

تطوير منتج طباعة المنسوجات من خلال الاستفادة من جماليات الفن الأفريقي في تصميم طباعة إقمشة المعلقات المعاصرة

Developing a textile printing product by leveraging the aesthetics of African art in contemporary pendant fabric print design.

د/ مها عصمت على حمودة

مدرس بقسم طباعة المنسوجات والصبغة والتجهيز بكلية الفنون التطبيقية - جامعة بنها
Mahahamouda8484@yahoo.com

كلمات دالة

تطوير المنتج Product Development
طباعة المنسوجات Textile Printing
الفن الأفريقي Design, African art
أقمشة المعلقات المعاصرة Contemporary pendant fabrics

ملخص البحث

الفن الأفريقي الزنجي زاخر بالعديد من الوحدات الفنية التي تثرى مجال طباعة المنسوجات ولأن تطوير المنتج من أهم اتجاهات الصناعة حالياً وفقاً للأسواق المحلية والدولية فمن هنا جاءت مشكلة البحث هل وجود الفرصة التسويقية سيؤدي إلى تطوير المنتج بشكل عام ومنتج تصميم طباعة المنسوجات بشكل خاص عن طريق دراسة واقية لعملية التطوير والأسواق الدولية ومخاطرها؟ وكيف يمكن الاستفادة من الفن الأفريقي في صياغات تشكيلية تواكب الفكر المعاصر؟ وتحدد أهداف البحث في التعرف على عملية تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات ومراحلها وأهم العوامل المؤثرة فيه، دراسة الأسواق الدولية وتوجيهاتها ومخاطرها، دراسة الفن الأفريقي للاستفادة منه في ابتكار تصميمات طباعية معاصرة، وتتضمن أهمية البحث دراسة تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات، كيفية معالجة العناصر الفنية الأفريقية والاستفادة منها في ابتكار تصميمات تصلح لطباعة أقمشة المعلقات. منهجية البحث يتبع المنهج الوصفي والتجريبي، وتتخلص النتائج في استخدام فن الكولاج بأساليبه المختلفة حقق العديد من القيم الجمالية والبصرية في تصميم القطعة الواحدة لأقمشة السيدات، امكن من خلال فن الكولاج استحداث رؤية مبتكرة في تصميم طباعة القطعة الواحدة لأقمشة السيدات يمكن تطبيقها في الملابس ومكملاتها.

Paper received November 5, 2024, Accepted January 9, 2024, Published on line March 1, 2025

مشكلة البحث Statement of the Problem

وتتلخص مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

- هل وجود الفرصة التسويقية سيؤدي إلى تطوير المنتج بشكل عام ومنتج تصميم طباعة المنسوجات بشكل خاص عن طريق دراسة واقية لعملية التطوير والأسواق الدولية ومخاطرها؟
- هل لمصادر الأفكار تأثير على قدرة المنتج المتطور على تلبية احتياجات العملاء؟
- كيف يمكن الاستفادة من الفن الأفريقي وتطبيقها في صياغات تشكيلية مبتكرة تواكب الفكر المعاصر لإنتاج التصميمات الطباعية لأقمشة المعلقات المعاصرة؟

أهمية البحث: Research Significance

- دراسة تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات في حياة المنظمة ومدى مساهمتها في بقاءها واستمرارها والتي تستطيع من خلالها تلبية احتياجات العملاء خصوصاً في ظل احتدام شدة المنافسة وصغر حجم الفرص السوقية المتاحة للشركات لكي تنمي موقعها في السوق.
- كيفية معالجة العناصر الفنية الأفريقية ذات القيم التشكيلية الجمالية والبصرية والاستفادة منها في ابتكار تصميمات تصلح لطباعة أقمشة المعلقات.
- طرح رؤية مبتكرة وفتح أفق للفكر التجريبي باستخدام بعض برامج الكمبيوتر المتخصصة للوصول إلى حلول تصميمية معاصرة في مجال تصميم طباعة المنسوجات بصفة عامة، وتصميم طباعة أقمشة المعلقات بصفة خاصة.

أهداف البحث: Research Objectives

المقدمة Introduction

المنتج الجديد هو المساهم الأكبر في تحقيق الأرباح في المستقبل وتطويرها يعد أحد أهم الخيارات الاستراتيجية الهادفة إلى تعزيز القدرة التنافسية في الأسواق الدولية بشكل يضمن لها النمو والبقاء من خلال أحداث تغيرات وتعديلات تقدم شيئاً جديداً عن المنتج الموجود في الأسواق.

ورغم من أهمية التطوير إلا أنه يحمل مخاطرة كبيرة للشركات من حيث التكاليف الضخمة والعائد قد يكون مقبولاً وقد لا يكون مقبولاً على الإطلاق ويمثل فشل هذه المنتجات، قد يرجع سبب فشل هذه بعض المنتجات في الأسواق الدولية إلى عوامل ثقافية لذلك يحتل تحديد موقع المنتج في الأسواق أهمية خاصة عند تقديم المنتج للأسواق الدولية بحيث أن يرتبط بالخصائص الثقافية المميزة لكل مجتمع. (طلعت اسعد، حاتم سعد، 2005م).

وتصميم طباعة المنسوجات مثله مثل باقي المنتجات الأخرى ولأن قطاع المنسوجات يمثل 308% من حجم الإنتاج الصناعي أي هو عصب النشاط الاقتصادي في البلاد يلزم تطوير منتج بداية من عملية الغزل والنسيج والتجهيز والصبغة والطباعة والتصميم الخاص بالمنسوجات حتى يقوى على المنافسة في الأسواق العالمية في ظل ما تفرضه العولمة من تحرر للمبادلات الخارجية وانفتاح للأسواق.

وبناء عليه فإن مشكلة البحث ستتركز بشكل أساسي ودور وأهمية الأفكار الجديدة في تطوير المنتج بشكل عام ومنتج تصميم طباعة المنسوجات بشكل خاص بالاستفادة من الفن الأفريقي التي تتمكن الشركة من البقاء والاستمرار بل وزيادة حصتها السوقية وأرباحها

CITATION

Maha Hamouda (2025), Developing a textile printing product by leveraging the aesthetics of African art in contemporary pendant fabric print design., International Design Journal, Vol. 15 No. 2, (March 2025) pp 275-288

بالنسبة للمنظمة فقط أي إضافة أصناف جديدة للمنتجات القائمة ولكنها غير جديدة بالنسبة للسوق.

(http://www.youm7.com/story/0000/0/0/-/1957728#.VnpXG_196UI)

من وجهة نظر المسوق: يعد المسوق المنتجات الجديدة إذا لم يتعامل فيها من قبل ولا تعتبر جزءا من مزيج منتجاته- (www. tas.wiki.com/ tw2807.html)

تصميم طباعة المنسوجات: هو ثمره إنتاج العملية الإبتكارية التي يقوم بها المصمم لإخراج فكرته وتجسيدها إلى الواقع، والعملية الإبتكارية ما هي الا استجابة للعوامل النفسية والبيئية للمصمم في شكل منتج جديد وهو التصميم الذي يعد نوعا من التطور.

الفن الإفريقي: هو فن متفردا بذاته وله طابعه الخاص المميز ويرجع عطاء القاره السمراء الى عصور ما قبل التاريخ حيث الرسوم المتنوعة على جدران الكهوف والمأوى الصخرية المنتشرة في الصحاري الإفريقية (عمرو حسن، 2008 م) استخدام أساليب يدوية مختلفة لإنتاج معلقات نسجية مستوحاة من الفن الإفريقي (مروة عادل، رانيا رشاد، 2023 م)

أقمشة المعلقات المعاصرة: هي كل ما يعلق على الجدران كوظيفة جماليه بجانب الوظيفة النغمية مثل الحجب والستر ودائما ما تكون هيئته مرنة تسمح بالانسداد تحوى مضمونا بمعالجة تشكيلية فنية استنباط مداخل تصميميه مبتكرة لأقمشة المعلقات المطبوعة في ضوء البناء الفلسفي للهو (اللاعقلانية) (ولاء محمد، 2023 م)

الإطار النظري: Theoretical Framework

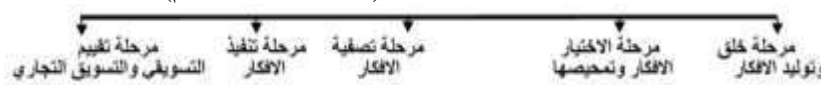
تطوير المنتج بتصميم طباعة المنسوجات.

