

The Role of Visual Arts Marketing Entities in Diversifying National Income: Field Experts' Perspectives

دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع الدخل الوطني من وجهة نظر الخبراء في المجال

DOI 10.57194/2351-006-001-001

Sana Dakhallah Alarjan

ORCID ID : <https://orcid.org/0009-0004-3502-2485>

s.d.m@ju.edu.sa

(Assistant Professor), Department Art Education, College of Education, Al-Jouf University, Sakaka Kingdom of Saudi Arabia.

سناء دخل الله العرجان

ORCID ID <https://orcid.org/0009-0004-3502-2485>

s.d.m@ju.edu.sa

أستاذ مساعد، قسم التربية الفنية، كلية التربية، جامعة الجوف، سكاكا، المملكة العربية السعودية

Article No رقم البحث

2026-41

Received الاستقبال

13 september 2025

Accepted القبول

3 December 2025

Published النشر

June 2026

Abstract

One of the most prominent goals of Saudi Vision 2030 is to reduce dependence on oil as the primary source of revenue and to move towards a diversified and sustainable economy. To achieve this, the arts have been included among the initiatives that contribute to stimulating the economy through exhibitions, auctions, investment in artworks, and related creative industries, as they are considered fields capable of contributing to the gross domestic product and generating new job opportunities. Accordingly, this study aimed to examine the role of visual arts marketing entities in diversifying sources of income in the Kingdom of Saudi Arabia from the perspectives of experts in the field. The sample consisted of 412 participants who are experts in the field of visual arts, including university professors, practicing artists, critics, and curators. The study adopted a descriptive survey methodology and employed a questionnaire composed of 10 main dimensions and 54 items. The results revealed that marketing entities play a pivotal role in supporting the creative economy and achieving economic diversification within the framework of Saudi Vision 2030, as expert evaluations were found to be high and statistically significant. The findings indicated that museums, festivals, exhibitions, and social media platforms represent the most effective channels for strengthening the connection between art and the economy, while the education sector contributes to preparing qualified national talent. Furthermore, public and private institutions were found to support an enabling regulatory and investment environment. The results also showed statistically significant differences among expert groups, with university professors providing the highest evaluations, followed by art critics and practicing artists, reflecting variations in their perceptions of the impact of these entities. The study recommended establishing a unified digital platform for marketing artworks, creating a Supreme Council for Cultural and Artistic Marketing, leveraging social media platforms and artificial intelligence technologies in marketing, providing financial and technical support to museums, exhibitions, and festivals, transforming retail stores into smart outlets for selling artworks, and establishing a digital exchange platform for artwork ownership trading.

Keywords

Economic Transformation, Creative Economy, Art Investment, Cultural Activities, Knowledge Economy

المخلص

من أبرز أهداف رؤية المملكة 2030 تقليل الاعتماد على النفط كمصدر رئيس للإيرادات، والاتجاه نحو اقتصاد متنوع ومُستدام، ولتحقيق ذلك أُدرجت الفنون ضمن المبادرات التي تساهم في تنشيط الاقتصاد، من خلال المعارض، والمزادات، للاستثمار في الأعمال الفنية، والصناعات الإبداعية المرتبطة بها، باعتبارها مجالات قادرة على المساهمة في الناتج المحلي، وخلق فرص عمل جديدة، لذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء، وقد تكونت العينة من (412) مشاركاً من الخبراء في المجال، شملت: الأكاديميين، والفنانين الممارسين، والنقاد والقيّمين الفنيين، باعتماد المنهج الوصفي الفني، ومن خلال استخدام استبانة مكونة من (10) محاور رئيسة و(54) فقرة، وأظهرت النتائج أن الجهات المسوّقة للفنون البصرية تؤدي دوراً محورياً في دعم الاقتصاد الإبداعي وتحقيق التنويع الاقتصادي ضمن رؤية المملكة 2030، حيث جاءت تقييمات الخبراء مرتفعة ودالة إحصائياً، وتبيّن أن المتاحف والمهرجانات والمعارض ومنصات التواصل الاجتماعي تمثل القنوات الأكثر فاعلية في تعزيز الترابط بين الفن والاقتصاد، بينما يسهم قطاع التعليم في إعداد الكفاءات الوطنية المؤهلة، وتدعم المؤسسات الحكومية والخاصة البيئة التنظيمية والاستثمارية الملائمة، كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة بين فئات الخبراء، حيث جاء تقييم الأكاديميين الأعلى، يليهم النقاد، ثم الفنانين الممارسون، ما يعكس تبايناً في إدراك مدى تأثير تلك الجهات، وقد أوصى البحث بإنشاء منصة رقمية موحدة لتسويق الأعمال الفنية، وتأسيس مجلس أعلى للتسويق الثقافي والفني، والاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي وتقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق، ودعم المتاحف والمعارض والمهرجانات مالياً وفنياً، وتحويل المحلات التجارية إلى نقاط بيع ذكية للأعمال الفنية، وإنشاء منصة تبادل رقمي لتداول ملكية الأعمال الفنية.

الكلمات المفتاحية

التحول الاقتصادي، القطاع الإبداعي، الاستثمار في الفن، الأنشطة الثقافية، الاقتصاد المعرفي.

المقدمة

تُعد العلاقة بين الفنون والاقتصاد علاقة تبادلية، حيث يسهم كل منهما في دعم الآخر، فبإضافة قيمة اقتصادية إلى الفن يمكن تداوله وتحقيق منافع لعدد من الفاعلين -كالفنانين، وصالات العرض، والمتاحف، والمزادات- إلى جانب الجهات المرتبطة بصناعته وتسويقه، مثل: متاجر المستلزمات الفنية، والنشر، والكتابة عن الفن.

ومنذ القدم تداولت المجتمعات المنتجات الفنية ضمن منظومة البيع والمقايضة، وشملت الفنون التشكيلية مجالات كالرسم، والتلوين، والنحت، والمشغولات الخرفية والمعدنية والخشبية، والملبوسات، كما منحت الكنيسة وسلطة الحاكم مكافآت للفنانين لقاء تنفيذ أعمال دينية أو وطنية (الرواحي، 2021).

وفي العقود الأخيرة أصبح لقطاع الفنون البصرية إسهام متزايد في الاقتصاد العالمي، ووفقًا للبنك الدولي (The World Bank Group) WBG، بلغ تأثير الصناعات الإبداعية نحو (7%) من الناتج المحلي الإجمالي العالمي عام 2003، مع نمو سنوي قدره (10%)، وارتفعت التجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية من (234.8) مليار دولار عام 1996 إلى (445.2) مليار دولار عام 2005، وتضاعفت صادرات الفنون البصرية لتصل إلى (29.7) مليار دولار عام 2008 (هيبة وآخرون، 2023)، كما توّصلت دراسة امبيشو-مالاولي (Mbeshu-Mhlauli 2024) إلى أن تعزيز الاستفادة الاقتصادية يمكن تحقيقه من خلال تطوير الفنون البصرية، مؤكدة أهمية تحديد الممارسات القادرة على دعم النمو الاقتصادي لدى فئة الشباب عبر تشجيعهم على المشاركة في مجالات الفنون البصرية والحرف اليدوية.

وبما أنّ الفنون البصرية تتوافق مع أهداف المملكة في تنويع مصادر الدخل، وجذب الاستثمارات، وخلق فرص عمل ضمن رؤية المملكة 2030 التي تسعى إلى دعم التحول الاقتصادي وتحقيق الاستفادة المالية، فإنّ سوق الفنون يُعد جزءاً مهماً من هذا التوجه التنموي، وقد أشار العسيري (2017) إلى أن سوق الفنون يتأثر بعوامل الاقتصاد الكلي مثل: سعر العملة، وأداء البورصات، إلى جانب جودة العمل الفني، واسم الفنان، وذائقة الجمهور، والنقد الفني، مما يجعل القطاع الفني مرتبطاً مباشرة بالحركة الاقتصادية. وفي السياق نفسه، تؤكد الرواحي (2021) أن أهمية الفنون التشكيلية تكمن في قدرتها على دعم سوق العمل بالموهبة الإبداعية في مجالات متعددة مثل: التصوير، والرسم، والخزف، والنسيج، وهو ما يعزز من دور الفنون في تحقيق التنمية الثقافية والاقتصادية المستدامة.

وفي هذا السياق، أوصت دراسة الفيصل (2021) بأهمية تطوير الفنون التشكيلية، مشيرة إلى ما كانت تعانيه من ضعف البنية المؤسسية، وغياب قاعدة بيانات للفنانين، وضعف تنظيم المعارض والدعم المؤسسي قبل إعلان الرؤية، أما بعد رؤية 2030 فقد سمعت وزارة الثقافة إلى جعل المملكة مركزاً إقليمياً للفنون البصرية، من خلال دعم المواهب، وتمكين الممارسين، وتعزيز تذوق المجتمع للفن.

ولأهمية الفنون البصرية ودورها في تنويع دخل الدولة وتحقيق رؤية المملكة 2030 فقد تناولتها دراسات عدة، حيث هدفت دراسة الفامدي (2025) إلى تقديم تحليل شامل لتأثير رؤية 2030 على قطاع الفنون البصرية في السعودية، وتشير نتائج الدراسة إلى أن رؤية 2030 قد أثرت بشكل كبير على قطاع الفنون البصرية، وعززت التبادل الثقافي، وساهمت في التنويع الاقتصادي.

كما أظهرت نتائج الدراسة التي قام بها جان (2024) أن مخرجات برامج الفنون البصرية بجامعة أم القرى تعزز دعم الخريجين بنسبة (57.4%)، وتتوافق مع دعم مسار التطوير المهني بشكل مستمر، وتحقيق الاستدامة والمواءمة مع سوق العمل، ومن ثم فهي تتوافق مع متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

أما دراسة الفيصل (2021) فقد هدفت إلى التعرف على أهداف رؤية المملكة 2030 نحو الفنون التشكيلية، والتعرف على إستراتيجية المزيج التسويقي لتفعيل الفنون التشكيلية السعودية في سوق العمل من خلال رؤية 2030، وأسفرت الدراسة عن نتائج كان من أبرزها: أن المجتمع السعودي بحاجة إلى تثقيف بدور الفنون التشكيلية في التأثير على الاقتصاد السعودي، وعدم وجود تنظيم لإنشاء المتاحف والصالات الفنية ودعمها، كما أن الفنانين السعوديين بحاجة إلى ثقافة تؤهلهم للتأثير وتحديث أدواتهم الجمالية والفكرية والمادية.

كما أوضح البقمي (2021) في دراسته أهمية التخصصات في الفنون، والجهات المستفيدة منها، وإبراز أهم مميزات المخرجات الفنية التي يمكن الوصول لها في حال الاهتمام بجميع الفنون، وتحديد الجهات المستفيدة من المخرجات الفنية، وأسفرت الدراسة عن أن هناك احتياجات لتخصصات التصميم، وأيضاً الفنون الأخرى الحرفية في المملكة، لزيادة المخرجات التعليمية وارتفاع جودتها، وأهمية عمل خطط إستراتيجية لمستقبل الفنون في المؤسسات التعليمية الفنية، واستقطاب الكفاءات المتخصصة بحيث يحقق التنوع في الخبرات إثراء العملية التعليمية في التخصص الواحد.

