

رؤية مبتكرة لدور القيادة الالكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني

أغادة مصطفى احمد إسماعيل ، أفاطمة عبد الرحمن بدوي

^{٢٠١} أستاذ أصول التربية الفنية - قسم علوم التربية الفنية - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.

Email address: mohamedw72000@yahoo.com

To cite this article:

Ghada Mostafa, Journal of Arts & Humanities.

Vol. 9, 2022, pp.142 -160. Doi: 8.24394/JAH. 2022 MJAS-2202-1049

Received: 15, 02, 2022; **Accepted:** 27, 02, 2022; **published:** June, 2022

المخلص:

لم يتطرق أحد للقيادة الالكترونية في مجال الفن التشكيلي رغم انتشار تطبيق هذا المفهوم عبر الانترنت بدون قيادة لها، فنجد انتشار المعارض الافتراضية والمتاحف وطباعة اعمال فنيه والشراء والبيع جميع مجالات الإنتاج الفني عبر هذا العالم الافتراضي. فقد ساعد التطور التكنولوجي علي التواصل الجيد بين المنتج والمستهلك، وافسح المجال علي مستوى عالمي لتبادل الفن كسلعه جمالية، وبالتالي وجدت ضرورة ملحه لتنظيم هذا الكم الهائل من الاعمال الفنية المنتشرة عبر الانترنت بمختلف بلدان العالم وخلق وظائف تنظم مسار التقدم والإرشاد الي تحقيق اكبر نفع ممكن لمستقبل مسار الفن وقيمه الجمالية وذوق المستهلك له الخ، فكل ما سبق حدا بالفنان لتغيير اساليبه وأفكاره واتباع طرز فنية أكثر تطورا تمشيا مع المتغيرات العالمية، فأصبح في القرن الحادي والعشرين اغلب الإنتاج ينتج رقمي ويعرض عبر عالم افتراضي، مما ساعد علي تغيير جمهور المتلقين أو المتذوقين للفن، وجذب فئات مجتمعية متنوعه، كانت لا تصل له باي شكل من الاشكال، الان وعبر المعارض الافتراضية والتسويق الالكتروني المنتشر وظهور العديد من المواقع الهادفة لعمليات التسويق وما يسود بالبعض منها من متاجرة بالأعمال الفنية وظهور العديد من السلبيات بهذا المجال أصبح مجال الفنون في أمس الحاجة لقيادة الكترونية تعمل كرقب ومسيطر علي القيم الجمالية والأخلاقية المعروضة.

الكلمات الدالة:

القيادة الالكترونية - العمل الفني - التسويق الالكتروني - المنتج الفني .

١- المقدمة:

خلفية المشكلة:

ومؤسسات تربيته مختلفة، مع عدم تنظيم سوق لعرض المنتجات الفنية بمختلف مجالاتها، وبالتالي ضعف التسويق المحلي والعالمى الالكترونى مما احدث اضطرب بالميدان، ودعا الي طرح فكره القيادة الالكترونية بالفنون، ومن خلال استطلاع رأي لخريجي التربية الفنية وطلاب مرحلة البكالوريوس وجد لديهم فكره مسبقه الي حد ما لتطبيق هذا النظام القيادي ، فقد مارس أغلبهم التعامل مع السوق الالكترونى سواء للبيع او الشراء. ولأهمية القيادة الإلكترونية في التغيير في الأنماط التنظيمية التي سهلت الثورة الرقمية، فاعتمد ظهور الفرق والعمل عن بعد

أدي الانفجار التكنولوجي إلي زيادة حاجة القدرات المؤسسية والفردية للدعم التكنولوجي، وخاصة بزيادة قدرة التكنولوجيا على التكيف مع الاحتياجات الفردية والمجتمعية، وزيادة التفاعل بين الأفراد والتكنولوجيا من خلال الذكاء الاصطناعي ، فظهر الاحتياج الي قيادة الكترونية لتنظيم الفوضى التي انتشرت خلال العديد من المواقع الافتراضية، وخاصة بميدان الفنون حيث ظهرت العديد من المعارض الرقمية للفنون، وظهرت شهادات

منها من متاجرة بالأعمال الفنية، وظهور العديد من السلبات بهذا المجال أصبح مجال الفنون في أمس الحاجة لقيادة إلكترونية تعمل كقريب ومسيطر على القيم الجمالية والأخلاقية المعروضة. فمن خلال المعارض الافتراضية أصبح المجال مفتوح لأي عمل فني يرتقي لمصاف الأعمال الفنية أو لا يرتقي، وغزا الفن مجموعته من الهواة الذين نالوا تشجيع من المعارف عبر العالم الافتراضي بقدر قد يفوق تشجيع الفنان المحترف، مما أدى لإنهيار عديد من القيم التشكيلية، وكل هذا تحت مسمى المعاصرة.

مشكلة الدراسة :

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

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

أهداف الدراسة :

١. التعرف على دور القيادة الإلكترونية في مجال الفنون ومواقفها.

٢. تحديد سمات القائد الإلكتروني بميدان الفنون.

٣. وضع تصور مقترح لدور القيادة الإلكترونية في إنتاج العمل الفني وتسويقه.

أهمية الدراسة :

وأنماط القيادة الموزعة بشكل كبير على الاتصالات الإلكترونية السريعة التي يجب على القادة إتقانها وإدارتها وتنسيقها، فمن الأهمية الاعتماد علي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمختلف أشكال الإدارة الحديثة التي كثيراً ما يطلق عليها "أدوات التعاون" (Anthopoulos et al 2007).

منه وجدت ضرورة لظهور قيادات إلكترونية لإدارة الإنتاج الفني على مستوي العالم، لأنشاء قاعدة تسجيل إلكتروني توفر بنك معلومات للإنتاج الفني يحمل رقم كالتسجيل المدني، فكل قطعه فنية مخلوق جمالي وجد على الأرض لو لم يتم تسجيله في سجلات قد يمحي اثره وكأنه لم يوجد، ومع الاخذ في الاعتبار لما يملكه هذا العمل من تسجيل لفترة تاريخية وفكرية ونفسية وما يحمله من خبرات بشرية قد تكون تراث للأحفاد يستعينوا بها في التعرف علينا، كما نستعين بفنون الحضارات للتعرف عليهم، منه نجد أهمية القيادة في خلق سجل عالمي للأعمال الفنية يندرج فيها مختلف الاعمال الفنية بأرقام عالمية، ويتم تداولها بين العاملين بميدان الفنون سواء شركات او مؤسسات او افراد، يسجل فيه العمل الفني بأبعاده وخاماته وادواته وتاريخ انتاجه ومنتجه- مؤهله، ثقافته، بلده، اطاره المرجعي لو امكن، تاريخه الانتاجي ، من خلاله هذا يمكن اتاحه العمل الفني للجمهور كمنشآت تجاري في شكل soft يمكن عرضه عبر اجهزه الكترونية أو طباعته او توفيره كنسخة واحدة أصلية من إنتاج الفنان - وهذا يساعد على حفظ حقوق الملكية الفكرية للمنتج الفني- محليا وعالميا، مما يساعد على تحفيز الفنانين لتسجيل انتاجهم الفني، وتوفير عائد مادي لهم يساعدهم على الحياة، ويمكن ان تتمثل القيادة الإلكترونية في برنامج إلكتروني موضوع لتنفيذ أو أوامر معينه بدون قيادة من الانسان بواسطة الذكاء الاصطناعي .

فقد أثر التطور الصناعي والتكنولوجي على مسار الفن وقيمه الجمالية وذوق المستهلك له، مما حدا بالفنان لتغيير اساليبه وأفكاره واتباع أساليب فنية أكثر تطورا تمشيا مع المتغيرات العالمية، فأصبح في القرن الحادي والعشرين أغلب الإنتاج يمارس رقمي ويعرض عبر عالم افتراضي، فأصبح التغيير السريع في القيم والمفاهيم الجمالية المتنوعة تلقي قدرا من التقدير المختلف من فئات مجتمعية متنوعة، حيث نالت الأعمال الفنية المعروضة جمهور كانت لا تصل له بأي شكل من الأشكال، الآن وعبر المعارض الافتراضية والتسويق الإلكتروني المنتشر وظهور العديد من المواقع الهادفة لعمليات التسويق، وما يسود ببعض

لا يرغب في القيام بالعمل ولا من لديه أفكار أخرى يشعر انها انفع مما يوجه اليه القائد وغير ذلك من المعوقات التي يجتهد في تلافيتها القائد ويبدل فيها الكثير من الوقت لتوحيد الصفوف، فهو قادر على تنظيم وقت الأداء والتحكم فيه، في القيادة الالكترونية لا يجد القائد لإطاعة للأوامر، فتعد أسهل في توصيل وتواصل الأعمال الفنية للمتذوقين في أي مكان بالعالم ولجميع الفئات المجتمعية، وشملت المجالات التي كانت فيها الكفاءة في المهارات الإلكترونية أكثر أهمية: الاتصال الإلكتروني، وإدارة التغيير الإلكتروني، ومهارات وبناء الفريق الإلكتروني، وإدارة التغيير الإلكتروني، ومهارات التكنولوجيا الإلكترونية، والثقة الإلكترونية (Wart.M- 2017). القيادة الالكترونية للفنون فالقيادة الالكترونية تمتلك أفكار مبدعة ولها القدرة على حل مشاكل العمل (Arokiasamy et al., 2015)، وتسعى لتحقيق استقرار الموظفين بالعمل على نمو المنظمة من خلال بذل جهود عالية في مهارات التكنولوجيا الالكترونية (Okazaki-2009) بأنها عملية إدارية فعالة لتنظيم الأداء لمصالح ومتطلبات الفنون من خلال عملية متطورة يديرها القائد الإلكتروني، وتمكن كذلك العديد من ممارسي الفن التعامل معها، ويمكن تعريفها أيضا بأنها عملية سيطرة على فوضى التحرك الالكتروني من خلال عملية متطورة خاصة بكل قائد يعتمد فيه على التكنولوجيا، وتمكن العديد من الفنانين لتحمل مسؤولية القيادة بأنفسهم مرة أخرى ، فتقدم برامج الذكاء الاصطناعي أكبر مجموعة من خيارات التسارع الإلكتروني والتحكم في التوجيه المتاح لتلائم إنتاج او تسويق أي نوع من الاعمال الفنية، ويعد هذا من اهم أدوار القيادة الكترونية، حيث يقوم القائد باستخدام جهاز إدخال التوجيه للأداة سواء كان (كمبيوتر-تابلت-أي باد-تليفون.... الخ) فيتم من خلال برامجها تحويل الإنتاج الفني إلى إشارة إلكترونية رقمية. وبالتالي تبث شاشة الأداة مجموعة متنوعة من وظائف كالإنتاج او التسويق.