أهمية تطوير المنتج الخاص بتصميم طباعة المنسوجات :

تهتم الشركات بتطوير منتجاتها لوجود عدة اسباب وعوامل تلعب دورا مهما وتكون مسببا مهما لعملية التطوير من أهمها :

- إن رغبات واحتياجات المستهلك في تغير مستمر ولانه يتوقع ان يقدم له السوق جديدا يشبع هذه الرغبات والاحتياجات المتغيرة في ظل البيئة التسويقية المحيطة والتجارب المنطقية للظروف البيئية المحيطة (ظروف اجتماعية- ظروف سلوكية- تكنولوجية) لضمان استمرار الشركة في عملها (labocollque5.voila.net/84choukaleabdikarim.p df)
- التوصل المستمر مع الجمهور ودورة حياة المنتج (نجاح - فشل).
- وجود أسباب مالية تتعلق بالإيرادات والتكاليف الى جانب التطور الحضاري .

مراحل تطوير المنتجات الجديدة (عمرو حسن، 2008 م)



فكرة المنتج الجديد إلى نموذج أولى للمنتج الحقيقي (Prototype) (ماجد فاروق، 1977 م)

■ **مرحلة الاختبار التسويقي والتسويق التجاري:** تبدأ بعملية الاختبار التسويقي عن طريق وضع المنتج في عدد محدود من الأسواق الاختيارية التي يتم اختيارها بعناية للتعرف على مدى قبول المستهلك للمنتج قبل تعميم تسويقه وهذه الاختبارات هي :

- معرفة مدى قبول المستهلك للمنتج الجديد
- اكتشاف أي أخطاء أو نقاط ضعف في المنتج
- إمكانية التعرف على مدى مناسبة سعر المنتج
- التعرف على أماكن ومناخ التوزيع
- إمكانية معرفة أفضل الوسائل الترويجية للمنتج

بعد أن تقرر الإدارة الاستغلال التجاري للفكرة بعد المراحل السابقة يلزم عمل الآتي :

- عمل استثمارات لإنتاج المنتج

- التعرف على عملية تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات ومراحل عملية تطويره وأهميته وأهم العوامل المؤثرة فيه.
- دراسة الأسواق الدولية وتوجهاتها والمخاطر التي تواجه تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات في الأسواق الدولية.
- دراسة الفن الإفريقي للاستفادة منه في ابتكار تصميمات طباعية معاصرة.
- تناول مداخل تشكيلية جديدة لأثراء التصميمات الطباعية وخاصة تصميم أقمشة المعلقات المعاصرة

فروض البحث: Research Hypothesis

- هناك علاقة ذات دلالة إيجابية بين استخدام وتطبيق مراحل تطوير منتج واستحداث رؤية تصميمية مبتكرة لأقمشة المعلقات المعاصرة بدراسة الفن الإفريقي بما يحمله من قيم وجماليات فنية تشكيلية متميزة.

حدود البحث: Research Delimitations

- **حدود البحث الزمنية:** منذ بداية الفن الإفريقي إلى الآن.
- **حدود البحث المكانية:** التطبيق على أقمشة المعلقات المعاصرة وتوظيفها بالسفارات جمهورية مصر العربية بالخارج.
- **حدود البحث الموضوعية:** دراسة تجريبية فنية لأبتكار تصميمات طباعية لأقمشة المعلقات المعاصرة بالاستفادة من الدراسة الوصفية للفن الإفريقي.

منهج البحث: Research Methodology

يعتمد البحث في إجراءاته على:

- **المنهج الوصفي:** من خلال الدراسة الوصفية لبعض وحدات الفن الإفريقي.
- **المنهج التجريبي (التطبيقي):** يعتمد عليه البحث في تناول الجانب الإبتكاري والتجريبي في التصميمات الطباعية لأقمشة المعلقات.

مصطلحات البحث: Research Terms

تطوير المنتج Product Development: مجموعة تعديلات تدخلها الشركة على المنتجات المختلفة بما يتفق مع البيئة وتحقق أهداف تسويقية طويلة الأجل، ويختلف تعريف المنتج الجديد باختلاف وجهات النظر فمثلا من وجهة نظر العميل (المستهلك) يعد المنتج جديدا اذا لم يستعمله من قبل ولكنه قديما لمستهلك أخر قام باستعماله. أما من وجهة نظر السوق : يعد المنتج جديد اذا لم يتعامل فيه السوق من قبل، ومن وجهة نظر المنظمة (المنشأة المنتجة): قد لا يكون المنتج جديدا ولكنه تعديل لمنتجات قائمة او قد يكون جديدا

■ **مرحلة خلق وتوليد الأفكار:** في هذه المرحلة تجمع عدد كبير من الأفكار الصالحة لتطوير أو تنمية أو حتى ابتكار منتج .

■ **مرحلة تصفية الأفكار وتمحيصها:** في هذه المرحلة نقل عدد الأفكار الناتجة عن مجهودات المرحلة الأولى. (أيمن الشعباني، 2009 -2010 م) وتبدأ بتحديد ملائمة فكرة المنتج الجديد لأهداف الشركة في الأسواق المستهدفة، ثم تحديد الجدوى الاقتصادية له ومدى توافر الموارد اللازمة مثل: المواد الخام والخبرة والمهارة اللازمة لإنتاجه .

■ **مرحلة تقييم الأفكار:** الهدف منها التنبؤ بحجم المبيعات المتوقعة وإمكانية التعرف على احتمالات ربحيته، وحساب العائد على رأس المال المستثمر في إنتاجه.

■ **مرحلة تنفيذ الأفكار:** بعد عملية التقييم وإسقاط الأفكار التي تبدو غير عملية و اختيار الأفكار القيمة تأتي هذه المرحلة إخراج التي تتطلب تضامير جهود إدارات التسويق والإنتاج والتطوير لتحويل

يكون هناك مخاطرة خوفا من الفشل الذي لا يعتبر عاملا سلبيا فقط وإنما هو عامل إيجابي في نفس الوقت إذا ما تم استخدامه في تنظيم عملية التعلم لتجنب حدوثه ثانية، بالإضافة الى ذلك فان معيار الحكم على مدى النجاح من الفشل قد يكون نفسه غير كاف في الحكم على الفشل مبكرا.

■ **دعم الثقافة الإدارية:** فعالية الإدارة تلعب دورا كبيرا في نجاح عملية الابتكار، واستراتيجية التطوير الناجحة هي تلك التي تميز المنتجات على أساس مدى حدتها.

(Jenny Poolton , Jan Barclay, 2000)

ويتم قياس النجاح بعدد من الطرق المتنوعة وهي :

- **معدل النجاح:** نسبة المنتجات التي حققت أو فاقت معدل الحد الأدنى من المكسب المتوقع الذي خططت له الشركة .
- **نسبة الربح:** الدرجة التي تخطتها نسبة الربح من المنتج أو قلت عنها أسهم السوق.
- **تحقيق أهداف المبيعات:** الدرجة التي وصلت اليها المنتجات الجديدة في تحقيق أهداف المبيعات.
- **تحقيق أهداف الربح:** الدرجة التي وصلت اليها المنتجات الجديدة في تحقيق أهداف الربح .
- **النجاح التقني:** نسبة النجاح التقنية للمنتج من ناحية تكنولوجيا أو علميا تأثير المنتج على الشركة والتأثير الذي أحدثته مبيعات و ارباح المنتج على الشركة .
- **الكفاءة الوظيفية:** مدى سرعة تطوير المنتج وطرحه في الاسواق .
- **الالتزام بجدول المواعيد:** مدى الدقة في تطوير المنتج وطرحه في الاسواق تبعا للمواعيد المحددة له .

يتحدد النجاح أو الفشل غالبا في المراحل الاولى من المشروع: الكثير من الدراسات أوضحت ان الخطوات التي تسبق التصميم الفعلي وتطوير المنتج مثل (الاختبارات العملية، دراسات السوق، ودراسات الجدوى التقنية) كلها عوامل اساسية هامة تفرق بين النجاح والفشل. (جريدة القيس الاقتصادي، 2009م)

■ **أن يتم تعريف المنتج بشكل واضح في مراحل الأولى قبل بدأ التنفيذ بالشكل الذي يحدد النجاح ويساعد على الحفاظ على استمرار المشروع في موعده:** على المدير ان يتخذوا خطوة تمهيدية قبل مرحلة التنفيذ يقومون فيها بشرح متطلبات المنتج الجديد بالتفصيل وبوضوح، ويتم الاتفاق عليها من جميع الاطراف المشاركة في عملية تنفيذ المشروع .