واستعرضت دراسة القصبي (2019) تطور سوق الفن السعودي مقارنة بالأسواق العالمية، وأشارت إلى التحديات التاريخية والثقافية التي واجهت الفن في المنطقة،

وسلّط الضوء على الفرص المتاحة لتعزيز مكانة المملكة في السوق الفني العالمي من خلال الاستفادة من التنوع الثقافي والإصلاحات الاقتصادية، كما أسفرت الدراسة عن أهم النتائج وهي أن المملكة العربية السعودية تتمتع بدوافع قوية وإمكانات مالية كبيرة لدعم الفنون، وتسعى إلى الانفتاح على العالم، وتعزيز مكانتها كمركز ثقافي وسياحي من خلال دعم الفن والتعليم الفني ومبادرات التراث.

وأسفرت مراجعة الدراسات السابقة عن أهمية دمج الفنون البصرية بالتسويق والاستثمار، رغم اختلاف أهداف تلك الدراسات عن هدف الدراسة الحالية، حيث ركزت على جوانب مثل: تأثير رؤية 2030، وتوافق مخرجات التعليم مع التنمية، وإستراتيجيات التسويق الفني، بينما تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء.

مشكلة البحث

تشير الإحصاءات العالمية إلى تنامي الأثر الاقتصادي لسوق الفن، حيث تصدرت الصين بنسبة (35%) من مبيعات السوق العالمية، تليها الولايات المتحدة بنسبة (34%)، ثم المملكة المتحدة وفرنسا وكوريا الجنوبية التي شهدت تضاعف مبيعاتها (Art price, 2022)، وتُبرز هذه الأرقام إدراك الدول المتقدمة لدور الفنون البصرية كمورد اقتصادي إستراتيجي. كما أوضحت الدراسات في السياق السعودي أن اقتصاد الفنون البصرية يُعد منظومة متعددة الأطراف تعتمد على تكامل الجهات الحكومية والخاصة، إلا أن معظم هذه الدراسات ركز على التحليل أو التعليم أو الثقافة، أو تناول تطور السوق الفني السعودي مقارنة بالعالمي (الفيصل، 2021، البقمي، 2021، جان، 2024، القصبي، 2019، الغامدي، 2025)، ورغم أهميتها فإنها لم تبحث بعمق إسهام الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل الوطني.

ومن هذه الفجوة المعرفية تنبثق مشكلة البحث الحالية، التي تسعى للإجابة عن السؤال الرئيس:

ما دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء في المجال؟

أهداف البحث

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تحليل دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في دعم الاقتصاد الإبداعي وتنويع مصادر الدخل الوطني.

- تفيّد هذه الدراسة تعزيز الاستقرار الاجتماعي بالحد من نسبة البطالة بالاعتماد على الفنون البصرية كمدخل اقتصادي إبداعي.
- تساعد نتائج هذه الدراسة في التنويع الاقتصادي، وهو أحد أهداف رؤية المملكة 2030، من خلال إيجاد اقتصاديات بديلة تعتمد على الفنون البصرية.

حدود البحث

الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية.
الحدود الزمانية: عام 2025م.
الحدود الموضوعية: الجهات المسوّقة للفنون البصرية، وهي: التعليم، والمؤسسات الحكومية والخاصة، والمتاحف، والمعارض، والمهرجانات، والمجلات التجارية، ومنصات التواصل الاجتماعي، والتسويق الإلكتروني، والمزادات.
الحدود البشرية: الخبراء في مجال الفنون البصرية، وهم: الأكاديميون، والفنانون الممارسون، والنقاد والقيّمون الفنيون.

مصطلحات البحث

الفنون البصرية (Visual arts):

وفقاً لهيئة الفنون البصرية (2025) هي: مجموعة من الفنون التي تُنتج لأهداف جمالية وفكرية، ليتم تقديرها على جمالها وأبعادها المعنوية واللامعنوية، باستخدام مختلف الأدوات والأساليب، ومن خلال الوسائط المتعددة والمختلفة التي تشمل: الفن التشكيلي، والرسم، والتصوير الفوتوغرافي كوسيلة للتعبير الفني، وأداة اتصال، والأعمال التركيبية، والنحت، وفن الخط كوسيلة إبداعية للتعبير عن الأفكار، والفنون الرقمية والفيديو، وفن الوسائط المتعددة، وغيرها.

التعريف الإجرائي: هي التعابير الفنية مثل: الرسم، والطباعة، والنحت، والخزف، والتصوير الفوتوغرافي، والفيديو، والجرف اليدوية، والعديد من التخصصات الفنية مثل: الفن المفاهيمي، وفنون النسيج، والفنون التطبيقية مثل: التصميم الصناعي، والتصميم الجرافيكي، وتصميم الأزياء، والتصميم الداخلي والفنون الزخرفية، والتي يمكن الاستفادة من إنتاجها الفني في دعم وتنويع الاقتصاد الوطني للمملكة العربية السعودية.

الاقتصاد الوطني (National economy)

هو الاقتصاد الذي يتكوّن من كافة الأنشطة الاقتصادية للشركات التي تعمل على أراضي الدولة، والسلوك المرؤج والمنظّم للمستهلكين والشركات الخاصة والعامة على حد سواء، ويتألف من تفضيل السلع أو الخدمات المنتجة في بلادهم، أو في مجموعة

البلاد التي تنتمي إليها (الرواحي، 2021).

التعريف الإجرائي: هو تفعيل دور الفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل الوطني، من خلال الاستثمار في الفنون البصرية، عن طريق الجهات المسوّقة له، مما يؤدي إلى خلق فرص عمل، وتحفيز ريادة الأعمال، وجذب الاستثمارات المحلية والدولية.

الجهات المسوّقة (Marketing entities)

هي الكيانات المسؤولة عن تخطيط، وتنظيم، وتوجيه الأنشطة التسويقية، بهدف إتمام عملية التبادل بكفاءة وفعالية، وتحقيق أهداف كل من المستهلكين والمنظمة (الزعبى، 2022).

التعريف الإجرائي: هي الجهات التي تقوم بتنظيم الفعاليات الفنية، وتنفيذ الأنشطة المتعلقة بالترويج لها أو لخدماتها، بهدف جذب العملاء، وزيادة المبيعات، والوعي بأهميتها، وتشمل هذه الجهات: التعليم، والمؤسسات الحكومية والخاصة، والمتاحف، والمعارض، والمهرجانات، والمحلات التجارية، ومنصات التواصل الاجتماعي، والتسويق الإلكتروني، والمزادات.

الإطار النظري

تناولت الدراسة النظرية للبحث الحدود الموضوعية وهي: الجهات المسوّقة للفنون البصرية، والتعليم، والمؤسسات الحكومية والخاصة، والمتاحف، والمعارض، والمهرجانات، والمحلات التجارية، ومنصات التواصل الاجتماعي، والتسويق الإلكتروني، والمزادات. حيث يعد التعليم الركيزة الأهم في دعم وتسويق الفنون البصرية، إذ دمجت العديد من الدول برامج الفنون ضمن إستراتيجيات التنمية الاقتصادية، لما لها من أثر فاعل في استثمار رأس المال البشري والموارد الثقافية، بما يساهم في تنشيط الاقتصاد، وتحسين جودة الحياة، وتعزيز جاذبية المجتمعات (جان، 2024)، وانطلاقاً من هذا الدور، صنّفت وزارة التعليم السعودية (2020) تخصصات الفنون إلى مجالات رئيسة تشمل: التصميم الجرافيكي، والوسائط الرقمية، والإنتاج الموسيقي، والتصميم الداخلي، والرسم، والفنون التشكيلية، والأشغال الحرفية، والفنون الأدائية. وتتفرع عنها مجالات دقيقة مثل: التصوير، والطباعة، وتصميم الأزياء، والنحت، والنسيج، والإخراج السينمائي، ويعكس هذا التنوع تكامل البعدين الجمالي والتقني، ودمج الفنون البصرية والرقمية في التعليم والممارسة المهنية (وزارة التعليم، 2020).

وتبرز الجهات الحكومية السعودية كركيزة أساسية في تمكين قطاع الفنون البصرية، وتتصدر وزارة الثقافة هذا الدور عبر إستراتيجيات قائمة على ثلاثة محاور: ترسيخ الثقافة

كمنط حياة، وتعزيز الاقتصاد الإبداعي، وتكريس الحضور الثقافي للمملكة عالميًا (الموقع الرسمي لوزارة الثقافة)، كما تُعد هيئة الفنون البصرية الجهة التنظيمية المختصة، حيث تعمل على بناء منظومة محفّزة للإبداع، تدعم ممارسي الفنون، وتطوّر بيئة تشريعية لحماية الحقوق الفكرية، وتشجع الاستثمار في هذا القطاع (الفامدي، 2025). أما الجهات الأهلية فتؤدي دورًا حيويًا في إثراء المشهد الفني، فالجمعية السعودية للفنون التشكيلية (جسفت) تسعى إلى خلق بيئة فنية مواكبة للتطورات العالمية، تدعم الفنانين، وتنشر الوعي التشكيلي في مختلف المناطق (الجمعية السعودية للفنون التشكيلية جسفت، 2024). ومن المؤسسات الثقافية الرائدة أيضًا معهد مسك للفنون، الذي يقمّ برامج مثل: منحة مسك للفنون وإقامة مسك، والتي تسهم في تطوير المهارات الفنية وتعزيز التبادل الثقافي (الفامدي، 2025).

كما تلعب المتاحف دورًا محوريًا في تسويق الأعمال الفنية، إذ تُعد مراكز جذب ثقافي وسياحي تساهم في الاقتصاد، عبر بيع الأعمال، واستقطاب السياح، وتوفير الوظائف (Kupec et al., 2020)، وتُعد متاحف مثل: اللوفر واللوفر أبوظبي، وميتروبوليتان، وأرميتاج، نماذج بارزة على دور الفن في تنشيط السياحة والاقتصاد (البيدائية، 2015)، وفي المملكة العربية السعودية يشكّل المتحف السعودي للفن المعاصر ومتحف الفنون في جدة مؤسسات نوعية في دعم الفن المحلي، كما تُرتقب متاحف جديدة مثل: الذهب الأسود، وجدة بلا حدود، والفن الرقمي، مما يعكس اتساع الأفق الثقافي الوطني (شريفية، 2021)، وتُعد المعارض الفنية من أبرز أدوات التعبير الثقافي والاقتصادي، إذ تسهم في تبادل الخبرات، وإبرام الصفقات، وتعزيز الهوية البصرية للأمم (ياقوته ومحمد، 2016)، وتشير الفيفي (2021) إلى أن المعارض تمثل منصات لعرض الأعمال أمام المهتمين والمقنيين، مما يعزز من الحركة الفنية، ويزيد من وعي الجمهور، ومن أبرز الفعاليات المعاصرة في المملكة العربية السعودية بينالي الدرعية، إلى جانب معارض مثل: أثر جاليري، وجاليري الفن النقي، التي أسهمت في إبراز هوية الفن السعودي المعاصر (الفامدي، 2025).

كما تشهد السعودية حراكًا مميزًا في تنظيم المهرجانات الفنية، التي أصبحت أداة إستراتيجية لجذب السياح والاستثمار، فهذه الفعاليات -التي تُقام في مختلف المناطق- تستقطب جمهورًا محليًا ودوليًا، وتسهم في تنشيط الاقتصاد الوطني من خلال زيادة الإنفاق السياحي والطلب على المنتجات الثقافية (المنيف، 2023)، وأدّى فتح التأشيرات السياحية إلى ارتفاع القوة الشرائية وزيادة الإقبال على المنتجات الفنية، وهو ما يعزز من حضور الفنون في السوق المحلي (العلي، 2018)، وأكد الشريف (2018) تكامل الجهود بين هيئة الترفيه وهيئة السياحة في بناء منظومة تعزز من موقع المملكة ثقافيًا واقتصاديًا.

