

التصوير المعاصر والاقتصاد الابداعي
(دراسة تحليلية لطرق الاستثمار والتسويق في التصوير المعاصر)
Contemporary Paintings and creative economics

1 عبد الله أحمد عبد الفتاح، 2 أحمد سليم أحمد

¹ باحث بالجامعة الأردنية، ² أستاذ التصوير – كلية الفنون الجميلة – جامعة المنيا.

Email address: tamimiabd@yahoo.com

To cite this article:

Abdallah Tamimi Journal of Arts & Humanities.

Vol. 12, 2023, pp. 173-180. Doi: 8.24394/ JAH.2023 MJAS-2306-1158

Received: 17,06, 2023; **Accepted:** 29, 07, 2023; **published:** Dec 2023

المخلص:

ان الشيء الاستثنائي في هذه البحث، هو ربط الاقتصاد في الطاقة الإبداعية الكامنة في التصوير التشكيلي المعاصر، حيث ينطوي على ذلك تحفيز القدرة على انتاج افكار وحلول جديدة مبتكرة في حقل الاقتصاد الإبداعي، فعندما يكون التصوير المعاصر هادفاً ويحمل رسالة ومضمون يزدهر الابداع بين افراد المجتمع، وعندما يزدهر الابداع؛ تنبثق مبادرات صناعة المحتوى والمهارات التسويقية للتصوير المعاصر عبر الوسائطية الرقمية، وبالتالي يتوسع مفهوم صناعة المنتج التصويري نتيجة للمعرفة المشبعة بتعلم مهارات ابتكارية في مسار التسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي، مما يفعل الاستثمار في المواهب والعقول الإبداعية بين افراد المجتمع. ومن هنا يتضح لنا ان التصوير التشكيلي المعاصر، فعل ابداعي استثماري يستند على لغة تصويرية تحمل مفردات مجتمعية بالأساس، وبالتالي ويمثل التصوير المعاصر منطق الإنتاج الجمالي والإنتاج الصناعي الاستهلاكي القائم على الابتكار الداعم للاقتصاد الابداعي، حيث يتم صياغة الفكرة بناءً على هوية وثقافة المجتمع، والمكان الذي يعيش فيه الفنان، لذلك ان ما يهدف له البحث الحالي هو فهم التصوير التشكيلي الحاضر بصورة تجارية معمقة على الساحة التشكيلية الأردنية، وربطه بالاقتصاد الابداعي من خلال الاعتماد على تسويق المحتوى التصويري على وسائل التواصل الرقمية.

الكلمات الدالة:

الاقتصاد الابداعي – التصوير المعاصر – التسويق.

المقدمة:

المعاصر والاقتصاد الإبداعي المعاصر، لاعتماد هذا الاقتصاد على الافكار والوسائطية الرقمية المبنية على مهارات فنية تصويرية بالأساس، كما ان الاقتصاد الإبداعي في مجال التصوير المعاصر لا يعتمد على الاستثمار الكمي في انتاج اللوحات الفنية فحسب بل على المهارة في طريقة التسويق والترويج لها.

لذلك ان الانتقال من الاقتصاد الريعي الاستهلاكي الى فكرة الاقتصاد الإبداعي القائم على الاستثمار في القيمة الجمالية،

ان جوهر الاقتصاد الابداعي هو الاستثمار في الافكار والمهارات الإبداعية التي تنتج وتروج وتوزع فن التصوير المعاصر بشكل تجاري مما يزيد من مستوى الدخل الوطني، وفي ظل مفهوم الاقتصاد المبنى على الابداع وتوجه دول العالم نحو العولمة، يتميز التصوير المعاصر بالقدرة على انتاج أفكار ابتكارية جديدة تتصف بالندرة الإبداعية ذات القيمة الجمالية الاستهلاكية، وبالتالي فإن العلاقة تكاملية بين مهارة التصوير

ان الوسائطية الرقمية تعمل على زيادة دخل الفنان، وبالتالي زيادة في الإنتاجية والنمو الاقتصادي الوطني.