■ **أسلوب المشاركة الجماعية يساعد على كافة المستويات الوظيفية على الإسراع في طرح المنتج في الأسواق:** العمل الجماعي واستقرار اعضاء الفريق والتفاعل بينهم من العوامل الهامة لنجاح عملية تطوير المنتج، ويأخذ في الإعتبار ثلاثة متغيرات هي: تعليم الفريق وسرعة وصول المنتج، ونجاح المنتج. (Mumon.D., Anthony B., 2009)

■ **التركيز سبب نجاح المشروع:** بسبب وجود العديد من المشروعات في حيز التنفيذ تعاني الكثير من الشركات من نقص في الموارد وعدم وجود الوقت الكافي او التمويل او الافراد الذي يؤدون العمل جيدا ويعتبر التركيز في عمل واحد أحد الحلول الجيدة أي اختيار دقيق للمشروعات التي ستنفذ والتأكد من الموارد المحدودة لتنفيذ المشروعات التي تستحق التنفيذ.

■ **الدقة في تنفيذ خطوات وإجراءات عملية الابتكار:** عملية الابتكار والتجديد في المنتج ذات علاقة مباشرة بالنجاح أو الفشل وذلك من خلال:

- النسبة المنفذة: نسبة المشروعات التي نفذت هذه الاجراءات بالفعل.
- جودة التنفيذ لكل نشاط ناجح بالمقارنة مع الشركات الفاشلة.
- النشاطات ذات التأثير الاكبر على المحصلة النهائية للمشروع .
- خطة متعددة المراحل والمداخل "خطة بديلة" تتغلب على بعض نقاط الضعف .

- البحث عن منافذ توزيع المنتج
 - تدريب مندوبي البيع على طرق البيع الفعالة واختيار نوعية الحملة الترويجية للمنتج لتقديمه في الأسواق (عمرو حسن، 2008 م)
- أهم العوامل المؤثرة في عملية تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات :**

■ **أهمية الاتصال داخليا وخارجيا:** تكمن أهمية في رفع مستوى الانتاج والضغط على التكاليف وتكثيف القوى التنافسية في سوق المنتجات. (صابر محمد، صفاء رأفت، 2008 م)

■ **الابتكار نشاط تعاوني :** حتى ينجح الابتكار لا بد من تنوع وتعدد المدخلات الخاصة بعملية التحديث على القائمة على أساس قوى لذلك بعض الشركات تسعى للاندماج مع تجمعات أو شركات أخرى خارجية مستخدمة أدوات حديثة في تفعيل جهودها التطويرية. (Craig Stull & Other)

■ **هيكل إداري ذو كفاءة عالية:** لا بد من ان تتمتع بكفاءة إدارية عالية تقوم على مهارات تدريبية على مستوى عال، وتجنيب سياساتها لتحقيق أهداف التطوير، فضلا عن عمليات البحوث والتطوير.

■ **دعم العاملين:** الأشخاص لهم دور أساسي في عملية التطوير ومرآتها المختلفة وخاصة المديرين الفنيين والمبتكرين اللذين معينين في تبني سياسة التطوير ومرآتها للوصول إلى النتيجة المرجوة منها وتدعيمهم بالموارد اللازمة لكل مرحلة .

■ **كفاءة التخطيط والتحكم:** من محددات الابتكار النجاح سرعة وكفاءة التخطيط وفعالية استخدام التحكم، والتخطيط يساعد الشركات على أن تكون في حالة استعداد لنتائج التوقعات المستقبلية لمبيعات المنتج الجديد.

■ **كفاءة عملية التطوير:** تسعى الشركات لتطبيق ادارة الجودة الشاملة (TQM) لنجاح عملية التطوير ولدعم التوازن في العمل التطويري، فالمستهلك لن يستجيب لمنتج جديد لا يلبى احتياجاته ومتطلباته وبالتالي هذا المنتج يصبح عائق يضر بسمعة عملية التطوير ويشكل صعوبة لمبيعات الشركة يؤدي الى خسائر كبيرة في المستقبل .

■ **التسويق وخدمات ما بعد البيع:** المنتجات الحديثة التي تشبع احتياجات المستهلك وكفاءة وفعالية الخدمات ما بعد البيع تعتبر هي أكثر المنتجات نجاحا .

■ **دعم الإدارة العليا للابتكار:** لنجاح عملية التحديث لا بد من تطوير سلوكيات مديري الإدارة العليا وبذل قصاري جهدهم في تفعيل الابتكار من خلال :

- مهمة الابتكار توكل لافضل الكفاءات الادارية .
- النظر الى المنتج الجديد على أنه استثمار طويل الأجل وعدم التركيز فقط على نفقاته.
- دعم الابتكار من خلال تفعيل العلاقة بين القيادة والمديرين. (ماجد فاروق، 1977 م)

■ **استراتيجية الابتكار طويلة الأجل:** الابتكار ضمن أولويات إستراتيجية الأجل الطويل بالنسبة للشركات التي تسعى الى تطوير منتجاتها، فالهدف منها التعرف على دور المنتجات الجديدة في تحقيق الأهداف التعاونية والتجارية وكلما زاد هذا الدور كلما تعمق أثرها على كافة الأنشطة التجارية.

■ **الالتزام طويلة الأجل للمشروعات الرئيسية:** تقييم الإدارة العليا المنتجات الحديثة وتحدد نجاحها وفق استراتيجية الأجل الطويل والنمو المستقبلي.

■ **المرونة والاستجابة للتغيير:** من أهم العوامل الاستراتيجية التي تؤدي الى نجاح الابتكار الذي يعتبر المحرك الرئيسي للنمو في أي شركة او مؤسسة كما انه يساعدها على البقاء والاستمرار في ظل ظروف المنافسة الشديدة .

■ **قبول الإدارة العليا للمخاطرة:** حتى يكون هناك ابتكار لا بد من حدوث مخاطرة ولان التطوير هو ابتكار أفكار جديدة لا بد ان

معها الشركة من قبل فسيكون مطلوب من قوة المبيعات الموجودة بالفعل ان تتدرب على المنتج الجديد.

قرارات طرح المنتج الخاص بالتوزيع: من العوامل الحاسمة في القبول النهائي للمنتج الجديد ومبيعاته في الأسواق لانه يعمل على تحديد مدى اتاحة المنتج وإمكانية وصوله للعملاء، من مهام قنوات التوزيع المختارة ان تعكس السلوك الشرائي في السوق المرتقبة وتتيح توافر المنتج بأقصى حد ممكن في هذه الأسواق .

(Giuseppe Calabrese , 2001)

مخاطر تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات في الأسواق الدولية: (ماجد فاروق، 1977م)

تقديم منتج متطور يحتوى على العديد من المخاطر وهى احتمال فشل الشركة ككل ليس مجرد المنتج، لذلك فان تقديم منتج جديد متطور يتطلب التعامل مع بعض الظروف والأحوال الراهنة ومنها: ارتفاع تكلفة تطوير المنتج : ارتفاع معدل فشل تطوير المنتج ازدياد حدة المنافسة مقاومة المستهلك التسرع في تخطيط تطوير المنتج.

(صابر محمد، 2008 م)

توجهات الاسواق الدولية وأهميتها عند تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات :

أظهر الباحثون والشركات اهتماما بمفهوم دراسة السوق الخارجية وقد توصل كلا من (كوهلي) و(جورسكي) الى ان هذا المفهوم يعني : جمع او توليد معلومات وأخبار عن السوق الخارجي على مستوى مؤسسة العمل والتي تتعلق بإحتياجات العملاء الحالية والمستقبلية ثم نشر تلك المعلومات على مستوى كافة الأقسام المعنية بتطوير المنتج ثم سرعة استجابة مؤسسة العمل لتلك المعلومات وذلك يتم بالشكل الذى يقدم معلومات عن السوق بما يعبر عن إحتياجات العملاء وما يفضلونه، لأنها تشمل على تحليل للعوامل الخارجية التى تؤثر على تلك الإحتياجات و الأفضليات .