وفي سياق التسويق المباشر، تلعب المحلات التجارية دورًا بارزًا في عرض الأعمال الفنية وتسويقها ضمن منتجات الأثاث والتصاميم المنزلية، ما يعزز القيمة الجمالية والتجارية للمنتج، ويُنظر إلى المحل التجاري كوحدة اقتصادية مستقلة تحمل قيمة معنوية تتجاوز مكوناته المادية، فالمحل التجاري يتكوّن من عناصر مادية مثل: السلع والمعدات، وأخرى معنوية، كالعنوان التجاري، والاسم، وحق التأجير، والعلاقات مع العملاء، والسمعة التجارية، وحقوق الملكية الصناعية (المكتبة القانونية العربية، 2022)، كما أشارت دراسة مهديين وأخريين (Mohd Zaine et al. 2023) إلى أن المحالّ التجارية المتخصصة في بيع الأعمال الفنية تُعد محورًا رئيسًا في تسويق الفنون المعاصرة، لما تمثله من حلقة وصل بين الجانبين الاقتصادي والترويجي، إضافةً إلى دورها الفاعل في ربط الفنانين بالجمهور والمقتنين.

أما وسائل التواصل الاجتماعي فقد أحدثت تحولًا جذريًا في آليات التسويق، إذ مكّنت الفنانين من الترويج لأعمالهم، والتفاعل مع الجمهور مباشرة، وأصبح لهذه المنصات دور في إعادة تشكيل الثقافة البصرية لدى الأفراد، خاصة مع تجاوز عدد مستخدميها (5) مليارات مستخدم نشط عالميًا في عام 2023 (شطوان، 2025)، وساهم عرض الأعمال الفنية عبر هذه الوسائل في نشر الوعي الفني، كما هو الحال في عرض لوحات لفنانين سعوديين في مكتب ولي العهد، مما يعزز من مكانة الفن محليًا ودوليًا (الجميل، 2023). وفي المقابل، يبقى البريد الإلكتروني الوسيلة الأكثر فاعلية في التسويق المهني، للتواصل مع رجال الأعمال، لأنه يخضع لفحص دوري ومستمر بفرض متابعة جميع المراسلات الواردة بدقة وانتظام، نظرًا لما يوفره من محتوى تفصيلي يمكن من خلاله بناء علاقات موثوقة بين البائع والمشتري، بخلاف الإعلانات السريعة عبر المنصات (عمر، 2018)، كما أوضحت دراسة سكورو وسبيليو توبولوس (Skourou & Spiliotopoulos 2024) أن البريد الإلكتروني يُعد من أكثر أدوات التسويق تحقيقًا للربحية، حيث يفضل أكثر من 70% من المستهلكين تلقي العروض والتواصل مع الشركات عبر هذه الوسيلة، كما أشار نحو 59% منهم إلى أن قراراتهم الشرائية تتأثر بالبريد الترويجي الذي يتلقونه، كما بينت الدراسة أن التصميم البصري للبريد الإلكتروني يمثل العامل الأكثر تأثيرًا في تحفيز التفاعل واتخاذ قرار الشراء، متجاوزًا أهمية المحتوى النصي وحده، مما يجعل البريد الإلكتروني أداة تسويقية فعالة -بما في ذلك في مجال تسويق الأعمال الفنية- متى ما تم توظيف العناصر البصرية الجاذبة والعناوين المؤثرة بطريقة مدروسة.

وقد شهد سوق المزايدات الفنية نموًا غير مسبوق، حيث بلغت مبيعات 2021 نحو (17.08) مليار دولار، بزيادة (60%) عن 2020، وقفزت حصة الفن المعاصر في السوق من (3%)

عام 2000 إلى (20%) عام 2021 (مجلة الرؤية، 2022)، وتصدّرت: سوذيز وكريستيز السوق بنسبة (49%)، وفي المملكة العربية السعودية أطلقت وزارة الثقافة أول مزاد فني وهو «الفن للبلد» بالتعاون مع كريستيز، دعماً للفن المحلي، ومساهمة في مبادرات تعليمية وثقافية (الشريف، 2019). كما دشنت المملكة أول مزاد إلكتروني للأعمال السعودية عبر منصة أوك-آرت، ما أتاح للفنانين عرض أعمالهم لجمهور عالمي (الشرق الأوسط، 2021).

المنهجية

تم استخدام المنهج الوصفي المُسحي لتحقيق أهداف البحث المتمثلة في: الحصول على معلومات وبيانات دقيقة حول دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء، فهو المنهج الذي يعتمد على دراسة الواقع، ويهتم بوصف الظاهرة وصفاً دقيقاً، ويُعبّر عنها تعبيراً كيفياً أو كمياً.

متغيرات البحث

المتغير المستقل: وهو العامل أو السبب الذي يطبق بفرض معرفة أثره على النتيجة، ويتمثل في الجهات المسوّقة للفنون البصرية.
المتغير التابع: وهو النتيجة التي يقاس أثر تطبيق المتغير المستقل عليها، والمتمثل في تنويع الدخل الوطني من وجهة نظر الخبراء.

مجتمع وعينة البحث

المجتمع: يتكون من كافة الخبراء في مجال التربية الفنية، حيث يتكون من ثلاث فئات رئيسة هي:

الأكاديميون.

الفنانون الممارسون

النقاد الفنيون/ القيّمون

العينة: تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة الميسرة (convenience sample). وقد جاء اختيار هذا الأسلوب انسجاقاً مع طبيعة البحث التي تتطلب الوصول السريع إلى أكبر عدد ممكن من المشاركين، وبطريقة تتسم بالمرونة وقلّة التكلفة. ولتحقيق ذلك تم نشر الاستبانة عبر مختلف وسائل ومجموعات التواصل الاجتماعي، مما أتاح جمع بيانات من عينة مكوّنة من (412) مشاركاً من مواقع متعددة داخل المملكة العربية السعودية، وشملت العينة مجموعة واسعة من مجالات الخبرة، وهو ما أسهم في توفير بيانات متنوعة تدعم أهداف الدراسة.

جدول (5) توزيع عينة البحث وفقاً للمهنة ن = 412

النسبة المئوية	العدد	المهنة
50%	206	أستاذ جامعي
36.41%	150	فنان ممارس
13.59%	56	ناقد/ قيّم فني

أداة البحث

أعدّ البحث استبانة لجمع آراء الخبراء حول دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية، بما يحقق أهداف الدراسة، ويجب عن تساؤلاتها، وقد صيغت العبارات بما يتوافق مع طبيعة الدراسة ومحاورها، واستخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات أفراد العينة وفق درجات الموافقة التالية: (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق إطلاقاً).

إجراءات البحث

لتنفيذ البحث تم اتباع الخطوات التالية:

- الرجوع إلى أدبيات البحث (الإطار النظري والدراسات السابقة)، بهدف كتابة وتحديد مشكلة البحث الحالي، وأهدافه، وأهميته، وتعريف المصطلحات، وحدود البحث.
- تحديد منهج البحث، والمجتمع، والعينة.
- اختيار أداة البحث المناسبة، وتمثل في الاستبانة.
- تحديد متغيرات البحث التي تمثلت في: متغير مستقل هو: الجهات المسوّقة للفنون البصرية، ومتغير تابع هو: تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية.
- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكّمين - وعددهم (7) من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في التربية الفنية من الجامعات السعودية - وذلك للاسترشاد بأرائهم، وبناءً على التعديلات والاقتراحات التي أبداهها المحكّمون تم إجراء التعديلات اللازمة التي اتفق عليها غالبية المحكّمين، حيث تكونت الاستبانة في صورتها النهائية من (54) عبارة فرعية تدرج تحت (10) محاور رئيسة.
- تعديل الاستبانة حسب توجيهات المحكّمين.
- تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية (40 مشاركاً)، واستخدمت مُعامل ارتباط بيرسون لقياس الاتساق الداخلي، حيث تم ربط كل عبارة بالدرجة الكلية، وأظهرت النتائج الموضحة بالجدول رقم (2) دلالة إحصائية قوية لجميع العبارات (عند مستوى أقل من

0.05)، مما يشير إلى صدق بنائي مرتفع وانسجام في استجابات الخبراء. تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام مُعامل كرونباخ ألفا، حيث بلغ المعدل الكلي (0.974)، ما يدل على اتساق داخلي ممتاز وموثوقية عالية للأداة، كما تراوحت القيم بين (0.881) للمؤسسات الحكومية و(0.954) للمزادات، وجميعها تجاوزت الحد المقبول (0.70)، كذلك تم اختبار ثبات التصحيح باستخدام معادلة كوبر، مما يؤكد إمكانية الحصول على نتائج متسقة باختلاف المحللين.

توزيع الاستبانة على عينة البحث، وجمع البيانات، وتفريقها على الحزمة الإحصائية SPSS، وتحليل النتائج ومناقشتها، واستخراج النتائج.

جدول (6) الصدق والثبات

المحور/ رقم العبارة	مُعامل كرونباخ ألفا	مُعامل الارتباط	الدلالة
التعليم	.928		
1		.880**	0.000
2		.760**	0.000
3		.700**	0.000
4		.665**	0.001
5		.818**	0.000
المؤسسات الحكومية	.881		
1		.750**	0.000
2		.683**	0.000
3		.665**	0.001
4		.677**	0.001
5		.546*	0.033
6		.801**	0.000
المؤسسات الخاصة	.906		
1		.806**	0.000
2		.745**	0.000

المحور/ رقم العبارة	مُعامل كرونباخ ألفا	مُعامل الارتباط	الدلالة
3		.779**	0.000
4		.803**	0.000
5		.787**	0.000
6		.554**	0.007
المتاحف	.901		
1		.552**	0.008
2		.727**	0.000
3		.643**	0.001
4		.563**	0.006
5		.515*	0.014
المعارض	.910		
1		.770**	0.000
2		.663**	0.001
3		.678**	0.001
4		.759**	0.000
5		.818**	0.000
المهرجانات	.927		
1		.617**	0.002
2		.682**	0.000
3		.690**	0.000
4		.669**	0.001
5		.579**	0.005
المحلات التجارية	.947		
1		.646**	0.001

الدلالة	مُعامل الارتباط	مُعامل كرونباخ ألفا	المحور/ رقم العبارة
0.013	.519*		2
0.000	.723**		3
0.000	.709**		4
0.000	.796**		5
		.920	منصات التواصل الاجتماعي
0.002	.627**		1
0.011	.531*		2
0.003	.596**		3
0.000	.715**		4
0.000	.726**		5
		.918	البريد الإلكتروني
0.017	.503*		1
0.003	.597**		2
0.006	.564**		3
0.006	.563**		4
0.003	.597**		5
0.001	.648**		6
		.954	المزادات
0.006	.565**		1
0.017	.505*		2
0.001	.668**		3
0.001	.640**		4
0.004	.589**		5
0.000	.697**		6

المحور/ رقم العبارة	مُعامل كرونباخ ألفا	مُعامل الارتباط	الدلالة
المتوسط العام	.974		

النتائج ومناقشتها

أولاً: الإحصاءات الوصفية لمحاور البحث

قام البحث الحالي بحساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري لاستجابات أفراد العينة على استبانة دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء كما يلي:

محور التعليم (Education)

يتضح من الجدول رقم (7) أن دور التعليم كأحد الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي جداً، حيث تراوح بين (متوسط حسابي 4.59 وانحراف معياري 0.59) للعبارة رقم (2) كأعلى تقييم، وبين (متوسط حسابي 4.18 وانحراف معياري 0.85) للعبارة رقم (4) كأقل تقييم.