العمل الفني :

عبارة عن منتج يحمل محتوى فكري وبصري ناتج عن أداء مهاري ابداعي لفنان بخامة طبيعة او مصنوعة، يتم عرضه من خلال شبكة تواصل واقعية او افتراضية للتواصل مع الجمهور. وهو لوحة، أو نحت، أو صورة فوتوغرافية، وما إلى ذلك المضمنة في الكتب والمجلات والمواد المطبوعة الأخرى، تم إنشاؤها لتكون جميلة أو للتعبير عن فكرة أو شعور مهم يمكن إعادة تعريف الأشياء المادية التي توثق الأعمال الفنية غير المادية

١-إضافة دراسة جديدة تفتح نطاق القيادة الالكترونية بميدان الفنون.

٢-التعرف على الفارق في الخبرة الرقمية بين الطلاب والخريجين وايهما انسب في القيادة الالكترونية.

منهجه الدراسة : تتبع الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث ينقسم الي محورين:

المحور الأول: استطلاع رأي للعاملين بميدان الفنون، تتمثل محاوره في:

١-مفهوم القيادة الالكترونية للفنون.

٢-القيادة الالكترونية ودورها الرقمي في مجال الفنون.

٣-القيادة الالكترونية وتسويق المنتج الفني

المحور الثاني: تصور للدور القيادي الالكتروني بميدان الفنون. **عينه الدراسة :**

١-خريجي كليات التربية الفنية ويعملون بالميدان العملي للتربية الفنية باختلاف المجالات.

٢-طلاب كلية التربية الفنية بمرحلة البكالوريوس بالفرقة الخامسة بنين وبنات.

أسباب اختيار العينة: للتعرف على الفروق الفردية في التسويق الالكتروني بين طلاب دارسين للفن على وشك التخرج وبين عاملين بميدان الفنون تخطي خبرتهم بالميدان ما يقارب ال ٢٠ عام واكثر

مصطلحات الدراسة:

القيادة الالكترونية هي "عملية التأثير الاجتماعي المتضمنة في كل السياقات القريبة والبعيدة التي تتحقق من خلال تكنولوجيا المعلومات المتقدمة، التي يمكن أن تنتج تغييرًا في المواقف، والمشاعر، والتفكير، والسلوك، والأداء(عجلان-٢٠١٩)

فالقيادة الالكترونية نتاج لثورة تقنيات الاتصالات والمعلومات، حيث حظي القادة في المنظمات اليوم بالعديد من الأدوات والوسائل، ومن ابرزها توظيف واستخدام تقنيات الاتصالات والمعلومات في التأثير والتواصل وتنفيذ مختلف المهام الإدارية(عجلان-٢٠١٨) و القدرة على التأثير في الآخرين وجذبهم لأداء أفعال يرغباها القائد برضي منهم ، هنا نجد استبدال الافراد بالتكنولوجيا، فالقيادة هنا معتمدة على إنشاء برامج الكترونية موضوعه بشكل مسبق او يقوم بإنشائها القائد لتحقيق هدف ما، وقيادة هذا البرنامج بما يحقق مصالحه او مصلحة شركته، فهنا القيادة تختلف عن قيادة البشر فلا يوجد من يجادل او

خاتمة مصطفى وآخرون : رؤية مبتكرة لدور القيادة الإلكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني.

منهم أكثر اهتماما بها، وهل يجدر للقيادة الإلكترونية قيمة تضيف لمجال الفن ما ينقصه.

تمثلت العينة في

١- عدد الخريجين = ٤٢ ٧٨,٦ أنثى: ٢١,٤% ذكور السن تراوح بين ٢٥: ٥٨

٢- عدد الطلاب = ٧٢ ٩١,٧% أنثى: ٨,٣% ذكور السن تراوح بين ٢١: ٢٣

٣- تتراوح سنين الخبرة بين الخريجين بين ١١ سنة: ٣٥ سنة، مقابل ٥ سنوات تعلم للطلاب

تم طرح عدد (٢٤) سؤال من بينهم (٢٢) سؤال مغلق وسؤالين مفتوحين.

نتائج الدراسة:

نص الهدف الأول: التعرف على دور القيادة الإلكترونية في مجال الفنون ومواقفها.

تصنيف وتحليل الإجابات:

جدول رقم (١)

تم طرح السؤال الأول هل تنتج اعمال فنية؟ على العينة جاءت إجابات ٦٩,٦% من الطلاب بثقة انهم ينتجون أعمال فنية بينما، وثق ١٥,٤% من الخريجين من انتاجهم الفني بينما تشكك نسبة ٦١,٥% من هذا، بينما تشكك ٢١,٧% من الطلاب في أنتاجهم الفني، وقد يرجع ذلك لاختلاف معيار الفن فيما بينهما، أو تشكك الخريجين في كونهم فنانيين، أو ربما لضعف التسويق الفني للمنتجات الفنية بمختلف الأسواق، وعدم وجود مكان او مركز يساعدهم على التسويق مما أحاط العينة بشيء من الإحباط والتشكك في كونهم فنانيين، فالفنان يقيس مستوي فنه بتقبل جمهور المتلقين لفنه، وبناءا عليه الاقبال على الشراء، لكن ساحة الفن التشكيلي تخلوا من أي تنظيم سواء لعرض الاعمال الفنية او خلق سوق لتسويقها، رغم ظهور عدد من المعارض الفنية الاون لاين والتي تساعد على انتشار الاعمال الفنية ورفع الذوق الجمالي والفني العام.

جدول رقم (٢)

س٢: تنتج اعمالك الفنية الرقمية بهدف، رتب تبعاً للأفضلية

أو المفاهيمية، ولكنها لا تتوافق مع الأعراف الفنية، وإعادة تصنيفها كأشياء فنية. بعض دادا و النيو دادا المفاهيمية و الجاهزة وتلقى أعمال إدراجها في وقت لاحق أيضا، بعض التصاميم المعمارية و نماذج من المشاريع غير منتهية، مثل فيتروفوس ، ليوناردو دا فينشي ، فرانك لويد رايت ، و فرانك جيري ، أمثلة أخرى (W.2021).

القائد بميدان الفنون : يتركز في عدة مجالات:

١. قائد منتج للعمل الفني.

٢. قائد مدرب على انتاج العمل الفني.

٣. قائد مثقف بالفن.

٤. قائد مسوق للأعمال الفنية.

٥. قائد بنك معلومات

القائد الإلكتروني:

هو الفرد الذي يقود العمل والتوجه في بيئة افتراضية (Gheni et al., 2015).

جدول رقم (١)		
س١: هل تنتج اعمال فنية		
النوعية	طلاب	خريجين
نعم	٦٩,٦%	١٥,٤%
ربما	٢١,٧%	٦١,٥%
لا	٨,٧%	٢٣,١%

علم المعلومات:

نظام يتعامل مع عمليات تخزين ونقل المعلومات. يحاول الجمع بين المفاهيم والأساليب من مختلف التخصصات مثل علم المكتبات ، علوم الكمبيوتر والهندسة، و علم اللغة ، علم النفس ، وغيرها من التقنيات من أجل تطوير التقنيات والأجهزة المساعدة في التعامل، وهذا هو، في جمع وتنظيم، تخزين المعلومات واسترجاعها وتفسيرها واستخدامها (E.B.2021).

٢- الإطار العملي:

تم عرض استطلاع الرأي عن طريق Google drive forms لعينه من خريجي وطلاب كلية التربية الفنية - جامعة حلوان، وذلك الاستطلاع أمن في ظل أزمة كورونا ولحصد أكثر نتائج بطريقة سريعة وامنة ، وذلك بهدف التعرف على الفارق بين الفئتين -طلاب وخريجين-في التعامل مع القيادة الإلكترونية، واي

جدول رقم (٢)											
س٢: تنتج اعمالك الفنية الرقمية بهدف، رتب تبعاً للأفضلية											
التفضيل		تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع		تفضيل خامس	
البنود	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب
البنود	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب	خريجين	طلاب
انتاج فني قابل للتسويق	٣٧,٥	٣٥,٧	٢٥	٧,١	٢٩,٢	٢١,٤	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٢١,٤
انتاج فني غير قابل للتسويق	١٢,٥	١٤,٢	١٢,٥	٧,١	٢١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٢١
قضاء وقت الفراغ	١٦,٧	٧,١	١٢,٥	٢١,٤	١٦,٧	١٤,٢	٢١,٤	٢٩,٢	٢١,٤	٢١,٤	١٤,٢
رفع مستوي التدوق لدي الجمهور	٢١	٣٥,٧	٢٩,٢	٢١,٤	٤,٢	٢٨,٦	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤
لتعلم الاخرين	٨,٣	٧,١	٨,٣	٤٢,٩	٢١	١٦,٧	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤
اهداف اخري	٤,٢	-	١٢,٥	-	٨,٣	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١

التدوق لدي الجمهور، والتفضيل الثالث للإنتاج الفني القابل للتسويق، والتفضيل الرابع رفع مستوي التدوق لدي الجمهور، والتفضيل الخامس لقضاء وقت الفراغ، والتفضيل السادس. وتساوي في التفضيل رفع مستوي التدوق لدي الجمهور مع الإنتاج القابل للتسويق للخريجين، والتفضيل الثاني تساوي فيه قضاء وقت الفراغ مع رفع مستوي التدوق لدي الجمهور، والتفضيل الثالث تمركز في رفع مستوي التدوق لدي الجمهور، والتفضيل الرابع والخامس انتاج فني غير قابل للتسويق، والتفضيل السادس لأهداف أخرى غير المطروحة.