تساؤلات البحث:

- 1- ماهي علاقة فن التصوير المعاصر بالاقتصاد الإبداعي؟
- 2- هل يؤدي نشر سياسة الاقتصاد الإبداعي في المجتمع الى تفعيل استراتيجيات الاستثمار بالتصوير المعاصر؟

اهداف البحث:

1. تحليل العلاقة بين فن التصوير المعاصر والاقتصاد الإبداعي
2. الكشف عن أثر الاقتصاد الإبداعي على صناعة فن التصوير المعاصر
3. معرفة أثر نظرية الاقتصاد الإبداعي على تسويق مهارة التصوير المعاصر

اهمية البحث:

1. تقديم رؤية عصرية عن أثر الاقتصاد الإبداعي على صناعة فن التصوير المعاصر، مع الإشارة إلى أهم البرامج والإجراءات التي تهدف إلى تعزيز دور الفنان في تسويق نفسه وأعماله الفنية عن طريق الوسائطية الرقمية،
2. تسليط الضوء على اهمية صناعة المحتوى الرقمي في مجال تسويق المنتج التصويري المعاصر.

حدود البحث:

المكانية: الساحة التشكيلية الاردنية كعينة بحث

الزمانية: 2021م-2023م

الموضوعية: دراسة مفاهيم الاقتصاد الإبداعي وربطها بالتصوير المعاصر.

البشرية: الساحة التشكيلية الاردنية كعينة بحث.

منهجية البحث:

اتبع البحث الحالية المنهج النوعي الذي يعتمد على المقابلة الشخصية مع الفنانين. وتوثيق الملاحظات غير العددية لعينة البحث في الأردن، كما سيرتكز هذه البحث على التعمق في تحليل معاني ومفاهيم الاقتصاد الإبداعي واسقاط ذلك على التصوير المعاصر.

فرضيات البحث:

1. على الرغم من ان تسويق المحتوى الفني الرقمي قد لا يبدو سهلاً، الا ان تعلم الفنان مهارات التسويق الالكتروني، يعتبر السبيل الوحيد لمواكبة العصر.

يحقق ترجمة حقيقية لرعاية المواهب والمهارات الفنية في مجال التصوير المعاصر، وبالتالي تعظيم الناتج المحلي على شكل قيمة تجارية اقتصادية مضافة، تساهم في تعزيز الاندماج الاجتماعي والتنمية البشرية وتحقق نمواً في العائد العام للدخل القومي، فكلما أصبح العالم أكثر تعقيداً وجب علينا أن نكون أكثر إنتاجية وأكثر إبداعاً لمواجهة تحديات القرن المعاصر.

خلفية المشكلة:

يتمتع التصوير المعاصر والاقتصاد الإبداعي بالقدرة العالية على تشكيل مستقبل مشرق لعالم الفن في السنوات القادمة، خصوصاً مع دخول تقنية الذكاء الاصطناعي إلى هذا الوسط حيث تلعب هذه التقنية دوراً في جمع وتحليل البيانات عن طبيعة السوق والمستهلكين ضمن إطار الوسائطية الرقمية والفضاء السيبراني، لذلك ان دمج تقنية الذكاء الاصطناعي (AI) في مجال التصوير المعاصر هي بحد ذاتها طريقة مبتكرة للجمع ما بين التكنولوجيا والفن، في حين قد ينظر إليها آخرون على أنها منافسة للتعبير الفني التقليدي؛ على الرغم من اختلاف الآراء في هذا المجال الا انه من الواضح أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على تشكيل مستقبل مختلف لعالم الفنون البصرية الإبداعية والتي هي جوهر الذكاء الاصطناعي، المرتبط بالعاطفة التي ينطوي عليها التسويق المعاصر، ويتجسد هنا السلوك الإبداعي التسويقي من خلال التفاعل مع بيئة العالم الحقيقي، وهذه القاعدة هي اللبنة الأساسية للذكاء الاصطناعي الذي يتميز بالإبداع والإدراك والخبرة المحزنة في البيانات الخوارزمية" لذلك سيضع الذكاء الاصطناعي التصوير المعاصر في السياق الأوسع لتطوير اتجاهات الفنون التشكيلية برمتها،

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في الكشف عن العلاقة التي تربط الاقتصاد الإبداعي بفن التصوير المعاصر ولماذا لا يعتمد تسويق الفنان لعملة الفني على مستوى القيمة الإبداعية والجودة الفنية او على المهارة الاكاديمية والحرفية العالية فحسب؟، بل يعتمد على مهارته في التسويق الرقمي وصناعة المحتوى، والذكاء الاصطناعي، وحجم العلاقات الشخصية للفنان. لقد اخذ الباحث هذه الظاهرة من وجهة نظر الجمع ما بين التكنولوجيا وفن التصوير المعاصر، حيث اكدت الدراسات في هذا المجال على،

وجود تحديات كبيرة تعيق بناء منظومة الاقتصاد الإبداعي في مجال الفنون التشكيلية.

