

النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية : دراسة استكشافية

د. فاطمة إبراهيم خميس

أستاذ مساعد المكتبات والمعلومات

جامعة المنوفية

المستخلص:

تعمل المكتبات بكافة أنواعها على تشجيع عرض الأعمال الفنية التشكيلية سواء عن طريق إقامة المعارض الفنية أو عن طريق عقد الدورات التدريبية للفنانين التشكيليين، وحيث إن التكنولوجيا فرضت نفسها على المجتمع، فعلى المكتبات السبق في دعم النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية، والنشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية هو امتداد للنشر الذاتي للكاتب، ولذلك تهدف الدراسة إلى حصر الطرق والأساليب المختلفة التي يمكن للفنان التشكيلي اتباعها عند النشر الذاتي لأعماله الفنية على شبكة الإنترنت، وعرض أهم النماذج لهذه الطرق بالإضافة إلى تحديد مميزات وعيوب كل طريقه من هذه الطرق، وأخيراً بعض النصائح والإرشادات التي يجب على الفنان اتباعها عند النشر الذاتي لأعماله الفنية في البيئة الإلكترونية، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة إلى حصر هذه الطرق التي تمثلت في صالات العرض الإلكترونية، وأسواق الفن عبر الإنترنت، ومنصات التجارة الإلكترونية، وشركات الطباعة حسب الطلب، وشركات النشر الذاتي للكاتب الفنية، ووسائل التواصل الاجتماعي العامة، ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنانين، وإنشاء موقع للفنان، وإنشاء مدونه للفنان، وإنشاء محفظة للفنان، والنشرات الإلكترونية للأخبار الفنية، وإعلانات جوجل.

الكلمات المفتاحية:

النشر الذاتي - الأعمال الفنية التشكيلية - أسواق الفن - صالات العرض الإلكترونية - منصات التجارة الإلكترونية.

Abstract:

Libraries of all kinds work to encourage the display of fine artworks, whether by holding art exhibitions or by holding training courses for fine artists, and since technology has imposed itself on society, libraries should take the lead in supporting self-publishing of fine artworks in the electronic

environment, and self-publishing fine artworks is an extension For the self-publishing of books, and therefore the study aims to limit the different ways and methods that the fine artist can follow when self-publishing his artworks on the Internet , presenting the most important models for these methods, in addition to identifying the advantages and disadvantages of each of these methods, and finally some tips and instructions that the artist must follow when self-publishing his artworks in electronic environment. The researcher used the descriptive analytical approach, and the study reached a limitation of these methods, which were represented in electronic galleries, art markets via the Internet, e-commerce platforms, (POD) print-on-demand companies, self-publishing companies for art books, General Social Media, Artist Social Media, creating a website for the artist, creating a blog for the artist, Artist Portfolio, Art News E-bulletins, Google Ads.

key words:

- Self-publishing- Fine artworks- Art markets- Electronic galleries
- . E-commerce platforms

تمهيد:

لقد تطورت صناعة النشر تطورًا ملحوظًا في الآونة الأخيرة، وأصبح بإمكان المؤلفين نشر كتبهم ذاتيًا من خلال شركات تسمى بشركات النشر الذاتي، وهي عبارة عن شركات تقدم واحدة أو أكثر من خدمات النشر: كالتحرير وتصميم أغلفة الكتب وتسويق الكتب وتوزيعها وبيعها، وقد أصبحت هذه الشركات هي الوسيط والمنظم لعملية النشر الذاتي بالنسبة للمؤلفين. وكذلك اتجه الفنانون التشكيليون إلى النشر الذاتي لأعمالهم الفنية، حيث استخدم الفنانون التشكيليون طرقًا عديدة في نشر وتسويق وتوزيع وبيع أعمالهم الفنية سواء كانت (لوحات فنية، أعمالًا خزفية، مشغولات فنية، صورًا فوتوغرافية)، فالنشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية ما هو إلا امتداد للنشر الذاتي للكتب، ولقد أحدث سوق الفن عبر الإنترنت ثورة في وصول الفنان التشكيلي إلى معجبيه، وتوفير طرق جديدة لنشر وتسويق وبيع أعماله الفنية، حيث كان الفنان التشكيلي يقوم بنشر أعماله الفنية إما من خلال المعارض الفنية سواء كانت معارض فردية للفنان أو معارض جماعية لمجموعة من الفنانين، أو من خلال صالات العرض Galleries، وبجانب هاتين الطريقتين يوجد الآن العديد من الطرق الأخرى التي يمكن للفنان التشكيلي استخدامها في النشر الذاتي لأعماله الفنية، منها شركات الطباعة حسب الطلب التي تتيح للفنان نشر أعماله الفنية والتسويق لها وبيعها للعملاء المحتملين بالطريقة المفضلة لديهم سواء كانت مطبوعة على قمصان أو أكواب أو قبعات أو جرابات للجوال أو

ملايات، وكذلك بالنسبة للوحات الفنية حيث يقوم الفنان برفع صورة عالية الجودة للوحته الفنية، وتقوم الشركة بطباعة اللوحة للتعليق بالشكل الذي يريده سواء على قماش أو معدن أو فيلين أو خشب، كما يتيح له اختيارات الإطارات وغيرها من الخدمات كالشحن والتغليف والتوزيع والبيع لأعماله الفنية، كما يوجد منصات التجارة العالمية التي تتيح للفنان إنشاء متجره الخاص وتساعد في إدارة متجره وتوفر له العديد من الخدمات الخاصة بالدعاية والإعلان والتسويق والتوزيع والشحن والتغليف والبيع وغيرها من الطرق كأسواق الفن عبر الإنترنت وصالات العرض الإلكترونية، ولذلك تحاول هذه الدراسة حصر تلك الطرق مع تحديد مميزات وعيوب كل طريقة وعرض نماذج عن كل طريقة.

أولاً: الإطار المنهجي:

١ - مشكلة الدراسة:

أصبحت ظاهرة النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية اتجاهاً خلال السنوات الماضية، حيث أحدث سوق الفن عبر الإنترنت ثورة هائلة في وصول الفنان إلى معجبيه وإعطائه طرقاً جديدة لنشر وتسويق وبيع أعماله الفنية، حيث يظهر تقرير تجارة الفن الصادر عن HISCOX (١)، أن مبيعات سوق الفن عبر الإنترنت بلغت ٤,٦٤ مليار دولار عام ٢٠١٨ بزيادة ٩,٨% عن العام السابق، وقد زادت مبيعات الفن عبر الإنترنت عام ٢٠١٩ بزيادة قدرها ٤% عن عام ٢٠١٨، أما في عام ٢٠٢٠ حققت مبيعات الفنون الجميلة ما يقدر بـ ٥,٠١ مليار دولار بانخفاض ٢٢% من إجمالي عام ٢٠١٩ وفقاً لتقرير سوق الفن العالمي السنوي لعام ٢٠٢١ في ظل أزمة فيروس كورونا "كوفيد ١٩" الذي اجتاحت دول العالم، ومن المتوقع أن سوق الفن عبر الإنترنت سوف تكون قيمتها ٩,٢٣ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٤ (٢)، وبوجود هذه الظاهرة أصبح بإمكان الفنانين التشكيليين نشر أعمالهم الفنية مباشرة وبيعها على شبكة الإنترنت دون الحاجة إلى إقامة المعارض الفردية أو الجماعية أو عرضها في صالات العرض، مما دعت الحاجة إلى وجود طرف ثالث قد يكون منصة أو شركة تقوم بتحمل الأعباء عن الفنان، لذلك ظهرت طرق عديدة لنشر الأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية، منها منصات التجارة الإلكترونية وأسواق الفن وصالات العرض الإلكترونية ومنصات الطباعة عند الطلب وغيرها، في ضوء ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى حصر طرق وأساليب النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية التي يمكن للفنان التشكيلي استخدامها في البيئة الإلكترونية مع تحديد مميزات وعيوب كل طريقة من هذه الطرق وعرض نماذج عنها حتى يستطيع الفنان اختيار الطريقة المناسبة له وفقاً لأهدافه.

٢- أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، وهو النشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الإلكترونية، حيث تعتبر الدراسة قاعدة خصبة للفنانين التشكيليين للتعرف على الطرق والأساليب المختلفة التي يمكن للفنان التشكيلي استخدامها عند نشر وتسويق وبيع أعماله الفنية على شبكة الإنترنت؛ حتى يمكنه اختيار الطريقة المناسبة له بناء على الأهداف التي يحددها الفنان التشكيلي، وبناء على مميزات وعيوب كل طريقة، وتوجيه أنظار المكتبات إلى طرق وأساليب النشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الإلكترونية وإرشاد الفنانين التشكيليين إلى استخدام هذه الطرق والأساليب.

٣- أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. حصر الأساليب والطرق المختلفة للنشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الإلكترونية.
٢. تحديد مميزات وعيوب كل طريقة من طرق النشر الذاتي للأعمال الفنية.
٣. عرض أشهر وأهم النماذج عن كل طريقة من طرق النشر الذاتي للأعمال الفنية.
٤. التركيز على بعض النصائح والإرشادات التي يجب على الفنان اتباعها عند نشر وتسويق وبيع أعماله الفنية في البيئة الإلكترونية.
٥. الخروج بمقترحات عن أفضل الطرق التي يجب على الفنان اتباعها عند النشر الذاتي لأعماله الفنية وفقاً لأهدافه ووفقاً لمميزات وعيوب كل طريقة.
٦. توجيه أنظار المكتبات إلى طرق وأساليب النشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الإلكترونية وإرشاد الفنانين إلى استخدام هذه الطرق والأساليب.

٤- تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما الطرق المختلفة للنشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية؟
٢. ما مميزات وعيوب كل طريقة من طرق النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية؟
٣. ما أشهر وأهم النماذج عن كل طريقة من طرق النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية؟
٤. ما النصائح والإرشادات التي يجب على الفنان اتباعها عند نشر وتسويق وبيع أعماله

الفنية في البيئة الإلكترونية؟

٥. ما أفضل الطرق التي يجب على الفنان التشكيلي اتباعها عند النشر الذاتي لأعماله الفنية؟

٦. كيف يمكن توجيه أنظار المكتبات إلى طرق وأساليب النشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الإلكترونية وكيفية إرشاد الفنانين إلى استخدام هذه الطرق والأساليب؟

٥- حدود الدراسة:

تناولت الدراسة حصراً للطرق والأساليب المختلفة التي يمكن للفنان استخدامها عند نشر وتسويق وبيع أعماله الفنية في البيئة الإلكترونية، وقد تمثلت هذه الطرق في: صالات العرض الإلكترونية، ومنصات التجارة الإلكترونية، وشركات الطباعة حسب الطلب، وأسواق الفن عبر الإنترنت، وشركات النشر الذاتي للكتب الفنية، وموقع للفنان، ومدونه للفنان، ومحفظه للفنان، ووسائل التواصل الاجتماعي العامة، ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنانين، وإعلانات جوجل، ونشرات الأخبار الفنية، مع عرض نموذجين أو أكثر عن كل طريقة من هذه الطرق، وجمعت معلومات وبيانات هذه النماذج في الفترة من ٢١ مايو ٢٠٢١ وحتى ٢٦ أكتوبر ٢٠٢١، واقتصرت الدراسة على النماذج الخاصة بهذه الطرق باللغة الإنجليزية، وذلك لشهرتها في مجال النشر الذاتي.

٦- منهج الدراسة وأدواتها:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخدام دلالتها في تحقيق أهداف الدراسة، وذلك يتمثل في وصف وتحليل الطرق المختلفة للنشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية وتحليل مميزات وعيوب كل طريقة من هذه الطرق مع عرض نماذج مختلفة عن كل طريقة، أما الأدوات فتمثلت في: قائمة مراجعة من إعداد الباحثة تضمنت محورين: المحور الأول تضمن البيانات الأساسية للنموذج المختار، والمحور الثاني تضمن الخدمات التي يقدمها النموذج المختار.

٧- مجتمع وعينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة في حصر مجتمع الدراسة على دليل سوق الفن الصادر عن Artsy بعنوان 250 places to sell art online ويعرض هذا الدليل ٢٥٠ مكاناً لنشر وتسويق وبيع الأعمال الفنية التشكيلية عبر شبكة الإنترنت متنوعة ما بين صالات عرض إلكترونية، وأسواق للفن، ومنصات تجارة إلكترونية، ومواقع إحالة، ومزود موقع، كما اعتمدت على تقارير الفن الصادرة عن HISCOX، ويتكون التقرير من ثلاثة أجزاء على النحو التالي:

- Hiscox online art trade report 2020: part 1 the online art trade
- Hiscox online art trade report 2020: part 2 buyers behaviour
- Hiscox online art trade report 2020: part3 towards a frictionless online journey.

أما عينة الدراسة، فهي عينة مقصودة أُخْتِيرَ فيها أهم وأشهر نموذجين حُدِّدًا بناءً على كثرة تكرارهم في أدبيات التخصص المتعلقة بأفضل المواقع وأفضل الطرق لنشر وبيع الأعمال الفنية التشكيلية خلال عامي ٢٠٢٠، و٢٠٢١، وذلك لكل طريقة من طرق النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية، حيث إنه بالنسبة لصالات العرض الإلكترونية أُخْتِيرَ Saatchi art و Artfinder، بالنسبة لأسواق الفن عبر الإنترنت أُخْتِيرَ Etsy، و Artfire، وبالنسبة لمنصات التجارة العالمية أُخْتِيرَ Shopify، و Squarespace، و bigcartel، بالنسبة لمنصات الطباعة عند الطلب أُخْتِيرَ zazzle، و fineartamerica، و Cafépress، بالنسبة لمنصات النشر الذاتي للكتب الفنية تم اختيار lulu، و blurb، وبالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنانين أُخْتِيرَ artslant، و artstation، بالنسبة لإنشاء موقع شخصي للفنان أُخْتِيرَ faso، و WIX، و artstorefronts، و ucraft، و foliolink، بالنسبة لإنشاء مدونة للفنان أُخْتِيرَ blogspot، و wordpress بالنسبة لإنشاء محفظة للفنان أُخْتِيرَ carbonmade، و crevado، و Worka بالنسبة للنشرات الإخبارية للفنانين أُخْتِيرَ theartlist.

٨- مصطلحات الدراسة:

تتضمن الدراسة مصطلحين أساسيين، هما: النشر الذاتي، والأعمال الفنية التشكيلية.

- النشر الذاتي:

أن يقوم المؤلف بعملية التحرير والتصميم والتسويق والطباعة على نفقته الخاصة دون تدخل الناشر التجاري^(٣)، هذا بالنسبة للنشر الذاتي للكتب، أما النشر الذاتي للأعمال الفنية فتعرفه الباحثة بأنه قدرة الفنان التشكيلي على نشر أعماله الفنية على الإنترنت بدلاً من إقامة المعارض أو عرض الأعمال الفنية في صالات العرض ووجود طرف ثالث (قد تكون أسواق الفن، صالات العرض الإلكترونية، المعارض الإلكترونية، منصات تجارة إلكترونية، منصات الطباعة تحت الطلب...إلخ) وذلك لبيعها والاستفادة من أرباحها.