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة العينة على أداة الدراسة

(محور التعليم)

الترتيب	رقم العبارة	العبارة	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الانحراف المعياري	التقييم	
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
1	2	يسهم استحداث تخصصات تعليمية دقيقة في مجال الفنون في استحداث الوظائف الجديدة المرتبطة بمجال الفنون البصرية.	0%	0	0%	0	0%	20	5%	130	32%	262	64%	4.59	0.59
															عالي جداً

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.73	4.36	50%	206	36%	150	14%	56	0%	0	0%	0	يسهم تعليم الفنون البصرية في رفد سوق العمل بالمبتكرين والمبدعين القهرة في مختلف المجالات الفنية، بما يساعد على زيادة تسويق الأعمال الفنية.	5	2
عالي جدًا	0.78	4.32	50%	206	32%	130	18%	76	0%	0	0%	0	تسهم أقسام الفنون البصرية في إعداد الفنانين للمشاركة في الفعاليات الفنية.	3	3

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي	0.91	4.18	45%	187	32%	131	18%	76	4%	18	0%	0	تسهم الفنون البصرية بمجالاتها المختلفة في إيجاد فرص عمل للخريجين/ الخريجات.	1	4
عالي	0.85	4.18	41%	168	41%	168	14%	57	5%	19	0%	0	يسهم تعليم الفنون البصرية في إنتاج أعمال فنية على مستوى عالي من الإتقان تنافس العالمية.	4	5

محور المؤسسات الحكومية (Governmental Institutions)

يوضح الجدول رقم (8) التحليل الوصفي لعبارات محور دور المؤسسات الحكومية كإحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي، حيث تراوح تقييم الخبراء بين (متوسط حسابي 4.50 وانحراف معياري 0.86) للعبارة رقم (6) كأعلى تقييم، وبين (متوسط حسابي 3.95 وانحراف معياري 0.95) للعبارة رقم (3) كأقل تقييم.

جدول (8) التحليل الوصفي لعبارات محور المؤسسات الحكومية

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.86	4.50	68%	281	18%	75	9%	37	5%	19	0%	0	يساهم تشجيع وحث القطاع الحكومي والدوائر الحكومية على اقتناء الأعمال في زيادة القوة الشرائية.	6	1
عالي جدًا	0.59	4.41	45%	187	50%	206	5%	19	0%	0	0%	0	يساهم تنظيم المؤتمرات واستقطاب متحدثين وخبراء عالميين في فتح مجالات الاستثمار في المستقبل.	5	2
عالي	1.04	4.14	50%	206	23%	94	18%	75	9%	37	0%	0	تساهم المؤسسات الحكومية في إتاحة الفرصة للمبدعين للمشاركة بالفعاليات الفنية لتسويق أعمالهم.	1	3

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي	0.92	4.09	41%	168	32%	131	23%	94	5%	19	0%	0	تساهم المؤسسات الحكومية في إيجاد فرص عمل في مجال الفنون.	2	4
عالي	1.02	4.00	41%	169	27%	112	23%	94	9%	37	0%	0	تساهم المبادرات المقدمة من المؤسسات الحكومية في الاستثمار في مجالات الفنون البصرية.	4	5
عالي	0.95	3.95	36%	150	27%	112	32%	131	5%	19	0%	0	يسهم الدعم المقدم من المؤسسات في فتح مشاريع تختص بالفنون البصرية.	3	6

محور المؤسسات الخاصة (Private Institutions)

يوضح الجدول رقم (9) التحليل الوصفي لعبارات محور دور المؤسسات الخاصة كإحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي، حيث حصلت العبارة رقم (6) على أعلى تقييم (متوسط حسابي

4.50 وانحراف معياري (0.60)، والعبارة رقم (2) على أقل تقييم (متوسط حسابي 4.09 وانحراف معياري 1.11).

جدول (9) التحليل الوصفي لعبارات محور المؤسسات الخاصة

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جداً	0.60	4.50	54%	224	41%	169	5%	19	0%	0	0%	0	يسهم تشجيع وحث القطاع الخاص على افتتاء الأعمال في زيادة القوة الشرائية.	6	1
عالي جداً	0.66	4.36	46%	188	45%	187	9%	37	0%	0	0%	0	يسهم تنظيم المؤتمرات واستقطاب متحدثين وخبراء عالميين في فتح مجالات الاستثمار في المستقبل.	5	2
عالي	0.85	4.18	46%	188	27%	112	27%	112	0%	0	0%	0	تسهم المبادرات المقدمّة من المؤسسات الخاصة في الاستثمار في مجالات الفنون البصرية.	4	3
عالي	0.99	4.14	50%	206	18%	75	27%	112	5%	19	0%	0	يسهم الدعم المقدم من المؤسسات في فتح مشاريع تختص بالفنون البصرية.	3	4

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي	1.02	4.09	46%	188	27%	112	18%	75	9%	37	0%	0	تساهم المؤسسات الخاصة في إتاحة الفرصة للمبدعين للمشاركة بالفعاليات الفنية لتسويق أعمالهم.	1	5
عالي	1.11	4.09	50%	206	23%	94	14%	56	14%	56	0%	0	تساهم المؤسسات الخاصة في إيجاد فرص عمل في مجال الفنون.	2	6

محور المتاحف (Museums)

يوضح الجدول رقم (10) التحليل الوصفي لعبارات محور دور المتاحف كإحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي جدًا. حصلت العبارة رقم (5) على أعلى تقييم (متوسط حسابي 4.73 وانحراف معياري 0.46)، بينما جاءت العبارة رقم (1) كأقل تقييم (متوسط حسابي 4.50 وانحراف معياري 0.67).

جدول (10): التحليل الوصفي لعبارات محور المتاحف

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.46	4.73	73%	300	27%	112	0%	0	0%	0	0%	0	تسهم المتاحف في دعم العلاقات الدولية، من خلال فتح آفاق للتعاون الثقافي والاقتصادي.	5	1

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.57	4.68	73%	299	23%	94	5%	19	0%	0	0%	0	تسهم المتاحف في تشجيع نسبة من الأيدي العاملة الوطنية.	3	2
عالي جدًا	0.67	4.59	68%	281	23%	94	9%	37	0%	0	0%	0	تسهم المتاحف في اجتذاب السياح.	2	3
عالي جدًا	0.67	4.55	64%	263	27%	112	9%	37	0%	0	0%	0	تسهم المتاحف في تنمية القطاع الحرفي، كعرض منتجات الحرفيين التذكارية.	4	4
عالي جدًا	0.67	4.50	59%	244	32%	131	9%	37	0%	0	0%	0	تسهم المتاحف في تطوير الاقتصاد بالفن في كونها تساعد الجانب التجاري المرتبط ببيع الأعمال الفنية.	1	5

محور المعارض (Exhibitions)

يوضح الجدول رقم (11) التحليل الوصفي لعبارات محور دور المعارض كإحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالٍ جدًا. حصلت كل من العبارة رقم (2) ورقم (3) على أعلى تقييم (متوسط حسابي 4.59 وانحراف معياري 0.50)، بينما حصلت العبارة رقم (4) على أقل تقييم (متوسط حسابي 4.36 وانحراف معياري 0.73).

جدول (11) التحليل الوصفي لعبارات محور المعارض

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.50	4.59	59%	243	41%	169	0%	0	0%	0	0%	0	تسهم المعارض في جعل الأعمال الفنية أقرب للمستهلكين	2	1
عالي جدًا	0.50	4.59	59%	243	41%	169	0%	0	0%	0	0%	0	تسهم المعارض في اكتشاف التقنيات الجديدة والمبتكرة للزائرين.	3	2
عالي جدًا	0.67	4.41	50%	206	41%	169	9%	37	0%	0	0%	0	تسهم المعارض في إيصال المنتجات والمصنوعات السعودية إلى الريادة العالمية.	1	3

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.59	4.41	45%	187	50%	206	5%	19	0%	0	0%	0	تسهم المعارض في التعريف بالأعمال الفنية حتى يتمكن المشترون المهتمون من شرائها بما يتناسب مع ذائقة العملاء الفنية.	5	4
عالي جدًا	0.73	4.36	50%	206	36%	150	14%	56	0%	0	0%	0	يسهم المعرض الفني في دائرة بيع وشراء الفنون.	4	5

محور المهرجانات (Festivals):

يوضح الجدول رقم (12) التحليل الوصفي لعبارات محور المهرجانات كإحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي جدًا، حيث حصلت العبارة رقم (5) على أعلى تقييم (متوسط حسابي 4.73 وانحراف معياري 0.46)، أما أقل العبارات تقييمًا فهي العبارة رقم (3) (متوسط حسابي 4.45 وانحراف معياري 0.74).

جدول (12) التحليل الوصفي لعبارات محور المهرجانات

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.46	4.73	73%	300	27%	112	0%	0	0%	0	0%	0	تسهم المهرجانات في تفعيل السياحة الداخلية.	5	1
عالي جدًا	0.65	4.68	77%	319	14%	56	9%	37	0%	0	0%	0	تسهم المهرجانات في تطوير الحركة السياحية في المملكة.	1	2
عالي جدًا	0.59	4.59	64%	262	32%	131	5%	19	0%	0	0%	0	تسهم المهرجانات في تعزيز المشتريات والهدايا والمنتجات الفنية التذكارية.	4	3
عالي جدًا	0.74	4.55	68%	281	18%	75	14%	56	0%	0	0%	0	تسهم المهرجانات في اجتذاب الاستثمار الأجنبي.	2	4
عالي جدًا	0.74	4.45	59%	244	27%	112	14%	56	0%	0	0%	0	تسهم المهرجانات في تحريك الاقتصاد من خلال وجود قوة شرائية.	3	5

محور المحلات التجارية (Retail Stores):

يوضح الجدول رقم (13) التحليل الوصفي لعبارات محور دور المحلات التجارية كإحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنوع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي. وقد حصلت العبارتان رقم (3) ورقم (4) على أعلى تقييم (متوسط حسابي 4.14، وانحراف معياري 0.94 و0.83 على التوالي)، أما أقل العبارات تقييماً فكانت العبارة رقم (2) (متوسط حسابي 3.77 وانحراف معياري 1.02).

جدول (13) التحليل الوصفي لعبارات محور المحلات التجارية

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي	0.94	4.14	41%	169	41%	169	9%	37	9%	37	0%	0	تسهم المحلات التجارية في عملية الاتصال بالعملاء.	3	1
عالي	0.83	4.14	36%	150	45%	187	14%	56	5%	19	0%	0	السمعة التجارية للمحل تسهم في تسويق الأعمال الفنية.	4	2
عالي	1.05	3.95	36%	150	36%	150	14%	56	14%	56	0%	0	تسهم المحلات التجارية في تسويق الأعمال الفنية.	1	3
عالي	1.11	3.91	36%	150	36%	150	9%	37	18%	75	0%	0	منح حقوق الملكية الصناعية للمحل يسهم في زيادة تسويق الأعمال الفنية.	5	4

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
متوسط	1.02	3.77	27%	112	36%	150	23%	94	14%	56	0%	0	تسهم المحلات التجارية في عرض الأعمال الفنية وتسعيرها.	2	5

محور منصات التواصل الاجتماعي (Social Media Platforms)

يوضح الجدول رقم (14) التحليل الوصفي لعبارات محور دور منصات التواصل الاجتماعي كأحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي جدًا. وقد حصلت العبارة (2) على أعلى تقييم (متوسط حسابي 4.68 وانحراف معياري 0.48)، أما العبارة (3) فقد حصلت على أقل تقييم (متوسط حسابي 4.55 وانحراف معياري 0.60).