وتشمل تلك التوجيهات على عوامل المراقبة مثل اللوائح المنظمة للحكومة، والمنافسة التى تؤثر على الإحتياجات والأفضليات لدى العملاء. (Cooper, Robert G, 2001)

يعرف تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات طبقا لتوجيهات الاسواق الدولية : انه عملية تطوير المنتج القائم على جمع معلومات عن الاسواق الدولية ونشر تلك المعلومات على مستوى الاقسام المتنوعة لها فمثلا فى حالة الاسواق الصناعية فإن المعلومات يجب ان تشمل على :

- إحتياجات العملاء وما يفضلونه- المنافسين- اللوائح المنظمة للحكومة وغيرها من العوامل الخارجية- المنافسين للعملاء
فى عام 1997 م استنتج كوبر "ان الاهتمام القوي بتوجهات السوق يصنع كل الفرق عندما يأتى الأمر الى التمييز بين المنتجات الصناعية الجديدة الناجحة والغير الناجحة " حيث حدد 13 عاملا اساسيا يميز بهم المنتج الجديد الناجح والغير ناجح :

- منتج متميز فائق
- إجراءات تسويق عالية الجودة
- وجود خلفية قوية من العمل الواضح قبل بدء التطوير
- أسواق جذابة
- تحديد دقيق ومبكر للمنتج
- طرح على الجودة للمنتج
- تعاون شديد
- عقد صفقات هامة منخفضة المخاطر
- أسلوب تشكيل فرق عمل تجميع بين كافة المستويات الوظيفية
- مباديين عمل معروفة ومألوفة
- تطبيقات تقنية عالية
- الجودة الخدمات المقدمة مع المنتج
- الابتكارية

الخدمات المقدمة مع المنتج هى تقديم خدمة ممتازة للعملاء وتقديم الدعم التقني الذى يمكن ان يتحقق فقط من خلال المعرفة المفصلة

دراسة للأسواق الدولية عند تطوير منتجات تصميم طباعة المنسوجات :

أشارت إحدى الدراسات الى أهمية دراسة الأسواق الدولية وإدارة الانتباه الى البيئة المحتملة والظروف البيئية حتى يتم نجاح تطوير منتج طباعة المنسوجات.

(Bstieler, Ludiving, Gross, Charles W, 2003)

كما أشارت الدراسة إلى أهمية الدور التكنولوجي فى تطوير المنتج وأهمية دور المعلومات السوقية فى تطوير المنتجات وتتمثل فى ثلاثة أبعاد هى: تعليم المستهلك، تعليم المنافسين، مساهمة البحوث والتطوير .

حتى يتطور المنتج بشكل ناجح لابد من إيجاد سمات فريدة له يحاول بها ان يتميز ويتفوق على المنافسين من جهة، وتلبي إحتياجات المستهلكين وتوقعاتهم من جهة أخرى .

ويوجد نوعين من التحديات التى تواجه الشركات فى تطوير المنتج وهى : كيفية تطوير منتج متفوق وفريد، والأخر ضمان توجه قوي للسوق فيما يتعلق بسمات المنتج الجديد.

المزيج التسويقي عند تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات على مستوى دولي:

لأن طبيعة الاقتصاد الجيد مبني على اقتصاد المعرفة والمنافسة الحادة فى الاسواق، دفع ذلك الشركات والمؤسسات الاقتصادية الى تبني أساليب غير تقليدية تعتمد على تقديم كل ما هو جديد وتطوير أساليب وطرق الإنتاج التقليدية .

وقد أظهرت بعض الدراسات انه لطرح منتج جديد او حتى تطوير منتج تصميم طباعة المنسوجات فى الاسواق فإنه يوجد مجالات أساسية يتم فيها اتخاذ القرارات على المستوى التخطيطي لطرح هذا المنتج ويتكون من أربعة جوانب هي:

قرارات طرح المنتج: قرارات متعلقة بتحديد وضعية المنتج الذي عرفه (كوبر 1998 م) فانه "الكيفية التى سيتم استقبال المنتج الجديد من قبل العملاء المرتقبين"، وهذا الاستقبال ذو علاقة بالعروض التنافسية للمنتج .

وأكد بحثا ان تحديد وضعية المنتج ليست هى كل ما يلزم عمله فى المنتج بل لابد من عمل ما يلزم فى عقلية العميل المرتقب، لذلك لابد من اتفاق الوضعية المرتقبة لمنتج تصميم طباعة المنسوجات مع الميزة التنافسية فى الاسواق الدولية التى تعتبر عاملا حاسما يفرق بين النجاح والفشل مع الوضع فى الإعتبار توقعات السوق المرتقبة .
قرارات تسعير المنتج(21): سعر المنتج الجديد يعد عاملا مكملا لجاذبيته (ام عدم جاذبيته) الذي قد يعتبره المستهلك مقياسا لجودته وهو عامل اساسي فى الاداء التمويلى لطرحة بإضافة الى حجم المبيعات.

قرارات تحديد سعر المنتج لا تشمل فقط سعر الطرح وما يشمله من خصومات و مواد ترويجية بل يمتد ليشمل الاختيار بين المرور على السوق او اختراقه وهو ما يعد اختيارا طويلا الأمد، كان ينصح لوقت قريب اختيار المرور على السوق بإعتباره أفضل الأساليب المهمة للربح خاصة فى حالة المنتجات المبتكرة للغاية، والسعر المبدئي العلي يعد مناسباً فى حالة المنتجات التى لديها مميزات واضحة ويعتقد انها سوف تحصل أرباحا كثيرة تغطي نفقات تطويرها ويمكن الاحتفاظ بالسعر العالى لفترة نسبية حتى ظهور منافسة جادة فى الاسواق وقد ينتج عن ذلك إعادة التفكير فى سياسات تحديد سعر المنتج الجديد.

قرارات الإعلان عن طرح المنتج (التعريف بالمنتج): ينطوي على العديد من الأنشطة المتعلقة به وهى : العلاقات العامة الإعلان الترويج للمبيعات، والبيع الشخصي.

من الأبحاث التى أوضحت أفضل الأساليب لتقديم المنتج الجديد للسوق المرتقبة (كوبر) "إن معظم القرارات التى تتعلق بغالبية المنتجات الجديدة وقراراتها تكون مباشرة وصريحة"، من الناحية النظرية اذا كان المنتج الجديد الذى يتم توجيهه للسوق قد تعاملت

بسيطة متماثلة ولا يلتزم بتكرار الشكل الهندسي وبذلك يبعد عن الحرفية الهندسية الموجودة في الفنون الأخرى معبرا عن طبيعة الحياة الاجتماعية في القبائل الزنجية الأفريقية. شكل (1)، (2) تأثر الإنسان بالبيئة الذي يعيش فيها، وأمن بالقوي المحيطة به فكون في خياله جملة من الأساطير والخرافات وقدم الوهم والخيال، وابتدع آلهة آمن بها، فالفن الأفريقي فن رمزي يحاول من خلاله الفنان أن يتقمص روح الأجداد ويبرز أفكاره، والعقيدة لها دور وأثر ملحوظ على الفن الأفريقي، وأصولها الجمالية نابعة من المجال الديني والسحر، والفرن الزنجي الأفريقي قد يمثل صور الحيوان أو الطير أو الإنسان أو الشجر أو مظاهر الطبيعة والكون أو متعلقة بالرموز سحرية، وقد أكدت كتابات العديد من علماء الأنثروبولوجيا والاجتماع ارتباط المظاهر الحضارية لسكان أفريقيا بمعتقداتهم الدينية، كما أن أشكال وصور الفن لديهم تجعل منهم منافس قوي لأشهر الحضارات.



شكل (2) تمثال لشخص نحت من الخشب

بالعملاء، كما ان جودة ومصداقية معلومات السوق يتوقف على جودة التعاون بين اقسام التسويق والبحث والتطوير. ومن الجدير بالذكر ان عملية تطوير المنتج التي تتلقى إرشادا من توجيهات السوق لا تضمن الاشتغال على كل عوامل النجاح الحاسمة فمثلا العوامل التي تتعلق بالتقنيات والتعاون الداخلي لها علاقة ضعيفة بتوجيهات السوق ولكنها بالتأكيد تؤثر على نجاح المنتج في السوق.