- الأعمال الفنية التشكيلية

هي الأعمال الفنية التي ينتجها الفنان التشكيلي وتشمل مجالات (الرسم، والتصوير، والتصوير الزيتي، والتصوير الجداري، والفسيفساء، والنحت، والطباعة، وفن الخط، والكولاج،

والخزف،... إلخ^(٤).

٩ - الدراسات السابقة والمثيلة:

لم يكن من السهل احتواء موضوع أدبيات التخصص بالكامل، وذلك لتشعب الموضوع ما بين النشر الذاتي وشركات النشر الذاتي وشركات الطباعة حسب الطلب وأسواق الفن ومنصات التجارة العالمية وصلالات العرض الإلكترونية من جانب، والأعمال الفنية التي تقتنيها المكتبات والمتاحف في النهاية كمقتنيات متحفية وكصدر من مصادر المعلومات، وباستعراض أدبيات التخصص التي استطاعت الباحثة التوصل إليها، وجدت أن الدراسات التي تتعلق بموضوع "النشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الرقمية" يمكن تقسيمها في ثلاثة محاور: المحور الأول خاص بالنشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية، المحور الثاني خاص بالنشر الذاتي، والمحور الثالث خاص بالأعمال الفنية كمقتنيات متحفية، وفيما يلي عرض لهذه المحاور:

- المحور الأول: النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية.

بالنسبة للدراسات التي تناولت النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية نجد دراسة آني Anne التي ركزت على ٥ أماكن لبيع الأعمال الفنية التشكيلية على شبكة الإنترنت وهي: Etsy و Fiverr و Artfinder و Satchi Art و Spread shirt^(٥)، ودراسة سارة Sara التي تناولت ٥ طرق للنشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في عام ٢٠٢٠، وهي أن يقوم الفنان بإعداد موقع إلكتروني شخصي له على شبكة الإنترنت، وأن يبيع أعماله الفنية في أسواق الفن، وأمازون Amazon و منصة Shopify^(٦)، في حين أن دراسة توم Tom حصرت ١٢ منصة لوسائل التواصل الاجتماعي خاصة بالفنانين والمصممين منها منصة Behance، ومنصة Artstation، أما جون فقد حصر أفضل ١٠ مواقع لنشر وبيع الأعمال الفنية وهي: Artfire، و Pixapp، و Redbubble Society 6 Amazon، و Satchi، و Artfinder، و Shopify، و Artplode^(٧).

- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت النشر الذاتي.

تنوعت الدراسات التي تتعلق بالنشر الذاتي ما بين دراسات تناولت شركات النشر الذاتي، ودراسات تناولت تأثير النشر الذاتي على المكتبات، من الدراسات التي تناولت شركات النشر الذاتي، دراسة دانيال Daniel التي تناولت تقنية الطباعة حسب الطلب وارتباطها بالنشر الذاتي^(٨)، في حين ركزت دراسة ريتا Reta على التحديات القانونية التي يثيرها النشر الذاتي فيما يتعلق بحقوق الطبع والنشر ومتطلبات الإيداع القانوني ومكافحة

القرصنة على الإنترنت^(٩).

وبالنسبة للدراسات العربية، نجد أن أمانى السيد هي أول من كتبت في موضوع النشر الذاتي حيث قامت بدراسة الاتجاهات الحديثة في النشر الإلكتروني وتناولت الطباعة حسب الطلب وشركات النشر الذاتي^(١٠)، وكذلك في نفس العام، نجد دراسة أمل القحطاني التي ركزت على مميزات وعيوب النشر الذاتي^(١١)، ودراسة شعبان التي قدمت معايير لتقييم مواقع النشر الذاتي الموجودة على شبكة الإنترنت، وقد بلغ عددها ٦٠ موقعًا، دُرِسَ ١٠ مواقع منها^(١٢)، وأحدث الدراسات التي تناولت شركات النشر الذاتي، دراسة آيه مليكة، وقد ركزت الدراسة على تحليل مواقع شركات النشر الذاتي المتاحة على الإنترنت والخدمات التي تقدمها، وتحليل عينة من الإنتاج الفكري المنشور ذاتيًا، بالإضافة إلى دوافع المؤلفين الذين يختارون النشر الذاتي مع الشركات^(١٣)، أما بالنسبة لتأثير النشر الذاتي على المكتبات نجد دراسات عديدة اخترت منها دراسة دالي Dali حيث قام بدراسة المكتبات الأكاديمية والعامة وكيفية التعامل مع ظاهرة النشر الذاتي^(١٤)، ودراسة داوسون Dawson التي أوضحت أن معظم الكتب المنشورة ذاتيا لا تتوافر في المكتبات المادية^(١٥)، في حين ركزت دراسة روبرت على إعداد آليات لجعل الأعمال المنشورة ذاتيا تحت ضبط بيبليوجرافي فعال Robert^(١٦) ودراسة كل من هيلتر Healter وپو، التي ألقت الضوء على أمثلة ناجحة لنشر المكتبات بالولايات المتحدة^(١٧)، ودراسة جينفر Jennifer التي أكدت أنه أصبح بالإمكان متابعة الكتب المنشورة ذاتيا من خلال مراجعات القراء^(١٨)، هذا بالنسبة للمحور الأول، وهو النشر الذاتي.

- المحور الثالث: الأعمال الفنية كمقتنيات متحفية داخل المكتبات:

أما بالنسبة للأعمال الفنية التي تقتنيها المكتبات والمتاحف كمقتنيات متحفية وكمصدر من مصادر المعلومات، فنجد أن هناك العديد من الدراسات التي تناولت وصف وإتاحة المقتنيات المتحفية، منها: دراسة إسراء المنسي التي تناولت فيها المجموعات المتحفية، في المكتبات المصرية من حيث الضبط والإتاحة^(١٩)، ودراسة منيرة فهمي التي عالجت التوثيق الآلي لمقتنيات متاحف كمصادر للمعلومات^(٢٠)، ودراسة ياسمين خالد التي تناولت فيها المكتبة الرقمية ودورها في تحقيق التكامل المعرفي بين المكتبات والمتاحف^(٢١)، ودراسة محمد علي النجار الذي تناول فيها مبادرات المجموعات المتحفية، حيث تناول متاحف على شبكة الويب^(٢٢)، ودراسة إسراء المنسي التي ركزت فيها على وصف وإتاحة المجموعات المتحفية وفقا لقواعد RDA حيث هدفت الدراسة إلى وصف وتحليل للكيانات ثلاثية الأبعاد من حيث

مفهومها وأنواعها المختلفة مثل: (العملات، والعينات، والنماذج المجسمة، والميداليات، والمنابر المجسمة، والتماثيل، والمنحوتات، والأعمال الفنية الأصلية، والأعمال الفنية المستنسخة، والتوليفات والأطقم، والكرات الأرضية، كما قامت بضبط مقتنيات متحف أ. د المناوي وفقا لمعيار RDA^(٢٣).

من خلاصة الدراسات السابقة نستنتج أن الأدبيات كلها التي تتعلق بالنشر الذاتي قد ركزت على النشر الذاتي للكتب، واتجاهات المؤلفين تجاه النشر الذاتي وشركات النشر الذاتي، وتأثير النشر الذاتي للكتب على المكتبات، وأنه لا توجد أية دراسة عربية تناولت موضوع النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية.

ثانيا: الإطار النظري:

سوف تتناول الباحثة في الإطار النظري الطرق التقليدية لعرض الأعمال الفنية التشكيلية، وأنواع الفن التي يمكن أن ينشر ويبيع على شبكة الإنترنت.

١ - الطرق التقليدية لعرض الأعمال الفنية التشكيلية:

يوجد طريقتان على الفنان التشكيلي أن يختار فيما بينهما لنشر الأعمال الفنية التشكيلية وبيعها، هما:

أ- المعارض الفنية:

يقوم الفنان التشكيلي بنشر أعماله الفنية إما من خلال المعارض الفنية سواء كانت معارض فردية للفنان أو معارض جماعية لمجموعة من الفنانين، حيث يشترك كل فنان في المعرض الجماعي بعملين أو ثلاثة أعمال على الأكثر، وفي تلك المعارض الفردية أو المعارض الجماعية يقوم الفنان بحجز قاعة لعرض أعماله الفنية، سواء كانت قاعات عرض حكومية تابعة للمكتبات العامة أو لقصور الثقافة أو قاعات غير حكومية، وتعتبر هذه الطريقة من أكثر الطرق متعة لنشر وتسويق وبيع الأعمال الفنية، ولها العديد من المميزات أهمها: التواصل بين الفنان والعملاء المحتملين، كما أن الفنان يحتفظ بالأرباح كاملة، ولكن من عيوبها أنها تستغرق من الفنان الكثير من الوقت والجهد في الإعداد للمعرض وترتيب الأعمال الفنية به وإزالته عند الانتهاء منه، كما أنه يتولى بنفسه الدعاية والإعلان والتسويق لمعرضه وأعماله الفنية.

ب- صالات العرض:

والطريقة الأخرى، أن يقوم الفنان بنشر وعرض أعماله الفنية في صالات عرض Galleries، من مميزات هذه الطريقة أن القائمين على صالات العرض هم الذين يقومون

بالدعاية والإعلان والتسويق لجميع الأعمال الفنية الموجودة بصالة العرض وجلب المشتريين المحتملين لتلك الأعمال الفنية، ولكن من عيوب هذه الطريقة محدودية السوق؛ لأن العملاء المحليين الذين يعيشون في محيط صالة العرض ومن يهتم بزيارتها فقط هم من يمكنهم الحضور لصالة العرض، بالإضافة إلى أن الفنان يشارك ما يقرب من ٥٠% من ثمن بيع العمل الفني لصالة العرض، وكذلك من عيوب هذه الطريقة تخصيص مساحة محدودة للفنان، وبالتالي يعرض جزءاً بسيطاً من أعماله الفنية وليس كل أعماله الفنية حيث يقتصر على عرض عمل واحد فقط أو عمليتين على الأكثر، ومن أمثلة صالات العرض في جمهورية مصر العربية (آرت كورنر جاليري، وجاليري وأختاتون مصر، وأم الدنيا جاليري، وجاليري منصور، وتاون هاوس جاليري).

٢- أنواع الفن التي يمكن أن تنشر وتباع على شبكة الإنترنت:

يمكن تحديد ثلاثة أنواع للفن الذي يمكن أن ينشر ويبيع على شبكة الإنترنت، وهي:

أ- الأعمال الفنية التشكيلية الخاصة بالفنان، ب- بيع مطبوعات الاستساح، ج- بيع الفن الرقمي، ويعد النوع الأول وهو بيع الأعمال الفنية الخاصة بالفنان الاختيار الأمثل بالنسبة للفنان لأنه سوف يتيح له تحديد السعر الخاص بعمله الفني ويفرض رسوماً أكثر على عمله الفني وخصوصاً إذا كان لديه جمهور من الأشخاص المهتمين بفنه، أما الخيار الثاني يستخدمه الفنان إذا كان لا يملك أعمالاً فنية خاصة به، حيث يمكنه بيع مطبوعات الاستساح لفنانين آخرين وفي هذه الحالة يكون مسؤولاً عن الدعاية والإعلان والتسويق لهؤلاء الفنانين، أما الخيار الثالث فيتمثل في بيع الفن الرقمي، حيث لا توجد تكاليف شحن ولا تسليم، ويتمثل في بيع اللوحات الفنية والرسومات الرقمية والصور الفوتوغرافية^(٢٤).

ثالثاً: الإطار التطبيقي:

طرق ووسائل النشر الذاتي للأعمال الفنية التشكيلية في البيئة الإلكترونية: وفيما يلي، سوف تحصر الباحثة الطرق والأساليب المختلفة التي يمكن للفنان استخدامها عند النشر الذاتي لأعماله الفنية في البيئة الإلكترونية:

١. صالات العرض الإلكترونية On line Art Galleries:

صالة العرض Gallery هي مؤسسة أو مبني أو صالة لعرض اللوحات و الأعمال الفنية، ومنها التابع لمؤسسات حكومية ومنها من يدار بشكل خاص، ويدفع الفنان رسوماً لعرض أعماله بها ولفترة محددة. وفي بعض الأحيان، تقوم بعملية شراء وبيع اللوحات والأعمال الفنية.

أما صالة العرض الإلكترونية **Online Art Gallery**، فهي موقع على الويب، تعرض اللوحات والأعمال الفنية للفنانين وذلك بهدف الترويج والإعلان وبيع تلك الأعمال، ونظير ذلك يقوم الفنان بدفع رسوم شهرية أو يوافق علي خصم عمولة عند بيع العمل الفني، وهي تعد فرصة كبيرة للفنانين المبتدئين لنشر وبيع أعمالهم في جميع أنحاء العالم. من مميزات هذه الطريقة، سهولة التواصل عن طريق جهاز الحاسب الآلي أو التليفون، كما أنها تتيح للفنان نشر عمله الفني بشكل واسع مما يعطي فرصة أكبر للبيع، ولكن من أهم عيوبها العمولة التي يأخذها الموقع نظير بيع العمل الفني والتي تصل إلي ٤٥% من المبلغ بالإضافة إلى المنافسة الكبيرة بين الفنانين مما يدفع إلى خفض سعر العمل الفني وأخيراً عدم وجود تواصل مباشر بين الفنان والمعجبين بفته، ومن أهم نماذج صالات العرض على شبكة الإنترنت، ما يلي:



https://www.saatchiart.com

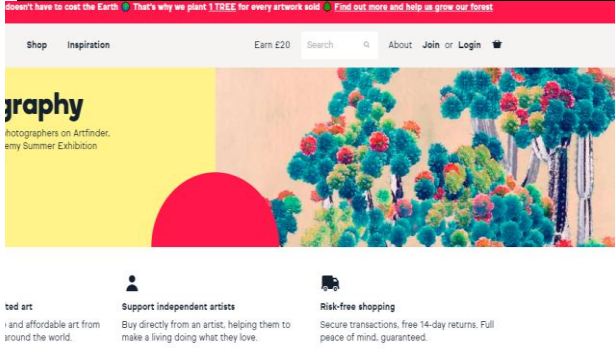
SAATCHI ART

شكل رقم (١) الصفحة الرئيسية لصالة عرض Saatchi

يعد Saatchi art إحدى أكبر صالات العرض الفنية في البيئة الإلكترونية، ويقع في لوس أنجلوس، في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وتأسس عام ٢٠٠٦ بواسطة Charles Saatchi شارلز ساتشي، على الرغم من أن الشركة باعته لمالك آخر عام ٢٠١٤، إلا أنها لا تزال تحمل ذلك الاسم الشهير حتى اليوم، وجمهور هذا المعرض الفني عبر الإنترنت جمهور ضخم يضم الفنانين ومصممي الجرافيك والفنانين الرقميين حول أنحاء العالم، ويضم الموقع أكثر من مليون متابع على وسائل التواصل الاجتماعي^(٢٥).