3. كما ركزت دراسة أنصار الرفاعي (2017م) على أهمية الاستثمار في مجال فن التصوير المعاصر لأنه يشكل رافعة حقيقية لمفهوم الصناعات الإبداعية والتي تعزز تقدم فكرة الاقتصاد الإبداعي في مصر.

4. دراسة (Denatale.2007) بريطانيا حيث تطرق هذا البحث الى دمج الصناعات الثقافية بالصناعات الإبداعية من خلال دعم وتنشيط البرامج الابتكارية لشريحة الشباب مما يساهم في رفع مستوى الذائقة الفنية لديهم وبالتالي يعمل على خلق الابداع لاحقاً. ومن هذا المنطلق نجد ان دراسة الحاييس وآخرون (2017م)، طرحت دور الاقتصاد الإبداعي في تطوير وتفعيل القدرات الإبداعية لدى الفنانين وعائداتها الاقتصادية على الدولة، وهذا ما ينطبق مع رؤية الباحث في ان عملية تفعيل نظرية الاقتصاد الإبداعي في التصوير المعاصر، يعتبر من اهم دعائم الاقتصاد المحلي والتي تعمل على توطئة استراتيجيات الاستثمار في رأس المال البشري، وهذا ما يتفق ما البحث الحالي فيما يخص مساهمة الصناعات الإبداعية في مجال التصوير المعاصر الى زيادة في الانتاجية والنمو الاقتصادي للبلاد، كما يتفق البحث الحالي مع طرح دراسة (Denatale.2007) والتي تدعو الى دمج الصناعات الثقافية بالصناعات الإبداعية أي اعتبار الصناعات الثقافية بوابة للاقتصاد الإبداعي من خلال دعم وتنشيط البرامج الفنية الابتكارية لشريحة الشباب، مما يساهم في رفع مستوى الذائقة الفنية لديهم، وتعزيز كل أشكال التعبير الثقافي والتسويق الذاتي للفنان، حيث يواجه فنانين القرن الواحد والعشرين ثورة تكنولوجية متسارعة، وهذا يحتم عليهم إعادة صقل المهارات الذاتية من خلال الاستفادة من مواقع الانترنت والهواتف المحمولة وشبكات التواصل الاجتماعي. ويتفق البحث الحالي أيضاً مع دراسة الرفاعي (2017م)، والتي تركز على دور الاستثمار في مجال فن التصوير المعاصر لأنه يشكل رافعة حقيقية لمفهوم الاقتصاد الإبداعي، لذلك ان ندرك أهمية هذا الاستثمار يحتم علينا ان ننصو كيف ينبثق الاقتصاد الإبداعي من الطاقة الابتكارية للفنانين.

الإطار النظري:

التصوير المعاصر وعلاقته بالاقتصاد الإبداعي

2. كلما أصبح العالم أكثر تعقيداً وجب علينا أن نكون أكثر انتاجية وأكثر إبداعاً لمواجهة تحديات القرن المعاصرة. لذلك ان دمج فن التصوير المعاصر بنظرية الاقتصاد الإبداعي يعمل على تفعيل الوظائف في فن التصوير المعاصر ويعمل على تبادل المعرفة بين افراد المجتمع ويحفز الانتاجية على الساحة التشكيلية.

مصطلحات البحث:

1. الاقتصاد الإبداعي: الاستثمار في المواهب والمهارات والأفكار الإبداعية لأغراض وظيفية من خلال اسقاط قيمة جمالية على قيمة تجارية.
2. الوظائف بالفن: تعني تحويل المدخلات الفنية الى مخرجات انتاجية وفقاً لمواصفات محددة في زمن محدد وتقاس الوظائف بحجم القدرة الانتاجية في مجال الاقتصاد الإبداعي.
3. الوسائطية الرقمية: تعني وسائل الاتصال والتواصل وأثرها الايدلوجي على تشكيل مظاهر الوعي لدى الانسان وتسمى الميديولوجيا الرقمية او وسائل التواصل الاجتماعي.