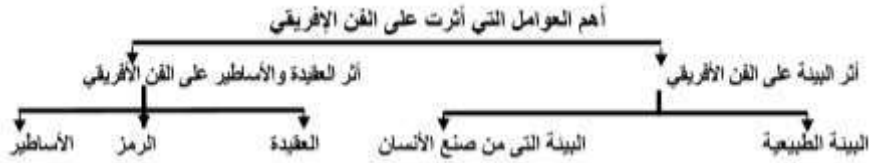
جماليات الفن الأفريقي:

هو ما يطلق عليه (الفن الزنجي الأفريقي) لما له من شمولية فيجمع بين فنون الزنوج السود وبين فنون زنوج أفريقيا، وهذا ما أكده (محمد شفيق غربال): بأن "فن زنجي أفريقي أساسه في أفريقيا الإستوائية، ومعظم أمثله الباقية حديثة إذ لم تستطع الأعمال الفنية الأفريقية احتمال تقلبات الجو الاستوائي طويلا". (محمد شفيق، 1965م)، فيحور الأشكال الأدمية والحيوانية الى علاقات



شكل (1) أقنعة زنجية

العوامل التي أثرت على الفن الأفريقي : تنقسم إلى:



أبعاد ثلاثة، وهذه هي أشياء ناعمة تستخدم في الاحتفالات والطقوس السحرية والدينية التي تولف غالبا أساس التنظيم الاجتماعي، ولذا فدورها محدد وواضح في حياة الزنوج. (محمد رياض، 1974م) **ثانياً: الرمز:** أحد ظواهر الحياة الأفريقية الأولى فظهر تأثيره المباشر في الفنون الأفريقية فربط بين الإنسان والعالم غير المرئي والمعتقدات الدينية بمثابة أجدديات التشكيل للرمز الأفريقي، كما انه سمة مميزة لفنونها وهناك العديد من التعريفات لكلمة الرمز (1975 ، G.F.Parrinder)، فمعنى الرمز في دائرة المعارف البريطانية هو يطلق على الشيء المرئي والذي يقدم الى العقل مشابهة بشئ غير واضح ويدرك بواسطة ما يتصل به من ارتباطات، فالرمز لا يدل بذاته على المعنى المقصود ولكن يتعين الاستعانة بظروف وعوامل أخرى لتصور معناه.

وكلمة رمز قد تطلق على ما قد يتضمن أو يوحي بمعنى آخر غير معناه الظاهر الواضح، وأرسطو ذكر أن الكلمات رموز لمعاني الأشياء سواء كانت حسية أو تجريدية والرمز وسيلة للتفاهم بين أفراد المجتمع الواحد لتوصيل ما في أنفسهم من أفكار ومشاعر سواء كان في مجال الدين أو العلم أو الفن برموز متفق على دلالتها. (British Encyclopedia) وتنقسم الرموز الأفريقية الى رموز عامة يتفهمها افراد الثقافة الواحدة، ورموز خاصة لا يعرف مدلولها إلا رجال الدين الذين ينقلونها الى عامة الشعب عبر تلك الأشكال الفنية دون الوعي التام بها. (عائشة عواد، 1997م) وتنقسم الرموز من حيث الشكل إلى:

البيئة الطبيعية:

حتى يمكننا إدراك مقومات عناصر التشكيل في الفن الأفريقي يجب أن نتفهم أولا طبيعة البيئة التي عاش فيها الفنان الأفريقي وتمثل البيئة الجغرافية و الطبيعية من حيث التضاريس والمناخ، إذ تتحدد ظواهرها البشرية على ضوء التأثير الجيولوجي والمناخي، والنباتي.

البيئة التي من صنع الإنسان

فالإنسان الأفريقي تفاعل مع بيئته وذلك يثبت أن الفن هو مظهر لوعي الإنسان بالوجود وبذاته وبالمجتمع الذي يعيش فيه، وهذا الوعي يمثل نضال الإنسان تجاه الطبيعة والقوة التي تقهره في محاولته لاكتشاف قوانينها والسيطرة عليها لامتلاك مصيره وللارتفاع بواقعه ماديا وروحيا في كل زمان ومكان.

(محمد بن محمد، 1993م)

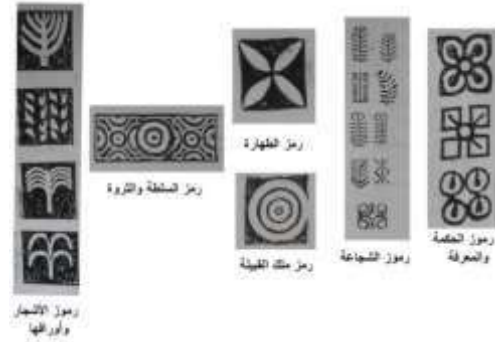
أثر العقيدة والأساطير على الفن الأفريقي:

أولاً: العقيدة وأثرها على الفن الأفريقي: العقائد والديانات أثرت على الفنون الزنجية الأفريقية بشكل ملحوظ، فارتباط الدين بالفن عند المجتمعات القديمة وثيق جدا، مما جعل الأنثروبولوجيين يؤكدون أن أصول الفن نابعة من المجال الديني السحري، كما أكدوا أيضا أن سكان افريقيا كانت لهم حضارات اقتصادية، واجتماعية، وسياسية تعود الى سنوات ما قبل الميلاد (كارولين محمد، 2004م)، ويرجعون تلك المظاهر الحضارية الى معتقداتهم الدينية وتختلف كل جماعة عن الأخرى في معتقداتهم الدينية، ويظهر التعبير عن تلك المفاهيم والمعتقدات في شكل أعمال فنية، منتملة في الفنون المختلفة مثل الرقص والشعر والموسيقى والنحت في صورة أقنعة وتمائيل ذات

رموز أشكال هندسية: مثل شكل (3)(4)(5)(6)(7)



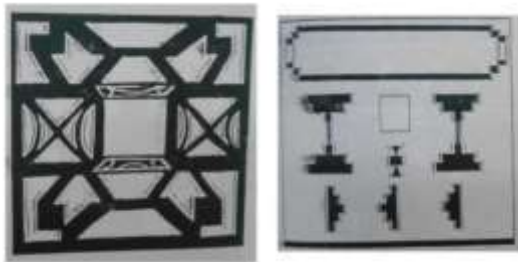
شكل (4) مجموعة أخرى من الرموز الهندسية الافريقية



شكل (3) نماذج لبعض الرموز الهندسية الافريقية



شكل (5) عبااء مطرزة بثمانى سكاكين لمقاومة العين



شكل (7) نماذج تستخدم فى زخرفة البيوت



شكل (6) مقاطع من أبواب خشبية بها زخارف هندسية

رموز أشكال تمثيلية (التشخيصية): تشكل الأمثال، والاستعارات التصويرية، والحكم، والأقوال مثل شكل (8)(9)



شكل (9) نماذج لرموز تشخيصية الفيل والنسر والثعبان والتمساح الذي يأكل السمكة



شكل (8) نماذج من أقمشة افريقية مرسومة باليد بزخارف واشكال رمزية تقي من يرتديها من الارواح الشريرة

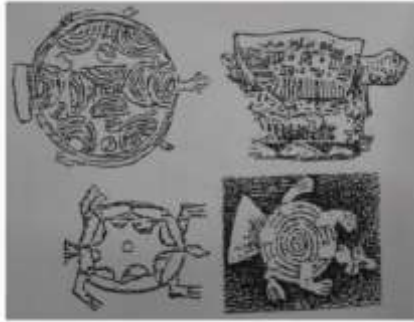


ثالثاً: الأساطير وأثرها على الفن الافريقي:

من بعضها وانبهر بقوة البعض ونفر من خصال حيوانات أخرى (بول أهيبي 1977م)، فيبحث عن صيغة تلائم أحداث حياته فقام بتجسيد أبطال أساطيره فى صورة شبه إنسانية فهى تتحدث وتقوم بأفعال الانسان رغم كونها طيرا أو حيوانا وبذلك امتزج الواقع بالخيال بشكل أوشك ألا يترك خطأ فاصلا واضحا بينهم. الأساطير تمثل لأفريقي الدليل فى الحياة ومنهج سلوكه لأنها ايضا الرؤى التى يتطلع لتحقيقها والتي تترجم مشاعره وضعفه أمام القوى

الاساطير تلعب دورا هاما فى التعبير عن الثقافة ومعتقدات الانسان فمن خلالها جسدوا فلسفتهم فى الحياة وفى الايمان بالقوى الغيبية، وخشيتهم من الظواهر الكونية التى فسروها على أنها إحدى صور غضب ألتهنم، كما أعتقد الفنان الأفريقي ان أساطيره تساعده على مواجهة أزماته و كوارثه، ووعى ببيئته بما تحتويها من حيوانات سواء كانت أليفة، أو متوحشة، واستطاع ان يدرك خصالها فاتعظ