الخدمات التي يقدمها الموقع: يسمح Saatchi art بإنشاء متجر مخصص للفنان على موقع الويب الخاص بهم مجاناً ويدفعون رسوم الشحن الخاصة بالفنان، في المقابل يمنحهم

الفنان عمولة ٣٠% على المبيعات^(٢٦)، ويقوم الموقع بدعم الفنانين الناشئين. ويعد Saatchi art أفضل مكان لشراء الأعمال الفنية، حيث يعرض مجموعة متنوعة من الأعمال الفنية لفنانين من جميع أنحاء العالم تتناسب مع جميع الميزانيات والأنماط والمساحات^(٢٧).



<https://www.artfinder.com>

Artfinder

Shop original art from independent artists around the world.

شكل رقم (٢) الصفحة الرئيسية لصاله عرض Artfinder

أسس الموقع عام ٢٠١٠ بواسطة Chris Thorpe كريس ثورب، يقع في لندن، في إنجلترا، المملكة المتحدة، ويشترك في الموقع ١٠٠٠٠ فنان مساهم يبيعون أعمالهم الفنية وينتمون إلى ١٥٠ دولة، كما يشترك في الموقع ٦٠٠ ألف عميل حول العالم، يضم أكثر من ٥٠٠ ألف عمل فني تشمل فئات الرسم والطباعة والتصوير والنحت والكولاج^(٢٨). يتميز هذا الموقع باشماله على الفنون الأصلية^(٢٩)، حيث إن كل قطعة فنية في هذا الموقع موقعة من قبل الفنان وتحمل قصتها.

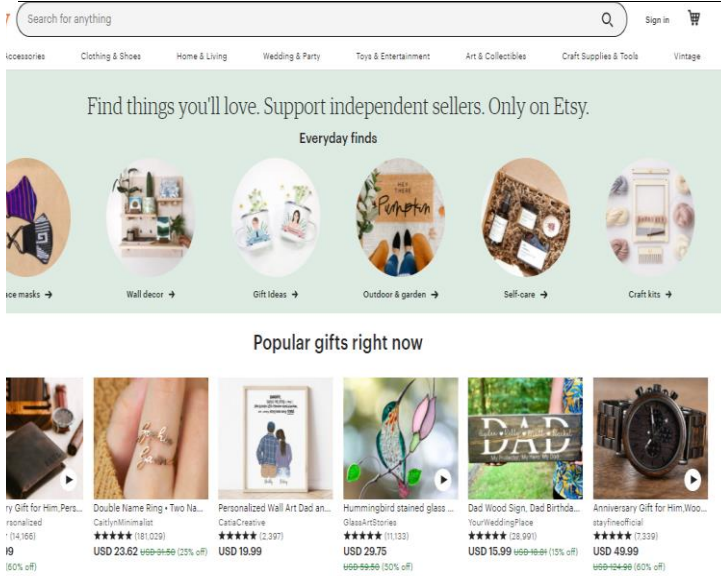
الخدمات التي يقدمها الموقع: يساعد الموقع الفنان على إنشاء المتجر الخاص به بالإضافة إلى إدارة المدفوعات، ويقوم بالدعاية والإعلان والتسويق للأعمال الفنية الخاصة بالفنان، ويحصل الفنان على ٧٠% من ثمن بيع العمل الفني.

٢. أسواق الفن عبر الإنترنت: Online marketplaces

أسواق الفن عبر الإنترنت إحدى الوسائل التي يختارها الفنان لعرض لوحاته وأعماله الفنية، حيث يقوم الفنان بعرض أعماله الفنية جنبًا إلى جنب مع مجموعة من الفنانين الآخرين، ويدفع الفنان عمولة للشركة لمساعدته في بيع عمله الفني، حيث يقوم الفنان بالتسجيل على الموقع وإضافة أعماله الفنية إلى متجره، ولكنها تمنحه القليل من التحكم في

متجره، حيث يمكن لسوق الفن أن يزيل الأعمال الفنية للفنان في أي وقت أو حتى إزالة المتجر بالكامل إذا خالف الفنان شروط الخدمة الخاصة بهم.

من أهم عيوب أسواق الفن عبر الإنترنت، أن الفنان سيواجه الكثير من المنافسة لأن أعماله سوف تعرض بجانب مجموعات الأعمال الفنية للفنانين الآخرين، كما أنه لا يمكن للفنان أن يتحكم في تصميم متجره، وبالتالي لا يستطيع التمييز عن الفنانين الآخرين. من أهم مميزاتها أنها تتيح للمعجبين والمشتريين الفرصة للمقارنة والتفضيل بين الأعمال الفنية من حيث الخامة والجودة والسعر، ويقوم السوق بحلقة الوصل بين الفنان والمشتري نظير عمولة تحصل عند البيع، وتعتبر أسواق الفن مثالية ومناسبة للفنانين المبتدئين لحين شهرتهم وبناء مواقع شخصية لأعمالهم الفنية، ومن أهم نماذج أسواق الفن عبر الإنترنت، ما يلي:



<https://www.etsy.com>

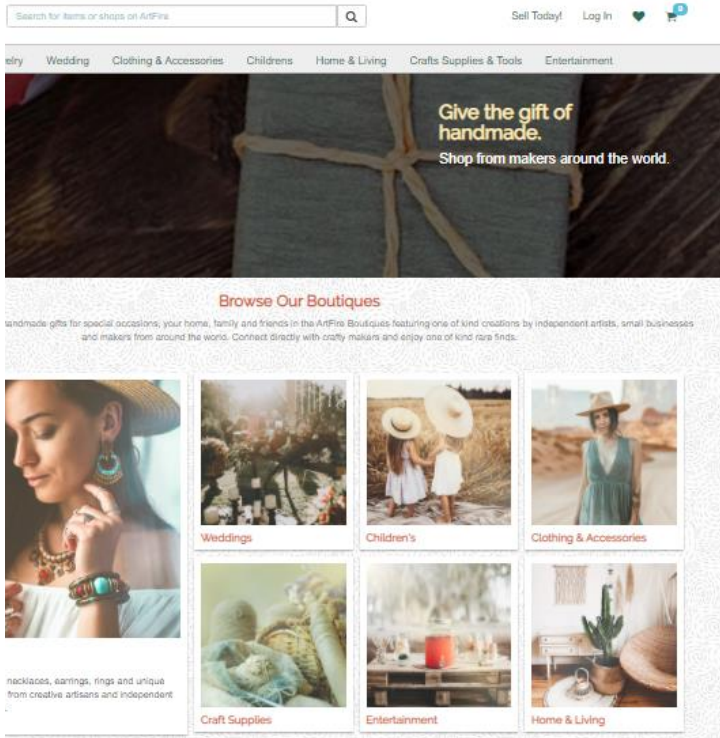
Etsy

شكل رقم (٣) الصفحة الرئيسية لسوق الفن Etsy

تعد Etsy واحدة من أفضل أسواق الفن المعروفة على شبكة الإنترنت، وهي سوق عالمية للسلع الفريدة والإبداعية، تقدم للفنانين مكانا لنشر وبيع أعمالهم الفنية من لوحات فنية ومنحوتات وصور فوتوغرافية^(٣٠)، وأسست في دبلن عام ٢٠٠٥ بواسطة Chris Maguire · Robert Kalin و Haim Schoppik · Jared Tarbell، كريس ماجواير · روبرت كالين · وحاييم شوبيك · وجاريد تاربييل. وهو موقع مشابه لموقع أمازون وموقع سوق إلا أنه يتخصص في المنتجات الجمالية والفنية والقطع الفريدة المصنوعة يدويا والكنوز القديمة، بالإضافة إلى أن السلع والتجهيزات القديمة متاحة أيضا على هذه السوق، ويفضل

العديد من المتاجر المتخصصة بالفنون عرض أعمالها الفنية على هذا الموقع للشهرة التي اكتسبها في مجال الفن.

الخدمات التي يقدمها الموقع: يمكن للفنان من خلال هذا الموقع أن يقوم بإعداد متجره مجاناً ولكن لكل عمل فني يدرجه يكلفه ٢٠ دولاراً أمريكياً، وسيُرفق رسوم إضافية بنسبة ٣,٥% لكل عملية بيع يقوم بها الفنان، وتُرسل فاتورة للفنان في نهاية كل شهر توضح الرسوم التي فرضها etsy، ويمكن للمشتريين تحديد خيارات الدفع بما في ذلك بطاقات الائتمان وبطاقات الخصم، ويقدم الموقع للفنانين الأدوات التسويقية والدعم والتعليم ويساعدهم على إدارة أعمالهم، كما يقدم للمشتريين أدوات البحث التي تساعدهم على اكتشاف جميع العناصر الفريدة الموجودة بالسوق، وبذلك يساعد الفنانين والمشتريين على الاتصال والتبادل فيما بينهم^(٣١)، ولكن الجانب السلبي في Etsy هو أن النظام الأساسي لا يقدم أي خيارات تسويق، وتفتقر المتاجر إلى خيارات التخصيص التي يحددها كل فنان تشكيلي بناء على احتياجاته من الموقع^(٣٢).



<https://www.artfire.com>

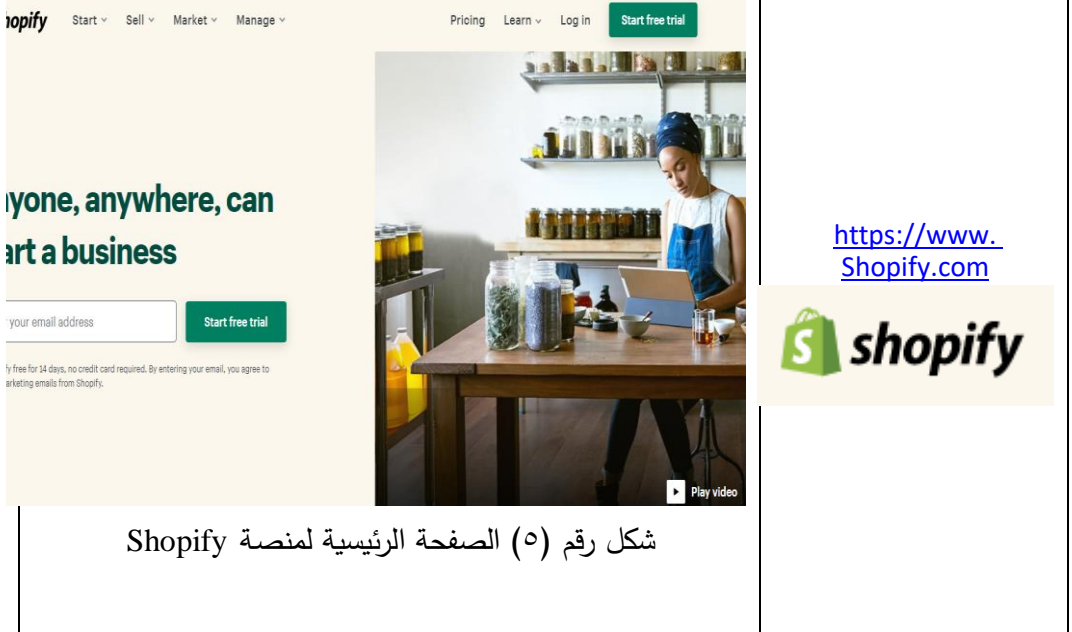


شكل رقم (٤) الصفحة الرئيسية لسوق الفن Artfire

أسس الموقع عام ٢٠٠٨ على يد John Jacobs و Tony Ford . جون جاكوبس وتوني فورد، في توكسون، أريزونا، وموقع Art fire يشبه موقع Etsy، فهو يعمل على نشر وبيع الأعمال الفنية ولديه ما يقرب من ٣ مليون زائر شهريا، والموقع سهل للغاية. الخدمات التي يقدمها الموقع: يمكن للفنان من خلاله إنشاء متجره الخاص به وعرض أعماله الفنية، كما يساعده في إدارة هذا المتجر ويقدم خدمة العملاء والدعم وأدوات المساعدة والبرامج التعليمية والنصائح للفنان، ويساعد على إنشاء اتصالات قوية مع الفنانين الآخرين؛ حتى يتمكن الفنان من التعلم ومشاركة المهارات مع فنانين آخرين يعملون في نفس مجاله^(٣٣).

٣. منصات التجارة الإلكترونية Ecommerce sites:

هي منصات تساعد الفنان على إنشاء متجره الخاص على شبكة الإنترنت، وتتيح له التحكم الكامل في تصميم المتجر؛ حيث توفر له مجموعة كبيرة جدا من القوالب المجانية والكثير من السمات للاختيار من بينها، كما تتيح له العديد من الخدمات مثل التكامل مع البريد الإلكتروني للمشتريين، وبيع الأعمال الفنية في قنوات ومنصات متعددة في وقت واحد، كما تقدم له تقارير تفصيلية عن مبيعاته، وتعطى الفنان أرباحًا أكثر؛ لأنه لا يقوم بدفع رسوم لإدراج أعماله الفنية أو عمولات، ولكنها تحتاج إلى رسوم شهرية أو سنوية للمتجر نفسه ولأي تطبيقات إضافية تابعة لجهات أخرى، ومن أهم نماذج منصات التجارة الإلكترونية، ما يلي:



Shopify

Start Sell Market Manage Pricing Learn Log in Start free trial

Anyone, anywhere, can start a business

your email address Start free trial

Shopify free for 14 days, no credit card required. By entering your email, you agree to marketing emails from Shopify.

