

## دور تصميم الصورة وجودتها في تنمية الصناعات المتميزة بجمهورية مصر العربية

### The impact of Image design and quality at distinctive industries in the Arab Republic of Egypt

د. احمد جمال الدين بلال

أستاذ مساعد بقسم الفوتوغرافيا والسينما والتلفزيون، كلية الفنون التطبيقية، جامعه حلوان

#### كلمات دالة Keywords:

أثر الصورة  
Image impact  
الصورة الفوتوغرافية  
Photograph  
جيريوكس ستوديو  
Gearbox Studios

#### ملخص البحث Abstract:

لقد أصبحت الصور الثابتة والمتحركة باستعمالاتها المتعددة سمة واضحة من سمات العصر الذي نحياه، فلا تمر أي برهة من الوقت بالليل أو بالنهار إلا ويتعامل فيها المرء مع الصورة، حتى أطلق البعض على العصر الذي نحياه اليوم (عصر الصورة)، ويتنامى دور الصورة في المجتمع كلما زادت معدلات التنمية في المجتمع ذاته، وبالتالي فإن تصميم الصورة المرئية سواء الفوتوغرافية أو التليفزيونية أصبح له أثره الكبير والفعال في تنمية الصناعات التي يقوم عليها اقتصاد البلاد، ويقوم عليها تقدم ورقي المجتمع بأسره. وبهذه الدرجة من الوعي يمكننا القول بأن تصميم الصورة وجودتها يؤثر بشكل كبير، ومباشر وغير مباشر على نهضة السياحة وتنمية الصناعات المميزة للبلاد، فعلى سبيل المثال أثرت المسلسلات التركية بتصميم صورتها وجودتها، وبساطتها على السياحة في تركيا فأظهرت جمال الأماكن بطبيعتها الخلابة، والملابس والأزياء بموضاتها، ورفق أدواقها، والإكسسوارات المستخدمة، فأثارت في المشاهد الرغبة في زيارة تركيا، والحلم بالعيش فيها، كما استطاعت المسلسلات المصرية تقديم صور رائعة للقصور المصرية، والمباني رقيقة المستوى والمصنوعة في مصر خصوصا دمياط، مما أدى إلى جذب رأس المال للاستثمار في هذا النوع من الصناعة المصرية المتميزة، كما أن الحملات على الإنترنت وعلى وسائل الاتصال الإلكترونية، مثل الانستجرام للترويج باستخدام الصورة مثل حملة باسم في مصر #in\_Egypt والتي تظهر أجمل الأماكن داخل مصر. مشكله البحث: للصورة تأثير كبير على المجتمع منذ نشأتها كصوره فوتوغرافية عام ١٨٢٦ وحتى يومنا هذا، ومع تطور تكنولوجيا إنتاجها بالتقنيات الرقمية أنتجت صور عالية الجودة والدقة والتحديد، مما يعكس بشكل إيجابي على تنمية الصناعة بالمجتمع، الذي يستخدم الصورة في عمليات الترويج لهذه الصناعات بأساليبها المباشرة، وغير المباشرة، ومن ذلك ظهرت مشكلة البحث التي تكمن في السؤال الرئيس: إلى أي مدى أثرت جودة صور المنتجات الصناعية وتصميمها بالتقنيات الرقمية على تنمية الصناعات بجمهورية مصر العربية؟ منهج البحث: يسلك الباحث المنهج الوصفي. هدف البحث: التعرف على دور تصميم الصورة وجودتها في تنمية الصناعات المتميزة بجمهورية مصر العربية

Paper received 13<sup>th</sup> May 2018, Accepted 15<sup>th</sup> June 2018, Published 1<sup>st</sup> of July 2019

وجمهورها متعدد.

#### مشكلة البحث Statement of the problem:

للصورة تأثير كبير على المجتمع منذ نشأتها كصوره فوتوغرافية عام ١٨٢٦ وحتى يومنا هذا، ومع تطور تكنولوجيا إنتاجها بالتقنيات الرقمية أنتجت صور عالية الجودة والدقة والتحديد، مما يعكس بشكل إيجابي على تنمية الصناعة بالمجتمع، الذي يستخدم الصورة في عمليات الترويج لهذه الصناعات بأساليبها المباشرة، وغير المباشرة، ومن ذلك ظهرت مشكلة البحث التي تكمن في السؤال الرئيس:

إلى أي مدى أثرت جودة صور المنتجات الصناعية وتصميمها بالتقنيات الرقمية على تنمية الصناعات بجمهورية مصر العربية؟

#### تساؤلات البحث:

من خلال السؤال الرئيس لمشكلة البحث تنبثق أسئلة البحث وتساؤلاته التي تصاغ بالشكل الآتي:

1. ما هي العوامل التي تؤدي إلى رفع مستوى الجودة بالصور الفوتوغرافية؟
2. ما هي الأساليب المناسبة لتوظيف الصور الضوئية الثابتة والمتحركة في برامج التنمية الصناعية في البلاد؟
3. إلى أي مدى تؤثر دلالات التصميم في إبراز جماليات المنتج مما يكون له الأثر للتنمية الصناعية؟
4. إلى أي مدى يؤثر توزيع الإضاءة في إبراز جماليات المنتج مما يكون له الأثر للتنمية الصناعية؟

#### مقدمة Introduction:

تطور دور الصورة في التنمية الصناعية، والترويج، فمنذ نشأتها تداخلت مع المجتمع في شتى المجالات، فصناعة الصورة في عالم الإعلام الجديد وعبر التواصل الاجتماعي انتشرت بشكل كبير، فأصبحت الصورة مادة إعلامية وإعلانية في الوقت ذاته، وغدت أداة مهمة من أدوات التأثير على المجتمع والري العام.

لقد أدركت العديد من الدول والشركات والأفراد تأثير الصورة وقوتها في إيصال الرسالة الإعلامية والإعلانية بأسرع وقت، وأسهل الطرق. إن تأثير الصور اليوم يزداد مع التقدم التكنولوجي لتقنيات إنتاجها، وأشكال تداولها وعرضها وبثها عبر الإعلام الجديد، ووسائل التواصل الاجتماعي. فانتشار الصورة ينبع من أن الصورة تتحدث عن نفسها، كما أن طرق عرضها الحديثة مشوقة للغاية.

تأثير الصورة في عالم تنمية الصناعات اليوم أبهر العالم أجمع، وتعددت أشكاله وأنماطه الاتصالية، فلجأت الكثير من الصناعات لها لإبراز ما تريده في منتجها الصناعي، فهي بمثابة القوة الناعمة لأي دولة تنشئ التأثير والحضور الصناعي الفاعل في المجتمع الدولي. كما امتد تأثيرها اليوم ليشمل التأثير على عقل الفرد ومشاعره من خلال خاصية الإبهار وتوجيه سلوكه نحو منتج أو شركة معينة.

وتختلف استخدامات الصورة بحسب مكان نشرها، ومع بروز مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تأثيرها وانتشارها واسعا

للغزل والنسيج بالمحلة الكبرى، وغيرها الكثير. وتواصلت عطاءات طلعت حرب فأنشأ شركات مصر للملاحة البحرية، ومصر لأعمال الإسمنت المسلح، ومصر للصباغة، ومصر للمناجم والمحاجر، ومصر للتأمين ومصر لتجارة وتصنيع الزيوت، ومصر للمستحضرات الطبية، ومصر للألبان والتغذية، ومصر للكيمياويات، ومصر للفنادق، كما أنشأ طلعت حرب شركة بيع المصنوعات المصرية واستوديو مصر وسعى لإنشاء شركة مصر لطيران (احمد، ٢٠١٦).

وجاءت ثورة يوليو عام ١٩٥٢ فأنشأت الصناعات الثقيلة مثل الحديد والصلب والصناعات التعدينية والبترولية والصناعات الكيماوية بالإضافة إلى صناعات الغزل والنسيج والصناعات الغذائية

وفي عام ١٩٧٤ صدر قانون الاستثمار لجذب رأس المال العربي والأجنبي بهدف تشجيع الاستثمار الصناعي في مصر وكذلك جذب مدخرات المصريين في الخارج.. وأعقب ذلك إعلان سياسة الانفتاح الاقتصادي.

وباستقرار مصر على طريق السلام، بدأت مصر مرحلة جديدة على طريق التنمية الصناعية، وأصبح شعار " صنع في مصر" هدفا قومياً وسعى قطاع الصناعة لتنمية المنتج المصري. وهنا يمكن ان نؤكد على أهمية الصناعة في الاقتصاد المصري والتي تؤدي الى تحقيق معدل نمو مرتفع ومتواصل وزيادة الصادرات، وخلق فرص عمل كافية والقضاء على البطالة كما تساهم في رفع مستوى المعيشة، و المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وتنمية التجارة الخارجية وتحسين ميزان المدفوعات.

تتوافر في مصر مقومات كثيرة ساعدت على قيام الصناعة من العمالة الوفيرة رخيصة الثمن ورأس المال وتشجيع الحكومة، توافر وسائل النقل حيث يوجد في مصر شبكة مواصلات متنوعة، وتوافر الخامات اللازمة للتصنيع مثل الخامات النباتية والحيوانية. بالإضافة إلى توافر المعادن (جاد ٢٠٠٨).