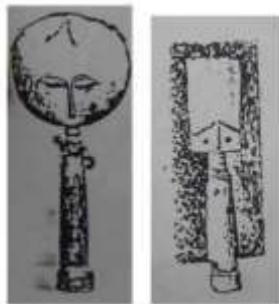
- **السحفاة:** تعتبر من أقدم مخلوقات الأرض، ويعتقد انها حملت رسالة الى الانسان والتي كانت تنص على "أن الموت أت لكل أنسان"، شكل (11)
- **القنص:** شكل (12) يمثل المهارة والبطولة، وله قدرة على علاج الكثير من الأمراض.
- **الساخر:** يقوم بالتفاوض مع الأرواح واسترضائها بتقديم القرابين. (G.F.Parrinder1975)
- **قارع الطبول:** الطبله ترمز الى القوة السياسية، وقارع الطبله هو الذي يعلن عن الأحداث الهامة، شكل (13)
- **لاعب الفلوت:** شخصية خلاقة متميزة ترسم على حوائط المعابد بلون أحمر دموي.
- **المفكر:** شكل (14) يمتاز بوقفه معينة حيث يقف واضعا يده مستندة على ذقنه www.alriyrdh.com، وعيناه ثابتتان، وأذناه مفتوحتان تصغيان السمع، ويرمز للحكمة والتأمل .
- **دمى القبائل أو الكوابا:** دمي خشبية بوجه طفل جميل دقيق الملامح، ويقدم الى الزوجة المتطلعة الى الحمل السهل وإنجاب الذكور والأناث، فالذكر يصنع له دمية ذات وجه مستطيل ويطلق عليه (Akuaba)، والأنثى دمية ذات وجه دائري ويطلق عليها (Akuama) شكل (15)، وهي من رموز التي تجلب الحظ والتفائل.



شكل (11) السحفاة



شكل (13) قارع الطبول



شكل (15) دمي القبائل أو الكوابا

وهي تشير في وجدان المشاهد انفعالات واحاسيس وأفكار مختلفة (Blackartvisions.com) وفيما يلي عرض لأهم الخامات الافريقية:

- ومن الملاحظ في الاساطير الأفريقية انه عندما يمقت الانسان الافريقي صفة من الصفات يضع لها أبطالا من الكائنات المحيطة والتي تتصف بهذه الصفة وبأسلوب بسيط، ومن خلال هذه الاساطير استطاع ان يرسي قواعد القيم النبيلة وينفر من الصفات الوضيعة.
- ومن أهم الأساطير التي نفذها الفنان على مختلف الخامات مثل الحلى والخشب والبرونز والأقمشة، كما زينت بها جدران المنازل :
- **ثعبان الخلود:** الأسطورة تقول عند خلق الارض ترك الآلهة مسئولية حمايتها للثعابين وهي ذات ألوان مميزة هي أبيض وأسود وأحمر
- **الثعبان الملفف وذيله في فمه:** يشير الى الكون الذي لا يعرف من أين بدأ وإلى أين ينتهي.
- **الثعبان الغير سام (البايثون):** يعتبر رسول الأرواح الذي يستخدمه العرافون لمخاطبة آلهتهم الثعبان.
- **أرواح الأسلاف:** لها قدرة على التنكر في صور مختلفة مثل الفارس الممتطي صهوة جواده شكل (10)
- **الحرباء:** رمز لعدم الثبات والتقلب، ورمز للغيب الذي لا يمكن التنبؤ به (هوبير ديشان، 1956م)



شكل (10) الفارس الممتطي صهوة جواده



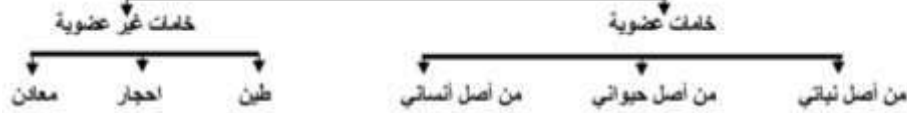
شكل (12) القنص



شكل (14) المفكر

أهم خامات التشكيل وأبرزها عن الفنان الافريقي: الخامة تشكل الوسيط المادي التي من خلاله تنظم العناصر التشكيلية للعمل الفني وتكسبه جماله الخاص ويوجد علاقة متبادلة بين الخامة والشكل

أهم الخامات الإفريقية (www.artsworld.com)



الفنون الإفريقية المختلفة:

الفنون الإفريقية



النحت الذي يعتبر بمثابة الفترة السابقة لدخول عالم الأرواح وذلك بعمل التماثيل والأقنعة التي يمكن عرض أهم مظاهرها فيما يلي :
أولاً: التماثيل الإفريقية: لها قوة إيحائية كبيرة تؤثر على الأفراد والجماعات في القبائل الإفريقية من خلال الغموض الذي تتضمنه، ويؤكد ذلك الغموض ما تضاف إلى الخامة الرئيسية التي عادة ماتكون من الخشب خامات كالريش، والشعر، والعظام، والجلود وتصنف التماثيل المنحوتة إلى دمي الخصب شكل (16)، الجد الأعلى أو الأم الأولى (السلف) شكل (17): الفرسان (الخيالة) شكل (18) الأم والطفل شكل (19) التماثيل الحاملة (الكريبتد) شكل (20) تماثيل التمامم (عاطف محمود، 1987م) شكل (21)

فن النحت الإفريقي: يمثل الفن عندهم أداة تمكنهم من الأتصال بقوى الطبيعة الخارقة، ومعتقدون انها تساعدهم في التغلب على إخطارها، ويؤمن الزنوج عموماً بقوة الحياة الكونية التي تتمثل في الإله الخالق الكامل الذي يتحكم في العالم، والذي يهب الحياة لكل مخلوق، وفن النحت الإفريقي يمثل ألوهيات ثانوية تسيطر على قوى الطبيعية مثل المطر، والبرق، وخصب المحاصيل، والنشاطات الإنسانية. (هربرت ريد، بدون تاريخ).

وينظر الأفريقيون إلى الموت على انه شئ خطير وشديد، فهم يخافون من أرواح الموتى فجعلوا منها واقعا مشهورا، فقاموا بأعمال



شكل (17) تماثيل الأسلاف



شكل (16) دمي الخصب



شكل (19) تماثيل الأم والطفل



شكل (18) تماثيل الفرسان (الخيالة)



شكل (21) التماثيل حاملة المقاعد



شكل (20) سيدات تحملن الأناء (الطاسة)

وفي الشعائر الدينية والاحتفالات وهذه الأقنعة هي نتاج لمواهب فنية متميزة وابتكارية، فالإستخدام الماهر للالوان للتركيز على الجوانب الفنية تعطى تأثيرا تشكيبا عاليا لهذه الأقنعة شكل (22).

ثانياً: الأقنعة الإفريقية: هي أكثر أنواع الفن الإفريقي شهرة وانتشارا واثارة للفضول، وغالبا ما تؤخذ أشكال بشرية أو حيوانية أو اسطورية، ويكون لها اهداف واستخدامات منها التخفي و تغيير الشكل، و قد يرتديها الرجال في بعض المناطق لتجسد الأرواح،



شكل (22) نماذج متنوعة من الأقنعة الأفريقية

ب- نماذج الحفر في بروز واطى ج- الجلد الغفل الموشاة يخص الجلد الخام شكل (30).

د- دروع من الجلد الملون شكل (31)

هـ- زخرفة الجلود المدبوغة شكل (32) الأعمال المعدنية الزخرفية شكل (33)، (34)، زخرفة الفخار شكل (35). زخرفة الحصى شكل (36).