ولم يحصل تعليم الاخرين على المركز الأول لأي تفضيل للعينه، رغمًا من ان خريجي التربية الفنية مهمتهم الاولى هي التعليم، منه نستنتج تخلي الطالب من قبل تخرجه عن هذه المهمة كما فعل الخريج من قبله، منه نجد اهتمام الطالب والخريج يتمركز بشك أساسي حول الإنتاج الفني القابل للتسويق، فالإنتاج الفني غير القابل للتسويق يهتم به الخريجين فقط، ربنا يرجع هذا لتفتح الشباب ورغبتهم في تحقيق أرباح تساعد على بناء مستقبل، بينما حظي الإنتاج غير القابل للتسويق على التفضيل الرابع والخامس للخريجين وقد يرجع ذلك لانطلاقهم في ميدان الفن فاصبح انتاجهم لذاتهم يشكل أهمية اكبر من إرضاء الاخرين لتسويقه.

فمع ظهور ضعف ثقة عينة الخريجين في انتاجهم بحيث انهم فضلوا اختيار ربما ينتجوا فنا، وكأن المعايير الفنية الحديثة غير منطبقة مع أعمالهم، او انه تم توظيف قدراتهم وطاقتهم في ميدان غير مجال الإنتاج الفني، في مقابل تقه ما يقرب من ٧٠% من الطلاب بإنتاجهم لأعمال فنية، فهل الثقة بالنفس لدي الشباب تخبوا بالتفاعل مع سوق العمل، ام ان الطالب ممارس الفن قادر على تقديم اعماله بجراه تختلف عن الخريج، فلا يقدم ما يقرب من ٢٣% من الخريجين أي عمل فني، وقد يرجع ذلك لانشغالهم بكسب قوتهم، ولكن طلاب التحقوا بكليات فنية وابتجوا اعمال فصلية يقيموا عليها يعتبروا أنفسهم ل كما أن التسويق الإلكتروني يوفر نطاق واسع من العملاء المستهدفين ويوفر العديد من الخيارات التسويقية والترويجية عبر الانترنت، ويشمل أيضا إدارة بيانات العملاء الرقمية، فيضم الجوانب التقنية والإبداعية للإنترنت بما في ذلك (التصميم والتطوير والاعلان و المبيعات...) كذلك الإعلانات التفاعلية على الانترنت والتسويق. (مبارز، م. ٢٠١٧)

ومن جدول رقم (٢) يوضح إجابة السؤال تنتج اعمالك الفنية الرقمية بهدف، رتب تبعاً للأفضلية، فجاء التفضيل الأول لإنتاج فني قابل للتسويق من الطلاب، والتفضيل الثاني رفع مستوي

جدول رقم (٣)

العملاء الكترونيا، بينما تواصل الخريجين بتشكك في تواصلهم فحصلت اجابتهم برهما على ٦٤,٣%، بينما جاء تأكيد التواصل بنسبه ٢٨,٦% فقط، منه نجد زيادة قدرة الطلاب على التواصل الالكتروني مع عملائهم بشكل أكبر من الخريجين، يرجع ذلك لطبيعة هذا الجيل الذي درس التكنولوجيا بالمدارس والكلية وما يحصلونه من معرفه عبر الكورسات للبرامج المرتبطة بمجال دراستهم.

جدول رقم (٥)

جدول رقم (٥)		
هل لديك فكره عن القيادة الالكترونية للفنون؟		
الاجابة	طلاب	خريجين
ممتازة	٨,٣	-
جيدة جدا	١٦,٧	١٤,٣
جيدة	٥٠	٤٢,٩
مقبولة	٢٠,٨	٢١,٤
لا	٤,٢	٢١,٤

في الجدول رقم (٥) جاءت نسب الإجابة على السؤال "هل لديك فكره عن القيادة الالكترونية للفنون؟" وطلب تحديد درجتها، فكانت جيدة لدى كلا من الطلاب والخريجين، تلاها مقبول كمرتبة ثانية، وظهرت من لديه فكره ممتازة يمثل ٨,٣% من الطلاب بينما لم نجد أي نسبة لدى الخريجين، ومن لديه فكرة جيدة جدا بمقدار ١٦,٧% وهي تقترب من الخريجين الذي حصلوا على ١٤,٣%، أما عدم وجود فكره فتتضح بشكل كبير لدى الخريجين حيث حصبت على ٢١,٤%، منه نجد لدى الطلاب فكره أوسع من الخريجين.

جدول رقم (٦)

في الجدول رقم (٦) جاءت نسب الإجابة على السؤال "ماذا تعني القيادة الالكترونية للفنون بالنسبة لك؟" نجد درجة استيعاب الطلاب لمعني القيادة الالكترونية أكبر كثيرا من الخريجين، حيث تم تعريفها بشكل صحيح ومختلف عن الخريجين الذين حاولوا التنبئي بالمعني، وتساوت نسبة المعرفين للقيادة الالكترونية بين

جدول رقم (٣)		
هل قمت بتحليل أعمال فنية عبر المواقع الالكترونية		
الاجابة	طلاب %	خريجين %
نعم	٥٨,٣	٤٢,٩
ربما	٢٩,٢	١٤,٣
لا	١٢,٥	٤٢,٩

من جدول رقم (٣) جاءت نسب الاجابة على السؤال "هل قمت بتحليل أعمال فنية عبر المواقع الالكترونية؟" فحصل الطلاب على نسبة نعم أكثر من الخريجين، الذي تساوت نسبة الإجابة لديهم بين النعم واللا، منه نجد اهتمام الخريجين بتحليل الاعمال الفنية عبر المواقع الالكترونية وقد يرجع ذلك لدراستهم التي يتناولوها واطلاعهم على مجالات مختلفة للفنون بجانب ممارستهم مما جعل لديهم دافع لتوضيح ونقد اعمال الاخرين، بينما نجد الخريجين في شبه عزله عن ممارسة الفنون والاطلاع على أحدثها ورغبتهم في شرحها تقل عن الطلاب.

جدول رقم (٤)

جدول رقم (٤)		
هل قمت بالتواصل مع عملائك الكترونيا		
الاجابة	طلاب	خريجين
نعم	٦٦,٧	٢٨,٦
ربما	٢٥	٦٤,٣
لا	٨,٣	٧,١

في جدول رقم (٤) جاءت نسب الإجابة على السؤال هل قمت بالتواصل مع عملائك الكترونيا؟ وفي هذا السؤال أيضا نجد الطلاب اعلى نسبة في الإجابة بنعم ٦٦,٧% في التواصل مع

نادية مصطفي وآخرون : رؤية مبتكرة لدور القيادة الالكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني.

بشده بنسبه ٢٩,٢%، والي حد ما بنسبة ١٦,٧%، بينما لم نجد اجابه واحد لا توافق او ترفض القيادة الالكترونية بميدان الفنون، ويرجع هذا للحاجة الشديدة لميدان الفن لتنظيم هذا الكم الهائل من الممارسات المشروعة وغير مشروعه ووضعها في نظام يتبعه الجميع.

جدول رقم (١٠)

هل ترغب كفنان أن تملك خبره في القيادة الالكترونية؟

الإجابة	طلاب	خريجين
أوافق بشده	٣٧,٥	٤٢,٩
أوافق	٥٠	٤٢,٩
صحيح الي حد ما	٨,٣	٧,١
لا أوافق	٤,٢	٧,١
لا أوافق بشده	.	.
مجموع		

في الجدول رقم (١٠) جاءت نسب الإجابة على السؤال "هل ترغب كفنان أن تملك خبره في القيادة الالكترونية؟ تساوت الموافقة بين الخريجين في الموافقة بشده والموافقة على امتلاك الخبرة، بينما تساوى الرغبة في الامتلاك الي حد ما مع عدم الموافقة، بينما وافق الطلاب بنسبة ٥٠%، ووافق بشده ٣٧,٥%، والي حد ما ٨,٣%، ولم يوافق ٤,٢%، منه تتضح رغبه كلا من الخريجين والطلاب في امتلاك خبرة في القيادة الالكترونية، ويرجع ذلك للتطورات التكنولوجية التي امتلكها العالم خاصة بعدما تملك جاتحه كورونا من تحديد قدرات الانسان في التعامل، فاصبح التعامل عن بعد من خلال التكنولوجيا هو الحل الوحيد لحمايته، وبالتالي ظهرت ضرورة لممارسة كاهه السبل التكنولوجية لتطوير ميدان الفنون.

جدول رقم (١١)

اذا كانت اجابتك بنعم فالخبرة الالكترونية للقيادة التي ترغب في اكتسابها تتركز في

لشخص اخر حتى إذا لم يلتقوا وجها لوجه ولكن يقوم بإنتاج تحت الاشراف والمتابعة للحصول على أفضل انتاج ولكن عن طريق الانترنت والتكنولوجيا	
يمكن أضافه	
هي ليست اداريه فقط وإنما ابتكاريه	
يمكن	
نعم يمكن اضافة انها قد تكون لها اهداف تعليمية او ترفيحية او ماديه تهدف الربح ويختلف نشاط وعمل كل قائد باختلاف هدفه ونوع مؤسسته	
يمكن اضافه أنها توفر جهد ووقت وسرعه تواصل أفضل	

وفي الجدول رقم (٨) سؤال عن هل يمكن اضافه أو حذف للتعريف السابق؟ جاء تأييد له من الخريجين، مع إضافة له من قبل الطلاب، فالقدرة الاستيعابية للطلاب وتوضيحهم للفكرة وتفاعلهم معها جاء بشكل إيجابي ساعد على توسيع الرؤية ودالاتها.