### ١.٣.١. برامج تهدف الى تطوير الصناعة المصرية:

من اهم البرامج التي قامت بها الدولة لتطوير الصناعة هو برنامج تحديث الصناعة المصرية ويهدف إلى زيادة القدرة التنافسية للمنتج المصري وتحقيق المزيد من قدرة الصناعة المصرية على الاندماج في الاقتصاد العالمي، كما يساهم البرنامج في خلق فرص جديدة للعمل وزيادة الدخل القومي التي تتناسب طردياً مع حجم الصادرات الصناعية. (جاد ٢٠٠٨).

كما قامت الدولة بالعمل على زيادة معدلات التصدير ويعتبر خبراء الاقتصاد أن استمرار جهود التنمية رهن بزيادة قدرات الدولة على التصدير لأسواق العالم الخارجي.. وتوضح أهمية التصدير للعالم الخارجي في ايجاد فرص عمل جديدة، وإصلاح العجز في ميزان المدفوعات، وجذب الاستثمار.

هذا بالإضافة للتحرك نحو أفريقيا حيث تمثل السوق الأفريقية أكثر من ٨٠٠ مليون نسمة بالنسبة للصادرات المصرية، وبذلك فهي تشكل قاعدة استهلاكية عريضة تنسم بالتنوع هو ما يعد بمثابة طاقة تصديرية كبيرة للمنتجات المصرية في العديد من القطاعات السلعية والخدمية غير المستغلة بالشكل الأمثل (جاد ٢٠٠٨).

### ١.٣.١. برنامج الألف مصنع:

يهدف هذا البرنامج لبناء ألف مصنع كبير بمواصفات عالمية أو إنشاء توسعات في مصانع قائمة بالفعل وذلك بالتعاون بين القطاع الخاص والقطاع المصري.

### ١.٣.٢. المناطق الحرة:

انشأت الحكومة المصرية سبع مناطق حرة عامة مجهزة بالمرافق والبنية الأساسية لاستقبال المشروعات. وتقدم تسهيلات تتمثل في توفير الأراضي بالقرب من الموانئ مقابل حق انتفاع سنوي، وبالفعل نجحت هذه المناطق في جذب الاستثمارات وتنمية الصادرات حيث تصدر ما قيمته ٥٠% من إنتاجها للخارج. (جاد ٢٠٠٨).

٥. إلى أي مدى يؤثر تكوين الصورة في إبراز جماليات المنتج مما يكون له الأثر للتنمية الصناعية؟

٦. ما هي معوقات انتاج صورته بصريه تخدم الصناعة في جمهوريه مصر العربية؟

### هدف البحث Objective:

التعرف على دور تصميم الصورة وجودتها في تنمية الصناعات المتميزة بجمهورية مصر العربية

### متغيرات البحث variables:

المتغيرات المستقلة: تصميم صور المنتجات الصناعية المصرية، وجودتها.

المتغير التابع: تنمية الصناعات المصرية المتميزة، ورواج تسويقها.

### منهجية البحث Methodology:

يسلك الباحث المنهج الوصفي في إطاره النظري ثم يسلك المنهج التجريبي (شبه تجريبي) لاختبار فروض البحث، واستخلاص النتائج.

### الإطار النظري Theoretical Framework

#### ١. الصناعة والتنمية الصناعية بمصر:

##### ١.١. أهمية القطاع الصناعي في مصر:

وفي أوائل القرن الحادي والعشرين بدأت نهضة صناعية في مصر، فقد قامت الدولة برفع القدرة التنافسية للمنتجات المصرية وتطويرها في إطار برنامج متكامل يساعد في رفع صادرات الدولة للانضمام بشكل فعال للاقتصاد العالمي، كما قامت أيضا بتوفير بيئة مناسبة للنشاط التجاري والصناعي من أجل تشجيع القطاعات الخاصة للمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية للدولة ويحتل القطاع الصناعي في مصر مرتبة متقدمة فيما يتعلق بالاقتصاد القومي من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى ارتباط القطاع الصناعي بالكثير من القطاعات الخدمية والإنتاجية ودوره في تنمية التجارة الخارجية، وتنشيط ميزان المدفوعات، ويمتد قطاع الصناعة من صناعات السيارات والنسيج والأغذية وصولاً إلى صناعة الطاقة.

##### ١.٢. تاريخ الصناعة في مصر

نشأت الصناعة في مصر منذ الحضارة المصرية القديمة فقد قام قدماء المصريين باستخراج المعادن كالححاس والفضة والذهب، ونجحوا في صهرها وتصنيع الحلي المرصعة بالأحجار الكريمة، وعرفوا صناعة الآلات والأدوات الزراعية والمعدات الحربية و برعوا في صناعة الخزف وبناء السفن وكذلك صناعة المنسوجات الكتانية وعصر الزيوت، وفي العصر الحديث شهدت مصر نهضة صناعية على يد " محمد علي " الذي شهد عصره صناعة المنسوجات وصناعة السكر وعصر الزيوت ومضارب الأرز وازدهرت الصناعات الحربية وتم إقامة ترسانة لصناعات السفن ومصانع لتحضير المواد الكيماوية (الرفاعي، ١٩٣٥). وكان للاقتصادي المصري العظيم طلعت حرب الفضل في تطور الصناعة حيث طرح فكرة إنشاء صناعة وطنية مصرية في مصر حتى تتحرر البلد من سيطرة الدول الأوربية ومنع المساس بمقدرات مصر والإضرار بمصلحتها القومية. ولكنه حورب من البنوك التي كان معظمها مملوك للأجانب. فقرر إنشاء بنك مصر لتمويل مشروعاته.

كان طلعت حرب يهدف الي بناء مصانع بدلاً من تصدير المواد الخام مثل القطن لأوروبا بمبالغ زهيدة ثم استيراد المواد المصنعة مثل القماش بمبالغ باهظة، وبذلك ينمو الدخل القومي وتتحرر مصر من الضغوط الخارجية. وبالفعل نجح طلعت حرب ورفع المصريون شعار " المصري للمصري " وقام بتأسيس العديد من الشركات منذ افتتاح البنك وحتى عام ١٩٣٨م، كانت أولى الشركات التي قام بنك مصر بتأسيسها هي مطبعة مصر، وشركة مصر

تم إنشاء جهاز حماية المستهلك الذي يضم جمعيات حماية المستهلك وجهات حكومية وأخرى غير حكومية ويهدف قانون حماية المستهلك إلى محاربة الغش الصناعي والمنتجات غير المطابقة للمواصفات بما يحقق مصلحة المستهلك والتجار والصناع الملتزمين. (العيسوي، ٢٠٠٩)

#### ١.٥.١ أهم الصناعات المصرية:

١.٥.١.١ صناعة المنسوجات: تُعتبر المنسوجات بكافة أنواعها من الصناعات المهمة في مصر منذ عصر الفراعنة مروراً بعصر محمد علي ثم طلعت حرب وحدثت عصر جمال عبد الناصر؛ والذي ساهم في إعادة تأهيل وافتتاح مصانع جديدة للنسيج، معتمداً في ذلك على تطوّر زراعة القطن. والشكل رقم (1) يبين صورة لأحد عناير النسيج بالمحلة الكبرى.

١.٥.١.٢ صناعة الخيامية: هي صناعة الأقمشة الملونة التي تُستعمل في عمل السراقات؛ والتي تتميز بتنوع منسوجاتها وأشكالها وألوانها، حيث يستخدمها أهالي مصر في تزيين أفراسهم.

#### ١.٥.١.٣ صناعة الجلود:

من أهم الصناعات في مصر، وتقوم عليها صناعات الأحذية والحفائب والمنتجات الجلدية.

#### ١.٥.١.٤ الأثاث المنزلي:

تعد من أقدم الصناعات المحليّة، وتتواجد في محافظة دمياط عدد كبير من المصانع المتخصصة؛ بالإضافة إلى الورش والمصانع الصغيرة التي تخدم بدورها هذه الصناعة المتميزة، حيث تُنتج الملايين من قطع الأثاث للاستهلاك المحلي، والتصدير للخارج.



الشكل رقم 1 أحد عناير النسيج بالمحلة الكبرى

#### ١.٥.١.٥ صناعة النحاسيات:

صنعت في كل من شارع الخاسين وحي الجمالية، والتي أصبحت الآن من الأنتيكات المنزلية.

#### ١.٥.١.٦ صناعة الإسمنت:

تنتج الجمهورية المصرية سنوياً قرابة 35 مليون طن من الإسمنت لأغراض البناء، كما أنها تصدر ما يقارب ستة مليون طن إلى كل من البلاد العربية، وأمريكا الجنوبية، والدول الأوروبية، والولايات المتحدة؛ وتعد مصر من الدول السبّاقة لإنشاء مصانع الإسمنت على أراضيها، فقد تم إنشاء أول مصنع فيها عام 1٩١١ (الكوتر ٢٠١٨).

#### ١.٥.١.٧ صناعة الأدوية:

بدأت صناعة الأدوية في مصر عام 1٩٣٩ وهي بهذا تعد أكبر منتج ومستهلك للأدوية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حيث يبلغ إنتاج مصر ٣٠% من إنتاج المنطقة. كما تستوعب المنطقة أغلب صادرات الأدوية المصرية. ويلعب القطاع الخاص دوراً تزداد أهميته في توفير الرعاية الصحية.