جدول (14) التحليل الوصفي لعبارات محور منصات التواصل الاجتماعي

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.48	4.68	68%	281	32%	131	0%	0	0%	0	0%	0	تسهم منصات التواصل الاجتماعي في استخدام أساليب الترويج التفاعلية والجذابة للعملاء.	2	1
عالي جدًا	0.49	4.64	64%	262	36%	150	0%	0	0%	0	0%	0	يساهم استخدام وسائل التواصل في تسويق الأعمال في تحسين العملية الترويجية.	4	2

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار					
عالي جدًا	0.59	4.59	64%	262	32%	131	5%	19	0%	0	0%	0	تسهم منصات التواصل الاجتماعي في التسويق الإلكتروني والوصول إلى الأسواق العالمية وزيادة دورها في التفاعل الاقتصادي.	1	3
عالي جدًا	0.59	4.59	64%	262	32%	131	5%	19	0%	0	0%	0	يساهم استخدام وسائل التواصل في زيادة عدد الزبائن أو العملاء.	5	4
عالي جدًا	0.60	4.55	59%	243	36%	150	5%	19	0%	0	0%	0	تسهم منصات التواصل الاجتماعي في تقديم السلع وفقًا لرغبات العميل.	3	5

محور التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing)

يوضح الجدول رقم (15) التحليل الوصفي لعبارات محور دور التسويق بالبريد الإلكتروني كإحدى الجهات المسؤولة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي. وقد حصلت العبارة (6) على أعلى تقييم (متوسط حسابي 4.18 وانحراف معياري 0.80)، أما العبارة (2) فقد حصلت على أقل تقييم (متوسط حسابي 3.91 وانحراف معياري 1.02).

جدول (15) التحليل الوصفي لعبارات محور التسويق بالبريد الإلكتروني

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي	0.80	4.18	41%	168	36%	150	23%	94	0%	0	0%	0	يسهم التسويق عبر البريد الإلكتروني في بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء.	6	1
عالي	0.90	4.05	36%	149	36%	150	23%	94	5%	19	0%	0	يسهم التسويق عبر البريد الإلكتروني في الوصول إلى أصحاب الأعمال والمستثمرين.	1	2
عالي	0.90	4.05	32%	132	50%	206	9%	37	9%	37	0%	0	يسهم التسويق عبر البريد الإلكتروني في سهولة المتابعة سواء قبل أو بعد الشراء.	5	3
عالي	0.93	4.00	32%	132	45%	187	14%	56	9%	37	0%	0	يسهم التسويق عبر البريد الإلكتروني في التعرف بالعمل الفني حيث يكون أكثر تفصيلاً وشمولاً.	3	4
عالي	0.95	3.95	32%	131	41%	169	18%	75	9%	37	0%	0	يسهم التسويق عبر البريد الإلكتروني في تسهيل عملية التواصل بين البائع والمشتري.	4	5

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي	1.02	3.91	37%	151	27%	112	27%	112	9%	37	0%	0	يسهم التسويق عبر البريد الإلكتروني في الوصول إلى المقتنين ورجال الأعمال كونه أكثر فعالية من إعلانات تطبيقات التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم.	2	6

محور المزادات (Auctions):

يوضح الجدول رقم (16) التحليل الوصفي لعبارات محور دور المزادات كإحدى الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنوع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء عالي. وقد حصلت عبارتا (6) و(1) على أعلى تقييم (متوسط حسابي 4.27 وانحراف معياري 0.77)، بينما حصلت العبارة (4) على أقل تقييم (متوسط حسابي 4.05 وانحراف معياري 0.95).

جدول (16) التحليل الوصفي لعبارات محور المزادات

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		العبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جداً	0.77	4.27	45%	187	36%	150	18%	75	0%	0	0%	0	تسهم المزادات الفنية في وضع المنتج الإبداعي في موضعه الصحيح.	1	1

التقييم	الانحراف المعياري	المتوسط	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة		المعبارة	رقم العبارة	الترتيب
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
عالي جدًا	0.77	4.27	41%	168	50%	206	5%	19	5%	19	0%	0	تسهم المزادات في تجميع السلع باهظة الثمن والنادرة، والتي يصعب تسعيرها.	6	2
عالي جدًا	0.92	4.23	45%	187	41%	169	5%	19	9%	37	0%	0	تسهم المزادات الفنية في جعل المبدعين يتعاملون مع مشروعاتهم الفنية بجدية أكبر.	5	3
عالي	0.73	4.18	36%	150	45%	187	18%	75	0%	0	0%	0	تسهم المزادات الفنية بتداول العمل الفني واقتنائه من قبل المهتمين بالفن كونها الوسيط الأقوى بين الفنان والمقتني.	2	4
عالي	0.83	4.14	36%	150	45%	187	14%	56	5%	19	0%	0	تسهم المزادات الفنية في دعم الفنان وتسمح له بالاستفادة من إنتاجه.	3	5
عالي	0.95	4.05	36%	150	41%	169	14%	56	9%	37	0%	0	تسهم المزادات الفنية في تقدير العمل الفني الصحيح (نقدًا) وجمالًا وأيضًا ماديًا.	4	6

ثانيًا: إجابة السؤال البحثي الأول

للإجابة عن السؤال البحثي الأول الذي ينص على: ما دور الجهات المسوّقة للفنون البصرية في دعم الاقتصاد الإبداعي وتنويع مصادر الدخل الوطني؟ تم إجراء اختبار (ت) لعينة واحدة (One sample T-test) كما هو موضح بالجدول رقم (17)، وحساب قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل محور على حدة كما هو موضح بالجدول رقم (18).

جدول (17) نتائج اختبار (ت) للعينة الواحدة (قيمة الاختبار = 3.4)

قيمة (ت)	درجة الحرية	الدلالة	الفرق في المتوسطات	
			الأدنى	الأعلى
37.374	411	.000	.8783	.9758

جدول (18) التحليل الوصفي لمحاور الدراسة

م	الترتيب	المحور	المتوسط	الانحراف المعياري	التقييم
1	5	التعليم	4.33	0.69	عالٍ جدًا
2	8	المؤسسات الحكومية	4.18	0.72	عالٍ
3	6	المؤسسات الخاصة	4.23	0.74	عالٍ جدًا
4	1	المتاحف	4.61	0.52	عالٍ جدًا
5	4	المعارض	4.47	0.52	عالٍ جدًا
6	3	المهرجانات	4.60	0.57	عالٍ جدًا
7	10	المحلات التجارية	3.98	0.90	عالٍ
8	1	منصات التواصل الاجتماعي	4.61	0.48	عالٍ جدًا
9	9	التسويق بالبريد الإلكتروني	4.02	0.77	عالٍ
10	7	المزادات	4.19	0.75	عالٍ

أظهرت نتائج البحث (استنادًا إلى التحليل الوصفي واختبار (ت) لعينة واحدة) أن جميع محاور البحث حصلت على تقديرات مرتفعة تراوحت بين مستوى "عالٍ" و "عالٍ جدًا"، مما يعكس اتفاق الخبراء والمختصين على الدور الفاعل والمتنامي للجهات المسوّقة للفنون البصرية في دعم الاقتصاد الإبداعي وتنويع مصادر الدخل الوطني في المملكة العربية السعودية.

وقد بلغت قيمة اختبار (ت) (37.374)، وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05 α)، مما يشير إلى وجود فروق معنوية موجبة لصالح متوسطات استجابات العينة مقارنة بالقيمة الافتراضية (3.4)، أي إنَّ تقييم المبدوحين لحدور تلك الجهات جاء بدرجة تفوق المتوسط بدرجة كبيرة.

وتوضح النتائج التفصيلية لكل محور أن المتاحف، والمهرجانات، ومنصات التواصل الاجتماعي، والمعارض جاءت في مقدمة الجهات الأكثر تأثيرًا بمتوسطات حسابية تجاوزت (4.5)، مما يدل على أنها تمثل القنوات الأكثر فاعلية في الربط بين الإنتاج الفني والنشاط الاقتصادي والسياحي، سواء من خلال جذب الاستثمارات، أو تنشيط حركة السياحة الثقافية، أو زيادة القوة الشرائية المحلية والعالمية للأعمال الفنية.

كما أظهرت النتائج أن قطاع التعليم يؤدي دورًا جوهريًا في إعداد الكفاءات الوطنية المؤهلة في مجالات الفنون البصرية، مما يسهم في خلق وظائف جديدة، وتنمية رأس المال البشري الإبداعي، وهو ما يتسق مع توجهات رؤية المملكة 2030 نحو دعم الاقتصاد القائم على المعرفة والإبداع.

أما المؤسسات الحكومية والخاصة فقد حصلت على متوسطات مرتفعة (4.18 و4.23 على التوالي)، مما يعكس دورها المهم في تهيئة البيئة التشريعية والتنظيمية والاستثمارية التي تدعم الفنون وتحوّلها إلى قطاع اقتصادي واعد.

وتشير النتائج أيضًا إلى أن المحلات التجارية والتسويق بالبريد الإلكتروني قد جاءت بدرجات "عالية" لكنها أقل نسبيًا من بقية المحاور، مما يمكن تفسيره بأن تلك الوسائل لا تزال في مراحلها الأولى من التطوير في مجال تسويق الأعمال الفنية، مقارنة بمنصات التواصل الاجتماعي والمزادات الفنية التي أصبحت أكثر جذبًا للمستهلكين والمستثمرين. بناءً على ذلك يمكن القول إن النتائج تؤكد أن الجهات المسوّقة للفنون البصرية تسهم بشكل فعّال ومتكامل في دعم الاقتصاد الإبداعي عبر تنشيط الأسواق، وتوسيع قاعدة الإنتاج والاستهلاك الثقافي، وتحقيق التوازن بين البعد الثقافي والجوانب الاقتصادية. وتنسجم هذه النتائج مع التوجهات الوطنية التي تسعى إلى تحويل الفنون من نشاط ثقافي محدود إلى صناعة إبداعية ذات عائد اقتصادي مستدام، تسهم في تنويع مصادر الدخل، وتدعيم مكانة المملكة في الاقتصاد الثقافي العالمي.

هذه النتيجة تتفق مع دراسة جان (2024) التي أظهرت أن مخرجات برامج الفنون البصرية تدعم مسار التطوير المهني، وتحقق الاستدامة والمواءمة مع سوق العمل. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة البقمي (2021) التي أوضحت أهمية تدريس الفنون، لما له من أثر إيجابي على المجتمع وسوق العمل.

وتتفق أيضًا مع ما أوردته دراسة الغامدي (2025)، حيث بيّنت أن وزارة الثقافة وهيئة الفنون البصرية أسهمت بشكل فاعل في تطوير قطاع الفنون البصرية في المملكة، ودمجه ضمن محركات التنويع الاقتصادي والدبلوماسية الثقافية، وأن تأسيس المؤسسات الخاصة ساهم في نمو قطاع الفنون البصرية في السعودية، ودعم دوره في التنويع الاقتصادي. وأثبتت أن المعارض مثل "بينالي الدرعية"، و"بينالي الفنون الإسلامية" ساهمت في خلق مشهد بصري متجدد وحيوي داخل المملكة.