جدول رقم (٩)

للقيادة الالكترونية ضرورة بميدان الفنون؟

الإجابة	طلاب %	خريجين %
أوافق بشده	٢٩,٢	٤٢,٩
أوافق	٤١,٧	٥٠
صحيح الي حد ما	١٦,٧	٧,١
لا أوافق	.	.
لا أوافق بشده	.	.
مجموع	١٠٠	١٠٠

في الجدول رقم (٩) جاءت نسب الإجابة على السؤال "للقيادة الالكترونية ضرورة بميدان الفنون؟" بالموافقة بنسبة ٥٠% للخريجين والموافقة بشده بنسبة ٤٢,٩%، الي حد ما بنسبه ١٦,٧%، أما الطلاب فكانت الموافقة بنسبة ٤١,٧%، والموافقة

فالتواصل عبر العالم الافتراضي يمتلك بعض الحرية في التعبير عن الرأي بشكل يختلف عن الميدان التعليمي الذي يمتلك تحكم أكثر وموضوعيه في عرض المادة العلمية.

جدول رقم (١٢)

جدول رقم (١٢)									
من متطلبات تطبيق القيادة الالكترونية في الفنون، توافر: رتب تبعاً للأهمية									
التفضيل البنود	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع		تفضيل خامس
	طل	خري	طل	خري	طل	خري	طل	خري	طل
قانونية. تشريعات ونصوص	٨,٣	٢٨,٦	٠	٠	٨,٣	٢٨,٦	٠	٠	٥٧,١
مستوى مناسب من التمويل المالي.	١٦,٧	٧,١	١٦,٧	١٤,٣	٣٧,٥	١٦,٧	٣٥,٧	٢٠,٨	٧,١
السلامة واللاسلكية محدثة بوسيلة بنية تحتية لشبكة الاتصالات	٤١,٧	٥٠	٣٧,٥	٣٥,٧	١٢,٥	١٤,٣	١٢,٥	٧,١	٤,٢
المحمول، الكميبيوتر، الآت الكترونية (أجهزة)	٣٣,٣	٧,١	٣٧,٥	٥٠	٢١,٤	٢١,٤	٨,٣	٢١,٤	٧,١
للإشراف والتطبيق الإدارية التنظيمية	٨,٣	٧,١	١٦,٧	٠	٢١,٤	٢١,٤	٥٧,١	٢١,٤	٢٨,٦

في الجدول رقم (١٢) جاءت نسب الإجابة على السؤال "من متطلبات تطبيق القيادة الالكترونية في الفنون، توافر: رتب تبعاً للأهمية" جاء التفضيل الأول لبنية تحتية لشبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية محدثة بوسيلة الانترنت لكلا من الطلاب والخريجين، وجاء في التفضيل الثاني آلات الكترونية (أجهزة المحمول، الكميبيوتر، هواتف، كاميرات...) للخريجين، وتساوي التفضيل

جدول رقم (١١)

جدول رقم (١١)									
إذا كانت اجابته بنعم فالخبرة الالكترونية للقيادة التي ترغب في اكتسابها تتركز في									
التفضيل البنود	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع		تفضيل خامس
	ط	لا	ط	لا	ط	لا	ط	لا	ط
الانتاج الفني الالكتروني	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤
التسويق الالكتروني	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦
التعليم الالكتروني	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١	٧,١
التثقيف عبر العالم الافتراضي	٤٢,٩	٤٢,٩	٤٢,٩	٤٢,٩	٤٢,٩	٤٢,٩	٤٢,٩	٤٢,٩	٤٢,٩
مجموع	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤	٢١,٤

في الجدول رقم (١١) جاءت نسب الإجابة على السؤال "إذا كانت اجابته بنعم فالخبرة الالكترونية للقيادة التي ترغب في اكتسابها تتركز في"، فحصل التعليم الالكتروني على التفضيل الأول للطلاب، تلاه التسويق الالكتروني، وتساوى في التفضيل الأول كلا من الإنتاج الفني الالكتروني مع التثقيف عبر العالم الافتراضي، أم الخريجين فكان تفضيلهم الأول للتثقيف عبر العالم الافتراضي، تلاه التسويق الالكتروني، تلاه الإنتاج الفني الالكتروني تلاهم التعليم الالكتروني، هنا نجد تضاد بين التفضيل بين الطلاب والخريجين فبينما حصل التعليم الالكتروني على أعلى استجابة من الطلاب حصل على أقلها لدى الخريجين، وبينما حصل التثقيف عبر العالم الافتراضي على أقل الاستجابات للطلاب حصل على أعلاها للخريجين، فهل يرجع ذلك لممارسة الطلاب للتعليم الالكتروني حيث توجهت دراستهم له عبر جائحة كورونا فخبروه ومارسوه واصبح يسيرا لهم، هذا عكس الخريجين الذين لم يكتسبوا أي خبرة في المجال، مع تفضيل الخريجين للتثقيف عبر العالم الافتراضي، ويبدو ان خبرتهم متمركزة في التواصل مع الاخرين من خلال الفيس بوك وتويتر وانستجرام،

خاتمة مصطفى وآخرون : رؤية مبتكرة لدور القيادة الإلكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني.

وجاء التفضيل الثاني متساوي لدي الخريجين في ثلاثة اختيارات دراسة متطلبات السوق والاحاطة بها وتلبية احتياجات السوق المحلي والعالمي ودارس كافة الوسائل الإعلامية والاعلانية لتوفير المنتج المستهلك، بينما جاء التفضيل الثاني للطلاب متساوي بين دارس كافة الوسائل الإعلامية والاعلانية لتوفير المنتج للمستهلك ودراسة متطلبات السوق والاحاطة بها، وجاء التفضيل الثالث للطلاب محيط بالقيم الجمالية اللازم توافرها في العمل الفني لتسويقه، أما الخريجين فجاء تفضيلهم الثالث لدراسة متطلبات السوق والاحاطة بها، اما التفضيل الرابع للخريجين دراسة متطلبات السوق والاحاطة بها، وللطلاب دارسه كافة الوسائل الإعلامية والاعلانية لتوفير المنتج للمستهلك، وجاء التفضيل الخامس متساوي للطلاب بين الأمن الإلكتروني لحماية

المعلومات وعمليات التسويق وغيرها. وتلبية احتياجات السوق المحلي والعالمي، بينما جاء عن الخريجين منحصرًا في الأمن الإلكتروني لحماية المعلومات وعمليات التسويق وغيرها.

جدول رقم (١٤)

التفضيل	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع		تفضيل خامس	
	طالب	خريج	طالب	خريج	طالب	خريج	طالب	خريج	طالب	خريج
فترة	١٤,٣	٢١,٧	٢٥	٢٤,٣	٢١,٤	٢١,٤	٢٦,٢	٢٦,٢	١٤,٣	١٤,٣
يمتلك مهارة في قيادة التكنولوجيا.	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٦,٢	٢٦,٢	١٤,٣	١٤,٣
قادر على التواصل بفاعلية مع مختلف فئات الفنانين.	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٦,٢	٢٦,٢	١٤,٣	١٤,٣
منتج متميز في الفن لكسب ثقة زملائه.	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٦,٢	٢٦,٢	١٤,٣	١٤,٣
قادر على تنظيم الإداري وتوجيهه.	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٦,٢	٢٦,٢	١٤,٣	١٤,٣
لديه رؤية مستقبلية استراتيجية قابلة للتحويل	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٥	٢٤,٣	٢٦,٢	٢٦,٢	١٤,٣	١٤,٣

وفي جدول رقم (١٤) جاءت نسب الإجابة على السؤال المتطلبات الأساسية في القائد الإلكتروني للفنون: رتب تبعًا للأهمية، فجاء في التفضيل الأول للطلاب والخريجين يمتلك مهارة في قيادة التكنولوجيا. وفي التفضيل الثاني للطلاب في يمتلك مهارة في قيادة التكنولوجيا. وللخريجين كان التفضيل لقادر على التواصل بفاعلية مع مختلف فئات الفنانين. أما التفضيل الثالث للطلاب جاء منتج متميز في الفن لكسب ثقة زملائه. وللخريجين لبند قادر على التواصل بفاعلية مع مختلف فئات الفنانين. والتفضيل الرابع للطلاب قادر على التنظيم الإداري وتوجيهه. وللخريجين منتج

بين البنية تحتية لشبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية محدثة بوسيلة الانترنت وآلات الكترونية (أجهزة المحمول، الكمبيوتر، هواتف، كاميرات...) للطلاب، وتساوي التفضيل الثالث بين الخريجين والطلاب في توفر مستوى مناسب من التمويل المالي، وحصل التفضيل الرابع عند الطلاب على توفر تشريعات ونصوص قانونية، بينما فضل الخريجين مستوى مناسب من التمويل المالي. وتساوي التفضيل الخامس بين الطلاب والخريجين في توفر تشريعات ونصوص قانونية.