#### ١.٥.١.٨ الصناعات الغذائية:

تمثل الصناعات الغذائية في مصر ٥٠% من إجمالي المنتجات المصنعة وتتمتع هذه الصناعة بمعدل نمو سنوي قوي يبلغ ٢٠%. تعتبر الصناعات الغذائية من أهم وأقوى الصناعات حيث تتوفر لها الموارد الخام المطلوبة وذات التكلفة المنخفضة، بالإضافة إلى توفر الأيدي العاملة. ومن الجدير بالذكر أن مصر تتميز بتصدير عصائر الفواكه والخضروات بين المنافسين على المستوى الإقليمي والدولي. ومن ناحية أخرى فإن صادرات الخضروات الطازجة

١.٣.٤ المناطق الصناعية: إنشاء المناطق الصناعية المتخصصة، وتعتبر المناطق الصناعية المتعددة وسيله جذب للاستثمارات نظراً لما تقدمه الدولة من حوافز بهذه المناطق والتي تساهم في توزيع الاستثمارات بصورة متوازنة بين مختلف محافظات مصر بما يحقق التنمية العادلة بينها، كما تم تجهيز المناطق الصناعية بالمرافق والخدمات الأساسية لتشجيع التوطن الصناعي وتم إنشاء الهيئة العامة للتنمية الصناعية والتي تقدم كافة التيسيرات اللازمة للمستثمرين، ومن ناحية أخرى تقوم هذه المشروعات بمحاربة البطالة وتوفير عشرات آلاف الوظائف (عبدالله، ٢٠٠٦)

يرصد دليل الصناعات المصرية عدداً من المدن الصناعية التي أنشأتها الدولة بتجهيزات تخدم الصناعات التي تقام عليها منها: مدينة السادات الصناعية - مدينة برج العرب الصناعية - مدينة ابرر الصناعية - مدينة العبور الصناعية - مدينة أبو رواش الصناعية - مدينة القليوبية الصناعية - مدينة شبرا الخيمة الصناعية - مدينة القاهرة الصناعية - مدينة الإسكندرية الصناعية - مدينة العامرية الصناعية - مدينة قويسنا الصناعية - مدينة الصالحية الجديدة الصناعية - مدينة العاشر من رمضان الصناعية - مدينة النوبارية الصناعية - مدينة الحرفيين الصناعية - مدينة كفر الشيخ الصناعية - مدينة المنوفية الصناعية - مدينة مايو الصناعية - مدينة السلام الصناعية - مدينة الفيوم الصناعية، وهذا بالإضافة إلى القلاع الصناعية العملاقة بالمحلة الكبرى، والتبين، وحلوان، والحوامدية، ونجع حمادي وغيرها.

#### ١.٣.٤.١ الاهتمام بالصناعات الصغيرة:

تعد الصناعات الصغيرة والمتوسطة ركيزة هامة ومكملة للصناعات الكبيرة والثقيلة لذا تهتم الدولة بدعمها وتطويرها وتمتاز بأنها لا تحتاج في عملها لرؤوس أموال ضخمة وتعتمد على الخامات المحلية المتوفرة. كما توفر فرص عمل في القرى والمحافظات. ومن أجل ذلك إنشأت الدولة الصندوق الاجتماعي للتنمية للنهوض بالصناعات الصغيرة.

#### ١.٤.١ الارتفاع بمستوى جودة الصناعة المصرية:

تحرص وزارة التجارة والصناعة على الارتفاع بمستوى جودة الصناعة المصرية بهدف رفع القدرة، التنافسية للمنتج المصري ليكون قادراً على المنافسة في الأسواق العالمية مع ربط المواصفات القياسية للسلع الصناعية بالمواصفات العالمية وخاصة الأوروبية. لذلك تم دمج وزارة الصناعة والتنمية التكنولوجية مع وزارة التجارة الخارجية في وزارة واحدة، هي وزارة التجارة الخارجية والصناعة التي اهتمت بنشر مفهوم "الجودة" كشعار قومي وربط المواصفات القياسية للسلع الصناعية بالمواصفات العالمية، والاهتمام بالمنشأ البيئي للصناعة المصرية ومطابقة المواصفات البيئية للمنتج المصري لطلب العالمي وخاصة الأوروبي. (مجاهد، ٢٠٠٢).

#### ١.٤.١.١ وضع مواصفات قياسية ودليل لجودة الصناعات:

تم وضع أول خريطة إلكترونية للجودة في مصر وإتاحتها على شبكة الأنترنت للتعريف بجميع الشركات الحاصلة على نظم الجودة. كما تم إنشاء معهد قومي للجودة بالتعاون مع الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا لتحقيق المزيد من الجودة للمنتجات الصناعية المصرية.

كما تم اصدار قراراً بتطبيق دليل جودة الممارسات الصناعية من حيث الالتزام بالمواصفات وإجراء الاختبارات المعملية ومنح شهادات التفقيش والتدريب والاستشارات والاعتماد مما يؤدي الي ضمان الالتزام والانضباط بالمعايير المتفق عليها دولياً حيث سيتم إجراء هذه العمليات جميعها في مصر وفقاً للمعايير الدولية والاعتماد على الأكواد الدولية الصادرة عن منظمة الايزو العالمية. (رزق، ٢٠٠٩)

#### ١.٤.٢ قانون حماية المستهلك:

صدر قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ والذي بمقتضاه

الصورة رسالة ذات مضمون بين مرسل ومستقبل، تعكس هدف من قام بإنجازها وعرضها، كما أن عملية اختيار الصورة تهدف إلى إرسال رسالة أو بث معنى محدد، وقد تكون الرسالة محاولة لتشويه الحقيقة، فزاوية اللقطة وحدودها، وعملية المونتاج التي تتعرض لها، والسياق الذي تبث فيه، والتعليق الصوتي أو المكتوب الذي يصاحبها، ووقت البث ومناسبته، كلها عوامل تساهم في إحداث أثر معين ومقصود بذاته في ذهن المتلقي، فالصورة ليست محايدة، بل هي متحيزة أحياناً، وقادرة على إخفاء ذلك التحيز، بل إن قراءة الصورة عند الأمي تختلف عن قراءتها لدى المتعلم والمتقن، لأن المتقن يحاول الوصول إلى المعنى الكامن في ما وراء الصورة، وليس الاكتفاء بالمتعة البصرية. (Lister, 2013)

إن اندماج التقنيات وتداخلها وتطورها خلال السنوات الأخيرة، مع بروز وسائل الإعلام الجديد، يعطي كثيراً من الثقافات فرصة ذهبية جديدة لإثبات وجودهم، وحماية أنفسهم، وتدعيم ذواتهم، من خلال المشاركة بفعالية في معركة الصورة العالمية، التي أصبحت متاحة للجميع، بل إن آلة التصوير الفوتوغرافي وتصوير مقاطع الفيديو أصبحت ترافقنا باستمرار ضمن الهواتف المتنقلة في جيوبنا. (الشميري، ٢٠١٠)

لم تعد الصورة مجرد محتوى بسيط ينشر في الأخبار بهدف تنويع المادة المنشورة حتى لا تكون جامدة، لكن تغيرت المعادلة في وقتنا الحاضر لتصبح الصورة أداة فاعلة ومؤثرة في صناعة الرأي العام، فالصورة مادة إعلامية وإعلانية في الوقت نفسه، وأصبحت أداة فاعلة ومهمة من أدوات التأثير على الجمهور بمختلف اهتماماته.

لقد أصبح هذا العصر بما يحمله من تغيرات متسارعة في البيئة الاتصالية «عصر الصورة»، حيث تصدرت المشهد الإعلامي والثقافي في العالم، فغدت لاعبا رئيسا في تشكيل الرأي العام نحو قضية ما أو موضوع مطروح أو إقناعه بوجهة نظر معينة، مما جعل عددا من الدول والحكومات، وحتى الشركات والأفراد، تدرك جيدا مدى تأثيرها وقوتها لإقناعه في إيصال الرسالة الإعلانية والإعلامية بأسرع وقت لمختلف شرائح المجتمع وفتاته المتنوعة (عبد الحميد، ٢٠٠٥).

ساهم التقدم التقني المصاحب لأشكال العرض والبث عبر الإعلام الجديد وتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعية في زيادة سطوة الصورة اليوم، فأصبحت الصورة مادة تتحدث عن نفسها في كثير من الأوقات ولا تحتاج لمزيد شرح وجهه من المتلقي في فهم معناها ودلالاتها الرمزية والتعبيرية كما هو حال بقية المواد الإعلامية المنشورة، ولا سيما إذا صاحب ذلك عرضها بطريقة مشوقة وجذابة تحوي قوالب متعددة يمكن وضعها فيها، مصحوبة بخاصية الإبهار التي تسعى لتوجيه سلوك الفرد نحو منتج أو شركة معينة، فهي من أهم أساليب صناعة المحتوى الإعلامي للمنتج الصناعي لتحقيق التميز والمنافسة محليا ودوليا، ودون تطوير المحتوى البصري ستجد عددا من المنظمات والمؤسسات الصناعية أنها أصبحت خارج المنافسة. (الهزاني، الصورة وصناعه الرأي العام، ٢٠١٨)

والمبردة والمجمدة في زيادة مطردة نحو التصدير إلى أسواق جديدة.

### ١.٥.٩. صناعة الصلب:

تمثل صناعة الصلب الأساس الذي تقوم عليه الصناعة في مصر حيث تقوم بدفع النمو في الصناعات الرئيسية الأخرى مثل البناء والتشييد وبناء السفن والسيارات والسلع الاستهلاكية. ويمثل الصلب أحد العوامل الحيوية والرئيسية لنمو قطاع التشييد والبناء، كما تدخل صناعة الصلب ضمن الصناعات الاستراتيجية الهامة اللازمة للنمو على المستوى القومي.