كما تتفق النتيجة مع دراسة القصبي (2019)، حيث بيّنت أن المملكة حافظت على نمو مستقر في سوق الفن من خلال افتتاح صالات عرض بارزة مثل: "أثر"، و"حافظ"، وبلغ إجمالي مبيعات الفن المعاصر (3.98) مليون دولار، مقارنة بـ(3.59) مليون في العام السابق، كما شهدت مبيعات المزادات للفنانين السعوديين ارتفاعًا بنسبة (237%)، وهي الأعلى بين مزادات الشرق الأوسط.

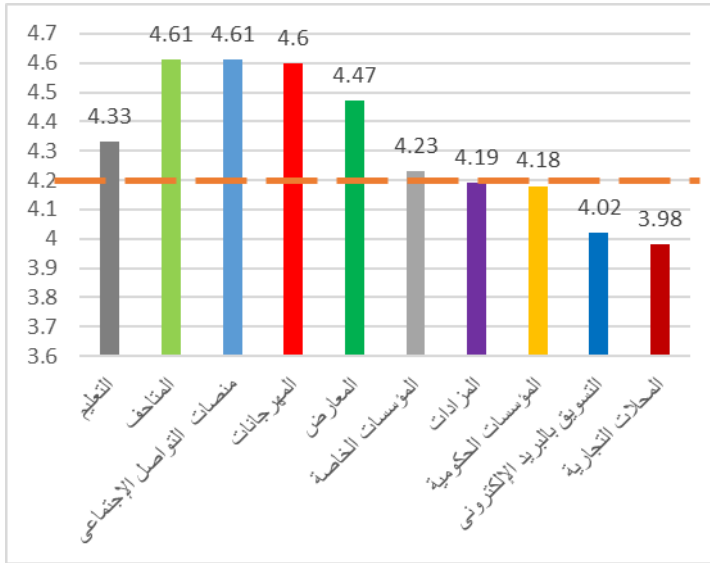
وتؤيد النتيجة ما ورد في دراسة النحاس (2021)، حيث أشار (90%) من المشاركين إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي وفرت فرص عمل جديدة، فيما عبّر (80%) من الجمهور عن تفضيلهم الشراء عبر هذه المنصات، كما تتفق مع ما ذكرته دراسة الجميل (2023) التي أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في انتشار الفن السعودي، وزادت من تقدير المجتمع للفنون، إلى جانب دورها في تسويق الأعمال الفنية وتوسيع الجمهور. وتختلف مع دراسة الفيصل (2021) التي أسفرت عن عدم وجود تنظيم لإنشاء المتاحف والصالات الفنية ودعمها.

ثالثًا: الإجابة عن السؤال البحثي الثاني: ما مستوى مساهمة الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تحقيق أهداف التنويع الاقتصادي ضمن رؤية المملكة 2030 من وجهة نظر الخبراء والمختصين في مجالي الفنون والاقتصاد؟

وتوصلت النتائج إلى أن الخبراء يؤكدون إسهام الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية، ومن ثمّ دعم الاقتصاد الوطني، مع وجود تفاوت في تقدير هذا الإسهام حسب التدرج التالي:

المجموعة الأعلى تقييمًا (متوسط 4.2 إلى 5) -وهو مستوى الموافق جدًا- شملت من الأعلى إلى الأقل على الترتيب: منصات التواصل الاجتماعي، المتاحف، المهرجانات، المعارض، التعليم، المؤسسات الخاصة.

أما المجموعة الأقل تقييمًا (متوسط 3.4 إلى أقل من 4.2) -وهو مستوى الموافق- شملت من الأعلى إلى الأقل على الترتيب: المزادات، المؤسسات الحكومية، التسويق بالبريد الإلكتروني، وجاءت المحلات التجارية في المركز الأخير ضمن المحاور العشرة التي شملتها الدراسة.



شكل (1) ترتيب مساهمة المحاور المختلفة طبقاً لتقييم الخبراء

كما أظهرت نتائج البحث أن مستوى مساهمة الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تحقيق أهداف التنويع الاقتصادي جاء بدرجة مرتفعة ودالة إحصائيًا، وهو ما يعكس توافقًا واسعًا بين آراء الخبراء والمختصين في مجالي الفنون والاقتصاد حول أهمية الدور الذي تلعبه هذه الجهات في دعم أهداف رؤية المملكة 2030، فقد بلغت قيمة اختبار (ت)، (37.374) وهي دالة عند مستوى $(\alpha 0.05)$ ، مما يشير إلى أن متوسط تقديرات العينة يفوق القيمة المحايدة (3.4) بدرجة كبيرة، أي إن مساهمة تلك الجهات تعد جوهرية في تحقيق التنويع الاقتصادي.

وأوضحت النتائج أن الجهات المسوّقة للفنون البصرية لا تقتصر مساهمتها على الجوانب الثقافية فحسب، بل تمتد إلى تحفيز النشاط الاقتصادي والسياحي والاستثماري، وذلك من خلال عدة مسارات مترابطة تشمل:

تعزيز الصناعات الإبداعية المحلية عبر تنشيط سوق المعارض والمزادات الفنية بما يولد فرصًا استثمارية جديدة.

رفع كفاءة الإنفاق الثقافي عبر تحويل الفنون إلى أصول اقتصادية قابلة للتداول، بما يتماشى مع مستهدفات رؤية 2030 نحو اقتصاد متنوع ومستدام.

تحفيز السياحة الثقافية من خلال المتاحف والمهرجانات والمعارض، مما يساهم في زيادة تدفقات الزوار ورفع العائدات غير النفطية.

تمكين رواد الأعمال والمبدعين من خلال منصات التواصل الاجتماعي ووسائل التسويق الرقمي، وهو ما يدعم التوجه الوطني نحو التحول الرقمي والاقتصاد المعرفي.

كما كشفت النتائج عن أن المؤسسات الحكومية والخاصة تؤدي دورًا تكامليًا في تحقيق أهداف التنويع الاقتصادي، حيث تعمل على توفير البيئة التنظيمية والاستثمارية المناسبة، بينما يسهم قطاع التعليم في إعداد الكفاءات الوطنية المؤهلة التي تمثل ركيزة أساسية في دعم الاقتصاد الإبداعي.

وبناءً على ذلك يمكن القول إن مستوى مساهمة الجهات المسؤولة للفنون البصرية في تحقيق أهداف التنويع الاقتصادي ضمن رؤية المملكة 2030 مرتفعٌ ودالٌّ إحصائيًا، ويتجسد في قدرتها على خلق فرص اقتصادية جديدة، وتنويع مصادر الدخل، وتعزيز مكانة المملكة في الأسواق الإبداعية الإقليمية والعالمية.

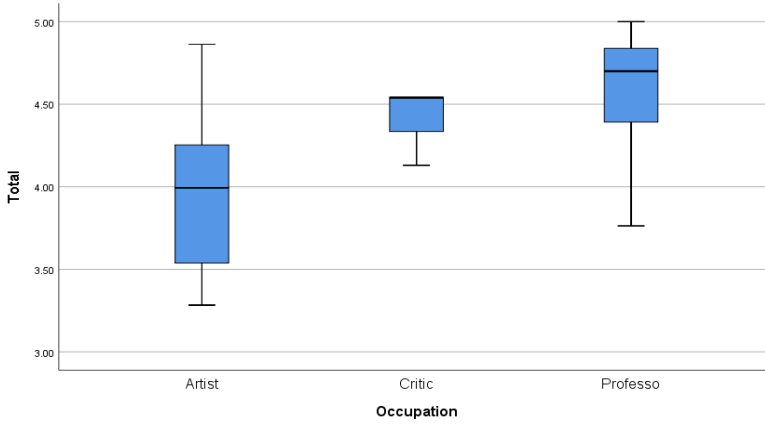
وتنسجم هذه النتيجة مع توجهات رؤية 2030 التي تؤكد على توسيع قاعدة الاقتصاد غير النفطية، وتعزيز الاستثمار في القطاعات الثقافية والفنية بوصفها أحد محركات التنمية المستدامة.

هذه النتيجة تتفق مع دراسة الغامدي (2025) التي تشير إلى أن رؤية 2030 قد أثرت بشكل كبير على قطاع الفنون البصرية، وعززت التبادل الثقافي، وساهمت في التنويع الاقتصادي.

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة القصبي (2019) التي أشارت إلى أن الفن في الخليج -خاصة في السعودية- يُعد أداة استثمارية فعالة، بفضل عوائده المرتفعة، وقدرته على تنويع المحافظ الاستثمارية مقارنةً بالأصول التقليدية.

رابعًا: الإجابة عن السؤال البحثي الثالث: ما الفروق الدالة إحصائيًا بين آراء الخبراء باختلاف تخصصاتهم أو خبراتهم أو مواقعهم الوظيفية- بشأن فعالية الجهات المسؤولة للفنون البصرية في تنويع الدخل الوطني؟

تتكون العينة البحثية -كما هو موضح بالجدول رقم (5)- من (206) أساتذة جامعيين، و(150) فنانًا ممارسًا، و(56) ناقدًا/ قَيِّمًا فنيًا. وللتأكد من اتفاق مستوى تقييم الخبراء لحوار الجهات المسؤولة للفنون البصرية في دعم الاقتصاد الوطني للمملكة العربية السعودية من وجهة نظر الخبراء قام البحث بإجراء اختبار (ANOVA) وقد بلغت قيمة الدلالة (= Sig. 0.034) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يشير إلى وجود فروق معنوية في متوسطات تقييم دور الفنون البصرية بين مجموعات الخبراء الثلاث.



شكل (2) رسم بياني صندوقي للفروقات بين فئات الخبراء

يوضح الشكل (2) الرسم البياني الصندوقي (Boxplot) للفروقات في تقييم دور الفنون البصرية في دعم الاقتصاد الوطني السعودي حسب الفئات الثلاث، حيث يظهر أن المتوسط الأعلى بين المجموعات الثلاث لصالح الأساتذة الجامعيين، ونطاق التشتت (IQR) ضيق نسبيًا، مما يشير إلى تجانس الآراء داخل هذه الفئة، ويشير هذا إلى أن الأساتذة الجامعيين يتفوقون بقوة وبصورة متجانسة على مساهمة الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع الدخل للمملكة العربية السعودية.

أما النقاد فيحتلون المرتبة الوسطى من حيث التقييم، والصندوق صغير نسبيًا، ما يدل أيضًا على تجانس الآراء، لكن المتوسط أقل من الأساتذة وأعلى من الفنانين، مما يعكس موقفًا متوازنًا ومعتدلًا تجاه محاور التقييم.

وبالنسبة للفنانين، لديهم أوسع نطاق تشتت (IQR) بين جميع الفئات، مما يدل على تنوع الآراء بينهم، ومتوسط التقييم هو الأدنى بين الفئات الثلاث، بعض القيم تقترب من الحد الأدنى (حوالي 3.3)، ما يشير إلى أن بعض الفنانين قد لا يرون تأثيرًا قويًا لإسهام الجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع مصادر الدخل للمملكة العربية السعودية، أو يقيّمونه بشكل أقل من غيرهم.

