المشكلة نابعة من ظاهرة حقيقية يمكن رصدها وتحليلها ميدانيًا.
- ٤- الارتباط بالتخصص: تتسق مع مجال الفنون البصرية والإدارة الفنية الرقمية.

صياغة مقترحة لمقدمة و مشكلة للعنوان المقترح لأطروحة الدكتوراه :

أثر عوامل التسويق المتكاملة على تنمية سوق الفنون البصرية في المملكة العربية
السعودية : دراسة تحليلية تطويرية للبناء نموذج تطبيقي مبتكر

يشكّل الاقتصاد الإبداعي اليوم أحد المحركات الرئيسة للتنمية المستدامة في العالم، إذ يمثّل منظومة متكاملة تجمع بين الإبداع والثقافة والتكنولوجيا والابتكار، وتسهم في إنتاج قيمة اقتصادية مستمدة من الفكر والمعرفة والهوية. وقد أدركت المملكة العربية السعودية مبكرًا أهمية هذا القطاع، فضمّنته ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030 بوصفه ركيزة استراتيجية لتنويع الاقتصاد الوطني ورفع مساهمة الصناعات الثقافية والفنية في الناتج المحلي، ودعم مكانة المملكة كمركز إقليمي للإبداع والثقافة. وفي هذا السياق، برزت الفنون البصرية كأحد أهم فروع الاقتصاد الإبداعي لما تمثله من قيمة رمزية وجمالية، ودورها في إبراز الهوية الوطنية، وتحفيز الاستثمار الثقافي، وتوسيع قاعدة المشاركة المجتمعية في الفنون.

لقد شهدت السنوات الأخيرة تطورًا ملحوظًا في المشهد الفني السعودي من خلال ازدياد أعداد الفنانين، وتوسع المعارض المحلية والدولية، وظهور مؤسسات تنظيمية متخصصة مثل هيئة الفنون البصرية، إلى جانب مبادرات وبرامج لدعم الفنانين والمقتنين وتنشيط السوق الفني. ومع ذلك، ما زال سوق الفنون البصرية في المملكة يواجه تحديات متشابكة تحدّ من قدرته على النمو والاستدامة. فالتكامل التسويقي بين مختلف الفاعلين في السوق من فنانين، ومقتنين، وصالات عرض، ومؤسسات تنظيمية لا يزال محدودًا، مما يؤدي إلى فجوة واضحة بين الإمكانيات الفنية المتزايدة والقدرات التسويقية المطلوبة لتحويل الفن إلى قيمة اقتصادية مستدامة

وتتجلى هذه التحديات في مجموعة من العوامل المتداخلة ، فمن الناحية النفسية والسلوكية ما زالت الثقة بين الفنان والمقتني محدودة نتيجة غياب الممارسات الشفافة في التسعير والتوثيق وضعف الوعي بحقوق الملكية الفكرية ، أما من الناحية التقنية فإن التسويق الإلكتروني والمنصات الرقمية لم تُستثمر بعد على نحو فعال لتوسيع دائرة الانتشار الفني ورفع القيمة السوقية للأعمال. ومن الجانب الاقتصادي لا تزال القيمة المدركة للأعمال الفنية ضعيفة لدى فئات واسعة من الجمهور مما يحد من معدلات الاقتناء والاستثمار ، كما تواجه البيئة المؤسسية والتنظيمية تحديات في صياغة التشريعات والسياسات التي تضمن الشفافية والاستدامة في المعاملات الفنية ، وإلى جانب ذلك فإن تبني التقنيات الابتكارية الحديثة كالواقع الافتراضي والميتافيرس ما زال في بداياته، رغم قدرته على فتح آفاق جديدة لتسويق الفنون البصرية محلياً وعالمياً.

في ضوء ذلك تتضح الحاجة إلى دراسة علمية تحليلية تستقصي أثر عوامل التسويق المتكاملة (النفسية والتقنية والاقتصادية والمؤسسية والابتكارية) في تنمية سوق الفنون البصرية في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال بناء نموذج تطبيقي مبتكر يساهم في تطوير الممارسات التسويقية وتعزيز كفاءة السوق في إطار الاقتصاد الإبداعي الوطني ، فغياب هذا التكامل التسويقي يؤدي إلى تشتت الجهود، وضعف ثقة المستثمرين والمقتنين، وتأخر تحول الفن إلى مورد اقتصادي فعلي.