### ١.٥.١٠. صناعة السيارات:

تعد مصر من الدول القليلة التي تنتج السيارات في المنطقة كما تعد أيضاً أكبر دولة منتجة للسيارات في شمال إفريقيا.. حيث تقوم شركات صناعة السيارات المصرية بتجميع أجزاء السيارات المكسكة والمستوردة من الشركات العالمية أو تقوم باستيراد وحدات كاملة من السيارات من الشركاء العالميين كما تمثل وجهه متميزة للشركات العالمية لصناعة السيارات حيث ا تتخفف فيها تكاليف الإنتاج والعمالة. وعلى الجانب الاخر توفر صناعة السيارات المصرية عدد كبير من الوظائف وبالتالي تحد من معدلات البطالة. (جاد ٢٠٠٨)

### ٢. الصورة والتنمية الصناعية:

تعد الصورة صناعةً وفناً تحتاج من المتخصصين في العلاقات العامة إدراك قواعدها وطرق استخدامها لصناعة رسالة صناعية إعلامية مؤثرة لدى العملاء، فلا يكفي نشر الصورة أي صورة لغرض النشر للمنتج فحسب، ولكن لا بد أن تستفز المتلقي وتثير انتباهه إليها، لإقناعه بفكرة أو منتج، وذلك من خلال استخدام التكنولوجيا المتطورة التي تساهم في إبراز المنتج الصناعي بشكل يحقق عنصر الإبهار، ويولد رغبة الاقتناء عند متلقي الصورة.

إن صناعة المحتوى الإعلاني للصورة مهم، فلا نجاح من دون وجود مضمون يخاطب المشاهد ويحكي اهتمامه، ومع انتشار الكم المتنوع من الصور الاعلانية نجد هناك مضامين واضحة وأخرى سطحية بلا معنى ولا مضمون. لذلك يحسن بممارسي صناعة الصورة والمحتوى التقاطها من زاوية معينة كما ان عملية الاعداد والتجهيز التي تخضع لها تستهدف رسالة محددة يراد لها الانتشار والتأثير. لقد غدت صناعة الصورة كمحتوى إعلاني فناً يجب إتقانه للمنافسة وتحقيق النجاح محلياً ودولياً، ومن دون تطوير المحتوى البصري ستجد العديد من الشركات والمؤسسات أنها أصبحت خارج المنافسة. (الهزاني، تأثير الصورة في صناعة الإعلام الجديد، ٢٠١٧)

أما بالحديث عن الصورة المتحركة فقد أخذت بعداً جديداً يزيد على الصورة الثابتة، فهي صورة أكثر تفاعلية، وهذا أعطاها فعلاً تأثيرياً إضافياً عن تأثير الصورة الثابتة بسبب تكوينها التقني وقدرتها الشديدة على جذب الانتباه، بحركاتها، وبألوانها، وأصواتها ومؤثراتها، بحيث تتفاعل مع المشاهد بصريا وسمعياً، فتتفوق على كل وسائل الاتصال والإعلام الأخرى بسبب تفاعلية الصورة المتحركة، وبذلك أصبحت الصورة المتحركة من أكثر الوسائل الإعلامية وصولاً للمتلقي، والأكثر إقناعاً، وتأثيراً على المتلقي.



الشكل رقم 2 لأشكال مختلفة للإضاءة داخل الاستوديو

شكل الإضاءة النهائية، وكلما تمكن المصور المحترف من ادواته وتحكم فيها بشكل أفضل انتج صور خلاصة  
**٣. ٢. الكاميرات لإنتاج صور احترافية:**  
 أهم تطور في الكاميرا هو جوده الصورة (resolution) وعدساتها ، وقد استطاعت الشركات من انتاج كاميرات بجودات عالية مثل الكانون مارك ٥ والنيكون ٥ دي وتربع علي هذا التطور الكاميرات التي تنتج كاميرات متوسطة الحجم مثل كاميرا فيزوان

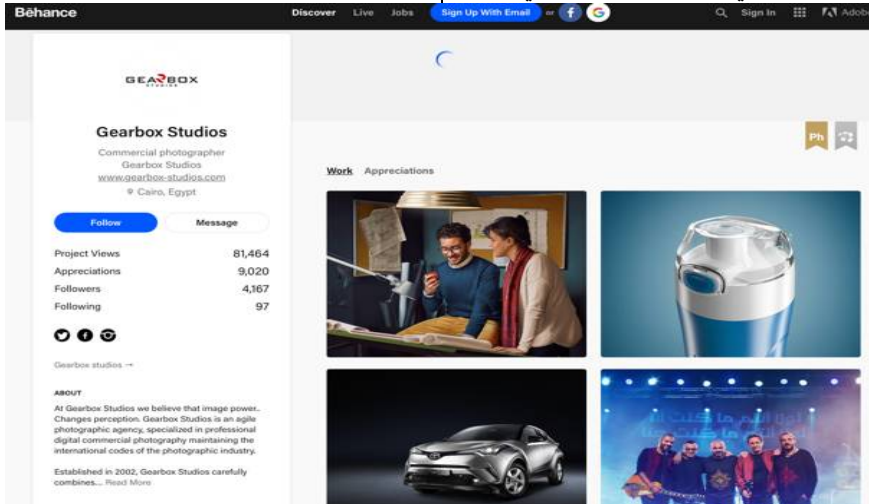
**٣. الأدوات المستخدمة لإنتاج صور احترافية:**  
 تميزت تطورات كل من الإضاءة والكاميرات وعدساتها في انتاج عوالم بصريه أقوى من قبل، فكان لها الأثر الكبير في تغيير شكل ومنظور بل ومفهوم الصورة في العالم اجمع.  
**٣. ١. الإضاءة لإنتاج صور احترافية:**  
 تطورت الإضاءة ليس من حيث نوعها واحجامها فقط بل والاهم من حيث إكسسوار المضاف اليها لتنتج تنوع واتقان وتحكم اكبر في



الشكل رقم 3 للكاميرا متوسطة الحجم وعدساتها من نوع فيزوان

المحتوي المصور كمثال لكيفية تنميه الصناعة عن طريق الصورة، وكيف احدثت الصورة الفوتوغرافية الاحترافية نقله نوعيه ونتاجيه بل وتنافسيه، ساهمت في تطوير شكل الصناعة في جمهوريه مصر العربية.  
 تأتي عقيدة استوديو جير بوكس من ايمانهم بقوة تأثير الصورة في تغيير الإدراك البصري وهو دورها كوكالة تصوير، متخصصة في التصوير الاحترافي التجاري، تحافظ على أكواد صناعة الفوتوغرافيا العالمية داخل مصر.  
 تأسس استوديو جيربوكس عام ٢٠٠٢ ليضم كل من الخلفية الأكاديمية والاحترافية، وتقنيات الإضاءة المتقدمة، بكل حداثتها، بل وأحدث المعدات، مع الخبرات العلمية والعملية لمصورها، من الأكاديميين وأصحاب المواهب المتميزة ليعملوا معاً ضمن منظومة يدا بيد مع أكبر المديرين الابداعيين Creative directors ووكالات الإعلان لتحقيق أعلى جودة للصورة، ومن هذا المفهوم تم انشاء الوكالة بعدد ١٥ مبدعا. (Behance, Studios) (2016)، وفي الصورة شكل رقم (2) نري الاستوديو في أحد أشهر منصات النشر عالميا وهي منصة بهانس Behance.

**٤. استوديو جيربوكس لصناعة الصورة ومساهمته في نهضة الصناعات المصرية:**  
 لم تتجح التنمية في معظم بلدان العالم الثالث لأن مفكره لم يدركوا أن النمو التكنولوجي هو الأساس. وقد ظلت الفجوة التكنولوجية تنتسع منذ الثورة الصناعية الأولى، بينما يركز الفكر التتموي على مجرد زيادة الدخل من أى طريق، وكانت أسعد الأحلام تتعلق بإنتاج وتصدير البترول. ومع بدء الثورة الصناعية الثالثة بدأت تسقط هذه الأحلام وبدأ العد التنازلي لنهاية عصر البترول، ومع اتساع الفجوة التكنولوجية اتساعا لم يبق إلا أن نخطط لثورة تكنولوجية، لن يعلمنا أحد كيف نبدوها، وعلينا أن نتعلم بالاعتماد على الذات. (الحناوي، ٢٠١٦).  
 التغيير التكنولوجي هو المحرك الرئيس للنمو في عصرنا الحديث وقد أدت الابتكارات الحديثة وتوافقها مع عصر الاتصالات الى انتاج ثوره في عمليات الإنتاج وتحسين مستويات المعيشية ((اليونيدو، ٢٠١٥).  
 يستخدم الباحث صور فوتوغرافية لاستوديو جيربوكس الفوتوغرافي والذي وظف الصورة الفوتوغرافية في الصناعة باعتباره أحد رواد التصوير الفوتوغرافي المعاصر في إيجاد نقله نوعيه في شكل



الشكل رقم 4 استوديو جيربوكس في أحد أشهر منصات النشر عالميا وهي منصة بهانس

جيريوكس أحدث المعدات التكنولوجية من مصادر للإضاءة ذات أحجام مختلفة وبها كبيرة الحجم التي يمكن التحكم في درجة نعومتها وتشتيتها، أو درجة تركيزها، أو درجة التباين في إضاءتها، وكاميرات لتصوير السيارات، مواكبا بذلك التطور العالمي لتقنيات تصور الأجسام المعدنية كبيرة الحجم داخل الاستوديو، بل أضاف مستحدثات تقنية البعد الثالث لإضافة المزيد من الأبعاد الجمالية التي تحملها الصورة، والثراء الصورة البصرية للمنتجات داخل مصر سواء مصنعه أو مجمعه أو حتى مستوردة، ليستفيد كل من المصنع والمستهلك في النهاية.