تعود الفروق الملحوظة بين تقييمات الأكاديميين والنقاد والفنانين لدور الفنون البصرية في دعم الاقتصاد الوطني إلى اختلاف الخلفيات المعرفية وطبيعة الخبرات المهنية لكل فئة، فالأساتذة الجامعيون أظهروا أعلى متوسط للتقييم مع درجة تشتت منخفضة، الأمر الذي يعكس امتلاكهم رؤية أكثر شمولية، واستناد آرائهم إلى أسس أكاديمية وبحثية حول الدور الاقتصادي للقطاعات الإبداعية، مما يؤدي إلى تجانس واضح في وجهات النظر

لديهم.

أما النقاد فجاءت تقييماهم في مستوى متوسط بين الفئتين، وهو ما يمكن تفسيره بطبيعة عملهم التي تجمع بين التحليل الفني والاطلاع على واقع السوق الإبداعي، مما يمنحهم رؤية معتدلة لا تميل للتفاؤل المفرط ولا التشكيك المبالغ فيه. في حين أظهرت فئة الفنانين أعلى مستوى من التشتت وأدنى متوسط للتقييم، ويُعزى ذلك إلى تفاوت تجاربهم الشخصية في سوق الفنون البصرية، فبعضهم قد استفاد من الجهات المسوّقة للفنون مما يعزز تقييمه، بينما يرى آخرون أن أثر هذه الجهات محدود أو غير ملموس، مما ينعكس في اتساع نطاق الآراء، كما أنّ التباين في الظروف الاقتصادية والاجتماعية والمهنية للفنانين يسهم في اختلاف مدى إدراكهم للعائد الاقتصادي للفنون البصرية.

ويتفق هذا التباين مع آراء بعض الدراسات السابقة التي أشارت إلى حاجة المجتمع -بما في ذلك الفنانون أنفسهم- إلى مزيد من التوعية بالدور الاقتصادي للفنون، مثل دراسة الفيصل (2021) التي أكدت أن هناك فجوة معرفية بشأن تأثير الفنون التشكيلية على الاقتصاد الوطني.

التوصيات

على ضوء النتائج التي توصل إليها البحث في الدراسة الحالية، والتي أظهرت وجود دور فاعل ومؤثر للجهات المسوّقة للفنون البصرية في تنويع الدخل للمملكة العربية السعودية، يقدم البحث مجموعة من التوصيات والمقترحات، بهدف تعظيم الاستفادة من هذه النتائج، ودمج الفنون البصرية في منظومة الاقتصاد الوطني:

1. إنشاء منصة وطنية موحدة للفنون البصرية (Saudi Fannan):

من خلال استحداث بوابة رقمية متكاملة تجمع بين الفنانين، والمؤسسات الثقافية، والجهات التسويقية، والمعارض، وتهدف إلى تسويق الأعمال الفنية داخليًا وخارجيًا، وتحفيز الاستثمار فيها، باستخدام أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي.

2. تأسيس مجلس أعلى للتسويق الثقافي والفني:

وذلك لوضع السياسات العامة لتسويق الفنون، ويقوم بالتنسيق مع الوزارات المهنية مثل: وزارة الثقافة، ووزارة الاقتصاد، وربط القطاع الفني بأهداف التنمية الاقتصادية، وفقًا لرؤية المملكة 2030.

3. استخدام منصات التواصل الاجتماعي:

وذلك لدعم الفنانين في الترويج لأعمالهم بأساليب جذابة وقابلة للتداول محليًا ودوليًا، إضافة إلى تطوير خوارزميات ذكاء اصطناعي تُحلل تفاعل الجمهور، وتوجّه الحملات التسويقية للأعمال الفنية بدقة.

4. دعم المتاحف والمعارض والمهرجانات:

تصميم فعاليات تسويقية متكاملة داخل المعارض والمهرجانات تتضمن: مزادات فنية، وجولات افتراضية، ولقاءات استثمارية فنية، وتشجيع رواد الأعمال ورجال الأعمال على الاستثمار في الأعمال الفنية.

5. تحويل المحلات التجارية إلى نقاط بيع فنية ذكية:

وذلك لعرض نُسخ فنية حصرية داخل المتاجر الكبرى، باستخدام شاشات رقمية أو أعمال فنية أصلية.

6. تأسيس بورصة رقمية للفنون البصرية:

وذلك لتداول ملكية الأعمال الفنية رقميًا، مما يجعلها أداة استثمارية شبيهة بالعقارات أو الأسهم، مع ضمان الشفافية والموثوقية.

المراجع

- البقمي، مشاري عائش. (2021). التصميم والتربية الفنية في ظل توجهات رؤية 2030 وحاجة سوق العمل في المملكة العربية السعودية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، (66) 66. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.66.2021.496>
- جان، غادة. (2024). دعم مسار التطور المهني وسوق العمل من خلال برامج الفنون البصرية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، 16(3). <https://doi.org/10.54940/ep36035495>
- جريدة الشرق الأوسط الإلكترونية. (2021). أول «مزايد إلكتروني» للأعمال الفنية السعودية. تم الاطلاع عليه بتاريخ 20 مايو 2025، من: <https://aawsat.com/home/>
- الجمعية السعودية للفنون التشكيلية (جسفت). (2024). الموقع الرسمي لجسفت. <https://gsft.org.sa>
- الجميل، فوز. (2023). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الفنون البصرية في السعودية، مجلة المنور للأبحاث الثقافية. - <https://www.almanwar.com/publications/the-impact-of-social-media-on-visual-arts-in-saudi-arabia>

- الرواحي، ماجد بن نصيب. (2021). دور الفن في دعم الاقتصاد الوطني العماني. جمعية أمسيا التربية عن طريق الفن، (https://journals.ekb.eg/article_178620_3a2e830165bf22842521ee6f9e582555.pdf)
- الرزبي، علي فلاح. (2022). إدارة التسويق: منظور تطبيقي إستراتيجي. المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. <https://yazori.com/books-tag/marketing-management-strategic-applied-perspective/>
- الشريف، صلاح. (2019). المزايدات الفنية.. تعزيز للدائقة وطريق للعالمية. جريدة الرياض الإلكترونية. تم الاطلاع عليه بتاريخ 20 فبراير 2024، من: <https://www.alriyadh.com>
- الشريف، صلاح. (2018). المهرجانات الثقافية جسور تواصل تنشُد التعاضد وترفض الذاتية. تم استرجاعه بتاريخ 20 يوليو 2025، من: <https://www.alriyadh.com/1689093>
- شريفة، سالي. (2021). أجمل المتاحف التي سيتم افتتاحها قريبًا في السعودية. تم الاطلاع عليه بتاريخ 29 مايو 2025، من: <https://ar.timeoutriyadh.com/culture>
- شطوان، آلاء محمد. (2025). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على اهتمام غير المتخصصين بالتصميم الداخلي بالمملكة العربية السعودية. المجلة السعودية للفن والتصميم، (1/5)، 218-242، من: <https://pnu.edu.sa/ar/Departments/ScientificSocieties/84d8%a8d8%ad%SaudiArtDesignJournal/Documents/2025/%d8a7d984d8%b3d8a7d8a8d8%b9.pdf%d8ab%20d8a7d9>
- العسيري، عبدالله عصام. (2017). سوق الفن التشكيلي. تم الاطلاع عليه بتاريخ 12 فبراير 2024، من: <https://www.alriyadh.com/1603037>
- العلي، حامد. (2018). خبراء يؤكدون أهمية المهرجانات والفعاليات السياحية في تحقيق العائد الاقتصادي والاجتماعي والثقافي. تم استرجاعه بتاريخ 20 مايو 2025، من: <https://sabq.org/DvKB3J>
- عمر، ريتاج. (2018). فن التسويق وإقناع العملاء وأفضل طرق التسويق الحديثة. دكتور ميغا. <https://www.doctormega.com/blog/the-art-of-marketing-and-modern-marketing-methods>
- الفامدي، أسماء. (2025). دراسة تكامل الفنون البصرية ضمن رؤية 2030: التحول الثقافي الفني في المملكة العربية السعودية (رسالة دكتوراه). جامعة كوينز بلفاست، المملكة المتحدة. <https://hdl.handle.net/20.500.14154.74907/>

- الفيصل، لطيفة. (2021). دور إستراتيجية المزيج التسويقي لتفعيل الفنون التشكيلية السعودية في سوق العمل من خلال رؤية 2030م. المجلة العلمية لكلية التربية، جامعة أسيوط، 4(73).
http://www.aun.edu.eg/faculty_education/arabic
- الفيقي، أروى أحمد. (2021). واقع تسويق الأعمال الفنية في المملكة من وجهة نظر المختصين (رسالة ماجستير غير منشورة). قسم التربية الفنية، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- القصبي، نورة. (2019). تطور الأسواق الناشئة في المملكة العربية السعودية: سوق الفن وعلاقته بسوق الفن العالمي. معهد سوئي للفنون.
- المكتبة القانونية العربية. (2022).
<blog-/04/https://www.bibliotdroit.com/2019>
post_54.html
- المنيف، هنادي راشد. (2023). تصميم تذكارات سياحية ملبسية مزخرفة برسوم مقتبسة من مقتنيات المتحف الوطني السعودي. المجلة السعودية للفن والتصميم، (1/3)، 136-183. من: <https://pnu.edu.sa/ar/Departments/ScientificSocieties/SaudiArtDesignJournal/Documents/2023.pdf>
- موقع دارة صفية بنت زقر . <https://daratsb.com/ar/safeya>
- موقع رؤية 2030 . <https://vision2030.gov.sa/ar/node/188>
- موقع مجلة الرؤية. (2022). 17 مليار دولار عائدات مزادات الأعمال الفنية في 2021. تم الاطلاع عليه بتاريخ 27 مارس 2022، من: <https://alroeya.com>
- موقع وزارة الثقافة . <https://www.moc.gov.sa/ar>
- النحاس، منى محمد. (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الفنون التشكيلية من خلال تصميم وتسويق أقمشة وأزياء السيدات المطبوعة. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (2). https://mjaf.journals.ekb.eg/article_138680_dcbb2c53855_e15d311c61da1d55dd544.pdf
- هيبة، إسلام محمد، المعمري، بدر محمد، الحجري، سلمان عامر، السعدي، نجلاء سالم، ومنجي، ياسر إبراهيم. (2023). دور الفنون البصرية في التحول نحو الاقتصاد الإبداعي لتحقيق التنمية الحديثة. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، (1/36)، 1795-1830.
https://journals.ekb.eg/article_364046_dddf5ce26142c31c585892a9fbf65e4d.pdf
- هيئة الفنون البصرية. (2025). موقع هيئة الفنون البصرية. تم الاطلاع عليه بتاريخ 1 فبراير 2025، من: <https://visualarts.moc.gov.sa>

- وزارة التعليم، (2020). التصنيف السعودي الموحد للمستويات والتخصصات التعليمية. pdf. (1)0-11-2023/v1/05/https://www.qu.edu.sa/wp-content/uploads/2025
- ياقوته، بودوشن، ومحمد، راتول. (2016). دور المعارض التجارية المحلية والدولية في التطوير المستمر للاقتصاد الألماني. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، (15). https://asjp. cerist.dz/en/article/1862
- اليجيائية، فخرية خلفان. (2015). الفنون التشكيلية ودورها في التنمية الشاملة. كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة، (25)، 618-640. https://search.emarefa.net/detail/ BIM-820881