<https://www.Shopify.com>

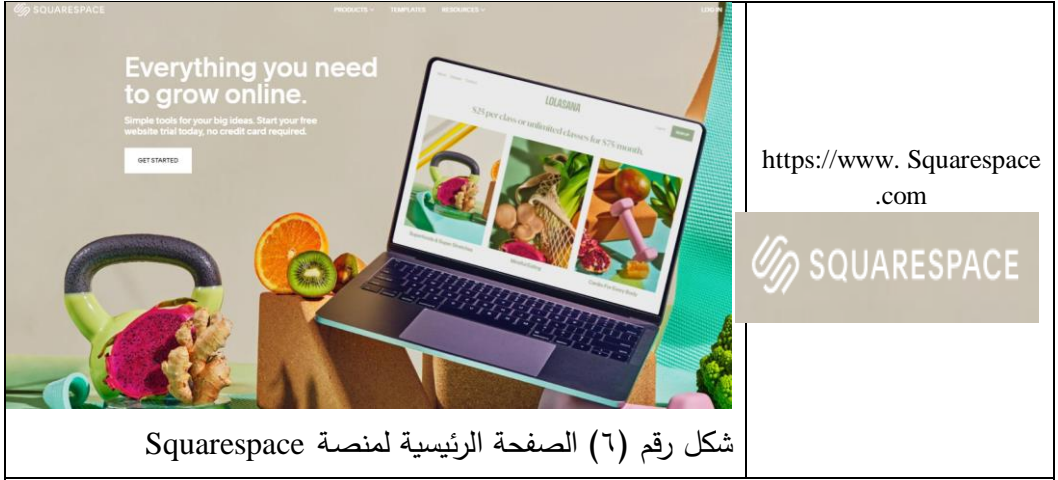
shopify

Play video

شكل رقم (٥) الصفحة الرئيسية لمنصة Shopify

تعد Shopify من أكبر منصات التجارة الإلكترونية، وهي منصة متعددة الجنسيات، مقرها أوتواو أونتااريو، تأسست عام ٢٠٠٦ بواسطة . Daniel Weinand و Tobias Lütke و . Scott Lake توبياس لوتكي . ودانيال ويناند . وسكوت ليك، وهي منصة سهلة الاستخدام. الخدمات التي تقدمها المنصة: تساعد الفنان في إنشاء المتجر الخاص به وتقدم له العشرات من السمات المجانية والمدفوعة لتخصيص مظهر متجره بشكل جميل، وتقدم له العديد من التطبيقات المجانية والمدفوعة مثل تطبيقات تتبع المخزون وإدارته وتطبيقات المحاسبة وغيرها، وتمنح شهادة SSL لتشفير بيانات العملاء، كما أنها توفر دعم العملاء على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الدردشة بغض النظر عن الخطة التي يستخدمها الفنان، توفر المنصة طرق دفع متعددة مثل البطاقات الائتمانية والعملات الرقمية من خلال Shopify payments، كما أنها توفر أسعار شحن مرنة، ومن أهم عيوبها أنها مكلفة بالنسبة للفنانين المبتدئين.

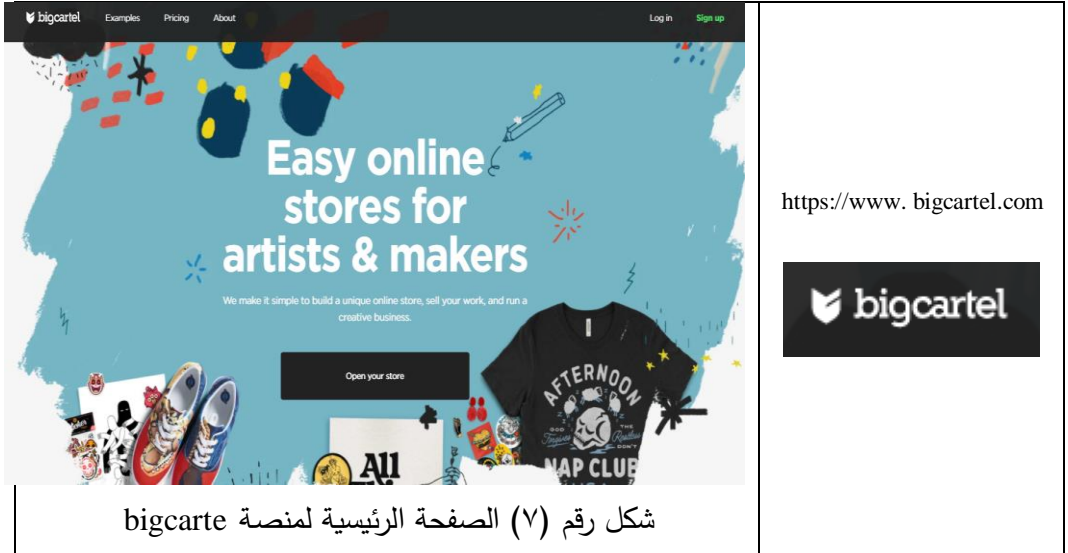
تقدم Shopify إصدارًا تجريبيًا مجانيًا لمدة ١٤ يومًا، ومن الأفضل للفنان أن يختار خطة Shopify الأساسية التي تضمن دعم العملاء على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع واسترداد سلة التسوق المهجورة والعديد من الخدمات مقابل ٢٩ دولارًا في الشهر، وإذا كان الفنان يريد أن يضيف خدمات أخرى كالشحن مثلًا، فعليه أن يختار خطة أكثر تكلفة تبلغ ٧٩ دولارًا في الشهر^(٣٤)، ولكي يقوم الفنان بإنشاء متجره على Shopify، عليه أن ينشئ حسابًا على الموقع ثم يختار سمة Shopify ويمكن تخصيصها، ثم يقوم بإضافة أعماله الفنية، وتثبيت أي تطبيقات أو عمليات تكامل يريد الفنان استخدامها مثل الدردشة المباشرة للحصول على أفضل النتائج مع البيع على Shopify، ويمكن أن تساعده استراتيجيات مثل تحسين محركات البحث (SEO)، بالإضافة إلى خدمة الدفع لكل نقرة (PPC)، إذا لم يستخدم الفنان هذه الأساليب، فسيواجه متجره صعوبة، لذا يجب أن يجعلها جزءًا من خطته^(٣٥).



شكل رقم (٦) الصفحة الرئيسية لمنصة Squarespace

شركة أمريكية لبناء واستضافة مواقع الويب، مقرها مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، توفر برنامجًا كخدمة لبناء مواقع الإنترنت واستضافتها، تأسست عام ٢٠٠٣ بواسطة Anthony Casalena أنتوني كاسالينا، صُمِّمَ Squarespace في البداية لتصميم المحتوى CMS، وقد دخل عالم التجارة منذ عام ٢٠١٢، وعلى الرغم من أنه يحتوي على مميزات أقل لتقديمها من منصات التجارة الإلكترونية الأخرى، إلا أنه الخيار الأمثل للكثير من الفنانين والمصورين والمصممين.

الخدمات التي تقدمها المنصة: توفر جميع الخطط قوالب مصممة بشكل جميل وشهادة SSL لتشفير بيانات العملاء، وتحتوي المنصة على العديد من تصميمات السمات الجميلة التي يمكن للفنان الاختيار من بينها ومن السهل تخصيصها، كما يمكن للفنان أن يخصص متجره، وتوفر للفنان نطاقًا مخصصًا مجانيًا عند الاشتراك في خطة سنوية، وتقدم له المنصة العديد من الخدمات كتتبع المخزون وإدارته والحصول على تحليلات المتجر من حيث عدد الزوار وعدد المبيعات والطلبات، كما أنها توفر دعم العملاء على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع مع جميع الخطط، ومن أهم عيوبه أنه ليس الخيار الأفضل للمتاجر التي لها مخزون كبير ولكنها الخيار الأفضل إذا كانت ميزانية الفنان محدودة أو لديه عدد قليل من الأعمال الفنية للبيع^(٣٦).



شكل رقم (٧) الصفحة الرئيسية لمنصة bigcarte

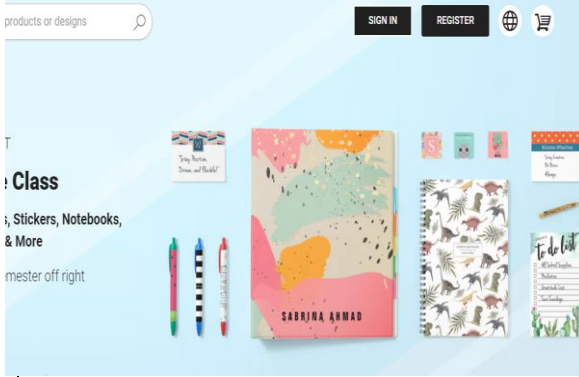
تأسست المنصة عام ٢٠٠٥ بواسطة Eric Turner و Matt Wigham · إريك تورنر ومات ويغام، لهذه المنصة مميزات أقل من المميزات التي تقدمه Shopify، إلا أنها تقدم أسعارًا أكثر تنافسية بالنسبة للمبتدئين الذين يتطلعون إلى نشر وبيع وتوزيع مطبوعاتهم ولوحاتهم الفنية وأعمالهم الفنية.

الخدمات التي تقدمها المنصة: تتميز المنصة بأنها سهلة الاستخدام؛ حيث إن عملية إنشاء متجر سهلة ومباشرة، حيث يقوم الفنان بتحميل صور أعماله الفنية وتحديد الأسعار الخاصة بها وتحديد سمات متجره، توفر خططًا مجانية للفنان لا يتوافر بها تتبع وإدارة المخزون، ولكن من أهم عيوبها أنها لا توفر أدوات تسويق، كما أن طرق الدفع بها محدودة، ودعم العملاء متوسط، ومن الممكن للفنان أن يبدأ مجانًا مع big cartel ثم يختار ثاني أرخص خيار ٩,٩٩ دولار في الشهر، وذلك الخيار يوفر للفنان نطاقًا مخصصًا لمتجره وتتبع وإدارة المخزون والخصومات والمزيد من الخدمات الأخرى^(٣٧).

هناك العديد من الأشياء التي يجب على الفنان مراعاتها قبل إعداد متجره وبدء نشر وبيع أعماله الفنية، حيث إن جميع المنصات وأنظمتها الأساسية تقدم للفنان مميزات رائعة، ولكن يجب على الفنان أن يحدد هدفه أولاً إذا كان فنان هوايات يتطلع إلى تحقيق ربح إضافي، فإن big cartel و Squarespace هي منصات سهلة الاستخدام وغير مكلفة، وإذا كان يتطلع إلى كسب عيشه من الفن أو توسيع متجره ويشتمل على العدد الكبير من الأعمال الفنية، فإنه بحاجة إلى منصة أكثر قوة مثل Shopify، لذلك يجب على الفنان أن يحدد أهدافه أولاً ثم يختار المنصة المناسبة لهذا الهدف.

٤. منصات الطباعة حسب الطلب (Print on Demand) Sites to print your art :

وهي مواقع منتشرة علي الإنترنت تتيح للفنان التشكيلي بيع أعماله وتصميماته الفنية، حيث يقوم الفنان برفع صورة عالية الجودة لعمله الفني على الموقع ويقوم الموقع بنشر تلك الأعمال الفنية وطباعتها واستنساخها بطرق مختلفة وعلى خامات متنوعة حسب طلب المشتري. على سبيل المثال (القماش - الجلد - القمصان - حافظات للجوال...) ويتوقف السعر النهائي للمنتج علي الخامة المطلوب الطباعة عليها وجودة الطباعة و عدد النسخ المطلوبة. ويقدم الموقع للفنان نسبة من تلك المبيعات، ومن مميزات هذه الطريقة السهولة حيث يقوم الفنان برفع أعماله الفنية على الموقع فقط، ويقوم الموقع بعمل كل شيء بعد ذلك، بالإضافة إلى نشر العمل الفني بشكل واسع وبطرق وأساليب متنوعة، ولكن من عيوبها العمولة التي يأخذها الفنان نظير بيع العمل الفني لا تزيد عن ٢٠% من ثمن المنتج.



شكل رقم (٨)

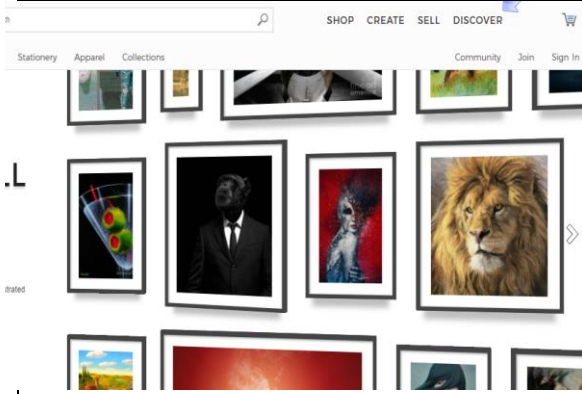
الصفحة الرئيسية لمنصة الطباعة تحت الطلب
zazzle

<https://www.zazzle.com>

Zazzle

من أشهر المنصات المتخصصة في نشر وبيع العمال الفنية، تأسست المنصة عام ٢٠٠٥ بواسطة Robert Beaver, Bobby Beaver and Jeffrey Beave روبرت بيفر وبوبي بيفر وجيفري بيفر، يقع مقرها في ريدوود سيتي، كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية.

الخدمات التي تقدمها المنصة: تسمح للفنانين بإنشاء منتجاتهم الخاصة مع الشركات المصنعة (الملابس والملصقات وغيرها)، ولدى المنصة أكثر من ٣٠٠ مليون منتج فريد ومدرج على المنصة، حيث يقوم الفنان بعرض صورة عالية الجودة لعمله الفني، ويقوم الموقع بطباعة هذه الأعمال الفنية على مئات المنتجات مثل الملابس والقماش والبطاقات والجداريات (فنون الجدران)، ويصل الموقع إلى ٣٠ مليون متسوق حول العالم^(٣٨).



<https://www.fineartamerica.com>

fineartamerica

شكل رقم (٩) الصفحة الرئيسية لمنصة الطباعة
تحت الطلب fineartamerica

تعتبر من أقدم وأكبر منصات الطباعة عند الطلب في الولايات المتحدة الأمريكية، أُطلقت عام ٢٠٠٦، تشتمل المنصة على ما يقرب من ٥٠٠ ألف فنان، وتعد من أشهر المنصات المتخصصة في نشر الأعمال الفنية وبخاصة اللوحات الفنية.

الخدمات التي تقدمها المنصة: يقوم الفنان بالتسجيل على الموقع ويقوم برفع صور عالية الجودة لأعماله الفنية ويوفر الموقع اختيارات عديدة للطباعة، كالتباعة على القوم بورد، والطباعة على الكانفس، والطباعة على كفترات الجوال، والطباعة على الأكواب، والطباعة على القمصان، كما يوفر الموقع اختيارات متنوعة لإطارات اللوحات، ويمكن للفنان أن يقوم بإنشاء صفحة داخل الموقع باسمه أو إنشاء موقعه الخاص (بنطاق مختلف) بنظام الموقع، سواء قام الفنان بإنشاء صفحة عن طريق الموقع أو تطوير موقعه الخاص عن طريق هذا الموقع، ولا تسمح له هذه الطريقة بتلقي تفاصيل أي طلب أو تنفيذ الطلب بنفسه حيث يقوم الموقع باستلام الطلب وتنفيذه وشحنه وتحويل المبلغ الخاص بالفنان. ويتيح الموقع بيع المطبوعات بأي سعر يحدده الفنان^(٣٩) حيث تحدد المنصة سعرًا أساسيًا يمثل تكلفة المنصة لإنتاج المنتج وشحنه إلى العميل، ويضيف الفنانون أسعارهم إلى السعر النهائي ويقترح الموقع مكاسب قياسية متوازنة نسبيًا، ويقدم الموقع بعض الخدمات الأخرى التي لا تتضمن وضع أعمال الفنان على منتجات مثل ترخيص الفن الرقمي، حيث يحدد الفنان السعر الأساسي وتضيف المنصة ٣٠% لاستخدام خدمات الترخيص الخاصة بها، كما تساعد الفنان على التسويق لعمله الفني، كما أنها تقدم تطبيقًا للهواتف الذكية يسمح للعملاء بمشاهدة الأعمال الفنية على جدرانهم^(٤٠).