وانطلاقاً من ذلك تسعى هذه الدراسة إلى سدّ الفجوة المعرفية القائمة من خلال تحليل العلاقات بين هذه العوامل المختلفة وقياس أثرها في تنمية السوق الفني باستخدام منهج وصفي تحليلي كمي يعتمد على الاستقصاء الميداني والتحليل الإحصائي ، وتكمن أهمية هذه الدراسة في مساهمتها العلمية في بناء إطار نظري وتطبيقي متكامل لتسويق الفنون البصرية بالمملكة ومساهمتها العملية في دعم السياسات الثقافية وتمكين الفنانين والمؤسسات من تبني استراتيجيات تسويقية حديثة تعزز من استدامة هذا القطاع الحيوي وتدعم موقع المملكة الريادي في الاقتصاد الإبداعي العالمي .

يشهد قطاع الفنون البصرية في المملكة العربية السعودية نموًا متسارعًا في ظل التحولات الاقتصادية والثقافية التي أطلقتها رؤية المملكة 2030، والتي أولت الاقتصاد الإبداعي دورًا محوريًا في تنويع مصادر الدخل ودعم الصناعات الثقافية والفنية. ومع ذلك ورغم المبادرات المؤسسية والجهود الحكومية لتعزيز مكانة الفنون البصرية، إلا أن سوق الفنون البصرية السعودي لا يزال يعاني من ضعف في تكامل العوامل التسويقية المؤثرة على تنميته واستدامته. فمن ناحية تتباين مستويات الثقة بين الفنانين والمقتنين بسبب غياب التشريعات المنظمة، وضعف الوعي بحقوق الملكية الفكرية، وغياب الشفافية في التسعير والتوثيق. ومن ناحية أخرى، لا تزال الممارسات التسويقية للفنون محدودة في قدرتها على توظيف التقنيات الرقمية والمنصات الإلكترونية بالشكل الأمثل لتوسيع قاعدة الجمهور أو تعزيز القيمة الاقتصادية للأعمال الفنية. كما أن الأدوار المؤسسية للجهات التنظيمية مثل وزارة الثقافة وهيئة الفنون البصرية ما زالت في طور التطوير مما يحد من فاعلية السياسات الداعمة للسوق، يضاف إلى ذلك أن الابتكار التقني والتجارب الحديثة (مثل الواقع الافتراضي والميتافيرس) لم تُستثمر بعد بصورة كافية لخلق بيئة تسويقية أكثر تفاعلية واستدامة.

كل هذه العوامل تشير إلى وجود فجوة معرفية وتطبيقية تتمثل في غياب نموذج تسويقي متكامل يربط بين الأبعاد النفسية والسلوكية (الثقة والملكية الفكرية)، والتقنية (التسويق الإلكتروني والتحول الرقمي)، والاقتصادية (القيمة المدركة والسلوك الشرائي)، والمؤسسية (السياسات والتشريعات)، والابتكارية (التقنيات المستقبلية والذكاء الاصطناعي)، بما يتيح فهمًا أعمق لكيفية تفاعل هذه المتغيرات وتأثيرها في تنمية سوق الفنون البصرية.

من هنا تتبع مشكلة الدراسة في عدم وضوح أثر عوامل التسويق المتكاملة على تنمية سوق الفنون البصرية في المملكة العربية السعودية، وضعف التكامل بين هذه العوامل في دعم استدامة السوق وتطوير ممارساته، ويُتوقع أن يؤدي استمرار هذه الفجوة إلى تباطؤ نمو السوق الفني وضعف قدرته التنافسية محليًا وإقليميًا.

وانطلاقًا من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل أثر عوامل التسويق المتكاملة بأبعادها على تنمية سوق الفنون البصرية السعودي، من خلال منهج وصفي تحليلي كمّي يهدف إلى بناء نموذج تطبيقي مبتكر يساهم في تطوير الممارسات التسويقية وتوجيه السياسات المؤسسية، بما يعزز من كفاءة هذا القطاع كمكوّن رئيسي في الاقتصاد الإبداعي الوطني.

ويمكن اختصار مشكلة الدراسة في سؤال رئيسي وهو ما أثر عوامل التسويق المتكاملة بأبعادها النفسية والتقنية والاقتصادية والمؤسسية والابتكارية في تنمية سوق الفنون البصرية في المملكة العربية السعودية؟



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