Nissan Sentra 2016 V1  
Multiple Owners • Follow All



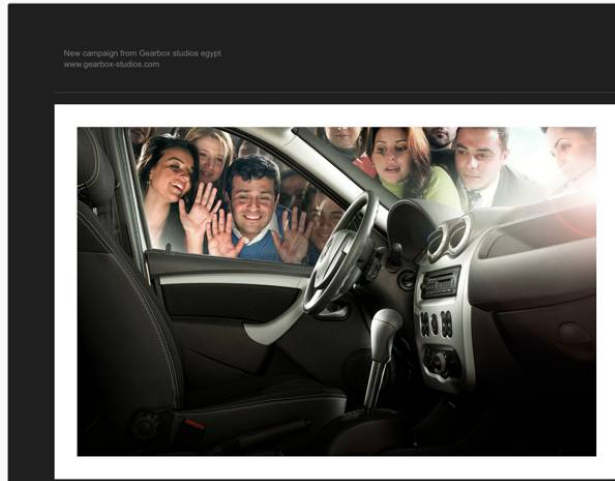
الشكل رقم 5 لسيارة نيسان – إذن بالنشر من استوديو جيريوكس

السيارة، ولا يمكن ان نغفل الهارد لكل من إطارات السيارة لزياده الإحساس بلمعائها . اما من زاوية التكوين تم وضع السيارة في النهاية لتكون في قاعه الثلث لتعطي أفضل نتيجة بصريه كما انها تتجه للشمال فكان انسب مكان لها هو الثلث اليمين ليعطي فراغ يكمل اتزان الصورة، ونري الدلالات القوية في شكل الإضاءة البيضاء الحاده كالسهم المنطلق اعلي السيارة، ولمعائها وقوه مقدمتها، مما يدل علي سرعه وحده انطلاق السيارة بل وثباتها، كما انها تتمتع بالراحة والانسيابية والثبات في نفس الوقت.

٤. ١. تطور شكل الصور المنتجة لصناعة السيارات:  
إن تصوير السيارات كمنتج معدني كبير الحجم من أصعب المنتجات في التصوير لعدة أسباب، أهمها أن جسم السيارة المعدني يعكس كل ما هو أمامه من موضوعات مثل المرايا تماما، بالإضافة إلى إظهار التفاصيل الدقيقة كدرجات الانحناءات، والتشكيلات الجمالية بجسم السيارة الانسيابي، بالإضافة إلى إظهار جماليات الألوان المعدنية لمميزة، ولمعان الاكسسوارات المعدنية المصقولة بالسيارة، ويضاف لذلك تنوع خامات الفرش الداخلي، والملامس المتباينة داخل السيارة. استخدم استوديو

استخدام المصور العديد من المصادر المتقدمة كإضاءة من نوع هينسيل بقوة فلاش ١٥٠٠ وات، والعديد من الإضافات كاكسسوارات اضاءه، واهم ما يميز هذه الصورة زاوية الالتقاط العلوية لإبراز مقدمه وأعلي السيارة، بكاميرا متوسطة الحجم من نوع فيز وان Phaseone 645DF+ لتعطي اكبر جودة صورته، وضاءه من نوع لينير ( خطية) لتعطي الخط المميز كانعكاس مراوي للإضاءة، وضاءات محسنة حاده من الامام لزياده الإحساس بمقدمه السيارة وضاءتها، كما انه تم استخدام سوفت بوكس كبير الحجم من الخلف يمين ليعطي الإحساس بنهاية

Renault Logan  
Gearbox Studi... • Follow



الشكل رقم 6 لتصميم داخلي لسيارة رينو - اذن بالنشر من استوديو جيريوكس

وهنا ظهرت احترافيه المصور في تصوير من خلال زجاج السيارة والتحكم في انعكاسات الزجاج بشكل جمالي، ليبدع في انتاج صورته فوتوغرافيه يمكن فيها استخدام الانعكاسات الضوئية والتي عادة ما يحاول المصور عدم اظهارها.

٤. ٢. تطور شكل الصور المنتجة في صناعة الأدوات المنزلية:

إن تصوير الأدوات المنزلية كمنتجات متنوعه في احجامها

استمر ابداع المصور المحترف في تصوير السيارة من الداخل، مستخدما الأضاءات المناسبة من سوفت بوكس وهارد للإظهار الملامس والاجسام بشكل جمالي، وليعطي منظور متكامل لدلالة مدي جمال التصميم الداخلي للسيارة استخدم اشخاص خارج السيارة ينظرون بل ويتصارعون لرؤيه الجمال الداخلي لتصميم السيارة، فتكامل الشعور الدلالي للإحساس بالرغبة في اقتناءها،

للإضاءة ذات أحجام مختلفة وبها كبيرة الحجم التي يمكن التحكم في درجة نعومتها وتشتيتها، أو درجة تركيزها، أو درجة التباين في إضاءتها، وكاميرات لتصوير الأدوات المنزلية، مواكبا بذلك التطور العالمي لتقنيات تصور الأجسام المتباينة في الحجم والشكل واللون والملبس داخل الاستوديو، بل أضاف مستحدثات تقنية البعد الثالث لإضافة المزيد من الأبعاد الجمالية التي تحملها الصورة، والثراء الصورة البصرية للمنتجات داخل مصر سواء مصنعه أو مجعده أو حتى مستوردة، ليستفيد كل من المصنع والمستهلك في النهاية.

واشكالها والوانها بل وملامسها تعتبر تحدي كبير امام المصور المحترف والذي يجب ان يعي متطلبات ليس فقط تكوين الكادر بل استخدام الاضاءات المناسبه لاطهار كل من الشكل والملبس واللون، فمنها ما هو فاتح اللون او العكس، معدني يعكس كل ما هو أمامه من موضوعات مثل المرايا تماما، بالإضافة إلى إظهار التفاصيل الدقيقة كدرجات الانحناءات، والتشكيلات الجمالية بجسم المنتج، مما يحتاج لخبرة ودقة لإظهار جماليات الألوان المميزة، ولمعان الاكسسوارات المعدنية المصقولة بها، ويضاف لذلك تنوع الملابس المتباينة لجسم المنتج.

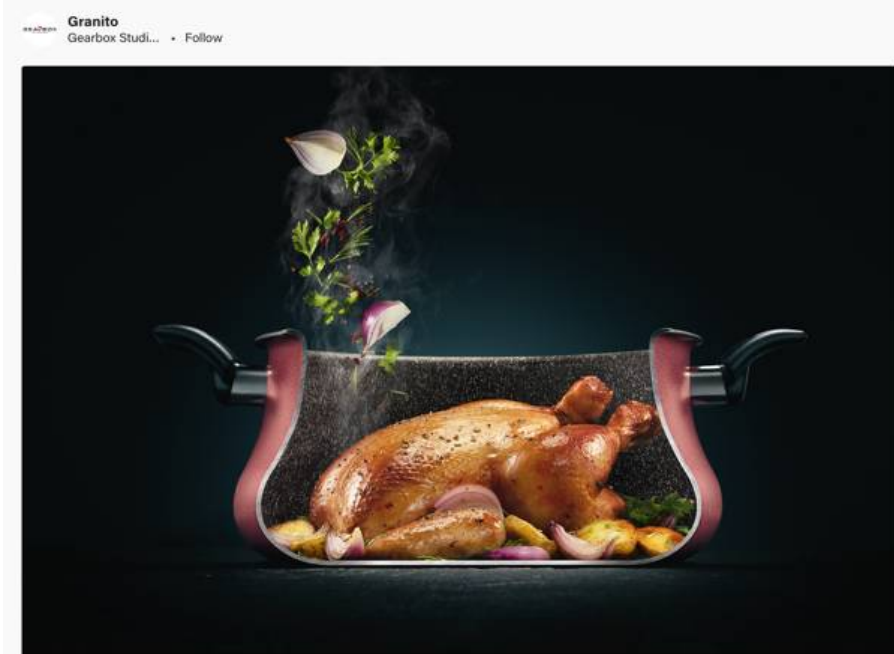
استخدم استوديو جيربوكس أحدث المعدات التكنولوجية من مصادر



الشكل رقم 7 لصوره بوتاجاز يونيفرسال – اذن بالنشر من استوديو جيربوكس

شكل حقيقي للشعلة، بل واطاءه اشكال ثلاثية الابعاد لإنتاج شعله مثاليه، واهل دلالة في الصورة استطاع المصور في انتاجها هي مدى حده وكفاءه المنتج فكل تفصيله حاده ومنسقه بشكل جيد تعطي انطباع جيد لدي متلقي الصورة بكفاءة وصلابه المنتج.