شكل رقم (١٠) الصفحة الرئيسية لمنصة الطباعة تحت الطلب Cafépress

يوفر هذا الموقع للفنان خيارين إما أن يقوم الفنان بإنشاء متجره الخاص من خلال هذا الموقع أو أن يقوم بتحميل تصميماته فقط دون عناء إدارة المتجر، ولقد حدد الموقع الأسعار الأساسية لكل من الخيارين وعلى الفنان الاختيار من بينهما^(٤١).

يتيح هذا الموقع للفنان أن يقوم بطباعة أعماله الفنية وتصميماته على أكثر من ٢٥٠ نوعاً مختلفاً من المنتجات مثل التيشيرتات والقمصان وأكواب القهوة والقبعات والأحذية وكفريات الجوال والوسائد وغيرها^(٤٢).

٥. شركات النشر الذاتي للكتب الفنية:

Art & Photo Book Publishing (publish your own book):

هي مواقع لشركات النشر الذاتي وطباعة الكتب عند الطلب على الإنترنت، وتتيح هذه المواقع للفنان نشر وبيع وتوزيع كتبه الفنية وكذلك شحنها إلى جميع دول العالم. وينمو هذا المجال بمعدل سريع في الأعوام السابقة وذلك للإقبال المتزايد من الفنانين والمصورين والمصممين لنشر كتبهم بأنفسهم دون الرجوع إلى دور النشر.

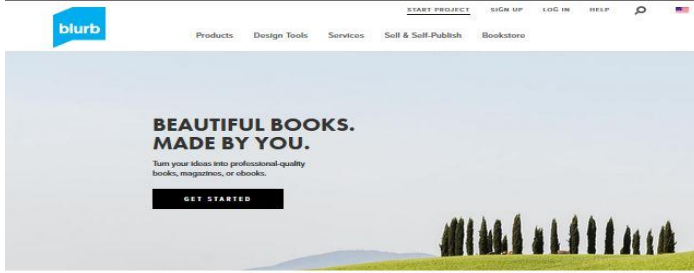


<https://www.lulu.com>



شكل رقم (١١) الصفحة لشركة النشر الذاتي للكتب lulu

هي شركة للنشر الذاتي والطباعة عند الطلب علي الإنترنت وأُنشئت عام ٢٠٠٢م في كاليفورنيا USA، بواسطة بوب يونج، وذلك لتسهيل عملية نشر الفنانين لكتبهم الخاصة. الخدمات التي تقدمها الشركة: تساعد الشركة الفنان في إنشاء كتابه بالموصفات والشكل الذي يريده، ثم تقوم بنشره وتوزيعه وطباعته عند الطلب، وتنشر الشركة الكتب بخمس لغات مختلفة، تقدم الشركة خدمات التحرير من التدقيق اللغوي وتحرير النسخ والتحرير الأساسي والتحرير الهيكلي، كما تقدم خدمة النشر الإلكتروني والمطبوع، وتقدم الشركة خدمة التسويق من خلال موقع الشركة، ومن خلال موقع المؤلف وصفحات التواصل الاجتماعي، كما أنها تقوم بإعداد فيديوهات للكتب كوسيلة إعلانية عن الكتب، وتوفر الشركة للمؤلف الترخيم الدولي الموحد للكتب ISBN، كما تقوم بتوزيع الكتب من خلال أمازون Amzon وبرانز ونوبل Branes & Nobel وكوبو Kobo وآبل Apple وانجرام Ingram، وتقدم الشركة باقات نشر أساسية وعددها باقتان وست باقات فرعية، كما أنها تقدم خدمة البيع من خلال موقع الشركة وتستخدم طرق دفع متعددة^(٤٣).



<https://www.blurb.com>



Formats



Photo Books

Stunning photo books for creative expressions of all kinds.

From US \$44.99 for 20 pages

[Learn More](#)



Trade Books

Affordable paperbacks and hardbacks are ideal for distribution.

From US \$2.99 for 24 pages

[Learn More](#)



Magazines

The magazine format offers a ebook solution to social content.

From US \$3.99 for 20 pages

[Learn More](#)



Ebooks

Share and sell ebooks. They can be viewed on Apple iOS, Amazon Kindle, and Android devices.

US \$0.99 Conversion fee

[Learn More](#)

شكل رقم (١٢) الصفحة لشركة النشر الذاتي للكتب blurb

هي شركة للنشر الذاتي للكتب عبر الإنترنت، وتقوم بمساعدة الفنانين علي تصميم كتبهم وكذلك في عملية النشر والتوزيع والطباعة عند الطلب، وتأسست عام ٢٠٠٥م في كاليفورنيا USA بواسطة إيلين جيتنس، وتضم فريقاً متكاملأ من الخبراء لتصميم الكتب والنشر الإلكتروني، ويقع مقرها الرئيسي في مدينة سان فرانسيسكو ولها مكتب في لندن، وهي من نوع شركات DIY أي Do It your self وهذا يعني أن المؤلف هو من يقوم بخدمة التحرير وخدمة تصميم الغلاف، والشركة تساعد المؤلف في ذلك بأن تقدم له خيار تأجير خبير لمساعدة المؤلف في تصميم غلاف كتابه.

الخدمات التي تقدمها الشركة: تتيح الشركة النشر في الشكل المطبوع سواء عن طريق offset أو عن طريق الطباعة عند الطلب، كما أن الشركة توفر خدمة تنسيق الكتب المطبوعة، وتقدم الشركة دليلاً للمؤلف به مجموعة أفكار تسويقية مع عرض كتابه على متجرها الإلكتروني، وتوفر الشركة للمؤلف الترخيم الدولي الموحد للكتب ISBN بشكل مجاني، كما تقوم بتوزيع الكتب من خلال أمازون Amazon، وبرانز ونوبل Branes & Nobel وكوبو Kobo وأبل Apple وإنجرام Ingram (أكبر موزع للكتب المطبوعة على مستوى العالم). ويستغرق الكتاب الإلكتروني بضعة أيام لظهوره والكتاب المطبوع من ٧ إلى ١١ يوماً لظهوره على متجر الشركة أو مواقع تجار التجزئة، وتوفر الشركة خدمة البيع من خلال موقع الشركة وبأكثر من عملة (اليورو - الدولار الأمريكي - الجنية الإسترليني)، كما أنها توفر طرق دفع متعددة (السيكات المصرفية، وفيزا، وماستر كارد، وبطاقة الخصم)^(٤٤).

٦. وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنانين:

Social Networking Sites For Artists and Photographers:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنانين من الوسائل المهمة لنشر الأعمال الفنية والتصميمات الجديدة للفنان، فهي وسيلة فعالة في تبادل الخبرات وبناء شهرة للفنان في الوسط الفني. وكذلك التحاور مع الفنانين لعرض الأفكار والتجارب الشخصية لهم، وكذلك مشاهدة المعارض الفنية الجديدة حول العالم.

Home About Us Solutions Customers Partners Contact Us

We help you to solve your business challenges.

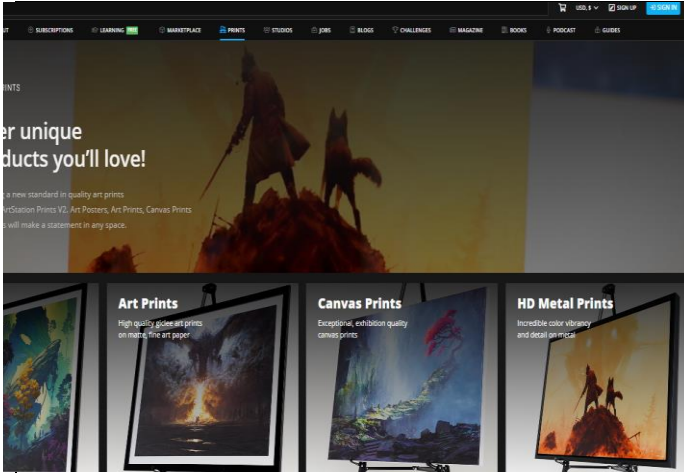
arty great business consultant we are only as the results we deliver of our recent

<https://www.artslant.com>

ARTSLANT

شكل رقم (١٣) الصفحة الرئيسية لمنصة artslant

عبارة عن منصة وسائط متعددة تضيف طابعًا اجتماعيًا على الفن، تأسست عام ٢٠٠٧ من قبل Geogrgia Fee وتهدف إلى سد الفجوات بين عالم الفن ووسائل الإعلام والمجتمع، وتشتمل المنصة على تقييم شامل للمعارض تضم ٣٥ ألف معرض، كما تضم بروفايل لأكثر من ٢٠٠ ألف محترف وفنان، والعضوية مجانية في هذه المنصة وهي متاحة لجميع الفنانين سواء الرسامين أو النحاتين أو المصورين أو الفنانين الرقميين. الخدمات التي تقدمها المنصة: يمكن للفنان من خلال هذه المنصة تضمين ملف تعريف بنفسه وعرض أعماله الفنية ليشاركها الآلاف من مشتري الفن، كما يمكن للفنان إضافة أية أحداث أو معارض في التقييم الخاص بالمنصة^(٤٥).



<https://www.artstation.com>



شكل رقم (١٤) الصفحة الرئيسية لمنصة artstation

أُطِّقَت هذه المنصة عام ٢٠١٤، ويمكن من خلالها أن يقوم الفنان بنشر ملفه الشخصي وأعماله الفنية بشكل ثنائي وثلاثي الأبعاد ومقاطع فيديو ومقاطع قصيرة ومشاهد ثلاثية الأبعاد^(٤٦)، كما أن هذه المنصة تتيح للفنان استضافة موقعه الشخصي web site ومحفظته portfolio، وحينما يقوم بنشر أي عمل فني على هذه المنصة يُنشر تلقائياً في موقعه الشخصي، وهذه المنصة هي المكان المناسب للفنانين للتواصل مع بعضهم بعضاً وعرض أعمالهم مع الآخرين^(٤٧).

٧. وسائل التواصل الاجتماعي Social Networking Sites:



تعد وسائل التواصل الاجتماعي أماكن جيدة لعرض الأعمال الفنية والترويج والتسويق للفنان حيث يمكنه من خلالها نشر أعماله الفنية وكواليس كل عمل فني والعروض الخاصة بأعماله الفنية، كما يمكنه التعليق على مشاركات المتابعين والإجابة على أسئلتهم والتفاعل معهم، وأن يشارك جمهوره الأشياء التي تهتمه، بالإضافة إلى مشاركة النصائح حول كيفية عرض العمل الفني، مما يساعد على إقامة علاقات شخصية مع العملاء المحتملين مما يساعد الفنان على إنشاء مجتمع من المعجبين بفته.

يجب أن يكون للفنان حضور نشط على منصات التواصل الاجتماعي، وهناك العديد من المنصات للاختيار من بينها مثل "فيس بوك" face book وتويتر Twitter وإنستجرام

Instagram ، والمنصة الأكثر شعبية بين الفنانين هي "إنستجرام Instagram بسبب طبيعتها البصرية للغاية، كما أنها توفر وصولاً إلى جمهور أوسع بكثير من أي منصة تواصل اجتماعي أخرى؛ لأنها سهلة الاستخدام، ويمكن للفنان من خلال موجز إنستجرام أن يقوم ببناء ملفه الشخصي، كما يمكنه مشاركة المنشورات الخاصة بأعماله الفنية من خلال قصص إنستجرام " nstagram story"، كما يمكنه استخدام فيديو IGTV للإجابة عن أسئلة العملاء حول أعمال الفنان أو لعرض قطع فنية متاحة للبيع.

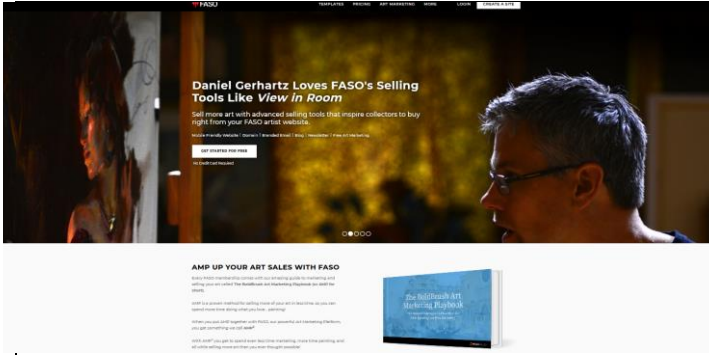
ويمكن للفنان من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أن يقوم بعرض إعلانات البيع عن أعماله الفنية سواء كانت إعلانات نصية أو فيديو؛ حيث يحتوى "فيس بوك" face book على مدير إعلانات قوي جدا يسمح للفنان بضبط جمهوره بناء على التركيبة السكانية والاهتمامات، ويجب على الفنان أن يقوم بدمج النص العادي مع الصور مع مقاطع الفيديو حتى يصبح حسابه أكثر جاذبية، وأن يكثر من استخدام الفيديوهات، حيث يعد الفيديو أحد أفضل الطرق للترويج للأعمال الفنية، حيث إن ٧٢% من العملاء يفضلون التعرف على الأعمال الفنية من خلال الفيديو. ويعد البث المباشر من خلال وسائل التواصل الاجتماعي طريقة رائعة للترويج والإعلان عن الأعمال الفنية؛ حيث تمكن الفنان من إقامة علاقة مع جمهوره بسهولة وسرعة، ولكنه يجب أن ينتبه إلى جودة الصوت والفيديو وأن يضع جدولاً زمنياً منتظماً للبث المباشر مع الجمهور.

٨. موقع شخصي للفنان Art Market places Web site :

إن إنشاء موقع شخصي للفنان علي الإنترنت من أفضل الطرق التي يتبعها الفنان في نشر أعماله ولوحاته الفنية بشكل مرتب، مما يسهل على محبيه والمعجبين بفته مشاهدة وتصفح هذه الأعمال واختيار ما يناسبهم منها للشراء، ومن الممكن أن يستعين الفنان بمواقع ومنصات متخصصة في إنشاء المواقع؛ حيث يوجد العديد من هذه المنصات والمواقع التي تساعده في ذلك، كما أن إنشاء موقع ويب خاص بالفنان له العديد من المميزات منها:

- يسمح له بأن يحتفظ بمعلومات عن العملاء للتواصل معهم والتسويق في المستقبل للوحاته الفنية.
- نجاح الموقع يعتمد علي الفنان نفسه وليس علي شخص آخر.
- حجم السوق غير محدد ويمكن نشر وبيع اللوحات الفنية لأي شخص في أي مكان في العالم.
- تكاليف تصميم وإعداد الموقع منخفضة للغاية.