جدول رقم (١٣)

التفضيل	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع		تفضيل خامس	
	طالب	خريج	طالب	خريج	طالب	خريج	طالب	خريج	طالب	خريج
الأمن الإلكتروني لحماية المعلومات وعمليات التسويق وغيرها.	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥
تلبية احتياجات السوق المحلي والدولي	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥
دراسة متطلبات السوق والاحاطة بها	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥
دارس كافة الوسائل الإعلامية والاعلانية	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥
توفير المنتج للمستهلك محيط بالقيم الجمالية	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥
توافرها في العمل الفني لتسويقه	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥

في الجدول رقم (١٣) جاءت نسب الإجابة على السؤال "لا بد من توفر بعض الخبرات للقيادة الإلكترونية بالفنون، رتب تبعًا للأفضل" فجاء التفضيل الأول للأمن الإلكتروني لحماية المعلومات وعمليات التسويق وغيرها للخريجين، بينما جاء التفضيل الأول للطلاب في دراسة متطلبات السوق والاحاطة بها،

جدول رقم (١٦)
الصعوبات التي يمكن أن تواجه القيادة الالكترونية؟ رتب تبعاً للأهمية

التفضيل	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع	
	طلاب	خريجون	طلاب	خريجون	طلاب	خريجون	طلاب	خريجون
التحديات البيئية الالكترونية	٣٧,٥	٥٠	٣٣,٣	-	٢٥	١٤,٢	٤,٧	٣٠,٧
تحديات متعلقة بالموظفين	٤,٧	١٤,٣	٢٥	٤٢,٩	٢١	٣٥,٧	١٢	٧,١
تحديات قانونية وتشريعية	٢١	٢١,٤	٨,٣	٢٨,٦	١٠	٣٥,٧	٣٩,٢	١٤,٣
مخاطر الأمن والخصوصية للشبكات الالكترونية	٣٧,٥	١٤,٣	٣٣,٣	٢٨,٦	١٢,٥	١٤,٣	١٦,٧	٤٢,٩

وفي جدول رقم (١٦) جاءت نسب الإجابة على السؤال الصعوبات التي يمكن أن تواجه القيادة الالكترونية؟ رتب تبعاً للأهمية فحاز التفضيل الأول للطلاب بندين الأول تحديات البيئة الالكترونية والثاني مخاطر الأمن والخصوصية للشبكات الالكترونية، اما الخريجين فكان تحديات البيئة الالكترونية، كما تساوي التفضيل الثاني للطلاب بين بندين تحديات البيئة الالكترونية، والثاني مخاطر الأمن والخصوصية للشبكات الالكترونية، والخريجين فضلوا بند تحديات متعلقة بالموظفين، وفي التفضيل الثالث جاء تفضيل الطلاب لتحديات البيئة الالكترونية، بينما تساوي التفضيل لدي الخريجين في بندين تحديات متعلقة بالموظفين وتحديات قانونية وتشريعية، اما التفضيل الرابع فجاء للطلاب متمثلاً في بند تحديات قانونية وتشريعية، وللخريجين بند مخاطر الأمن والخصوصية للشبكات الالكترونية.

جدول رقم (١٧)

متميز في الفن لكسب ثقة زملائه، اما التفضيل الرابع فجاء متساوي بين الطلاب والخريجين في بند لدية رؤية مستقبلية استراتيجية قابله للتحقق.

جدول رقم (١٥)

جدول رقم (١٥)
من مزايا القيادة الالكترونية للفنون، رتب تبعاً للأفضل

التفضيل	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع		تفضيل خامس	
	طلاب	خريجون	طلاب	خريجون	طلاب	خريجون	طلاب	خريجون	طلاب	خريجون
توفير البينات والبيانات الرقمية للمستفيدين بسرعة ودقة	٣٧,٥	٥٠	١٢,٥	٠	١٦,٧	٢١	٢٨,٦	٢١,٤	١٢,٥	٢٨,٦
تقليل تكاليف التشغيل والنفقات	٢١	٢١,٤	٢١	٤	٢١	٤	٢٨,٦	٣٥	٢١,٤	٢١,٤
تبسيط العمليات والإجراءات الإدارية تبسيط العمليات والإجراءات الإدارية	١٦,٧	١٤,٣	٤	٤	٢١,٤	٣٣,٣	٢٨,٦	٢١,٤	١٦,٧	١٤,٣
إنشاء قنوات اتصالية بين الفرد والمؤسسات الأعمال والمنظمات المجتمعية المختلفة محلياً وعالمياً،	٨,٣	٧,١	١٢,٥	١٢,٥	١٦,٧	٢١,٤	٢٨,٦	٣٣,٣	٠	٣٣,٣
تسهيل التفاعلات والخدمات الفعالة محلياً وعالمياً	١٦,٧	٧,١	١٤,٣	٢١	١٦,٧	١٤,٣	٢١,٤	٢١,٤	١٢,٥	٣٥,٧

وفي جدول رقم (١٥) جاءت نسب الإجابة على السؤال من مزايا القيادة الالكترونية للفنون، رتب تبعاً للأفضل، جاء في التفضيل الأول كلا من الطلاب والخريجين بند توفير البيانات والمعلومات الرقمية للمستفيدين بسرعة ودقته، والتفضيل الثاني للخريجين تبسيط العمليات والإجراءات الإدارية تبسيط العمليات والإجراءات الإدارية، اما الطلاب فجاء مناصفة بين تقليل تكاليف التشغيل والنفقات، وتسويق المنتجات والخدمات الفنية محلياً وعالمياً، وجاء التفضيل الثالث للخريجين لإنشاء قنوات اضافية بين الفرد والمؤسسات الأعمال والمنظمات المجتمعية المختلفة محلياً وعالمياً، أما الطلاب فكان تفضيلهم لتبسيط العمليات والإجراءات الإدارية وتبسيط العمليات والإجراءات الإدارية، وجاء التفضيل الرابع للطلاب لبند تسويق المنتجات والخدمات الفنية محلياً وعالمياً، اما الخريجين فجاء بين بندين الأول - تقليل تكاليف التشغيل والنفقات، والثاني إنشاء قنوات اضافية بين الفرد والمؤسسات الأعمال والمنظمات المجتمعية المختلفة محلياً وعالمياً، اما التفضيل الخامس للطلاب لبند إنشاء قنوات اضافية بين الفرد والمؤسسات الأعمال والمنظمات المجتمعية المختلفة محلياً وعالمياً، وللخريجين لبند تسويق المنتجات والخدمات الفنية محلياً وعالمياً.

جدول رقم (١٦)

الصعوبات التي يمكن أن تواجه القيادة الالكترونية؟ رتب تبعاً للأهمية

جدول رقم (١٧)	
هل يوجد صعوبات أخرى تواجه القيادة الإلكترونية؟	
طلاب	خريجين
لا	لا
التعامل المباشر في بعض الاحيان يكون أفضل (وجهها لوجه)	لا اعرف
عدم اتقان القائد للوسيلة الإلكترونية التي يتبعها	لا اعلم
لا أعتقد	ربما
لا يوجد	لا يوجد
نعم التعامل مع العملاء عندما يطلبون شيئا يجب وضع قوانين ومراقبة لطريقة الحوار الذي يدور بينهم وان يكون طبقا لقواعد ليس أكثر من ذلك	الي حد ما
عدم الثقة بين الفنان والتلقي إذا كان فنه معروفات للبيع	لا
عدم المعرفة الكاملة بالطرق الإلكترونية وعدم تدريسها بشكل كبير وفعال	الهاكر وحرور الاشخاص الإلكترونية وسرق افكار الاعمال الفنية
ضعف البنية التحتية الاساسية في مجال التكنولوجيا في المعلومات والاتصالات واستيعاب التطور التقني والتأخير في الدعم الفني والصيانة الضعيفة	عدم وجود قاعدة بيانات عن مواقع التسويق عالميا
ضرورة التمويل الجيد والترويج لنجاح القيادة الإلكترونية	التنفيذ والتطبيقات الفعلية
لا اعرف	تحديات حماية الشبكات الإلكترونية
عدم معرفة التواصل بين الاشخاص او وجود تفاهل بينهم	
ممكن ان يوجد صعوبات في الإدارة	
ربما	
ضعف الانترنت	
ضعف وسائل الاتصال نفسها.	
قلة الخبرة والثقافة الإلكترونية.	
نعم يوجد صعوبات اخرى استغلال الشبكات المالي	

الإلكترونية وعدم تدريسها بشكل كبير وفعال، ضعف البنية التحتية الأساسية في مجال التكنولوجيا في المعلومات والاتصالات واستيعاب التطور التقني والتأخير في الدعم الفني والصيانة الضعيفة، ضرورة التمويل الجيد والترويج لنجاح القيادة الإلكترونية، عدم معرفة التواصل بين الأشخاص او وجود تفاهل بينهم. ممكن ان يوجد صعوبات في الإدارة. ضعف الانترنت. ضعف وسائل الاتصال نفسها. قلة الخبرة والثقافة الإلكترونية. نعم يوجد صعوبات اخرى استغلال الشبكات المالي.