فن الزخرفة على الخامات المختلفة: مثل الزخرفة على الخشب شكل (23) (24) (25) وزخرفة القرع: شكل (26) (27) زخرفة العاج: شكل (28)

زخرفة الجلود الغفل والمدبوغة: تتلخص أهم أساليبها فيما يلي : أ- النماذج المحلوقة شكل (29)



شكل (24) أمشاط من الخشب



شكل (32) نماذج من زخرفة الخشب بالتنوع في ملمس السطح



شكل (26) قرعة منحوتة



شكل (25) جزء من باب خشبي محفور



شكل (28) نماذج من التحف العاجية الأفريقية



شكل (27) أوعية للشرب من القرع المنحوت



شكل (30) مروحة من جلد البقر



شكل (29) نموذج من جلد محلوقة



شكل (32) زخرفة على الجلد



شكل (31) درع من الجلد الملون



شكل (34) لوحة من الفضة



شكل (33) لوحة من البرونز المسبوك



شكل (36) نماذج من الحصير المنسوج



شكل (35) إناء من الفخار مزخرف بالحز

يتم غلي الأقمشة القطنية في محلول صابون به صودا كاوية لعدة مرات ثم توضع بعد ذلك في حمام الصبغة البيضاء لتزداد ناصعتها، كما تمكنوا من الحصول على الدرجات اللونية الرمادية من خلال خلط الصبغة البيضاء بالصبغة السوداء بتركيزات مختلفة، ومن أساليب زخرفة المنسوجات الأفريقية:

الأقمشة المنسوجة: تقسم أنواع التصميمات التي يمكن تحقيقها عن طريق النسيج إلى قسمين: أ- التصميمات البسيطة وهي تراكيب نسجية بسيطة للحصول على تقليمات طولية، أو عرضية، أو كاروهات (Thelma.R.Newmann 1974)، ب- التصميمات المعقدة أمكن الحصول عليها بأدواج خيوط السدى أو اللحمية،

الأقمشة المطرزة: شكل (37)، حيث شاع في أفريقيا زخرفت الأقمشة المنسوجة بخيوط ملونة

القصاصات المجمع: تتكون من قطع صغيرة من الأقمشة المصنوعة من الأغلفة النباتية على شكل مثلثات أو معينات أو مستطيلات بعضها بني غامق أو أسود والبعض الآخر بلونه الطبيعي (مرورة السيد، 2013م)

الأقمشة الموشاة: عبارة عن أقمشة تم زخرفتها بقطع قماش من لون آخر يتم تثبيتها بالحياكة أو بالتطريز أو تحدد بالخرز. (مرورة السيد، 2013م)

الأقمشة المطبوعة:

أ- الأقمشة المطبوعة بالرسم الحر سواء بالأصابع أو فرشاة بدائية لتحقيق أشكال تروي قصة أو تقدم رمزا أو إشارة معينة، أو مجرد زخرفة القماش بنموذج ما

فنون النسيج وطباعة المنسوجات:

تحتل مكانة متميزة لما يميزها من زهاء ألوانها والقيم الجمالية في أشكالها وعناصرها، وقد كتب كثير من أوائل الرحالة انهم وجدوا حرفة النسيج عند أول بلوغهم ساحل أفريقيا الغربي على جانب كبير من التقدم، كما عثر على أزياء من سعف الشجر متقن الصنع، ويدل استعمالهم للأقمشة كعملة نقدية على مدى أهمية صناعة النسيج، والقطن يشكل الخامات الأساسية و ينمو بأكثر من لون واللون البني الباهت هو الأكثر شيوعا ويصنع بالكثير من الصبغات النباتية أهمها درجات الأزرق ويعتبر الصوف من الألياف الهامة أيضا.

بالإضافة إلى القطن والصوف استخدم نوع من الألياف المستخرج من سعف بعض أنواع النخيل والذي يستخدم بطريقتين الأولى عزل خيوط من هذه الألياف، والثانية استخدمها غير مغزولة في شرائح رفيعة بطريقة متقنة، كما تستخدم أنواع أخرى من الألياف مثل أغلفة شجر الصنوبر وألياف التيل التي استخدمت في تصنيع القماش المستخدم في الحفلات والطقوس، أما الحرير فلم تنتج في أفريقيا بل كانت تستورد من ألمانيا في القرن السابع عشر.

والألوان قبل ظهور الصبغات الصناعية كان مقيدا بالخامات النسجية المستخدمة، فكانت الرافيا تصبغ بالصبغات النباتية وتزخرف وتطبع غالبا باللون الأحمر، والأفريقيون استخرجوا صبغاتهم من النباتات التي تنمو في بيئتهم وهذه الألوان هي اللون الأزرق المستخرج من نبات النيلة، والأحمر من أشجار البافيا أو بتروكابس أو من ورق الحناء، والأصفر من نبات الكركم بالإضافة إلى ماسبق هناك الألوان المحايدة اللون الأسود المستخرج من قشر الرمان مع قلف شجر البلوط (عائشة عواد، 1997م)، واللون الأبيض حيث يستخدم الصلصال الصيني وهو عبارة عن بودرة بيضاء نقية

المصبوغ في المكان المطبوع وهكذا يتم الحصول على تصميم بلون أبيض على خلفية ملونة. (عاطف محمود، 1987م) هـ- الأقمشة المصبوغة الطي والربط ثم الصباغة تنتج أشكالاً باللون الفاتح على أرضية غامقة حيث تعزل بعض أجزاء من المنسوج عن طريق العزل بالربط، أو العزل بالخياطة أو السراجة، أو العزل لخياط السدى (الإيكات).



شكل (38) قطعة من القماش مطبوع بطريقة المناعة باستخدام الأستنس

التصميم مع الطريقة المتبعة في التنفيذ كذلك الاسلوب التقني العام لها واخيرا وليس اخرا اسلوب التوظيف او الاستخدام (وتشمل كل هذه الجزئيات تفاصيل دقيقة تشكل الهيكل العام للنمط البسيط الذي يشكل مع باقيها النمط المركب.

وتعتبر تصميمات المعلقات المطبوعة أعمالاً فنية خاضعة لكل مقومات العمل الفني مع اختلاف أنها تتحرك من خلال وسيط ما أي له صفات النغمية (المنسوجات) وتتم معالجته بالأصباغ التي تتطلب اختيار انواعا منها تلائم الغرض الوظيفي للمعلق.

تصميمات طباعة المنسوجات تحتوي على درجة عالية من المحتوى الجمالي والفني يقترب بالعمل من الفن التشكيلي وغالبا ما يمارس المصمم في هذا المجال أنشطة الفن التشكيلي الأخرى كالتصوير والرسم والحفر وفي هذه الحالة لا يرتبط الفنان بعملية الإنتاج أو أسلوب تنفيذ معين ولكنه في النهاية يستخدم التقنيات الفنية والتطبيقية والصيغات والخامات الخاصة بطباعة المنسوجات.

وتعكس الأنواع المعاصرة من المعلقات النسجية الحرية المطلقة للفنان في اختيار الخامات واستخدام التراكيب النسجية أو الأساليب التطبيقية المختلفة كما تعكس حريته في التعامل مع الخيوط لإخراج معلق يبعد عن الشكل التقليدي المؤلف فقد أصبح المعلق النسجي حديثاً عبارة عن قطعة نسيج تعلق فوق الجدران وتحوي مضمونا مسجلا بمعالجة تشكيلية فنية وأضيفت آلية مرونة.

تعتمد غالبية الدراسات والبحوث في تصميم المنسوجات المعلقة المطبوعة في مصر على الاستلهام من فن معين أو من فنان معين وفي بعض الأحيان يتم الدمج بين أكثر من مصدر لاستلهام بواسطة استخدام نماذج أو موتيفات معينة من هذه الفنون ومحاولة الجمع بينها في تكوين مبتكر منظم مترابط تتضح فيه ملامح وعناصر وأشكال المصدر الذي تم استلهامه واشتقاق التكوين منه وفي هذا البحث تم الاستلهام من عناصر تشكيلية ووحدات الفن الأفريقي المتناول بأسلوب عصري حديث لعمل عدد 6 تصميمات تصلح للأقمشة المعلقة النسجية المطبوعة بالاستعانة بالكمبيوتر (برنامج الفوتوشوب AdobePhotoshop) وفيما يلي عرض للتصميمات والتوظيف الخاص بها:

ب- الأقمشة المطبوعة بالقالب: تزخرف المنسوجات التي تتطلب تكرار وحدة أو عنصر تكرر منتظما عبر مساحات كبيرة من القماش وهي أسرع وأدق من الرسم باليد.

ج- الأقمشة المطبوعة بطريقة المناعة : ومنها طريقة الباتيك والأستنس والتجليد شكل (38)

د- المنسوجات المطبوعة بطريقة الإزالة : في هذه الطريقة يصنع القماش أولا ثم يطبع التصميم بعامل اختزال قوى ينزع اللون



شكل (37) نماذج متنوعة من الأقمشة المطرزة

فن العمارة وزخرفتها:

عند تتبع تطور فن البناء الأفريقي نجد انهم في العصور الحجرية سكنوا الأماكن التي تكفل لهم الحماية من الرياح والأمطار والحيوانات المفترسة مثل الكهوف، ثم بنى المزارعون في إقليم المراعي أكواخ دائرية مخروطية السقف أعطت فرصة كبيرة لتطور فن العمارة، وزخرفت حوائط البيوت بحفر غائر أو تصميمات مرسومة لأشكال هندسية أو أدمية أو نباتية أو حيوانية.