منهجية البحث:

اتبع البحث الحالية المنهج النوعي الذي يعتمد على المقابلة الشخصية مع الفنانين. وتوثيق الملاحظات غير العددية لعينة البحث في الأردن، كما سيرتكز هذه البحث على التعمق في تحليل معاني ومفاهيم الاقتصاد الإبداعي واسقاط ذلك على التصوير المعاصر، مما يسهل استخلاص وأثره المادة النظرية للرسالة.

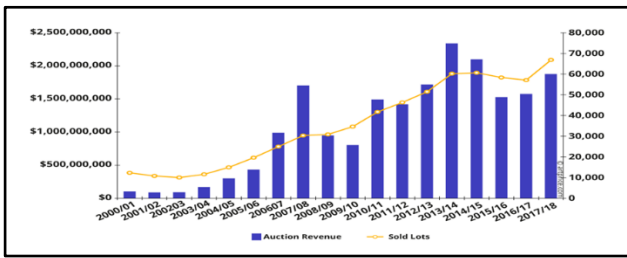
الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على بعض الدراسات التي بحثت في موضوع الاقتصاد الإبداعي وأثره على صناعة المواهب الإبداعية، ومن هذه الدراسات.

1. تناولت دراسة عبد الوهاب الحاييس وآخرون (2017م)، دور الاقتصاد الإبداعي في تطوير وتفعيل القدرات الإبداعية لدى الفنانين وعائداتها الاقتصادية على الدولة كما تطرق الباحث الى استراتيجيات تعزيز رأس المال البشري من خلال تحفيز كل اشكال الابتكار المتاحة بما في ذلك فن التصوير المعاصر والموروث الثقافي.

2. قدمت دراسة للباحثة عبير رفاعي (2018م)، حيث كشفت فيها عن أهمية دمج الاقتصاد الإبداعي بالمواهب الفنية والمهارات الحرفية في المجتمع المصري، وتوصل البحث الى

السابقة المرتبطة في هذا المجال، على أن التصوير المعاصر هو شكل من أشكال التعبير عن الإبداع البشري في المجتمع، كأصل ثقافي اجتماعي يحمل قيمة وثائقية وثقافية، وينظر إليه على أنه منتج استهلاكي استثماري، ينطوي على قيمة اقتصادية في سوق التجارة العالمية، حيث يتنافس هذا القطاع بشراسة مع سوق الأسهم والسندات المالية والعقارات والمعادن النفيسة من خلال دور العرض والمزادات، ففي عام (2016م) سجلت مبيعات سوق الفن المعاصر ما قيمته (57) مليار دولار حسب تقرير ارت ايكونوميكس، كما حققت مبيعات سوق التصوير المعاصر بين عامي (2020-2021) وفقاً لتقرير (Artprice) أرت برايس، نحو 2.7 مليار دولار. وقد أدى انتشار جائحة كورونا على مستوى العالم إلى انتعاش سوق المزادات عبر الإنترنت، حيث سجلت مبيعات دار كرسيتز للأعمال الفنية من خلال دخول 22 مليون شخص إلى منصة (NFTs) أن أف تي "الملكية الفكرية" نحو 69.3 مليون دولار في تلك الفترة استحوذ السوق الآسيوي وبالتحديد الصين على 40% من حجم تلك المبيعات وأمريكا 32% وجاءت بريطانيا بالمرتبة الثالثة بنسبة 16%.



الشكل رقم (1) يبين حجم نمو مبيعات الفن المعاصر

ومنصة (NFTs)) أن أف تي، هي اختصار لموقع مزادات على شبكة الإنترنت تحتوي على ملفات رقمية مشفرة محمية بحقوق الملكية الفكرية لمنتج هذا الملف، الذي قد يحتوي على عمل فني تصويري غير قابل "للاستبدال" بمعنى هو أن محتوى هذا الملف الرقمي يتصف بالتفرد غير المكرر وهو أشبه ببصمة الأصبع، ولا يمكن تداوله بسهولة مع أي شيء آخر، وبمجرد تحويل هذا الملف إلى الصيغة الرقمية ضمن إطار منصة (NFTs) يُصبح هذا الملف قابل للبيع والشراء على الشبكة ويدخل المزادات العالمية مع حماية الملكية الحصرية. (Artnews.2021).