ومن الملفت للنظر انها كلها مشكلات واقعية بالبيئة المصرية يتناولها الطلاب بمعرفة وفهم وقدرة على تصنيفها ضمن

وفي جدول رقم (١٧) جاءت نسب الإجابة على السؤال هل يوجد صعوبات أخرى تواجه القيادة الإلكترونية؟ أجاب بعض الطلاب وليس الجميع بلا - لا أعتقد- لا يوجد- لا أعرف- الا ان هناك بعض الصعوبات التي تم عرضها مثل: التعامل المباشر في بعض الاحيان يكون افضل (وجهها لوجه)- عدم اتقان القائد للوسيلة الإلكترونية التي يتبعها- نعم التعامل مع العملاء عندما يطلبون شيئا يجب وضع قوانين ومراقبة لطريقة الحوار الذي يدور بينهم وان يكون طبقا لقواعد ليس اكثر من ذلك- عدم الثقة بين الفنان و التلقي اذا كان فنه معروفات للبيع، عدم المعرفة الكاملة بالطرق

التأثير الاجتماعي التي تتضمن جميع المسافات البعيدة والقريبة التي تتوسطها تكنولوجيا المعلومات المتقدمة والتي تقوم بتغيير المواقف و المشاعر و السلوك و التفكير والأداء وأيضا بالقدرة على اختيار واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بفعالية لأغراض تنظيمية شخصية عملية اجتماعية تقودها تكنولوجيا المعلومات، بهدف تغيير نية الأفراد والمنظمات.... والقائد الإلكتروني هو الفرد الذي يقود العمل والتوجه في بيئة افتراضية. - عملية التأثير الاجتماعي التي تحتوي على جميع المسافات البعيدة والقريبة التي تتوسطها تكنولوجيا المعلومات المتقدمة- هي قدرت الفنان على تلبية احتياجات السوق و عرضها بطريقة أفضل و متابعة الجمهور و اتاحه الفرصة للتعديل على المنتج و وجود مهارات متعددة للتعامل المناسب مع الجمهور في كل موقف مختلف و عرض العمل بشكل مناسب فالوقت المناسب فالمكان المناسب- هي عملية اجتماعية تقودها تكنولوجيا المعلومات، بهدف تغيير نية الأفراد والجماعات والمنظمات- الحرص في تكاليف الدعاية و الاعلان للجذب و الوصول لكافة فئات مستهلكة عالميا و محليا- هو تسويق المنتج الفني عن طريق وسائل الاتصالات الحديثة- التسويق عبر الانترنت بسهولة- الوصول لكافة الفئات المستهلكة عالميا ومحليا- هو عملية لعرض الفنون بصورة الكترونية لتسهيل نشر الفنون لتحقيق اهداف معينة سواء البيع ام الدعاية او غيرها من الاهداف تخدم اهداف اخري عن طريق الاجهزة الالكترونية والبرامج الرقمية- هو عرض اعمال فنيه من أجل الارتقاء بمستوي التدوق والنقد لدي الجمهور وتسويق المنتج بشكل أفضل وانتشاره بصورة افضل واسرع- هو بيع المنتجات الفنية او عمل منتجات عبر الانترنت.

اما الخريجين فكانت اجاباتهم حيث عرفوا مفهوم التسويق الالكتروني للفنون بالبيدجات المنتشرة اللي بتبيع منتجاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي-رؤية مستقبلية في مجال تعليم الفنون- عملية تطبيق المبادئ العامة للسوق من خلال استخدام الوسائط الإلكترونية وبشكل أكثر خصوصية-العملية التي يتم فيها دراسة السوق لتطوير المنتج والترويج له من خلال الاعلان الإلكتروني عنه وتوضيح مميزاته للعميل وخاصة التسعير المناسب-اداره الكترونيه يتم من خلالها تسويق للأعمال الفنية وطرق تنفيذها التميز في الأداء-التسويق والعرض بأسرع واقل وقت وتكلفة- المزيج الترويجي للمنتجات الفنية باستخدام الانترنت والصفحات الالكترونية-هو تسويق لمنتج او سلعة ما بهدف الوصول لأكبر

الصعوبات في حين لا نجد مثيل لمثل هذه الأمثلة بين الخريجين حيث انحصرت في لا اعرف-لا اعلم-ربما-لا يوجد-الي حد ما- لا-الهكر وحروب الاشخاص الإلكترونية وسرق افكار الاعمال الفنية-عدم وجود قاعدة بيانات عن مواقع التسويق عالميا-التنفيذ والتطبيقات الفعلية-تحديات حماية الشبكات الإلكترونية، فرغم ممارسة الخريجين الحياة المهنية العملية والتطبيقية الا اننا نشعر بابتعادهم الكبير عن الميدان الالكتروني والعمل من خلاله او التعامل معه.

وفي الجدول رقم (١٨) جاءت إجابات الطلاب على مفهوم التسويق الإلكتروني للفنون هو:

أن تتمكن شركة ما من استخدام المستمر في كل خطوة من خطوات البيع مثل شركة جوميا للتسوق عبر الإنترنت- هو اختيار ما يناسب الزوق للفنون- تسوق للفن عن طريق الوسائل الالكترونية الحديثة- عرض المنتج الفني على المواقع الالكترونية فيما يتناسب مع متطلبات السوق و احتياجاته لجذب عدد لا متناهي إليه- هو كيفية فهم ما يتطلبه سوق العمل والسوق بشكل عام وكيفية الترويج لبيع او شراء منتج وكيفية تداوله وترويجه لفئات كبيرة من الناس وفي كافة البلاد والمدن- عرض للأعمال الفنية على موقع وطلبها من قبل بعض الأشخاص- هو عرض كم كبير من الفنون المختلفة على منصات معينة للفن على الانترنت لتصل أكبر عدد من الجمهور- وهو تسويق شبكي عن طريق الشبكة الالكترونية للأعمال الفنية سواء اعمال مصنوعة يدويا او بشكل إلكتروني وتعطى سرعه وسهله للوصول لكافة المجتمع وثقافات مختلفة وتعامل غير مباشر مع المجتمع مما يريح بعد الناس في عملية الشراء- هو يعني استخدام كل ما هو إلكتروني وتحديد شبكة الإنترنت في العملية التسويقية لتحقيق النتائج المطلوبة للفنون و الانتاج المطلوب- استخدام خطة تسويقية عن طريق التقنيات الالكترونية الحديثة ووسائل الاتصال عن طريق الانترنت لتسويق انتاجات واعمال فنية والقدرة على الوصول بشكل جيد للمستهلك- هو الاستراتيجية التي تستخدم في تنظيم طرق تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وذلك عن طريق تحويل السوق الافتراضية إلى واقع ملموس ويعتبر التسويق الإلكتروني جزء مهم من الاستراتيجية التسويقية الشاملة الحديثة حيث أنه يعتبر نوع مهم من أساليب التسويق الذي يسعى إلى تحقيق أهدافه عبر الإنترنت.- توصيل اكبر عدد من الاستفادة الفنية للجمهور- نشر الاعمال الفنية بجميع انواعها و عرضها على الانترنت لبيعها- بأنها عملية

نادية مصطفي وآخرون : رؤية مبتكرة لدور القيادة الإلكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني.

والدعاية (التقليدية)، اما التفضيل الثالث والرابع للطلاب والخريجين معا لبند توافر خدمة مستمرة للتسويق على مدار اليوم. وبناءا على إجابات العينة تتمثل أهمية التسويق الإلكتروني في الوصول لإعداد لا متناهية للترويج المنتج التسويقي الفني. للوصول لكافة الفئات المستهلكة عالميا ومحليا، وخفض تكاليف الدعاية والإعلان والحملات التسويقية والدعاية (التقليدية)، لتوافر خدمة مستمرة للتسويق على مدار اليوم.

جدول رقم (٢٠)

أفضل أساليب التسويق الإلكتروني للفن، رتب تبعا للأفضلية :

البنود	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع	
	طلا	خريج	طلا	خريج	طلا	خريج	طلا	خريج
الوصول لكافة الفئات المستهلكة عالميا ومحليا	٣٣	٣٥,٧	١٦,٧	٢١,٤	٨,٣	٢٨,٦	٧,١	٢٠
خفض تكاليف الدعاية والإعلان والحملات التسويقية والدعاية(التنقل يديه)	١٦	١٤,٣	١٢,٥	٥٠	١١	٢٨,٦	١٤,٣	٢٥
توافر خدمة مستمرة للتسويق على مدار اليوم	١٢	٧,١	١٦,٧	٧,١	٢٩,٢	٣٥,٧	٣٧,٥	٥٠

في الجدول رقم (٢٠) جاءت إجابات العينة على السؤال أفضل أساليب التسويق الإلكتروني للفن، رتب تبعا للأفضلية، جاء التفضيل الأول للطلاب والخريجين ببند "التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، انستجرام...)"، اما التفضيل الثاني للطلاب والخريجين ببند "الدعاية الالكترونية" والذي حصل من العينتين على التفضيل الثالث أيضا، أما التفضيل الرابع فاتفقت العينتين على ان يكون "المواقع الالكترونية"، والتفضيل الخامس للطلاب جاء في بند "التسويق باستخدام الفيديو"، بينما لتحصر تفضيل الخريجين في ٣ بنود بالتساوي وكانت هذه البنود "برنامج المشاركة التسويقية"، "الدعاية الالكترونية"، "المواقع الكترونية"، وجاء التفضيل السادس للخريجين لبند "التدوين والتدوين المصغر، (وورد بريس، تمبرل)" وللطلاب تم تفضيل بند "التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر، انستجرام...)" .

جدول رقم (٢١)

هل لديك خبره في التعامل مع التسويق الإلكتروني للفنون؟

قاعدة جماهيرية ممكنة ومختلف الأعمار في مدة زمنية بسيطة...
توظيف واستخدام تقنيات الاتصالات والمعلومات في التأثير وتوصيل الرؤية الفنية للجمهور-الوصول لأكبر عدد بأسرع وقت-
تسويق الأعمال الفنية محليا وعالميا والقدرة على التواصل بين المنتج والمشتري-فعاليات وتطبيقات عملية وأحيانا فورية-هو تسويق المنتجات الفنية لإعداد لا نهائية وذلك لترويج المنتجات الفنية بطريقه أسرع وأبسط من التسويق التقليدي.