(جوستيني كودول , ولیم باسكوم, 1966م)

واستخدموا الطين والحجارة ثم بنيت بيوت خشبية مستطيلة الشكل والى جانب البيوت المربعة الشكل كما شاع الدمج بين الطين والخشب، واستخدموا الحليات المصبوبة والألوان في زخرفة مسطحات الحوائط الداخلية والخارجية والأسقف وهكذا استغل الخشب والطين والاحجار والصلصال والمعدن..... الخ في تجميل جدران المباني فإدرك الفنان الأفريقي إمكانيات كل خامه وحدودها الطبيعية وخصائصها المميزة. شكل رقم (9)



شكل (39) لوحات حائطية

تصميم أقمشة المعلقات المطبوعة المعاصرة:

المعلقات النسجية فن رفيع القيمة وله وظيفته العملية فهي تشبه الأعمال التصويرية واللوحات الفنية إذا ما صممت ونفذت بمهارة وعناية وخبرة عالية. وتعتبر أقمشة المعلقات الطباعة نمط فني مركب يشمل كيان المنسوج والعناصر الفنية المشكلة من خلاله أو عليه (كالأنماط التكوينية والأساليب التصميمية المتبعة في إخراج

الإطار التطبيقي:
التجارب التصميمية (التجربة الذاتية للدارسة)
التجربة التصميمية (1) وتوظيفتها:



التوظيف الافتراضي



تصميم (1)
التجربة التصميمية (2) وتوظيفتها:



التوظيف الافتراضي



تصميم (2)
التجربة التصميمية (3) وتوظيفتها:



التوظيف الافتراضي



تصميم (3)

التجربة التصميمية (4) وتوظيفتها:



التوظيف الافتراضي



تصميم (4)

التجربة التصميمية (5) وتوظيفتها:



التوظيف الافتراضي



تصميم (5)

التجربة التصميمية (6) وتوظيفتها:



التوظيف الافتراضي



تصميم (6)

- دكتوراه غيرمنشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان، القاهرة.
- 13- محمد رياض (1974م): "الأسنان- دراسة في النوع والحضارة"، دار النهضة العربية، بيروت، ط2.
- 14- محمد شفيق غربال (1965م): "المؤسسة العربية الميسرة"، دار القلم، القاهرة.
- 15- مصطفى عليان ربحي (2009م): "أسس التسويق المعاصر"، عمان، دار الصفاء.
- 16- مروة السيد ابراهيم (2013م): "جماليات الفن الزنجي وأثره على الفن التكعيبي لايتكار تصميم طباعة القطعة الواحدة"، رسالة دكتوراة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان .
- 17- هربرت ريد: "الفن والمجتمع"، ترجمة فتح الله عبد العليم، مطبعة شباب محمد صلي الله عليه وسلم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، بدون تاريخ.
- 18- هوبير ديشان (1956م): "الديانات في أفريقيا السوداء"، ترجمة أحمد صادق حمدي، دار الكتاب المصري، القاهرة .
- 19-Bstieler, Ludiving, Gross, Charles W (2003), Measuring the effect of eEnvironment uncertainty on Process Activities, Project Team Characteristics, and Product success, Journal of Business and Industrial Marketing, Vol.6, No.2.
- 20-Cooper, Robert G (2001), Overhauling the New Product Process, Journal of Marketing Management, Elsevier Science Inc, New York.
- 21-Craig Stull & Other (2008). Tuned in: Uncover the Extraordinary Opportunities That lead to Business Breakthrough. Wiley.
- 22-G.F.Parrinder (1975): "African Mythology", Panal Hamyln, London.
- 23-Giuseppe Calabrese (2001), Management Information in New Product Development Journal of Logistics Information Management, Vol.12, No.6.
- 24-Jenny Poolton, Jan Barclay (2000): New Product from Past Research to Future Applications, Industrial Marketing Management, Vol.76.
- 25-Mumon.D., Anthony B. (2009), Antecedents and Consequences of Teamwork Quality in New Product Development Projects, An European Journal of Innovation Management Vol.12 .
- 26-Thelma.R.Newmann (1974): "Contemporary African Arts and Crafts", George Allen and Unwin LTD, London.
- 27-http://www.youm7.com/story/0000/0/0/-/1957728#.VnpXG_196U1
- 28-www.tas-wiki.com/tw2807.html
- 29- الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجية التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية labocollque5.voila.net/84choukaleabdikarim.pdf
- 30-www.abahe.co.uk/marketing-and-strategic-planning-enc/63811-development-of-new-products.html
- 31-www.alriyrdh.com
- 32-Blackartvisions.com
- 33-labocollque5.voila.net/84choukaleabdikarim.pdf

النتائج: Results

- 1- استخدام فن الكولاج بأساليبه المختلفة حقق العديد من القيم الجمالية والبصرية في تصميم القطعة الواحدة لأقمشة السيدات ويمكن توظيفها لإثراء مجال طباعة المنسوجات
- 2- تصميمات القطعة الواحدة تحقق التميز الذي يناسب اذواق واتجاهات السيدات.
- 3- تصميمات الكولاج تساعد على تحقيق التنوع والقيم البصرية التي تناسب مجال طباعة المنسوجات.
- 4- فن الكولاج مجال خصب للتجريب والابداع الذي يناسب تصميم طباعة المنسوجات وخاصة تصميم القطعة الواحدة.
- 5- امكن من خلال فن الكولاج استحداث رؤية مبتكرة في تصميم طباعة القطعة الواحدة لأقمشة السيدات يمكن تطبيقها في الملابس ومكملات الازياء ويمكن ان تتماشى مع اتجاهات الموضة المعاصرة.

التوصيات: Recommendation

- 1- الاهتمام بدراسة فن الكولاج وأساليبه وتقنيات تطبيقه المختلفة الى جانب دراسة استخدام برامج الحاسب الالى كأداة مساعدة في تصميم الكولاج المدعوم بالكمبيوتر مما يثرى مجال تصميم طباعة المنسوجات.
- 2- الاستثمار الجاد للامكانات التشكيلية لتقنيات وأساليبه تطبيق الكولاج التي تخضع للتقنين وترتقى بفن الكولاج من العشوائية الى القصدية الفنية بهدف إثراء مجال التصميم .
- 3- تشجيع الدارسين على تجريب المزيد من تقنيات الكولاج وتجريب خامات مختلفة فيه وإمكانية التوظيف في اعمال ثنائية وثلاثية الابعاد تكشف عن قيم جمالية وبصرية جديدة.
- 4- إيجاد وخلق مجالات تجريبية جديدة لإثراء التصميمات الطباعية للقطعة الواحدة لأقمشة السيدات.

المراجع: References

- 1- أمين الشعباني (2009-2010 م): "أثر اكتشاف الفكرة الجديدة المبتكرة في تطوير المنتج"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.
- 2- بول أهبي (1977م): "فن يفسر الكون"، رسالة اليونسكو، العدد 192 يوليو.
- 3- جريدة القبس الاقتصادي (2009م) : العدد رقم 13047 بتاريخ 11-24
- 4- جوستيني كودول , وليم باسكوم (1966م): "الفنون الافريقية - الثقافة الافريقية"، ترجمة عبد المالك الناشف، المكتبة العصرية، بيروت.
- 5- صابر محمد إسماعيل، صفاء رأفت محمد (2008م): "التسويق الدولي"، دار النشر غير مذكورة، القاهرة .
- 6- طلعت اسعد عبد الحميد، حاتم سعد قابيل (2005 م): "اساسيات التسويق"، دار النشر غير مذكورة، القاهرة .
- 7- عاطف محمود عمر (1987م): "أضواء على الفنون الافريقية"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة .
- 8- عائشة عواد (1997م): "الرمز في فنون غرب أفريقيا والاستفادة منه في تصميم أقمشة السيدات"، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان- القاهرة .
- 9- عمرو حسن خير الله (2008م): "التسويق الدولي"، مكتبة عين شمس، القاهرة.
- 10- كارولين محمد حسنين (2004م): "الأستفادة من الفن الزنجي في تصميم حلئ معاصرة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، القاهرة .
- 11- ماجد فاروق شحاتة محمد (1977 م): "دور التسويق الدولي في تطوير المنتجات بالتطبيق على قطاع الغزل والنسيج في جمهورية مصر العربية"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الإدارية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة.
- 12- محمد بن محمد ربيع (1993م): "أثر المعالجة التشكيلية في فن النحت الخشبي الأفريقي على النحت المعاصر"، رسالة