كما شهدت دار (Sotheby's) سوثبي للمزادات منافسة عالية وارتفاعاً على أرقام مبيعات التصوير المعاصر حتى وصل حجم

إن توضيح مصطلح الاقتصاد الإبداعي يستدعي إعادة التفكير في مفهوم فن التصوير المعاصر من ثلاثة محاور: الجمالي وعلاقته بالوظائفية، الأنتروبولوجي وعلاقته بالهوية، والصناعي وعلاقته بالوسائطية الرقمية، حيث أن تفسير هذه المحاور يعني توضيح أثر الاقتصاد الإبداعي على الاستثمار في التصوير المعاصر بصورة أكثر دقة. كما أنه ليس من المنطقي التركيز على قيمته الاقتصادية بمعزل عن قيمتها الاجتماعية والثقافية. حيث أن القدرة على إنشاء وتداول رأس المال الفكري الإبداعي، قد يساهم في توسع مجالات الإنتاج وزيادة دخل الفنان، وفي ذات الوقت، يعمل على تعزيز الاندماج الاجتماعي والتنوع الثقافي، وهذا يتلخص بمفهوم الاقتصاد الإبداعي في زمن العولمة السريعة من خلال الاستثمار في دمج المواهب الإبداعية بالتكنولوجيا الرقمية؛ وقد بدأ استخدام مصطلح الاقتصاد الإبداعي أو "صناعة الإبداع" منذ حوالي عشرين عاماً لوصف مجموعة من الأنشطة الفنية الإبداعية مع انتشار التكنولوجيا الرقمية، وتوسع مفهوم الاقتصاد من قاعدة الصناعات الإبداعية عندما استخدمه الكاتب البريطاني (جون كوينز. 2001م) في مقال يتحدث فيه عن "تسليع الفن" وجعله صناعة إنتاجية مدرة للدخل القومي والذي أصبح يعتبر من أهم القواعد الأساسية للاقتصاد الابتكاري الإنتاجي في عصر عولمة سوق الفن المعاصر.

وفي ضوء ذلك استخدم الباحث مصطلح المنتج التشكيلي التصويري بمعنى السلعة المادية الإبداعية القابلة للبيع والاستبدال بالعملة التقليدية أو الرقمية، واتبع الباحث المنهج النوعي الذي يعتمد على مشاركة ومعايشة عينة البحث على الساحة التشكيلية الأردنية، وتوثيق الإجراءات العملية والبيانات الغير عددية طيلة فترة البحث، بهدف رصد وتتبع النتائج، والتي تلخصت في أن التصوير المعاصر نتاجاً ليس للمتعة وتزوين الجدران فحسب، بل أنه منتج يمكن الاستثمار فيه، لأنه قابل للاستهلاك والتداول، والعلاقة بين الاستثمار والاستهلاك علاقة تفاعلية، وتأثيرهما على بعضهما البعض يعتمد في الغالب على الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمنطقة.

هناك اتفاق حول الترابط الوثيق بين مفهوم التصوير المعاصر ومصطلح الاقتصاد الإبداعي على الرغم من اختلاف المسار الذي يفضي إليه كل منهما تماماً، حيث أجمعت الدراسات

ما هو شكل ونوع تحديات المجتمع الذي يعيش فيه والتي يجب معالجتها؟

-كيف يمكن معالجة قضايا المجتمع والتعبير عنها بشكل متفرد؟
-ما هو الأسلوب (التكنيك) الذي سيستخدمه في إنتاج عمله التصويري؟