ابدع تصوير منتج مثل البوتاجاز في كيفية التحكم في التفاوت بين خامه جسم المنتج والزجاج الامامي للفرن بل والمقابض، وهنا يظهر قدره المصور علي استخدام اضاءات مختلفة بشكل يتناسب مع كل ملمس من هارد للإظهار التفاصيل والألوان وسوف لزجاج الفرن بل واستخدام خاصيه التصوير بسرعه غالق بطيئة لتسجيل



الشكل رقم 8 لصوره حلقة مصنع الاهرام – اذن بالنشر من استوديو جيربوكس

مستخدما نصفه لإظهار ما بداخله بشكل سريالي، بل اظهر مكونات ما بداخله وكأنها تتساقط من أعلاه، وهي إمكانيات تقنيه عالية في

صور المنتجات المعدنية تمثل صعوبة التصوير بها في التحكم في الانعكاسات علي جسم المنتج، ابداع المصور في اقتطاع جسم المنتج

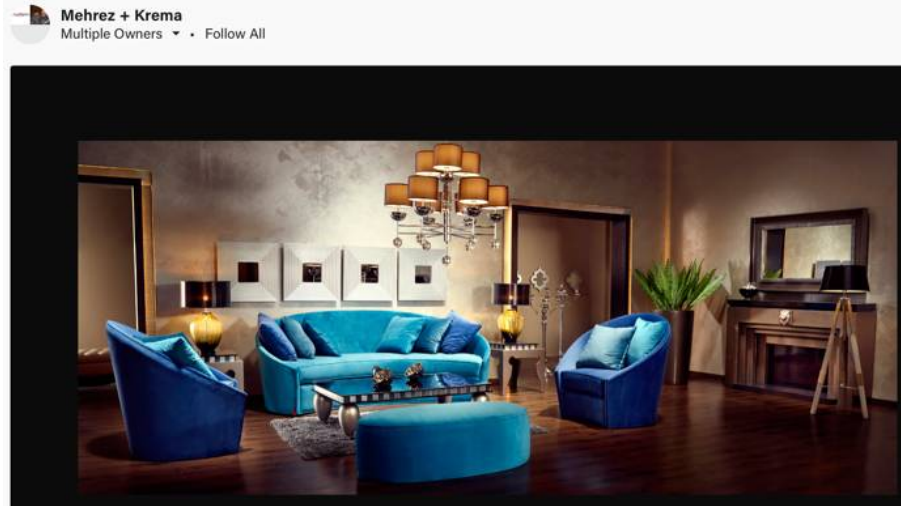
المعدن والزجاج والاقمشة بشكل تناغمي ليتناسب مع تلك الصناعة المتقدمة، فتنحاح إلى إظهار التفاصيل الدقيقة كدرجات الانحناءات، والتشكيلات الجمالية بجسم المنتج الخشبي الانسيابي، بالإضافة إلى إظهار جماليات الألوان لمميزة، ولمعان الاكسسوارات المعدنية المصقولة به، ويضاف لذلك تنوع خامات الاقمشة عليه، والملامس المتباينة به.

استخدم استوديو جيربوكس أحدث المعدات التكنولوجية من مصادر للإضاءة ذات أحجام مختلفة وبها كبيرة الحجم التي يمكن التحكم في درجة نعومتها وتشتيتها، أو درجة تركيزها، أو درجة التباين في إضاءتها، وكاميرات لتصوير الموبيليا والمنتجات الخشبية المختلفة، مواكبا بذلك التطور العالمي لتقنيات تصور الأجسام الخشبية متباينة الحجم داخل الاستوديو، بل

النقاط عده صور، واستخدام تقنية التصوير عالي السرعة، بل زاد في قدرته علي التحكم في اضاءة لإضاءة مقابض المنتج باحترافيه ليتكامل كل من المنتج من الخارج والداخل في معزوفة فوتوغرافية تدل علي إمكانيات المنتج وسعته بل وقدرته في الحصول علي طعام مطهي بشكل جمالي، مؤكدا علي جماليات المنتج ومبدعا في اخراج لوحه فوتوغرافيه ترقى للصورة فيه أكثر منها صورة لمنتج فقط

#### ٣.٤. تطور شكل الصور المنتجة في صناعة الأخشاب:

إن تصوير صناعة الأخشاب (الموبيليا) كمنتج متنوع الحجم، يحتوي علي أخشاب ومعادن بل واقمشة من المنتجات التي تعد من أكثرها احتياجا لمصور فوتوغرافي محترف لعدة أسباب، أهمها أن جسم منتج الخشبي لايشكل من الخشب فقط بل يتم استخدام



الشكل رقم 9 لصوره موبيليا – انن بالنشر من استوديو جيربوكس

وارتفاع الكاميرا لإنتاج صورته نهائية للمنتج، تعطي دلالات علي الانسيابية والراحة في تواجدك داخل تلك الغرفة، بل أضاف الإحساس بالدفء عند استخدام الاضاءات الجانبية بلون الأصفر الدافئ ليتكامل مع الأزرق للون الاقمشة فيبرز عن طريق التباين جماليات المنتج، واستمر الإبداع ليس في التشكيلات الإبداعية للإضاءة بل ترك مساحات مظلمة لتعطي نوع من الديناميكية الحركية داخل الصورة.

أضاف مستحدثات تقنية البعد الثالث لإضافة المزيد من الأبعاد الجمالية التي تحملها الصورة، والثراء الصورة البصرية للمنتجات داخل مصر سواء مصنعه او مجمعه او حتى مستوردة، ليستفيد كل من المصنع والمستهلك في النهاية.

إبداع المصور في إنتاج صورته جمالية متكاملة لصالة المعيشة داخل حجره ولم يتوقف إبداعه في اختيار الاضاءات المناسبة لإظهار جماليات المنسوجات والأجسام الخشبية سواء المعلقة علي الجدران (لوحات) او غيرها، بل في تكامل كل عناصر الصورة وزوايه



الشكل رقم 10 صورته لغرفة طعام – انن بالنشر من استوديو جيربوكس

مطلوبة. أبداع المصور في استخدام دلالات رمزيه لغرفة الطعام، في إنتاج إحساس متكامل دافئ للغرفة بالكامل مع دخول اضاءه خفيفة من الخارج فتعطي مزيد من دلالة الإحساس بالراحة عند استخدام هذا المنتج.

#### ٥. استبيان البحث questionnaire :

وللتحقق من أسئلة البحث قام الباحث بعمل استبيان تحتوي

في هذا المثال لتصوير المنتجات الخشبية كان التحدي لدى الاستوديو في عمل اضاءات متوازنة ومختلفة لطاولة طعام بلون فاتح، وقد استمر ابداع المصور في استخدام ادواته باحترافية عالية مظهرا الاختلاف في ملامس واللوان ليس فقط مقعد غرفة الطعام بل والكنسول في الخلف واستخدام اضاءه خافتة بلون دافئ للإظهار الاكواب الزجاجية بالخلف، كما استطاع التغلب على وجود مرآه كبيره الحجم لتظهر الاشكال امامها بدون حدوث أي انعكاسات غير

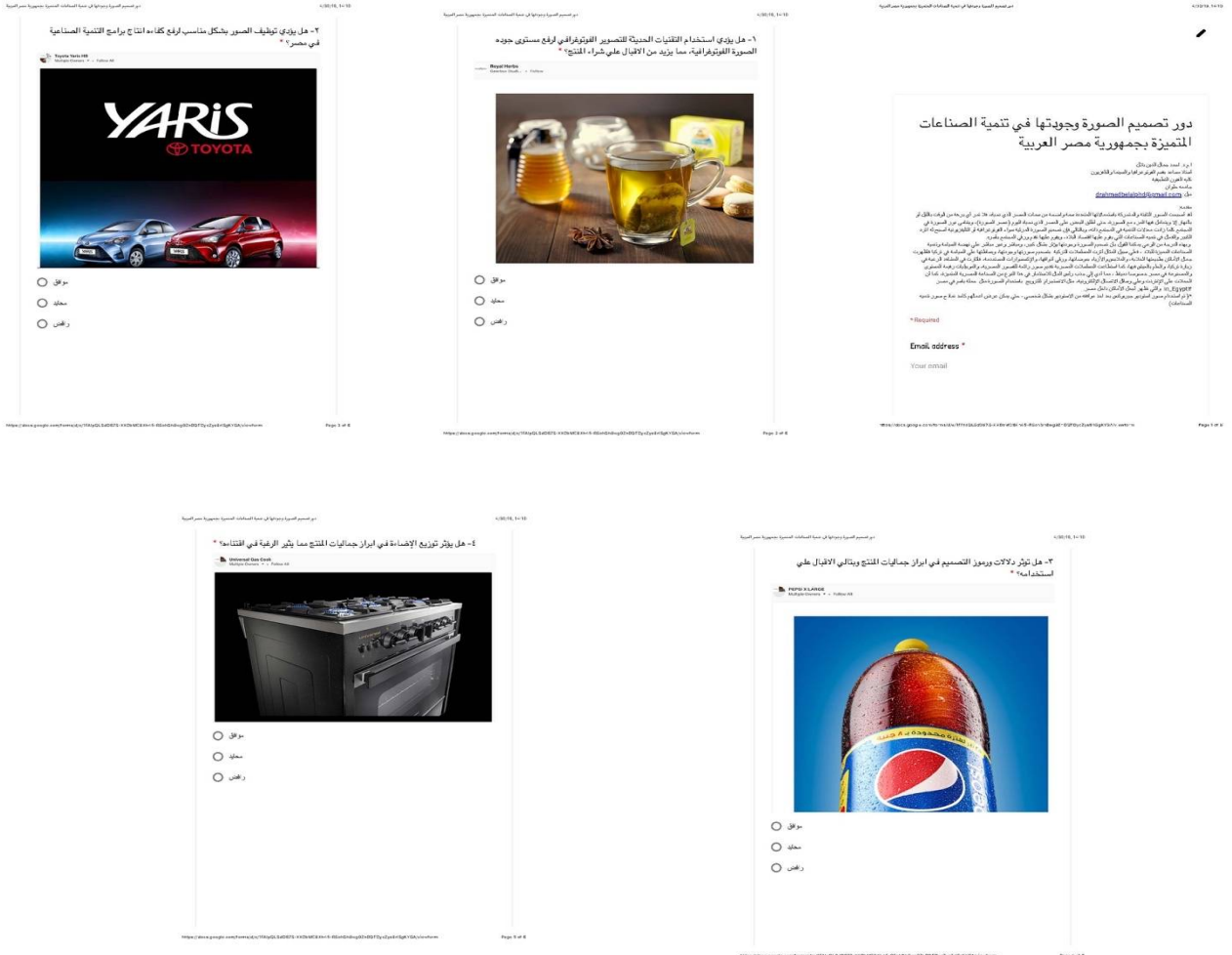


على الأسئلة للوصول لنتائج وتوصيات البحث بعد تحليل الاستبيان، عارضا لأسئلة الاستبيان التالية:

1. هل يؤدي استخدام التقنيات الحديثة للتصوير الفوتوغرافي لرفع مستوى جوده الصورة الفوتوغرافية، مما يزيد من الاقبال على شراء المنتج؟
2. هل يؤدي توظيف الصور بشكل مناسب لرفع كفاءه انتاج برامج التنمية الصناعية في مصر؟
3. هل تؤثر دلالات ورموز التصميم في ابراز جماليات المنتج

وبتالي الاقبال علي استخدامه؟

4. هل يؤثر توزيع الإضاءة في ابراز جماليات المنتج مما يثير الرغبة في الاقتناء؟
5. هل يؤثر تكوين الصورة في ابراز جماليات المنتج، ويثير لدي المتلقي الرغبة في استخدامه؟
6. ما هي معوقات انتاج صوره بصريه تخدم الصناعة في جمهوريه مصر العربية؟



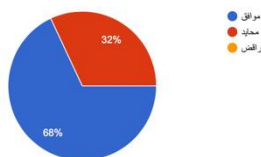
الشكل رقم 11 للاستبيان علي شبكه الانترنت باستخدام صفحه الجوجل فورمز

٥. ١. ٢. السؤال الثاني: هل يؤدي توظيف الصور بشكل مناسب لرفع كفاءه انتاج برامج التنمية الصناعية في مصر؟

ظهرت نتيجة الاستبيان ان توظيف الصور بشكل مناسب لرفع كفاءة انتاج برامج التنمية الصناعية في مصر بنسبه ٦٨٪، وفي الحياذ بنسبة ٣٢٪، وبالتالي فان اكثر من ثلثي نسبة الاستبيان يؤكدون على أهمية توظيف الصور بشكل مناسب مع وجود برامج تنمية صناعية بمصر بشكل منظم لتصل الى التنافسية العالمية.

٢- هل يؤدي توظيف الصور بشكل مناسب لرفع كفاءه انتاج برامج التنمية الصناعية في مصر؟

25 responses



٥. ١. ٣. السؤال الثالث: هل تؤثر دلالات ورموز التصميم في ابراز جماليات المنتج وبالتالي الاقبال على استخدامه؟

اكدت نسبة ٨٨٪ ان دلالات ورموز التصميم تؤثر في ابراز جماليات المنتج، مما يؤدي للإقبال على استخدامه، وهو ما يحفز

٥. ١. تحليل نتائج الاستبيان:

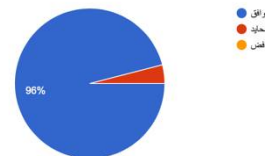
باستخدام الاستبيان علي Google Forms ظهرت النتائج كما يلي:

٥. ١. ١. السؤال الأول: هل يؤدي استخدام التقنيات الحديثة للتصوير الفوتوغرافي لرفع مستوى جوده الصورة الفوتوغرافية، مما يزيد من الاقبال على شراء المنتج؟

أظهرت نتيجة الاستبيان أن استخدام التقنيات الحديثة للتصوير الفوتوغرافي لرفع مستوى جودة الصورة الفوتوغرافية يزيد من الاقبال على شراء المنتج بنسبة ٩٦٪ ورفضت نسبة ٤٪ ذلك مما يؤكد على أهمية ليس تصوير المنتجات لزيادة انتاجها والترويج لها بل أهمية ائراء المصور الفوتوغرافي بمستحدثات التصوير والاضاءة ليكون قادر على مواكبة التطور العالمي.

١- هل يؤدي استخدام التقنيات الحديثة للتصوير الفوتوغرافي لرفع مستوى جوده الصورة الفوتوغرافية، مما يزيد من الاقبال على شراء المنتج؟

25 responses



- 0- تغطية أحد عيوب المنتج في التصوير مما يؤثر على مصداقية الصورة.
- 10- التشتيت على المنتج باستخدام شخصية اعتبارية كالبنات الجذابة أو ممثل أو لاعب كرة قدم وغيره.
- 11- عدم توافر أماكن صناعية لإنتاج هذه الصور واعتبار صناعة الصورة من الصناعات الأساسية والخدمية الضرورية للصناعة في مصر.
- 12- عدم وجود صناعات محلية جيدة منافسة للصناعات العالمية.
- 0- عدم اقتناع المصنعين بأهمية الصورة، وبالتالي محاولة التوفير في إنتاجها مما يؤثر سلباً على الصناعة بأكملها.
- كما يظهر بالشكل 13

٦- ما هي معوقات إنتاج صور بصريه تخدم الصناعة في جمهورية مصر العربية

25 responses

1
لا توجد معوقات اذا توفر المصور الفوتوغرافي المتمكن في عمله
ندرة الافكار التسويقية الجذابة لصور المنتجات
جودة المنتجات نفسها، تصميم المنتجات غير الجذاب
لا يوجد مودق تقني .. وعي المنتج أو المصنع لأهمية الإعلان بصفة عامة عن منتجاته في رفع كفاءة التسويق .. وانه عنصر من عناصر الجذب وان كان هناك عناصر اخرى أيضا واجبة
ارتفاع اسعار معدات وفوات إنتاج الصورة
محدودية ترويه لقفه اول حاجه ، ومعرفة العمل في السوق الفعلي لا تخدم نتائج الصورة المطلوبه
المستهلك مازال يفضل رؤية المنتج على الطبيعة لأنه لا يثق بصورة تجارية قد تختلف في اللون أو الخلفه عن الشكل عن المنتج الأصلي الذي يشتريه
المصنع يخضع لسلوك المستهلك ويترتب على ذلك انه لا يضع بند التصوير التجاري بشكل احترافي كأولوية في التسويق لمنتجاته
معوقات فكرية تقل الافكار من الممكن ان تعرض بصورة اما سلبية أو سلبية على حسب فكر المصمم
عدم الجود للمختصين
قلة جودتها
الثقله العنقيه ومعرفه العميه المعوجهه اليها الاعلان لمعرفة اي طريقة تتناسبه لتقدمه بشكل جيد ويعتمد هذا على فهم المصور أو المصنف المسئول عن الفكره

الشكل رقم 12 لإجابات السؤال السادس في الاستبيان

### نتائج البحث Results:

- 1- استخدام الصورة البصرية بشكل صحيح يؤدي لتطور الصناعة.
- 2- يجب التغلب على معوقات الحصول على الصور البصرية لإنتاج صورة تخدم الصناعة في جمهورية مصر العربية.
- 3- الصورة الفوتوغرافية الإعلانية الجيدة تقنع العميل وتزيد من الاقبال على المنتج.
- 4- الاستخدام الجيد للصورة البصرية يساعد في الترويج للمنتج؛ ومن ثم زيادة المبيعات، والتي تعتبر الهدف الأساسي من الصناعة والدافع على استمرارها.
- 5- اظهر الموصفات الحقيقية للمنتج تزيد المبيعات مما ينعكس على زيادة المبيعات وتطوير الصناعة.
- 6- توفير أماكن صناعية لإنتاج صور احترافية.

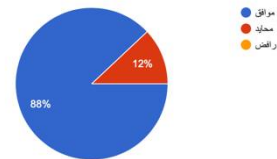
### التوصيات Recommendations:

- مما سبق يمكن اجمال التوصيات لإنتاج صورة تؤثر في الصناعة بجمهورية مصر العربية عن طريق النقاط التالية:
- 1- توافر أماكن لتدريب خريجي أقسام التصوير بجمهورية مصر العربية لثقل والارتقاء بالمصور الفوتوغرافي حتي يصبح محترفاً.
- 2- عمل حلقات نقاش بين المصممين والمصورين المحترفين لإنتاج افكار التسويقية جديدة لصور المنتجات المصرية.
- 3- زيادة جودة المنتجات نفسها والتي لا يمكن تداركها بالتصوير الجيد فالأصل هو المنتج.
- 4- زيادة وعي المصنّع لأهمية الإعلان بصفة عامة عن منتجته في رفع كفاءة التسويق.
- 6- الاستثمار في صندوق تنمية الصناعات في مصر بعمل ميزات لارتقاء بصورة المنتج في مصر.
- 7- زيادة الرقابة على المنتج المصنع محلياً وتفعيل العقوبات لتصل المصداقية من الصورة للمستهلك بمجرد رؤية صورته الحقيقية للمنتج المصري.
- 8- ان يدرج ضمن قوانين وسياسات المصنع بند التصوير التجاري بشكل احترافي كأولوية في التسويق لمنتجه.

المصنعين علي رفع كفاءه المنتج الذي تم تصويره بطريقه احترافية.