من أهم المنصات التي تساعد الفنان في إنشاء موقع شخصي له ما يلي:

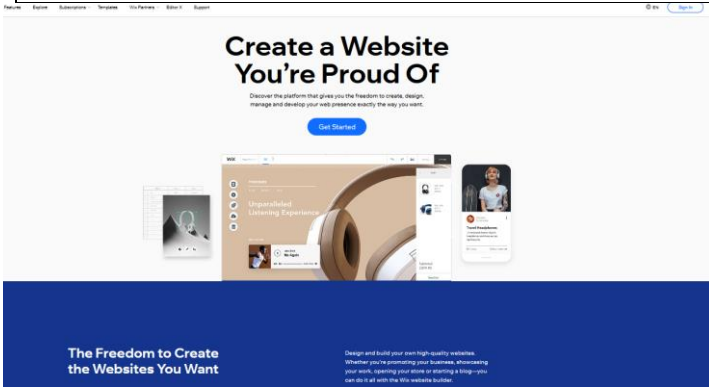


www.faso.com



شكل رقم (١٥) الصفحة الرئيسية لموقع faso

أنشئ الموقع عام ٢٠٠١ للتسهيل علي الفنانين التشكيليين في بناء مواقعهم الشخصية علي الإنترنت بشكل بسيط ورخيص ولا يأخذ منهم الكثير من الوقت. الخدمات التي يقدمها الموقع: يتيح الموقع قوالب جاهزة جميلة وجذابة لمواقع الويب وطرق العرض المختلفة للأعمال الفنية، وكذلك إضافة السيرة الذاتية والصور الشخصية للفنان والفيديوهات والأنشطة الفنية التي يشترك فيها، ويتميز الموقع المصمم عليها بسهولة التحديث وإضافة الأعمال الجديدة، كما يتيح عملية بيع اللوحات والأعمال الفنية عبر الإنترنت، ونظير تلك الخدمات يقوم الفنان بدفع اشتراك سنوي يتراوح بين ١٢ إلى ٤٠ دولاراً^(٤٨).



WWW.WIX.COM



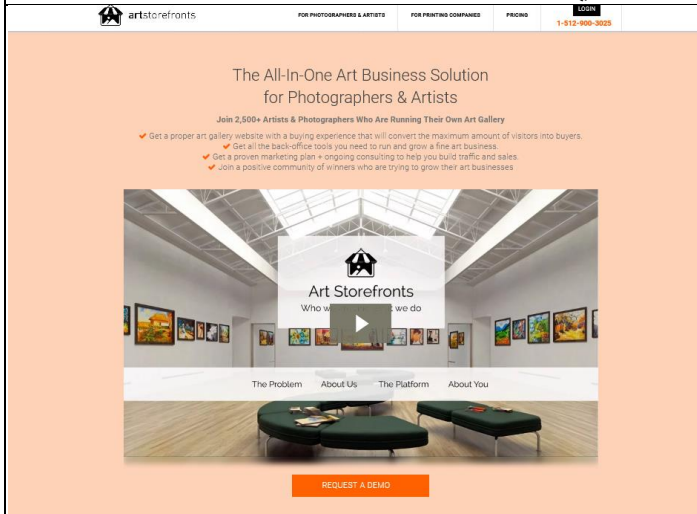
شكل (١٦) الصفحة الرئيسية لموقع wix

هي منصة علي الإنترنت تتيح للفنان التعبير عن نفسه وبناء موقع خاص له علي الإنترنت، وأنشئت المنصة عام ٢٠٠٦ ويستخدمها الآن أكثر من ١٥٠ مليون مستخدم في ١٩٠ دولة عبر العالم، وهي منصة سهلة الاستخدام، وغير مكلفة، كما تمتاز بالبساطة،

بالإضافة إلى الذكاء الاصطناعي wix ADI الذي يساعد المستخدمين على إنشاء مواقع ويب عن طريق الإجابة عن بعض الأسئلة.

الخدمات التي تقدمها المنصة: الحجز على الإنترنت وتسويق البريد الإلكتروني ومبيعات الطباعة والألبومات الخاصة بالعملاء، ويمكن من خلالها إنشاء مواقع ويب مجانية، وتبدأ الأسعار للخطط المتقدمة بسعر ١١ دولارًا^(٤٩).

ويستفيد منها كثير من الفئات مثل رجال الأعمال والمصممين والفنانين والموسيقيين والمصورين وأصحاب المطاعم والمشروعات الصغيرة، وتتميز المنصة بتصميم مواقع جذابة ومبدعة في الشكل والمظهر الخاص بها وتتميز بمجموعة كبيرة من الخلفيات والرسوم المتحركة، وتسمح بتسويق المنتجات والخدمات بشكل فعال، وكذلك تساعد على تصميم العلامات التجارية والشعارات وإنشاء الفيديوهات الترويجية للمنتجات التي تعرضها عبر الموقع، والاشتراك الشهري لها من حوالي ٥ إلى ١٣ دولارًا^(٥٠).

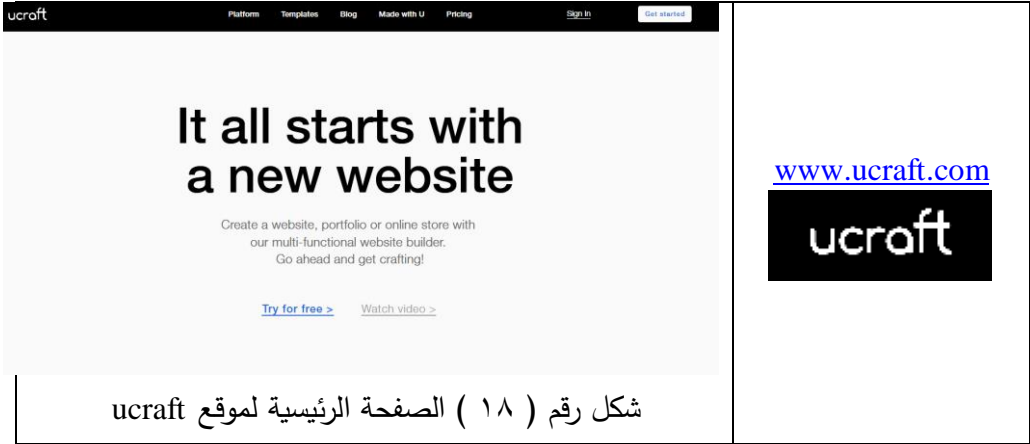


www.artstorefronts.com



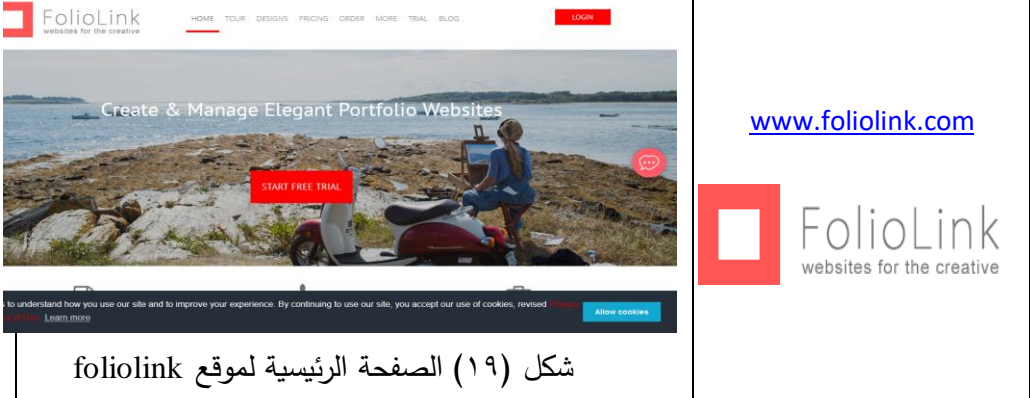
شكل رقم (١٧) الصفحة الرئيسية لموقع artstorefronts

هو موقع لمساعدة الفنانين والمصورين والمعارض الفنية والمتاحف والاستديوهات على إنشاء مواقعهم الخاصة وبيع منتجاتهم الفنية عبر شبكة الإنترنت، ويستخدمه أكثر من ٢٥٠٠ فنان حول العالم، ويتميز الموقع بالبساطة والسهولة وتكلفته المنخفضة، ويتيح الموقع مجموعة من القوالب التي يمكن الاختيار فيما بينها لشكل الموقع كما يتيح عملية بيع الأعمال الفنية عبر الصفحة الشخصية للفنان^(٥١).



ucraft رقم (١٨) الصفحة الرئيسية لموقع ucraft

هي منصة لإنشاء المواقع الشخصية للفنانين، ويتميز الموقع فيها بقوالبه المبهرة وكذلك العديد من التأثيرات التي يمكن أن تضاف على الموقع مثل تلاشي الصور وأشرطة التمرير للصور والمعارض والأزرار التي تنقلك من مكان إلى آخر، وهذا يتيح للفنان إنشاء موقع أكثر جاذبية وتعقيداً، وكذلك يتيح عملية بيع الأعمال الفنية على الإنترنت وذلك مقابل حوالي ١٠ دولارات شهرياً.




foliolink رقم (١٩) الصفحة الرئيسية لموقع foliolink

هي من المواقع السهلة الاستخدام والبسيطة لإنشاء صفحة الويب الخاص بالفنانين والمصورين والمصممين وأنشئ هذا الموقع عام ٢٠٠٣، وهو يقوم بتصميم صفحة الويب من البداية إلى النهاية دون اللجوء إلى أي متخصص، ويوجد به مجموعة كبيرة من القوالب لعرض الصور و يتيح تحميل الصور بشكل مجمع وكذلك تسعيرها والبيع عبر شبكة الإنترنت^(٥٢).

٩. مدونه للفنان Blog:


المدونات هي أحد أنواع مواقع الإنترنت، يقوم بإنشائها فرد أو مجموعة صغيرة، وتقدم

المدونة المعلومات على شكل محادثات يعرض الأحداث منها أولاً وتُحدَّث المعلومات والبيانات بانتظام، وهناك العديد من المدونات للفنانين والمصممين الذين يعرضون فيها حياتهم الشخصية والفنية وأفكارهم وأعمالهم الفنية والمعارض التي يشتركون بها، وهي تساعدهم في الانتشار والشهرة والتفاعل مع المعجبين ونشر وتسويق أعمالهم ولوحاتهم الفنية، ومن أهم النماذج التي تساعد الفنان على إنشاء مدونه خاصه به ما يلي:

	<p>www.blogspot.com</p> <p></p>
--	---

شكل رقم (٢٠) الصفحة الرئيسية لموقع blogspot

يتيح هذا الموقع إنشاء مدونة فريدة وجميلة بشكل سهل ومجاني، فهو يتيح اختيار قوالب تصميمات مختلفة حسب طبيعة تخصص صاحب المدونة، وكذلك يتيح معرفة المشاركات التي حققت نجاحًا كبيرًا في التعليقات والمشاهدة وأماكن تواجد المعجبين والمتابعين لمدونتيك على الخريطة. وإنشاء مدونة للفنان يتيح له فرصة نشر آلاف الصور لأعماله الفنية والتفاعل مع معجبيه.

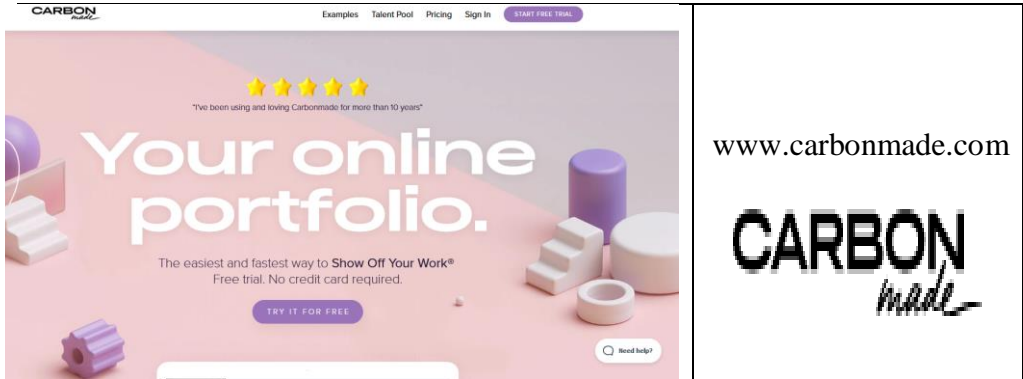
	<p>www.wordpress.com</p> <p></p>
--	--

شكل رقم (٢١) الصفحة الرئيسية لموقع wordpress

يعد برنامج WordPress مفتوح المصدر أكثر أنظمة النشر عبر الإنترنت شيوعًا، فهو يستحوذ على حوالي ثلثي المواقع علي شبكة الإنترنت، فهو يتيح بدء مدونة أو إنشاء موقع ويب في دقائق دون معرفة تقنية كبيرة، ويمتاز بالبساطة حيث يوجد مجموعة كبيرة من القوالب التي تناسب كل التخصصات ويمكن إضافة الصور والخرائط والنماذج إلى موقع الفنان على الويب ويمد الموقع الفنان بإحصائيات تفصيلية عن الزوار وأماكن تواجدهم، وكذلك يمكن تحويل موقع الفنان إلى متجر إلكتروني لتسويق أعماله الفنية، وذلك نظير اشتراك سنوي.

١٠. محفظة للفنان Portfolios:

أحد أنواع مواقع الإنترنت، يتيح للفنان عرض صور لأعماله ولوحاته الفنية، وكذلك قوائم للمعارض وصلات العرض، وكذلك يمكن عرض فيديوهات لتلك المعارض، ويمكن من خلاله نشر وبيع أعماله الفنية.



شكل رقم (٢٢) الصفحة الرئيسية لموقع carbonmade

هو موقع لإنشاء محافظ الصور الخاصة بالفنانين، وأنشئ عام ٢٠٠٥ ويتيح للفنان بناء محفظته بسهولة وسرعة لوجود عدد كبير من القوالب التي يمكن الاختيار فيما بينها، وكذلك يتيح تحميل الصور ومقاطع الفيديو إلى الموقع ويقوم الموقع بتصديرها إلى الويب، كما يحتوي علي فيديوهات للمساعدة على كيفية بناء المحفظة.

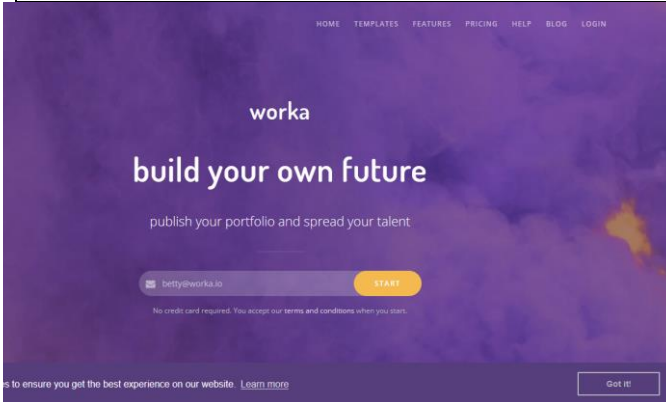


www.crevado.com



شكل رقم (٢٣) الصفحة الرئيسية لموقع crevado

هو موقع على الإنترنت يجعل من السهل على (المصورين والرسامين ومصوري الفيديو وما إلى ذلك) إنشاء موقع على شبكة الإنترنت ومحفظه حتى يتمكنوا من عرض أعمالهم على الإنترنت. مع Crevado، من الممكن أيضا بيع الأعمال الفنية عبر الإنترنت وتلقي المدفوعات مقابل العمل الفني عبر الإنترنت.