-ما هي طرق جذب انتباه المجتمع الرقمي بطريقة إبداعية غير تقليدية؟

وبناءً على اجابات تلك الاسئلة، يتم صياغة المُنتج التصويري الابداعي في ضوء تلك البيانات ليتم بعد ذلك العمل على استراتيجية الترويج والتسويق لهذا المُنتج، مستعيناً بالوسائطية الرقمية ومواقع الإنترنت المتخصصة في نشر الاعمال الفنية، وبثها على مستوى العالم من خلال شبكة الإنترنت كجزء من سياسة التسويق الابداعي لريادة الاعمال الفنية . وعلى الرغم من ان شكل المعروضات التصويرية على شبكة الإنترنت لا يتم تحديدها من قبل سوق الفن او المستهلكين لتلك الاعمال، الا ان العمل الفني التصويري المتفرد الذي يحمل خصوصية هذا الفنان في التعامل مع القضايا المجتمعية، المستند إلى اجابات الأسئلة السابق ذكرها، والمنفذ في الوقت المناسب والطريقة المعاصرة في الترويج، بالتأكيد سيخلق طلب نوعي على هذه المُنتجات، وبالتالي تتم استجابة السوق بزيادة الطلب على تلك الاعمال التصويرية المتفردة بالإبداع التنفيذي والتسويقي معاً، مما يدفع المجتمع على صناعة اسم عالمي للفنان، مع تحديد المتلقي سعراً لعمله الفني، " اما القيمة الحقيقية للمنتجات التصويرية مرتفعة الثمن غالباً ما يحددها العامل الزمني والسياق التاريخي للفنان وجودة انتاج اللوحة التصويرية، بهذه الطريقة يصبح بعض فناني العصور الماضية مشهورين على مستوى العالم بعد وفاتهم، لأنهم يمتلكون فكراً ورؤياً ثابتة لقضايا المجتمع حيث يتم تقدير أعمالهم بعد عقود من الزمن.

•كما يعتمد تسويق المُنتج التصويري عادةً على توسع سوق الفن والذي يتركز في الغالب على ثلاثة عوامل رئيسية:

1. تجار وسامسة جامعي الاعمال التصويرية المعاصرة.
2. شهرة منتجي هذه الاعمال وهم الفنانين والتي تكون مرتبطة بالغالب في الوسائطية الرقمية.
3. آلية بيع هذه الاعمال والتي تتضمن الحرفية العالية في ادارة الترويج عبر الوسائطية الرقمية من خلال شركات متخصصة في الترويج لسوق الفن.

المبيعات إلى (380) مليون دولار حتى نهاية شهر نوفمبر من العام 2021م وفقاً لتقرير (Artnet) وهي أفضل مزود خدمة عبر الإنترنت للتحليلات الفنية، بالإضافة إلى موقع (ArtPrice) لامتلاكهما أكبر قاعدة بيانات عن مبيعات الفن المعاصر، حيث يشير هذان الموقعان على نمو في نسبة مبيعات التصوير المعاصر بنسبة 40% من العام (2013-2014).

وبناءً على حجم معطيات هذه الظاهرة الثقافية الاقتصادية، نستنتج مدى ارتباط علم الاقتصاد بالتصوير المعاصر، وبالتالي يصعب تحقيق الإبداع كمنتج ملموس في المجتمع بدون المورد الاقتصادي، كما يصعب على الفنانين الاستمرار في إنتاج اعمال فنية بدون ملامسة الاقتصاد الابداعي، وهذا ما تم ملاحظته في عينة البحث على الساحة التشكيلية الأردنية، وبذلك يلعب التصوير المعاصر على وجه الخصوص دوراً رئيسياً في تعزيز نتائج الأنشطة الاقتصادية، من خلال عمل الملتقيات التشكيلية الدولية ورسم الجداريات التصويرية السياحية في اغلب محافظات المملكة، ومن هذا المنطلق تم اعتبار التصوير التشكيلي المعاصر على الساحة التشكيلية الاردنية بصورة عامة دافعاً للتحديث والإبداع في المجتمع، ومؤشراً على تحول ثقافي نحو اقتناء التصوير المعاصر بسبب زيادة استهلاك التقنية والوسائط الرقمية بين افراد المجتمع الاردني. هذا ما إشارة عليه (Emily.Diamond) ديموند في دراسته التحليلية عن سوق الفن المعاصر العالمي؛ حيث وضح ان اعتماد الطلب على المُنتجات الفنية في المجتمع غالباً ما يرتبط بالمستوى الثقافي والتعليمي والتقني بين افراد ذلك المجتمع، فضلاً إلى حالة الرخاء الاقتصادي، " ووفقاً لمسح حديث أجراه بنك (باركليز ويلث) على (2000) فرد من فاحشي الثراء على مستوى العالم حيث حلت الإمارات العربية المتحدة في اقتناء الاعمال الفنية بنسبة 18 % يليهم الصينيون والسعوديون 17% والبرازيليون 15% مقارنة بـ 9% من الأمريكيين الذين يميلون إلى التركيز على الاستثمارات الأكثر تقليدية، كما دخلت قطر ممثلة بسمو الشيخة مياسا مجال تجارة الفن على مستوى العالم.