جدول رقم (١٩)

البنود	تفضيل أول		تفضيل ثاني		تفضيل ثالث		تفضيل رابع	
	طلا	خريج	طلا	خريج	طلا	خريج	طلا	خريج
الوصول لكافة الفئات المستهلكة عالميا ومحليا	٣٣	٣٥,٧	١٦,٧	٢١,٤	٨,٣	٢٨,٦	٧,١	٢٠
خفض تكاليف الدعاية والإعلان والحملات التسويقية والدعاية(التنقل يديه)	١٦	١٤,٣	١٢,٥	٥٠	١١	٢٨,٦	١٤,٣	٢٥
توافر خدمة مستمرة للتسويق على مدار اليوم	١٢	٧,١	١٦,٧	٧,١	٢٩,٢	٣٥,٧	٣٧,٥	٥٠

وفي الجدول رقم (١٩) جاءت إجابات الطلاب سؤال أهمية التسويق الإلكتروني في: رتب تبعا لأفضل فجاء في التفضيل الأول لكلا من الطلاب والخريجين بند الوصول لإعداد لا متناهية للترويج المنتج التسويقي الفني. وجاء التفضيل الثاني للطلاب الوصول لكافة الفئات المستهلكة عالميا ومحليا، اما الخريجين ففضلوا خفض تكاليف الدعاية والإعلان والحملات التسويقية

البنود	طلاب	خريجين
عبر البرامج التسويقية على الانترنت	٦٦,٧	٥٧,١
عبر الإعلان بالفيديو	٨,٣	١٤,٣
عبر المعارض الالكترونية	٢٥	٢٨,٦

في جدول رقم (٢٣) جاءت إجابات العينة على السؤال "بأي شكل تسويق تم التعامل" أيضا توافقت إجابة العينتين الطلاب والخريجين في التسويق عبر البرامج التسويقية على الانترنت، تلاها المعارض الالكترونية، تلاها الإعلان بالفيديو .

جدول رقم (٢٤)

جدول رقم (٢٤)											
مقارن التسويق الإلكتروني في مجال الفن إلى الإعلام بعدد من فئات رتبها علمية											
الطلاب		الخريجين		الطلاب		الخريجين		الطلاب		الخريجين	
الرتبة	النسبة	الرتبة	النسبة	الرتبة	النسبة	الرتبة	النسبة	الرتبة	النسبة	الرتبة	النسبة
الرتبة الأولى	١٢,٥%	١٤,٣%	٦٢,٥%	٢١,٤%	٢٨,٦%	١٢,٥%	٢١,٤%	١٢,٥%	٢٨,٦%	١٢,٥%	٢١,٤%
الرتبة الثانية	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%	١٤,٣%
الرتبة الثالثة	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%	٢١,٤%
الرتبة الرابعة	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%
الرتبة الخامسة	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%	٢٨,٦%

وفي جدول (٢٤) جاءت إجابات العينة على السؤال "يحتاج التسويق الإلكتروني في مجال الفنون إلى الإلمام بعدد من المهارات"، رتب تبعاً للأهمية،

جاءت في الأهمية الأولى لكلا العينتين طلاب وخريجين بند "مهارات تحليل السوق الفني المحلي والعالمي ومتطلباته"، وفي الترتيب الثاني بالنسبة للطلاب بند "وضع رؤى واستراتيجيات للتعاملات التسويقية من فترات الركود والتضخم وغيرها" وبالنسبة للخريجين بند "اختيار السياسات التسويقية المناسبة"، وفي الترتيب الثالث للطلاب والخريجين بند "استغلال الفرص التسويقية المتاحة"، وفي الترتيب الرابع للطلاب "اختيار السياسات التسويقية المناسبة"، وللخريجين "وضع رؤى واستراتيجيات للتعاملات التسويقية من فترات الركود والتضخم وغيرها"، وفي الترتيب الخامس للطلاب "اختيار السياسات التسويقية المناسبة"، وللخريجين "اتقان مهارة التواصل التسويقي الإلكتروني بأشكاله المختلفة".

نص الهدف الثاني: تحديد سمات القائد الإلكتروني بميدان الفنون. صفات القائد الإلكتروني: هناك بعض الصفات الشخصية للقائد تتمثل في ان لديه رغبة في تجربة الأشياء الجديدة، وإيجاد فرص

الإجابة	طلاب	خريجين
ممتازة	-	-
جيدة جدا	١٢,٥	١٤,٣
جيدة	٦٢,٥	٣٥,٧
مقبولة	١٢,٥	٢١,٤
ضعيفة	١٢,٥	٢٨,٦

بناء على تفضيلات العينة فأفضل أساليب التسويق الإلكتروني للفن "التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيديو بوك، تويتر، انستجرام...)"، ثم "الدعاية الالكترونية"، ثم "المواقع الالكترونية"، ثم "التسويق باستخدام الفيديو"، ثم "برنامج المشاركة التسويقية"، ثم "التدوين والتدوين المصغر، (وورد بريس، تمبلر)".

في الجدول رقم (٢١) جاءت إجابات العينة على السؤال "هل لديك خبرة في التعامل مع التسويق الإلكتروني للفنون؟ لم توجد اجابه واحدة لوجود خبرة ممتازة، ولكنها جيدة جدا بنسبة ١٢,٥% للطلاب، ١٤,٣% للخريجين، وخبره جيدة للطلاب بنسبة ٦٢,٥%، والخريجين بنسبه ٣٥,٧%- وخيرة مقبولة لدي الطلاب بنسبة ١٢,٥% والخريجين ٢١,٤%، وخبرة ضعيفة للطلاب بنسبة ١٢,٥% والخريجين ٢٨,٦%. وبناءا عليه خبرة التعامل مع التسويق الإلكتروني للفنون للطلاب أكثر من الخريجين بالضعف.

جدول رقم (٢٢)

تتمثل خبرة التعامل مع التسويق الإلكتروني لديكم في :

البنود	طلاب	خريجين
بيع	٣٥,٣	٣٥,٧
شراء	٤٠,٥	٥٧,١
استبدال	٢٤,٢	٧,٢

في الجدول رقم (٢٢) جاءت إجابات العينة على السؤال "تتمثل خبرة التعامل مع التسويق الإلكتروني لديكم في" توافقت إجابة العينتين الطلاب والخريجين في تمثل خبرتهم في الشراء يليها البيع ثم الاستبدال، وبالتالي نجد الخبرة الشرائية عبر التسوق الإلكتروني أكثر من خبرة البيع، هنا تحول الفنان من منتج لمستهلك، ولكنه امتلك خبرة ما قد تساعده في بناء خبرات أكثر إذا مارس التعامل مع القيادة الالكترونية.

جدول رقم (٢٣)

بأي شكل تسويق تم التعامل :

٢٥) يتحلى بأخلاقيات عمل.
٢٦) قوي الإرادة
٢٧) لديه التزام لمؤسسته
٢٨) منضبط ذاتيًا
٢٩) الصدق والنزاهة والثقة بالنفس
نص الهدف الثالث: وضع تصور مقترح لدور القيادة الإلكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني.
التصور المقترح (دور القيادة الإلكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني)
اولا: فلسفة التصور المقترح:
تنبع من تأصيل فكره القيادة الإلكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني، من خلال مؤسسات المجتمعية بكافة وزارات الدولة، لتحقيق رخاء اقتصادي لميدان الفنون، وتقليل فوضى التواصل الاجتماعي للفنون عبر العالم الافتراضي.
ثانيا: مبادئ واسس التصور المقترح:
١. وضع اهداف محددة للتصور.
٢. مناسبة التصور مع فكره القيادة الإلكترونية للفنون التي سينقد فيها.
٣. ان يعتمد التصور على الامكانيات البشرية والإلكترونية المتاحة للمؤسسات الثقافية بالدولة.
٤. ان يتفق مع واقع التنمية الرقمية والمهنية والتعليمية والفنية المجتمعية.
٥. ان يكون قابل للتطبيق في حدود الامكانيات البشرية والمادية والرقمية، البرامج الإلكترونية المساعدة والأجهزة والوسائط الإلكترونية، وتدريب فريق من العمل للقيادة الإلكترونية.
ثالثا: اهداف التصور:
الاهداف الرئيسية:
١. تحقيق البعد الاقتصادي والتنموي والتعليمي لميدان الفنون.
٢. خلق فئة قيادية جديدة بميدان الفنون قادرة على التعامل الرقمي.
٣. تحقيق البعد الثقافي العالمي بالانتشار الفني وزيادة القدرة على التواصل مع الاخر.
٤. توجيه انظار القيادات الثقافية والتربوية والتعليمية والاقتصادية لأهمية القيادة الإلكترونية بميدان الفنون.
٥. ترويج الاعمال الفنية المعاصرة والتراثية.
٦. تنظيم الميدان الاقتصادي للفنون من خلق سوق لأعمال الفنية لتسويقه الكترونيا.

مختلفة ومتنوعة، ومعرفة كيفية الاستمرار في المسار لتحقيق هدفه، لا يستسلم أبداً، مرن وحازم ومثابر ومنظم ومتفائل، مقاوم الضغوط الداخلية والخارجية، قادر على التخطيط الاستراتيجي للمستقبل واعتبارها نقطة للانطلاق، ماهر في توصيل أفكاره وجعل الآخرين يؤمنون به، يضاف لذلك في القائد الإلكتروني قدرته على أنشاء والتعامل مع البرامج الإلكترونية لتحقيق أهدافه واهداف فريقه، سواء كانت هذه البرامج انتاجيه او تسويقية او تعليمية، يصوغ رؤي مستقبلية لمشروعات بعيدة المدى واضعا خطط استراتيجية مرشدة لتنفيذ رؤيته
لا بد من توافر بعض الصفات التالية:

- ١) الرغبة في القيادة
- ٢) المعرفة المتعلقة بالوظيفة
- ٣) مستوى عال من الجهد ومستويات عالية من الطموح والطاقة والمبادرة.
- ٤) رغبة شديدة في قيادة الآخرين للوصول إلى الأهداف المشتركة.
- ٥) جدير بالثقة وموثوق ومنفتح.
- ٦) الإيمان بالنفس والأفكار والقدرة.
- ٧) قدرة على ممارسة الحكم الجيد، والقدرات التحليلية القوية، والمهارة المفاهيمية.
- ٨) معرفة الصناعة والأمور الفنية الأخرى.
- ٩) لا يعاني من اضطرابات نفسية شديدة.
- ١٠) الكاريزما والإبداع والمرونة.
- ١١) يتحلى بالثقة بالنفس
- ١٢) لديه دوافع ذاتية
- ١٣) يتواصل بشكل واضح ومتسق
- ١٤) يتبع القوانين
- ١٥) يمكن الاعتماد عليه
- ١٦) بيئة عمله شديدة التنظيم
- ١٧) يؤمن ببيئات العمل الخاضعة للإشراف
- ١٨) يتحلى بالاحترام المتبادل مع فريق عمله
- ١٩) يقدم التشجيع للآخرين
- ٢٠) يلهم الآخرين لتحقيق أهدافهم
- ٢١) يضع قيمة على التحدي الفكري لفريقه
- ٢٢) مبدعون
- ٢٣) لديه فهم جيد للاحتياجات التنظيمية
- ٢٤) يركز على التفاصيل الجزئية والكلية.