Worka.io



شكل رقم (٢٤) الصفحة الرئيسية لموقع Worka

يتيح الموقع فرصة للفنانين والمصورين لإنتاج محفظة الصور الخاصة بهم بشكل مميز ومظهر جذاب باستخدام مجموعة من القوالب الجاهزة في الموقع، وتتيح مساحة تخزينية كبيرة تسمح للفنان بعرض عدد أكبر من أعماله الفنية، وكذلك إمكانية البيع عبر شبكة الإنترنت، وذلك نظير مبلغ ١٢ دولارًا شهريًا^(٥٣).

١.١. النشرات الإخبارية للفنانين / General Information Sites / Newsletters:

هي مواقع على الإنترنت تتيح للفنانين معرفة كل الأحداث الفنية والمعارض والمسابقات

في جميع أنحاء العالم وكيفية الاشتراك في هذه المسابقات، وكذلك تتيح المواقع للفنان فرصة نشر وترويج معارضه الفنية، ومن أهم النشرات الإخبارية الخاصة بالفنانين.



The screenshot shows the homepage of TheArtist.com. The navigation menu includes Home, Join TheArtist, Submit Art & Photo Calls, Featured Artists, Testimonials, and Login. The main content area features a search bar, a section for 'Artist of the Month' highlighting N. Carlos J. from Brooklyn, and a testimonial section. A sidebar on the right contains the website's URL and logo.

شكل رقم (٢٥) الصفحة الرئيسية لموقع theartist

١٢. الإعلانات على جوجل Advertise with google Ads :



هي إعلانات تُعرض جنباً إلى جنب مع نتائج البحث في google وعلى Gmail ومواقع المحتوى الأخرى المختلفة، ويمكن لنظام إعلانات جوجل أن يكون أداة قوية لنشر وتسويق وبيع الأعمال الفنية، حيث يمكن للفنان من خلال إعلانات جوجل أن يسوق لنفسه أو يبيع أعماله الفنية، كما يمكن أن يقوم بنشر وعرض صور لأعماله الفنية بجانب الإعلان^(٥٤). من خلال إعلانات جوجل، يمكن للفنان مشاهدة الإعلان في كل مكان على الويب وعرضه على صفحات نتائج محرك البحث ومقاطع فيديو YouTube يوتيوب^(٥٥).
ثالثاً: نصائح يجب على الفنان مراعاتها عند نشر أعماله الفنية على شبكة الإنترنت.

١- جودة الصورة الفنية:

لا بد أن يتأكد الفنان من جودة الصورة المرفوعة للعمل الفني على شبكة الإنترنت، فيجب أن تكون صورة عالية الجودة ومضاءة جيداً وغير ضبابية أو محببة، لذلك يجب أن

يقوم بحفظ الصورة بتنسيق JPG، وأن يحقق التوازن بين حجم الصورة وجودتها فكلما كان حجم الصورة أصغر كلما كان ذلك أفضل حتى لا تُحمّل الصورة ببطء، ويمكن للفنان استخدام الأدوات التالية JPEGMini أو Tiny JPEG لتقليل حجم الصورة دون التضحية بوجودتها.

٢- تصنيف الأعمال الفنية:

إذا قام الفنان بإنشاء متجر على شبكة الإنترنت، فيجب عليه تصنيف أعماله الفنية داخل هذه المتجر حتى يسهل على العملاء تصفح المتجر والعثور على الأعمال الفنية التي يهتمون بها، وهناك أكثر من طريقة لتصنيف الأعمال الفنية داخل المتجر، حيث يمكن تصنيفها حسب التقنية المستخدمة في إعدادها أو حسب نوع العمل الفني، حسب الموضوع، ومن الممكن تخصيص مجموعة للأعمال المتميزة والقطع المحدودة وغيرها من التصنيفات، ولا بد أن يتسم المتجر بالسهولة في الاستخدام وسهولة فرز الأعمال الفنية حسب السعر، وحسب المادة المستخدمة.

٣- وصف الأعمال الفنية:

لا بد من وصف الأعمال الفنية وصفا دقيقا يشمل عنوان العمل الفني، وقصة كل عمل فني مثل (سبب إنشائه، كيفية تحديد التقنية المستخدمة في إعداده، ومن هو ملهم الفنان في إعداد هذا العمل الفني) حيث إن العملاء يفضلون قراءة مثل هذه القصص، ويجب أن يتضمن الوصف أيضا بعض المعلومات الأخرى كالأبعاد والوزن والمادة المصنوع منها العمل والسعر وكيفية التسليم وغيرها من المعلومات الأخرى التي تجعل العميل يتصور العمل الفني بشكل أفضل.

٤- نظم دفع متعددة:

يجب على الفنان أن يقوم بإعداد نظم دفع متعددة (مثل الائتمان أو الخصم أو الخدمات عبر الإنترنت)؛ حتى يتمكن العملاء من شراء العمل الفني بسهولة، ويجب أن يتأكد من أن خيارات الدفع منشورة بوضوح بالقرب من كل عمل فني موجود على موقع الويب الخاص بالفنان أو متجره

٥- تسعير العمل الفني:

تسعير العمل الفني هو أصعب جزء عند بيع العمل الفني، حيث يجب على الفنان تحديد سعر معقول للعمل الفني- فلا يكون سعرًا منخفضًا بحيث يشكك العملاء في قيمة العمل الفني، ولا سعرًا مرتفعًا للغاية فلا يقوم العملاء بشرائه - مع الأخذ في الاعتبار

أسلوب العمل الفني، ونوع المواد المستخدمة في إعداد العمل الفني والوقت المستغرق في إعداده، كما أن السعر يتوقف أيضا على مدى شعبية الفنان وتاريخ مبيعاته السابق وخبراته الفنية.

ويُحدّد السعر عن طريق تحديد أجر الساعة المثالي للفنان، ويضربه في الوقت المستغرق في إعداد العمل الفني، ويتضمن أيضا تكلفة المواد المستخدمة بالإضافة إلى تكاليف الشحن.

وهناك ملاحظة مهمة أيضا، وهي إذا كان الفنان يستخدم أكثر من منصة لنشر أعماله الفنية يجب أن تكون أسعار العمل الفني متناسقة عبر جميع المنصات.

٦- شحن وتغليف العمل الفني:

يجب على الفنان استخدام شركات شحن جديرة بالثقة لشحن أعماله الفنية، وأن يستخدم الشركات المتخصصة في النقل الفني "نقل الأعمال الفنية"، ويجب على الفنان تحديد حجم الحزمة لأعماله الفنية، وذلك بالاعتماد على حجم ونوع العمل الفني (حيث تتطلب اللوحات الفنية نوعا مختلفا من التعبئة والتغليف عن المنحوتات)، وإذا كان الفنان ينشر ويبيع مجموعة متنوعة من الأعمال الفنية سوف يحتاج إلى مجموعة متنوعة من خيارات التعبئة والتغليف؛ لكي تتناسب مع الأحجام والأبعاد المختلفة للأعمال الفنية.

لا بد أن يتأكد الفنان من وجود مواد وقاية للعمل الفني مثل التفاف الفقاعات والحشو، ولكل عمل فني أدوات التغليف الخاصة به مثل استخدام الأنابيب للأعمال الفنية مثل المطبوعات والملصقات كبيرة الحجم، واستخدام الأظرف المصنوعة من الورق المقوى عند تغليف المطبوعات صغيرة الحجم، واستخدام الصناديق ولفافات الفقاعات والحشو عند تغليف المنحوتات^(٥٦)، واستخدام الصناديق لوضع اللوحات من الكثير من الحشو ولفائف الفقاعات وتغطيتها بورق خالٍ من الحمض واستخدام الأشرطة حتى لا يلحق ضرر الطلاء استخدام وإقيات الزوايا إذا كان للوحة إطار^(٥٧).

ويجب على الفنان أن يحدد شركة الشحن التي سوف يقوم باستخدامها لتسليم أعماله الفنية مثل شركة USP ، و Fedex ، و USP ويجب المقارنة بين أسعار هذه الشركات واختيار الشركة المناسبة.

٧- الدعاية والإعلان والتسويق:

يجب على الفنان أن يقوم بالدعاية والإعلان والتسويق لأعماله الفنية، وذلك من خلال إنشاء قائمة البريد الإلكتروني للعملاء المحتملين، كما يجب أن يكون نشطا على وسائل

التواصل الاجتماعي العامة مثل إنستجرام وفيس بوك ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنانين، وأن يقوم بإعداد فيديوهات بث مباشر يعرضها من خلال موقع الويب الخاص به أو من خلال متجره، وأن يضيف عنوان موقع الويب أو المتجر إلى توقيع البريد الإلكتروني الخاص به، أن يقوم بإعلانات عن موقعه أو متجره أو أعماله الفنية على محركات البحث مثل جوجل، وأن يقوم بشراء مساحة إعلانية أو مرات ظهور في موقع آخر له علاقة بالعمل الفني المراد تسويقه، بالإضافة إلى بعض الطرق التقليدية المتمثلة في إعلانات الصحف واللوحات الإعلانية التقليدية، والنشرات المطبوعة، وملصقات وبوسترات على السيارات بها عنوان موقع الويب أو المتجر الخاص بالفنان.

النتائج:

- ١- يوجد اثنتا عشرة طريقة يمكن للفنان التشكيلي استخدامها عند النشر الذاتي لأعماله الفنية في البيئة الإلكترونية وهي: صالات العرض الإلكترونية، وأسواق الفن عبر الإنترنت، ومنصات التجارة الإلكترونية، وشركات الطباعة حسب الطلب، وشركات النشر الذاتي للكتب الفنية، ووسائل التواصل الاجتماعي العامة، ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنانين، وإنشاء موقع للفنان، وإنشاء مدونه للفنان، وإنشاء محفظة للفنان، والنشرات الإلكترونية للأخبار الفنية، وإعلانات جوجل .
- ٢- لكل طريقة مميزات وعيوب، استطاعت الدراسة تحديدها.
- ٣- تعتبر أسواق الفن Market places مثالية ومناسبة للفنانين المبتدئين لحين شهرتهم وبناء مواقع شخصية لأعمالهم الفنية.
- ٤- من مميزات الطباعة عند الطلب Print On Demand، السهولة؛ حيث يقوم الفنان برفع أعماله الفنية على الموقع فقط، ويقوم الموقع بعمل كل شيء بعد ذلك.
- ٥- هناك العديد من الأشياء التي يجب على الفنان مراعاتها قبل إعداد متجره على منصات التجارة الإلكترونية، حيث يجب على الفنان أن يحدد هدفه أولاً إذا كان فنان هوايات يتطلع إلى تحقيق ربح إضافي، فإن big cartel و Squarespace هي منصات سهلة الاستخدام وغير مكلفة، وإذا كان يتطلع إلى كسب عيشه من الفن أو توسيع متجره ويشتمل على العدد الكبير من الأعمال الفنية، فإنه بحاجة إلى منصة أكثر قوة مثل Shopify، لذلك يجب على الفنان أن يحدد أهدافه أولاً ثم يختار المنصة المناسبة لهذا الهدف.

- ٦- أفضل الطرق التي يمكن للفنان استخدامها عند النشر الذاتي لأعماله الفنية، هي إنشاء موقع شخصي، حيث يتوفر في هذه الطريقة العديد من المميزات، منها السماح للفنان بأن يحتفظ بمعلومات عن العملاء للتواصل معهم، ونجاح الموقع يعتمد على الفنان نفسه وليس على شخص آخر، حجم السوق غير محدد ويمكن نشر وبيع أعماله الفنية لأي شخص في أي مكان في العالم، وتكاليف تصميم وإعداد الموقع منخفضة للغاية.
- ٧- على الفنان اتباع الإرشادات التالية عند النشر الذاتي لأعماله الفنية، وهي: جودة الصورة المرفوعة للعمل الفني، وتصنيف أعماله الفنية داخل موقعه أو متجره ووصفها بدقة، وأن يستخدم طرق دفع متعددة، ويحدد سعرًا مناسبًا لعمله الفني، ويختار شركات الشحن الجديرة بالثقة والمتخصصة في نقل الأعمال الفنية، وأخيرًا أن يقوم بالدعاية والإعلان والتسويق لموقعه أو متجره أو أعماله الفنية.

التوصيات:

توصيات موجهة للمكتبات:

- ١- إعلام الفنانين التشكيليين بالطرق والأساليب المتنوعة للنشر الذاتي لأعمالهم الفنية في البيئة الإلكترونية.
- ٢- إعداد دورات تدريبية للفنانين التشكيليين عن الطرق المختلفة للنشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الإلكترونية يوضح مميزات وعيوب كل طريقة.

توصيات موجهة للفنانين:

- ١- يجب على الفنان اختيار الطريقة المناسبة وفقًا لأهدافه من عملية النشر الذاتي ووفقًا لمميزات وعيوب كل طريقة.
- ٢- يجب على الفنان الالتزام بالنصائح والإرشادات التي توصلت إليها الدراسة عند النشر الذاتي لأعماله الفنية في البيئة الإلكترونية.

توصيات موجهة لأقسام المكتبات والمعلومات:

- تسكين موضوع النشر الذاتي للأعمال الفنية في البيئة الإلكترونية ضمن مقرر النشر الإلكتروني.

قائمة المصادر

أولاً: المصادر العربية:

(١) بارون، سكوتس بريندا. (٢٠٢١). "كيفية بيع الأعمال الفنية عبر الإنترنت: الدليل الكامل لبيع الأعمال الفنية عبر الإنترنت في عام ٢٠٢١". [تاريخ الزيارة: ٢٠٢١/٩/٢٠]. متاح في:

<https://ecommerce-platforms.com/ar/articles/how-to-sell-art-online> .

(٢) خالد، ياسمين. (٢٠١٥). "المكتبة الرقمية ودورها في تحقيق التكامل المعرفي بين المكتبات والمتاحف". أطروحة ماجستير. جامعة القاهرة.

(٣) السيد، أماني. (٢٠١١). "الاتجاهات الحديثة في النشر الإلكتروني". جامعة حلوان. قدم للجنة العلمية للترقيات في تخصص المكتبات والمعلومات يناير ٢٠١١. [تاريخ الزيارة: ٢٠٢١/٦/٢٠]. متاح في:

http://www.slideshare.net/Amany_alsayed/ss-6630234

(٤) شعبان، أميرة إبراهيم. (٢٠١٥). "مواقع الناشرين العرب على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة لاستنباط مواصفات تصميم موقع نشر ذاتي عربي". أطروحة ماجستير. جامعة الإسكندرية.