ويعتقد الباحث ان سوق الفن لا يرتبط بنظرية العرض والطلب، بل على العرض فقط وهذه الحقيقة تكشف العيوب الاقتصادية للفنانين، وبالتالي يبدأ الفنان في الساحة التشكيلية الاردنية بشكل خاص في التفكير بطرق إبداعية للدخول إلى سوق الفن العالمي مستنداً على الأسئلة التالية.

2. أظهرت نتائج البحث الحالي ان العلاقة بين التصوير المعاصر والاقتصاد الإبداعي هي علاقة ديناميكية تهدف إلى تسويق المهارات الإبداعية النفعية في مجال تصميم الاعلان والازياء والفنون الرقمية والفنون التشكيلية.

3. توصل البحث الحالي إلى ان ربط التصوير التشكيلي المعاصر بنظرية الاقتصاد الإبداعي يعد استثماراً حقيقياً في المواهب والأفكار الإبداعية ويساهم في اثراء السياحة الثقافية حيث يمكن للفنانين التشكيليين انتاج اعمال تصويرية لتزوين المواقع السياحية تساهم في جذب السياح لتلك المناطق بالإضافة إلى تكوين مورد دخل للفنان.

توصيات البحث:

1. يوصي الباحث بضرورة اجراء دراسات موسعة عن دور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تسويق التصوير المعاصر ومتابعة آخر التطورات التكنولوجية الخاصة في مجال تقنية (AI) وربطها بالتصوير المعاصر.

2. ضرورة الاهتمام في تأهيل الفنانين الذين يحملون افكار ومهارات إبداعية في حقل التسويق الرقمي وصناعة المحتوى وتحفيزهم على حضور الندوات أو ورش العمل ذات الصلة وتوعيتهم للاستفادة من فرص التدريب والتأهيل الرقمي على شبكة الإنترنت لتعزيز تلك المهارات.

3. الاهتمام بدراسة العلاقة التكاملية بين التصوير المعاصر والاقتصاد الإبداعي من منطلق الاستدامة واستحداث حلول ابداعية لتسويق المنتج التصويري.

المراجع العربية:

1. الحاييس. عبد الوهاب(2017م). الصناعات الإبداعية وعائداتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع. رؤية مستقبلية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة محمد خبضر، العدد 25 ديسمبر

2. رفاعي. أنصار(2017م) ريادة الاعمال الفنية في مجال التصوير لفعيل مفهوم الاقتصاد الإبداعي. مجلة التصميم الدولية العدد16، المؤتمر العلمي الدولي الأول

3. رفاعي. عبير(2018م) الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي، مجلة كلية الاداب، جامعة القاهرة، المجلد 78، العدد1.

كل هذه العوامل تعمل على تشكيل مظاهر الاستهلاك لدى الانسان بمجرد دخوله إلى فضاء "الميديولوجيا الرقمية" وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تلعب القيم التشكيلية المعاصرة في البرامج والتطبيقات الرقمية على اثاره المحفزات البصرية لشبكية العين من خلال العصب البصري ومن ثم تنتقل عبر مستقبلات إلى القشرة الدماغية، التي تقوم بدورها إلى ترجمة البيانات البصرية، بهذه الطريقة يتم التلاعب في السمات التسويقية للمنتج، بناءً على القيم التشكيلية في البرامج والتطبيقات الرقمية المعاصرة، التي تعمل على تجميل وترويج المفردات المستخدمة في بناء العمل الفني التصويري؛ وعلى الرغم من "ان القشرة الدماغية للإنسان تتكون من مجموعة من الخلايا العصبية مرتبة بطريقة منظمة، الا ان كل خلية تعمل على نقطة معينة في صياغة السمات التسويقية للمنتج التصويري الفني، وبصرف النظر عن شكل العمل الفني فلا يمكننا إدراك أي شيء الا كما يكونه الدماغ عن ذلك الشكل التصويري، بناءً على الخبرة السابقة المخزنة عن تلك الأشكال من الوسائطية الرقمية، بهدف العثور على أفضل تفسير للإشارات المرئية؛ لهذا السبب يحتاج الدماغ إلى بناء تفسير متعدد المستويات للمشهد البصري الخارجي"