References

- 'Umar, R. (2018, May 25). Fann al-Taswīq w'qnā' al-'umalā' wa-afḍal Ṭuruq al-Taswīq al-ḥadīthah. Duktūr myjā. https://www.doctormega.com/blog/the-art-of-marketing-and-modern-marketing-methods/ [In Arabic]
- Al-'Alī, Ḥ. (2018). khubarā' y'kdwn Ahammīyat al-Mahrajānāt wa-al-fa'ālīyāt al-siyāhīyah fī taḥqīq al-'Ā'id al-iqtisādī wa-al-ijtimā'ī wa-al-thaqāfī. https://sabbq.org/DvKB3J [In Arabic]
- Al-'Asīrī, 'A. 'I. (2017). Sūq al-fann al-tashkīlī. https://www.alriyadh.com/1603037 [In Arabic]
- Al-Baqmī, M. 'Ā. (2021). altsāmym wa-al-tarbiyah al-fannīyah fī ḥal Tawajjuhāt ru'yah 2030 wa-ḥājātuh Sūq al-'amal fī al-Mamlakah al-'Arabīyah al-Sa'ūdīyah. Majallat al-Funūn wa-al-adab wa-'ulūm al-Insānīyāt wa-al-ijtimā', (66). https://doi.org/10.33193/JALHSS.66.2021.496 [In Arabic]
- Al-Fayfī, A. A. (2021). wāqi' Taswīq al-A'māl al-fannīyah fī al-Mamlakah min wījhat naẓar al-mukhtaṣṣīn (Risālat mājīstūr ghayr manshūrah). Qism al-Tarbiyah al-fannīyah, Kullīyat al-Tarbiyah, Jāmi'at Umm al-Qurā. [In Arabic]
- Al-Fayṣal, L. (2021). Dawr iştirātījīyah almzyj al-taswīqī li-taf'īl al-Funūn al-tashkīlīyah al-Sa'ūdīyah fī Sūq al-'amal min khilāl ru'yah 2030m. al-Majallah al-'Ilmīyah li-Kullīyat al-Tarbiyah, Jāmi'at Asyūt, 73(4). http://www.aun.edu.eg/faculty_education/arabic [In Arabic]

- Al-Ghāmidī, A. (2025). dirāsah takāmul al-Funūn al-baṣarīyah ḍimna ru'yah 2030 : al-taḥawwul al-Thaqāfī al-Fannī fī al-Mamlakah al-‘Arabīyah al-Sa‘ūdīyah (Risālat duktūrāh). Jāmi‘at kwynz blfāšt, al-Mamlakah al-Muttaḥidah. <https://hdl.handle.net/20.500.1415474907/> [In Arabic]
- Al-Jam‘īyah al-Sa‘ūdīyah lil-Funūn al-tashkīlīyah (gsft). (2024). Al-mawqī‘ al-rasmī lgsft. <https://gsft.org.sa/> [In Arabic]
- Al-Jamīl, F. (2023). Ta’thīr wasā’il al-tawāṣul al-ijtimā’ī ‘alā al-Funūn al-baṣarīyah fī al-Sa‘ūdīyah. Majallat al-Munawwar lil-Abḥāth al-Thaqāfīyah. <https://www.almanwar.com/publications/the-impact-of-social-media-on-visual-arts-in-saudi-arabia> [In Arabic]
- Al-Maktabah al-qānūnīyah al-‘Arabīyah. (2022). https://www.bibliodroit.com/201904//blog-post_54.html [In Arabic]
- Al-Munīf, H. R. (2023). taṣmīm tadhkārāt siyāḥīyah mlbsyh mzkhrfh Barsūm muqtabasah min muqtanayāt al-Maḥaf al-Waṭanī al-Sa‘ūdī. al-Majallah al-Sa‘ūdīyah lil-Fann wa-al-Taṣmīm, 3(1), 136–183. <https://pnu.edu.sa/ar/Departments/ScientificSocieties/SaudiArtDesignJournal/Documents/2023.pdf> [In Arabic]
- Al-Naḥḥās, M. M. (2021). Dawr Shabakāt al-tawāṣul al-ijtimā’ī fī Nashr al-Funūn al-tashkīlīyah min khilāl taṣmīm wa-taswīq aqmslh wa-azyā’ al-sayyidāt al-maṭbū‘ah. Majallat al-‘Imārah wa-al-Funūn wa-al-‘Ulūm al-Insānīyah, (2). https://mjaf.journals.ekb.eg/article_138680_dcbb2c53855e15d311c61da1d55dd544.pdf [In Arabic]
- Al-Quṣaybī, N. (2019). Taṭawwur al-aswāq al-nāshī‘ah fī al-Mamlakah al-‘Arabīyah al-Sa‘ūdīyah : Sūq al-fann wa-‘alāqatuhu bi-sūq al-fann al-‘Ālamī. Ma‘had swthby lil-Funūn. [In Arabic]
- Al-Rawāḥī, M. b. N. (2021). Dawr al-fann fī Da‘m al-iqtisād al-Waṭanī al-‘Umānī. Jam‘īyat amsyā al-Tarbiyah ‘an ṭarīq al-fann, (26). https://journals.ekb.eg/article_178620_3a2e830165bf22842521ee6f9e582555.pdf [In Arabic]
- Al-Sharīf, Ṣ. (2018). al-Mahrajānāt al-Thaqāfīyah Jusūr tawāṣul tnsdh alt‘add wtrfd al-dhātīyah. <https://www.alriyadh.com/1689093> [In Arabic]

- Al-Sharīf, Ş. (2019). almzādāt al-fannīyah . ta‘zīz lldhā‘qh wa-ṭarīq ll‘ālmīy. Jarīdat al-Riyād al-iliktrūnīyah. <https://www.alriyadh.com/> [In Arabic]
- Alyhyā‘yh, F. K. (2015). al-Funūn al-tashkīlīyah wa-dawruhā fī al-tanmīyah al-shāmīlah. Kullīyat al-Tarbiyah al-naw‘īyah, Jāmi‘at al-Qāhirah, 25, 618–640. <https://search.emarefa.net/detail/BIM-820881> [In Arabic]
- Alz‘by, ‘A. F. (2022). Idārat al-Taswīq : manzūr taṭbīqī istīrātījī. al-Marji‘ al-iliktrūnī lil-Ma‘lūmātīyah. <https://yazori.com/books-tag/marketing-management-strategic-applied-perspective/> [In Arabic]
- Art price. (2022, March 15). The Art Market in 2021: Annual Report by Artprice. com, a subsidiary of Artmarket.com. Artmarket SA. <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2021>
- Hay‘at al-Funūn al-başarīyah. (2025). Mawqi‘ Hay‘at al-Funūn al-başarīyah. tamma al-iṭṭilā‘ ‘alayhi bi-tārīkh 1 Fabrāyir 2025, min <https://visualarts.moc.gov.sa/> [In Arabic]
- Haybah, I. M., al-Mu‘ammarī, B. M., al-Ḥajarī, S. ‘Ā., al-Sa‘dī, N. S., & wmnjy, Y. I. (2023). Dawr al-Funūn al-başarīyah fī al-taḥawwul Naḥwa al-iqtīṣād al-ibdā‘ī li-taḥqīq al-tanmīyah al-ḥadīthah. al-Majallah al-‘Ilmīyah li-Kullīyat al-Tarbiyah al-naw‘īyah, 36(1), 1795–1830. https://journals.ekb.eg/article_364046_dddf5ce26142c31c585892a9fbf65e4d.pdf [In Arabic]
- Jān, J. (2024). Da‘m masār al-taṭawwur al-mīhnī wa-sūq al-‘amal min khilāl Barāmīj al-Funūn al-başarīyah. Majallat Jāmi‘at Umm al-Qurā lil-‘Ulūm al-Tarbawīyah wa-al-nafsīyah, 16(3). <https://doi.org/10.54940/ep36035495> [In Arabic]
- Jarīdat al-Sharq al-Awsaṭ al-iliktrūnīyah. (2021). awwal “mzād iliktrūnī” lil-a‘māl al-fannīyah al-Sa‘ūdīyah. <https://aawsat.com/home/> [In Arabic]
- Kupec, V., Lukáč, M., Štarchoň, P., & Bartáková, G. P. (2020). Audit of museum marketing communication in the modern management context. International Journal of Financial Studies, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijfs8030039>
- Mawqi‘ Dārat Ṣafīyah bint Zaqar. <https://daratsb.com/ar/safeya/> . [In Arabic]
- Mawqi‘ Majallat al-ru‘yah. (2022). 17 milyār dūlār ‘ā‘idāt mzādāt al-A‘māl al-fannīyah fī 2021. tamma al-iṭṭilā‘ ‘alayhi bi-tārīkh 27 Mārs 2022, min <https://>

- alroeya.com/ . [In Arabic]
- Mawqi‘ ru`yah 2030. <https://vision2030.gov.sa/ar/node/188> . [In Arabic]
- Mawqi‘ Wizārat al-Thaqāfah. <https://www.moc.gov.sa/ar> . [In Arabic]
- Mbeshu-Mhlauli, N. C. (2024). Fostering economic sustainability within rural families in South Africa through visual arts and crafts. *E-Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 5(3), 236–246. <https://doi.org/10.38159/ejass.2024537> [In Arabic]
- Mohd Zaine, M. Z., & Abdul Wahid, W. (2023). Influences on the success of Malaysian commercial art gallery: A case study of Segaris Art Center. *International Journal of Art and Design*, 7(2), 164–175. <https://doi.org/10.24191/ijad.v7i2.1067>
- Sharīfah, S. (2021). Ajmal al-Matāḥif allatī sytm aftāḥhā qarībān fi al-Sa‘ūdīyah. <https://ar.timeoutriyadh.com/culture> [In Arabic]
- Shtwān, A. M. (2025). Ta`thīr wasā’il al-tawāṣul al-ijtimā’ī ‘alā ihtimām-i ghayr al-mutakhaṣṣīn bāltṣmym al-dākhilī bi-al-Mamlakah al-‘Arabīyah al-Sa‘ūdīyah. *al-Majallah al-Sa‘ūdīyah lil-Fann wa-al-Taṣmīm*, 5(1), 218–242. <https://pnu.edu.sa/ar/Departments/ScientificSocieties/SaudiArtDesignJournal/Documents/2025/%d8%a7%d984%ad8%a8%ad8%ab%20%d8%a7%d984%ad8%b3%d8%a7%d8%a8%b9.pdf> [In Arabic]
- Skourou, E., & Spiliotopoulos, D. (2024). Assessment of purchasing influence of email campaigns using eye tracking. *Multimodal Technologies and Interaction*, 8(10). <https://doi.org/10.3390/mti8100087>
- Wizārat al-Ta‘līm. (2020). al-taṣnīf al-Sa‘ūdī al-muwaḥḥad lilmṣtwyāt wāltkḥṣṣāt al-ta‘līmīyah. [https://www.qu.edu.sa/wp-content/uploads/202505/v1-11-2023/1\)0\).pdf](https://www.qu.edu.sa/wp-content/uploads/202505/v1-11-2023/1)0).pdf) [In Arabic]
- Yāqwth, bwdwshn, wa-Muḥammad, rātwl. (2016). Dawr al-mu‘ārid al-Tijārīyah al-Maḥallīyah wa-al-dawlīyah fi al-taṭwīr al-Muṣtamirr lil-Iqtisād al-Almānī. *Majallat Iqtisādīyāt Shamāl Ifrīqiyā*, (15). <https://asjp.cerist.dz/en/article/1862>. [In Arabic]