(٥) العطار، مختار (٢٠٠٠). "آفاق الفن التشكيلي". القاهرة: دار الشروق. ص.

(٦) فهمي، منيرة رشاد. (٢٠١٥). "التوثيق الآلي لمقتنيات متاحف كمصادر للمعلومات: دراسة تقييمية". أطروحة دكتوراه. جامعة إسكندرية.

(٧) القحطاني، أمل عبد الله محمد. "النشر الذاتي عبر الإنترنت البديل الأول للمؤلفين والمنتجين. [تاريخ الزيارة: ٢٠٢١/٦/٢٠]. متاح في:

<http://www.gulfkids.com/pdf/Alnasher.pdf>

(٨) مليكه، آية الله فايز عبد الملك. (٢٠١٩). "شركات النشر الذاتي المتاحة عبر الإنترنت: دراسة تحليلية". أطروحة ماجستير. جامعة الأزهر.

(٩) المنسي، إسماء محمد عبد ربه. (٢٠١٢). "المجموعات المتحفية في المكتبات المصرية: دراسة ميدانية للضبط والإتاحة". أطروحة ماجستير. جامعة القاهرة.

(١٠) المنسي، إسماء محمد عبد ربه. (٢٠١٨). "وصف وإتاحة المجموعات المتحفية وفقاً لقواعد RDA". أطروحة دكتوراه. جامعة عين شمس.

(١١) النجار، على محمد احمد سالم. (٢٠١٦). "ميتادات المجموعات المتحفية: متاحف على شبكة الويب: دراسة تحليلية تطبيقية". أطروحة ماجستير. جامعة المنوفية.

ثانيا: المصادر الأجنبية.

- (1) Anne, t.(2018). " 5 places to sell your art online ".[Visited on:19/8/2021]. available at <https://realwaystoearnmoneyonline.com/sell-your-artwork-online/>
- (2) Artsy.(2021)." 250 places to sell art online: sell art online with our most comprehensive free art marketplace directory". [Visited on:11/8/2021]. available at <https://www.artsyshark.com/sell-art-online-directory/>
- (3) Berry, Sarah.(2020)." 5 Best Places to Sell Online in 2020".[Visited on:15/10/2021]. available at <https://www.webfx.com/blog/marketing/best-places-to-sell-online-in-2020/>
- (4) Carter, Rebekah. (2021). " Big Cartel vs Shopify (Nov 2021) – The Ultimate Comparison". [Visited on:15/10/2021]. available at <https://ecommerce-platforms.com/compare/big-cartel-vs-shopify>
- (5) Dawson , laura. (2008). " the role of self publishing in libraries ". library trends. Vol 57.N.1 (2008) pp.43: 51.
- (6) Dilevko,Juries & Dali,kern.(2006). " the self publishing phenomenon and libraries ". library and information science research.28(2006) pp.208:234.
- (7) Glazer, sarah.(2005)." How to be your own publisher ". New York times book review 154.53194(2005)10-11.
- (8) Heather ,Moulaison Lea & Chris le Beau.(2015). " U.S. libraries as publishers: status and concerns.
- (9) Hiscox online art trade report 2020: part 1 the online art trade , part 2 buyers behavior, part3 : towards a frictionless online journey.[Visited on: 15/6/2021]. available at <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>
- (10) <https://www.artfinder.com>. [Visited on: 15/6/2021].
- (11) <https://www.artstation.com>. [Visited on: 13/8/2021].
- (12) <https://www.artstorefronts.com/about>. [Visited on: 13/8/2021].
- (13) <https://www.etsy.com/about>. [Visited on: 15/6/2021].
- (14) <https://www.faso.com/about.html>. [Visited on: 15/8/2021].
- (15) https://www.foliolink.com/about_foliolink.asp. [Visited on: 15/6/2021].
- (16) <https://www.saatchiart.com/about-us>. [Visited on: 15/7/2021].
- (17) <https://www.wix.com/about/us>. [Visited on: 15/7/2021].
- (18) <https://www.zazzle.com>. [Visited on: 15/7/2021].
- (19) Jennifer , Gullery. (2017)." self published book: should libraries buy or not? ". the southeastern librarian 65.1(2017):2.[Visited

- on:11/10/2021]. available at <http://digitalcommons.kennsaw.edu/seIn/vol65/iss1/21>.
- (20) Justas. (2020). " best ecommerce platforms for artists: how to sell art on line in 2020.
- (21) Matuliony , Reta.(2017)." self publishing boomand its legal challenges ".[Visited on:20/7/2021].available at <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract-id=3083268>.
- (22) May, Tom.(2020)." 8 top social media platforms for artists and designers".[Visited on:15/8/2021]. available at <https://www.creativebloq.com/features/social-media-for-artists>.
- (23) Robert ,Holley.(2014)." self publishing: Anew challenge for universal bibliographic control
- (24) thatch, John.(2020) " the best 10 sites for selling your art 2020 ".[Visited on:15/8/2021]. available at <https://artfixed.com/sites-for-selling-your-art/>
- (25) The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2021.[Visited on:15/6/2021]. available at <https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/collecting/art-market-report.html>
- (26) Triassi ,Daniel.(2001)." consideration for publishing ".[Visited on:15/7/2021].
- (27) 10 ways to sell art online: a comprehensive guide to selling your art online in 2021. find out our top picks & the most popular websites to sell art online.[Visited on:14/7/2021]. available at <https://www.moma.co.uk/10-ways-to-sell-art-online>
- (28) Winter,Dayana,(2021)." how to sell art online: ultimate guide ".[Visited on:14/6/2021]. available at <https://www.shopify.com/blog/211990409-how-to-sell-art-online#1>
- (29) www.artslant.com. [Visited on: 15/7/2021].
- (30) worka.io.[Visited on: 15/6/2021].

قائمة المراجعة:

أولاً: البيانات الأساسية:

- اسم النموذج: (سواء كان صالة عرض إلكترونية، سوق فن، منصة تجارة إلكترونية، منصة طباعة عند الطلب، شركة نشر ذاتي للكتب الفنية... إلخ.)
- عنوان النموذج على شبكة الإنترنت URL.
- المسؤول عن النموذج.
- تاريخ الإنشاء.
- الدولة.

ثانيا: الخدمات التي يقدمها النموذج

- إنشاء متجر للفنان.
- إدارة المخزون.
- إدارة المدفوعات والأرباح والعمولات
- الدعاية والإعلان.
- التسويق.
- التوزيع.
- البيع والتعاقد.
- وبالنسبة لشركات النشر الذاتي للكتب الفنية، يضاف خدمات التحرير وتصميم الغلاف والتنسيق والوقت اللازم لظهور الكتاب.

قائمة الاستشهادات المرجعية:

- (1) Hiscox online art trade report 2020 : part 1 the online art trade , part 2 buyers behavior, part3 : towards a frictionless online journey.[Visited on: 15/6/2021] . available at <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>
- (2) The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2021.[Visited on:15/6/2021]. available at <https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/collecting/art-market-report.html>
- (3) https://products.abc-clio.com/ODLIS/odlis_about.aspx.[Visited on:18/7/2021].
- (٤) العطار، مختار (٢٠٠٠) . " آفاق الفن التشكيلي " . القاهرة : دار الشروق . ص٦.
- (5) Anne, t.(2018) . " 5 places to sell your art online " .[Visited on:19/8/2021]. available at <https://realwaystoeearnmoneyonline.com/sell-your-artwork-online/>
- 6) Berry, Sarah .(2020)." 5 Best Places to Sell Online in 2020" .[Visited on:15/10/2021]. available at <https://www.webfx.com/blog/marketing/best-places-to-sell-online-in-2020/>
- (7) thatch, John .(2020) " the best 10 sites for selling your art 2020.[Visited on:15/8/2021]. " available at <https://artfixed.com/sites-for-selling-your-art/>

- (8) Triassi .(2010) . " consideration for publishing ".[Visited on:15/7/2021].
- (9) Matuliony , Reta .(2017) . " self publishing boom and its legal challenges ".[Visited on:20/7/2021]. available at <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract-id=3083268> .
- (١٠) السيد ، أماني . (٢٠١١) . "الاتجاهات الحديثة في النشر الإلكتروني" . جامعة حلوان . قدم اللجنة العلمية للترقيات في تخصص المكتبات والمعلومات يناير ٢٠١١ [تاريخ الزيارة : ٢٠٢١/٦/٢٠] . متاح في :
[http:// www.slideshare.net / Amany alsayed/ss- 6630234](http://www.slideshare.net / Amany alsayed/ss- 6630234)
- (١١) شعبان ، أميرة إبراهيم . (٢٠١٥) . " مواقع الناشرين العرب على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية مقارنة لاستنباط مواصفات تصميم موقع نشر ذاتي عربي" . أطروحة ماجستير . جامعة الإسكندرية.
- (١٢) القحطاني، أمل عبد الله محمد. " النشر الذاتي عبر الإنترنت البديل الأول للمؤلفين والمنتجين " [تاريخ الزيارة : ٢٠٢١/٦/٢٠] . متاح في :
<http:// www.gulfkids.com/pdf/Alnasher.pdf>
- (١٣) مليكة، آية الله فايز عبد الملك. (٢٠١٩) . " شركات النشر الذاتي المتاحة عبر الإنترنت: دراسة تحليلية" . أطروحة ماجستير . جامعة الأزهر .
- (14) Dilevko, Juries & Dali, kern .(2006) . " the self publishing phenomenon and libraries " . library and information science research .28(2006) pp.208:234.
- (15) Dawson , lura . (2008) . " the role of self publishing in libraries " . library trends . Vol 57.N.1 (2008) pp.43: 51 .
- (16) Robert ,Holley .(2014) . " self publishing : Anew challenge for universal bibliographic control
- (17) Heather ,Moulaison Lea & Chris le Beau .(2015). " U.S. libraries as publishers : status and concerns .
- (18) Jennifer , Gullery . (2017) . " self published book : should libraries buy or not? " . the southeastern librarian 65.1(2017):2 .[Visited on:11/10/2021]. available at <http:// digital commons . kennsaw.edu/ seIn/vol 65/iss1/21> .
- (١٩) المنسي، إسراء محمد عبد ربه. (٢٠١٢) . " المجموعات المتحفية في المكتبات المصرية: دراسة ميدانية للضبط والإتاحة" . أطروحة ماجستير . جامعة القاهرة.

- (٢٠) فهمي، منيرة رشاد. (٢٠١٥). "التوثيق الآلي لمقتنيات المتاحف كمصادر للمعلومات: دراسة تقويمية". أطروحة دكتوراه . جامعة الإسكندرية.
- (٢١) خالد، ياسمين. (٢٠١٥). "المكتبة الرقمية ودورها في تحقيق التكامل المعرفي بين المكتبات والمتاحف" . أطروحة ماجستير . جامعة القاهرة.
- (٢٢) النجار، على محمد أحمد سالم. (٢٠١٦). " ميتاداتا المجموعات المتحفية: المتاحف على شبكة الويب: دراسة تحليلية تطبيقية" . أطروحة ماجستير . جامعة المنوفية .
- (٢٣) المنسي، إسرائ محمد عبد ربه. (٢٠١٨). " وصف وإتاحة المجموعات المتحفية وفقا لقواعد RDA" . أطروحة دكتوراه . جامعة عين شمس.
- (٢٤) بارون، سكوتس بريندا. (٢٠٢١). " كيفية بيع الأعمال الفنية عبر الإنترنت: الدليل الكامل لبيع الأعمال الفنية عبر الإنترنت في عام ٢٠٢١ " [تاريخ الزيارة : ٢٠/٩/٢٠٢١] متاح في:

<https://ecommerce-platforms.com/ar/articles/how-to-sell-art-online>

- (25) thatch, John .(2020) .Ibid.
- (26) Anne, t.(2018) . Ibid.
- (27) <https://www.saatchiart.com/about-us>. [Visited on: 15/7/2021].
- (28) <https://www.artfinder.com>. [Visited on: 15/6/2021] .
- (29) Artsy .(2021) . " 250 places to sell art online : sell art online with our most comprehensive free art marketplace directory" . [Visited on:11/8/2021]. available at <https://www.artsyshark.com/sell-art-online-directory/>
- (30) Anna .T." 5 places to sell your artworks on line " . 2018
- (31) <https://www.etsy.com/about> . [Visited on: 15/6/2021] .
- (32) Justas, (2020) . " Best commerce platform for artists : how to sell art online in 2020
- (33) Thatch,John (2020) . Ibid.
- (34) Justas . (2020) . Ibid .
- (35) Berry, Sarah .(2020). Ibid
- (٣٦) بارون، سكوتس بريندا. (٢٠٢١). مصدر سابق.
- (37) Carter, Rebekah. (2021). "Big Cartel vs Shopify (Nov 2021) – The Ultimate Comparison" . [Visited on:15/10/2021]. available at <https://ecommerce-platforms.com/compare/big-cartel-vs-shopify>

- (38) <https://www.zazzle.com>. [Visited on: 15/7/2021].
- (39) How to sell art online :15 online galleries and website Builders .[Visited on:11/7/2021]. . available at <https://theabundantartist.com/15-ways-to-sell-your-art-online/>
- (40) <https://sidehusl.com/fineartamerica/>
- (41) Artsy .(2021) . 250 places to sell art online . Ibid.
- (42) Anne, t.(2018) . Ibid
- (٤٣) مليكة ، آية الله فايز عبد الملك. (٢٠١٩). مصدر سابق. الفصل الثاني.
- (٤٤) نفس المصدر السابق.
- 45)[www.art slant . com](http://www.artslant.com) . [Visited on: 15/7/2021].
- 46) May, Tom.(2020) ." 8 top social media platforms for artists and designers".[Visited on:15/8/2021]. available at <https://www.creativebloq.com/features/social-media-for-artists>
- (1-47) <https://www.artstation.com>. [Visited on: 13/8/2021] .
- (48) <https://www.faso.com/about.html> . [Visited on: 15/8/2021] .
- (٤٩) بارون ، سكوتس بريندا. (٢٠٢١) . مصدر سابق . ص١٨.
- (50) <https://www.wix.com/about/us>. [Visited on: 15/7/2021].
- (51) <https://www.artstorefronts.com/about>. [Visited on: 13/8/2021] .
- (52) www.foliolink.com/about_foliolink.asp. [Visited on: 15/6/2021] .
- (53) worka.io . [Visited on: 15/6/2021] .
- (54) 10 ways to sell art online : a comprehensive guide to selling your art online in 2021. find out our top picks & the most popular websites to sell art online.[Visited on:14/7/2021]. available at <https://www.moma.co.uk/10-ways-to-sell-art-online>
- (٥٥) بارون ، سكوتس بريندا. (٢٠٢١) . مصدر سابق. ص ٢١.
- (٥٦) نفس المصدر السابق.
- (57) Winter, Dayana,(2021) ." how to sell art online : ultimate guide " .[Visited on:14/6/2021]. available at <https://www.shopify.com/blog/211990409-how-to-sell-art-online#14>