٣- هل تؤثر دلالات ورموز التصميم في ابراز جماليات المنتج وبالتالي الاقبال علي استخدامه؟

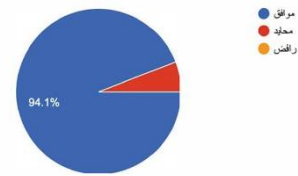
25 responses



٥. ١. ٤. السؤال الرابع: هل يؤثر توزيع الإضاءة في ابراز جماليات المنتج مما يثير الرغبة في الاقتناء؟

٤- هل يؤثر توزيع الإضاءة في ابراز جماليات المنتج مما يثير الرغبة في اقتناءه؟

25 responses



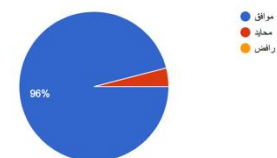
أظهر الاستبيان ان توزيع الإضاءة يؤثر في ابراز جماليات المنتج بنسبة ٩٤,١% بينما نسبة ٤% محايدين مما يؤكد علي أهمية الإضاءة وقدرة المصور المحترف على توزيعها فتبرز جماليات المنتج وبالتالي تثير الرغبة في اقتناءه.

٥. ١. ٥. السؤال الخامس: هل يؤثر تكوين الصورة في ابراز جماليات المنتج، ويثير لدي المتلقي الرغبة في استخدامه؟

جاءت الإجابة بان التكوين الجيد للعناصر داخل الصور والمقصود بها العناصر المكلمة للمنتج لإبراز جماليات ودلالات المنتج بنسبة ٩٦% يثير لدى المتلقي الرغبة في استخدامه وبالتالي يؤدي لزيادته انتاجيته.

٥- هل يؤثر تكوين الصورة في ابراز جماليات المنتج، ويثير لدي المتلقي الرغبة في استخدامه؟

25 responses



٥. ١. ٦. السؤال السادس: ما هي معوقات إنتاج صور بصريه تخدم الصناعة في جمهورية مصر العربية؟

تأتي أهمية السؤال السادس في الوصول لمعوقات إنتاج الصورة التي تخدم الصناعة والتي يمكن اجمالها من نتائج عينة الاستبيان في الإجابات التالية:

- 0- ندرة الافكار التسويقية الجديدة لصور المنتجات.
- 0- انخفاض جودة بعض المنتجات نفسها والتي لا يمكن تداركها بالتصوير الجيد فالأصل هو المنتج.
- 0- ارتفاع اسعار معدات وادوات إنتاج الصورة البصرية.
- ٤- قلة الميزانية في السوق الفعلي.
- 0- المستهلك مازال يفضل رؤية المنتج على الطبيعة لأنه لا يثق بصورة تجارية قد تختلف في اللون أو الخامة أو الشكل عن المنتج الأصلي الذي يشتريه بالفعل.
- 0- المصنع يخضع لسلوك المستهلك ويترتب على ذلك انه لا يضع بند التصوير التجاري بشكل احترافي كأولوية في التسويق لمنتجه.
- 0- عدم اللجوء لمختصين محترفي التصوير التجاري.
- 0- تجاهل أحد اهم خصائص المنتج في التصوير مما يثير تساؤلات المتلقي.

- القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
4. د.حمدي الحناوي. (٢٠١٦). تحديث النمو للحاق بالثورة الصناعية الثالثة. القاهرة: دار ومكتبة الحرية.
  5. د.ابراهيم العيسوي. (٢٠٠٩). التنمية في مصر الواقع المتعثر والبديل الافضب. القاهرة: المكتبة الاكاديمية.
  6. فهد عبد الرحمن الشميمري. (٢٠١٠). التربية الاعلامية كيف نتعامل مع الاعلام. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
  7. حسين علي الرفاعي. (١٩٣٥). الصناعة في مصر. القاهرة: مطبعة مصر.
  8. محمد الدسوقي رزق. (١٦ نوفمبر، ٢٠٠٩). بوابه الكنانة اونلاين. تاريخ الاسترداد يناير، ٢٠١٩، من الصناعة والتنمية  
: <http://kenanaonline.com/users/razanonline/posts/96242>
  9. ناصر الهزاني. (١٥ نوفمبر، ٢٠١٧). تأثير الصورة في صناعة الإعلام الجديد. تاريخ الاسترداد ٥ يناير، ٢٠١٩، من <http://www.alhayat.com/article/847253/> تأثير- الصورة-في-صناعة-الإعلام-الجديد
  10. ناصر الهزاني. (٣١ ديسمبر، ٢٠١٨). صورته وصناعه الرأي العام. تاريخ الاسترداد ٢ يناير، ٢٠١٩، من مكة المكرمة  
: <https://makkahnewspaper.com/article/109359/6/الرأي/الصورة-وصناعة-الرأي-العام>
  11. شاكرا عبدالحميد. (٢٠٠٥). عصر الصورة - السلبيات الايجابية. سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، ٣١١.
  12. امينة جاد. (٢٩ يونيو، ٢٠٠٨). الصناعة في مصر وآمال التنمية والنهضة. تاريخ الاسترداد ٢٣، ٢، ٢٠١٩، من <https://www.masress.com/egynews/49850>
  13. منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو). (٢٠١٥). دور التكنولوجيا والابتكار في التميمج الصناعي الشامله والمستدامه. النمسا: منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو).
  14. Gearbox Studios. (12 December, 2011). تاريخ Gearbox Studios. (Gearbox Studios) Behance: من March, 2019 الاسترداد <https://www.behance.net/gearboxstudios>
  15. Gearbox Studios. (19 June, 2016). Behance. (Gearbox Studios، المنتج، و Gearbox Studios) Mehrez + من March, 2019 تاريخ الاسترداد Krema: [https://www.behance.net/gallery/38554681/Mehrez-Krema?tracking\\_source=search%7Cgearbox%20studios](https://www.behance.net/gallery/38554681/Mehrez-Krema?tracking_source=search%7Cgearbox%20studios)
  16. Martin Lister. (2013). The Photographic image in digital culture. England: Routledge.

٩- عدم السماح من قبل نقابة مصممي الفنون التطبيقية للتصوير الاحترافي الاحكامي شهادة معتمدة للتصوير التجاري الاحترافي.

١٠- توافر مجمعات صناعية لإنتاج هذه الصور واعتبار صناعه الصورة من الصناعات الأساسية والخدمية الضرورية للصناعة في مصر.

### الخلاصة Conclusion :

في عصر صناعة الصورة أصبحت الصورة تقيم معادلاً خيالياً للواقع، فتكون الصورة هي الأساس وليس الواقع، وأصبحت الصورة أحياناً تسبق الواقع وتمهد له.

تطور دور الصورة في الصناعة، فمنذ نشأتها تداخلت مع المجتمع في شتى المجالات، فصناعة الصورة في عالم الإعلام الجديد وعبر التواصل الاجتماعي انتشرت بشكل كبير، فأصبحت الصورة مادة إعلامية وإعلانية في الوقت ذاته، وغدت أداة مهمة من أدوات التأثير على المجتمع والري العام.

لقد أدركت العديد من الدول والشركات والأفراد تأثير الصورة وقوتها في إيصال الرسالة الإعلانية بأسرع وقت، وأسهل الطرق. إن تأثير الصور اليوم يزداد مع التقدم التكنولوجي لمعدات انتاجها بل وأشكال العرض والبيث عبر الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي. فانتشار الصورة ينبع من أن الصورة تتحدث عن نفسها، كما أن طرق عرضها الحديثة مشوقة للغاية.

ومن هنا ظهرت مشكله البحث في هل للصورة أثر علي تنميه الصناعة في جمهوريه مصر العربية، والتي هي جزء من المجتمع وتطوره، وهل يمكن ابراز دور الصورة في تنميه الصناعة في مصر؟

ويلبها تساؤلات البحث والتي تم الإجابة عليها في متن البحث وللحصول على نتائج حقيقية تم عمل استبيان للوصول لنتائج أظهرت مدي تأثير الصورة على الصناعة وتطورها والتي تظهر بشكل كبير في منتجات مصرية، لكن لتعم الفائدة ولنرتقي بكل منتج مصري وجب على كل من مصنعي المنتجات والحكومة وأماكن تخريج المصورين المحترفين عمل منظومه عمل متكامله بينهم وعمل مكان موحد كمرکز لإنتاج تلك الصور في أكثر من مكان داخل جمهورية المصرية.

فتأثير الصورة في عالم الصناعة اليوم ابهر العالم أجمع فلجأت الكثير من الصناعات لها لإبراز ما تريده في منتجها الصناعي، فهي بمثابة القوة الناعمة لأي دولة تنشأ التأثير والحضور الصناعي الفاعل في المجتمع الدولي. كما امتد تأثيرها اليوم ليشمل التأثير على عقل الفرد ومشاعره من خلال خاصية الإبهار وتوجيه سلوكه نحو منتج أو شركة معينة.

وتختلف استخدامات الصورة بحسب مكان نشرها، ومع بروز مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تأثيرها وانتشارها واسعاً وجمهورها متعدد.

### المراجع References :

1. ديسحر حسن احمد. (٢٠١٦). الصناعات الثقيلة محور التنمية في مصر : ١٩٥٤ - ١٩٧٤. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
2. د.محمد منير مجاهد. (٢٠٠٢). مصادر الطاقة في مصر وفاق تنميتها. القاهرة: المكتبة الاكاديمية.
3. د.محمد احمد عبدالله. (٢٠٠٦). تخطيط المناطق الصناعية.