□ التوسع في انشاء الصفحات الالكترونية للتعامل بسلاسة مع القيادة الالكترونية للفنون.

□ انشاء قاعدة بيانات تجمع كافة المجالات الفنية التراثية والمعاصرة للفنانين المصريين خاصة وعلى مستوى العالم عامه.

□ انشاء محطة معرفية داخل المؤسسات التعليمية والثقافية المختلفة في جميع انحاء جمهورية مصر العربية وتكون على الاتصال المباشر بأجهزة الاتصال الحديثة للقيادة الالكترونية بالفنون للتواصل مع الكم المعرفي والمهاري والاقتصادي المتوفر بها.

سادسا: مراحل تحقيق التصور المقترح:

١. مرحلة قريبة المدى:

١-١. إنشاء وحدات مستقلة بكافة المؤسسات المجتمعية سواء تعليمية او ثقافية او اقتصادية للقيادة الالكترونية بالفنون.

١-٢. توفير برامج رقمية تعمل على تصنيف المنتجات الفنية وتسعيها وتسويقها.

١-٣. توفير أجهزة وآلات وأدوات تساعد على قيادة سلسه للفنون.

١-٤. عقد دورات لخريجي كليات الفنون للتعرف وممارسة البرامج والمجالات الالكترونية المرتبطة بالقيادة.

٢. مرحلة بعيدة المدى:

٢-١. تقديم برنامج لتواصل القيادات الالكترونية مع الفنانين.

٢-٢. عقد دورات تدريبية للخريجين والطلاب للممارسة البرامج الرقمية للفنون الرقمية

سابعا: متطلبات تطبيق التصور:

يلزم لتطبيق التصور ان يتواجد الاتي:

a. قيادة مدربه على البرامج الالكترونية الخادمة لميدان الفنون.

b. أجهزة وآلات الكترونية.

c. منتجين على قدر من الابداع الفني الرقمي.

d. فريق عمل مناسب كمنظم وداعم لتطبيق التصور.

e. التمويل من توفير الموارد المالية اللازمة لتنفيذ التصور.

f. اعداد الخطط التنفيذية لهذا التصور بحيث يكون في متناول الجهات المشاركة

g. ابرام شراكة بين كليات الفنون المؤسسات المجتمعية المعنية بالقيادة، والتي تختلف باختلاف الوزارة التابعة لها.

ثامنا: الجهات المنوط بها تنفيذ التصور ومتابعته:

وزارات الثقافة والاثار والتنمية الاقتصادية والمالية والسياحة والاستثمار وقطاع الاعمال والتجارة والصناعة والتعليم العالي

٧. مساعدة الطلاب والخريجين والعاملين بميدان الفن على تحقيق ربح مادي ما يتناسب مع متطلبات الإنتاج الفني مما يساعد على نشر الابداع الفني بالمجتمع.

الاهداف الفرعية:

a. تنمية القدرات المهاريه التكنولوجية لدي الطلاب والخريجين العاملين بميدان الفنون.

b. توعية خريجي وطلاب الفنون بالطرق والوسائل الحديثة في استخدام الميديا لتحقيق انتاج فني يتميز بالابداع التكنولوجي.

c. تطوير مجال الفنون ليتناسب مع التطورات التكنولوجية في القرن الواحد والعشرين.

رابعا: مرتكزات التصور المقترح:

تقوم مرتكزات التصور المقترح على الإطار النظري واستطلاع رأي الطلاب والخريجين حول دور القيادة الالكترونية للفنون في الارتقاء بالإنتاج الفني.

خامسا: آليات تنفيذ التصور المقترح:

□ إنشاء مركز قيادي بكل من وزارات الثقافة والاثار والتنمية الاقتصادية والمالية والسياحة والاستثمار وقطاع الاعمال والتجارة والصناعة والتعليم العالي والتربية والتعليم الفني والقوي العاملة واي وزارة ترتبط بمجال القيادة الالكترونية للفنون.

□ تدريب فئات من الخريجين العاملين بميدان الفنون على القيادة الالكترونية

□ عقد دورات تدريبية للقيادة الالكترونية بالفنون لطلاب كليات الفنون

□ خلق برامج رقمية تنظم العمل للقيادة الالكترونية بالفنون

□ عقد دورات تدريبية للخريجين لتنمية القدرة على التعامل مع البرامج الرقمية للقيادة الالكترونية

□ فتح مجال التدريب على التعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد والفن الرقمي وغيره مما يتيح انتاج فني للفنانين.

□ انشاء دورات وندوات دورية مستمرة لطلاب وخريجين الكليات الفنية للوقوف على أحدث الوسائل الحديثة والمستحدثات التكنولوجية في القيادة الالكترونية بالفنون

□ التدريب على استراتيجيات جديدة في القيادة الالكترونية للفنون.

□ الاهتمام بالجانب الإعلامي من الميديا والمطبوعات والكتب والنشرات التوجيهية توضح كيف التعامل مع القيادة الالكترونية للفنون.

4-Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "information science". Encyclopedia Britannica, 9 Jun. 2021,

<https://www.britannica.com/science/information-science>. Accessed 26 February 2022.

5- Okazaki, S. (2009). Social influence model and electronic word of mouth: PC versus mobile internet. International Journal of Advertising, 28(3), 439-472.

<https://www.merriamwebster.com/dictionary/art26/2/2022>

7- Wart,M.V, Roman.A, .Wang.X , Liu.c (2017). Operationalizing the definition of e-leadership: identifying the elements of e-leadership ،

https://en.wikipedia.org/wiki/Work_of_art26/2/2022

٩- الشهري، عجلان، ٢٠١٨، "القيادة الإلكترونية-منهج عملي مقترح"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، العدد التاسع، المجلد الثاني

١٠- وارت، مونتجومري فان وآخرون، ط دمج قضايا تبني تقنيات المعلومات والاتصالات في نظرية القيادة الإلكترونية"، ت: الشهري، عجلان بن محمد حجير، المجلد ٥٨، العدد ٤ (٣٠ يونيو ٢٠١٨)، ص ٨٨٩

Abstract:

No one has touched on electronic leadership in the field of plastic art, despite the spread of the application of this concept via the Internet without a leadership for it, and no one has touched upon it in the field of plastic art despite the spread of the application of this concept via the Internet without driving it, so we find the spread of virtual exhibitions and museums, printing works of art, buying and selling all areas of artistic production through this virtual world. Technological development has helped

والتربية والتعليم والتعليم الفني والقوي العاملة واي وزارة ترتبط بمجال القيادة الإلكترونية للفنون.

تاسعا: المعوقات:

١. عدم توفر التمويل الكافي لعملية التطوير والتي تحتاج الى رصد مبالغ كبيرة من اجل إنشاء مراكز قيادية وتجهيزها من حيث الأدوات والآلات.

٢. عدم توفر التمويل الكافي لتدريب القيادات الإلكترونية للفنون او الخريجين والطلاب وتوفير الاجهزة والمعدات اللازمة لهذا التدريب.

٣. نمط العمل الإداري (الروتين) من المعوقات التي تقف في طريق التطبيق.

٤. البطيء في اتخاذ القرار.

٥. الاعتماد على الطرق التقليدية في الادارة والتمويل.

٦. التركيز على الأهداف قصيرة المدى.

عاشرا: التغلب على المعوقات:

١. ضخ مبالغ جديدة في الميزانيات باعتبار ميدان الفنون ميدان استثماري يحقق مكاسب مجتمعية سواء مادية او ثقافية او جمالية.

٢. الاستفادة من الاقتصاد القائم على المعرفة في اتاحه مصادر جديدة للدخل مما يعطى الفرصة لتوفير الاجهزة والمعارف والادوات الخامات اللازمة.

٣. نبذ الروتين واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في القيادة الإلكترونية للفنون.

المراجع:

(١) منال عبد العال مبارز: "فعالية التجارة الإلكترونية للتعلم التجاري في ضوء متطلبات سوق العمل"، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، ٢٠١٧، ص ١٥

2- Anthopoulos, L, Siozos, P, Tsoukalas,I (2007) Applying participatory design and collaboration in digital public services for discovering and re-designing e-government services. Government Information Quarterly 24(2): 353–376.

3- Arokiasamy, A. R., Abdullah, A. G., & Ismail, A. (2015). Correlation between cultural perceptions, leadership style and ICT usage by school principals in Malaysia. Procedia – social and behavioral sciences, 176K 319-332.

On good communication between the producer and the consumer, and gave way on a global level for the exchange of art as an aesthetic commodity, and therefore I found an urgent need to organize this huge amount of artwork spread over the Internet in various countries of the world and create jobs that organize the path of progress and guidance to achieve the greatest possible benefit for the future of the path of art and its aesthetic values. And the consumer's taste for him, etc., all of the above prompted the artist to change his methods and ideas and follow more advanced artistic models in line with global changes. In the twenty-first century, most productions are produced digitally and presented through a virtual world, which helped to change the audience of recipients or connoisseurs of art, and to attract societal groups. Miscellaneous, it did not reach him in any way, now and through virtual exhibitions and widespread electronic marketing and the emergence of many sites aimed at marketing operations and what prevails in some of them from the trade in artworks and the emergence of many negatives in this field, the field of arts has become in dire need of electronic leadership that acts as a watchdog and dominator. On the displayed aesthetic and moral values.