وبالتالي تعد المعرفة في ابجديات التسويق الرقمي على وسائل التواصل الاجتماعي مدخلاً لتسويق التصوير المعاصر وزيادة الانتاج والتعبير عن الأفكار الإبداعية للمشهد الثقافي برمته وان تحقيق النجاح المالي للفنانين المبدعين الأردنيين مرتبط بشرط تطوير مهاراته الفنية والإبداعية في مجال صناعة المحتوى والذكاء الاصطناعي، كما ان حجم علاقات الفنان الشخصية مع النُخب السياسية ورجال الاعمال يساعد في تسويق المُنتج التصويري التشكيلي بشكل كبير ولكنه لا يعتبر العامل الوحيد لجني الارباح وتحقيق النجاح المالي والابداعي، هذا ما تم ملاحظته في عينة البحث على الساحة التشكيلية الأردنية.

نتائج البحث:

1. توصلت البحث الحالي إلى أن التصوير المعاصر يعتبر عنصراً هاماً في الاقتصاد الإبداعي حيث انه يساعد في تطوير الصناعات الإبداعية ويعمل توطئة مرئية لوجهات النظر في الكثير من القضايا المجتمعية، ضمن إطار وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية.

Abstract

The exceptional aspect of this study is the relationship between economy and the creative energy inherent in contemporary painting. This includes stimulating the ability to generate new innovative ideas and solutions in the creative economy. When contemporary painting is meaningful and carries a message and content, creativity flourishes among individuals in society. With the flourishing of creativity, initiatives appear in content creation and marketing skills for contemporary painting through digital media, thus expanding the concept of making art products due to the knowledge impregnated with innovative skills in digital marketing and artificial intelligence. This promotes investment in talent and creative minds within the community.

From here, it becomes clear that plastic painting is a creative work driven by investment based on a visual language that basically carries a societal vocabulary. Thus, contemporary painting represents the logic of aesthetic production and innovation-based industrial consumption that underpins the creative economy. The idea was formulated based on the identity and culture of the community and the place where the artist resides. Therefore, the current study aims to deeply understand contemporary painting from a commercial perspective and link it to the creative economy by relying on visual content marketing through digital communication channels. The study consists of six chapters covering the origins and characteristics of contemporary painting, the creative economy, and their relationship to identity from an anthropological

4.هيرتلي. جون (2007) الصناعات الابداعية. كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا. ترجمة بدر بدر سليمان. الكويت، عالم المعرفة

5.الخضيرى، محسن (2009)، الاقتصاد الإبداعي رؤية منهجية متكاملة للتعرف على عالم اقتصاديات الابتكار الإبداعي في عالمنا المعاصر، القاهرة: دار ايتراك للطباعة والنشر

المراجع الأجنبية:

6-Denatale, D. & Wassall, G. H. (2007) 'The Creative Economy: A New Economy', Policy Futures in Education, vol. 8, No. 2, pp. 217 – 231 .

7-Flew, T. (2012). The Creative Industries: Culture and Policy. London: SAGE Publications

8-Florida, R. (2019). The Rise of the Creative Class. New York: Basic Books

9- Florida, R. The Creative Class and Economic Development. Economic Development Quarterly, Vol. 28, No. 3, 2014, pp. 196–205.

10-Grefe, X. (2016), 'From culture to creativity and the creative economy: a new agenda for cultural economics', City, Culture and Society, 7, 71–4

11-John Howkins (2001; 2nd Edition, 2013), The Creative Economy, Chap

12-Kabanda, 2014, The Creative Wealth of Nations: How the Performing Arts Can Advance Development and Human Progress (November 1, 2014). World Bank Policy Research Working Paper No. 7118, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2528316>

13-Peez, G. (2008). Zur Bedeutung ästhetischer Erfahrung für die Produktion und Rezeption in gegenwärtigen Konzepten der Kunstpädagogik.Url:

<http://www.georgpeez.de/texte/musikpaed.htm>

and aesthetic perspective, and the relationship between contemporary painting, investment, marketing, content creation, and artificial intelligence.

In this study, the researcher used the term “contemporary plastic painting product” to refer to a creative physical good that can be sold and exchanged for traditional or digital currency. The researcher followed a qualitative approach based on the participation and immersion of the research sample and documenting the procedures and non-digital data throughout the research period to monitor and track the results. The results can be summed up as follows: plastic painting is not just for fun or wall decoration; It is a product that can be invested in because it is expendable and tradable. The interactive relationship between investment and consumption depends largely on the economic, social, and political conditions of the region.