



Intellectual rent management with digital art, visual manipulation, the element of (amazement) and its relationship to marketing psychology

Malak Salam Kazem Al-Saffar^{*a}

a. Al-Qadisiyah University / College of Fine Arts.

Abstract

Digital technology is one of the factors that changed our world and contributed to the development and change of the comprehensive outlook on the economic field, except through the development of the electronic labor market, which aims to obtain social and economic benefit for the country and in order to obtain social welfare by providing a market for emerging small projects to achieve opportunities for unemployment and to suppress their ideas by introducing creativity. Renewable and liberating their reduced ideas so that their intellectual goal is to raise the value of the idea as it is an invention that is not a commodity for sale and purchase, but rather for self-development to serve the public good. Its importance lies in the market for intellectual innovation through the establishment of projects that support the labor market to attract labor, as it is a source of national economic income for its individuals and for the country, while the problem of the study was It is the role that the management of intellectual rent through digital art (visual manipulation) must play due to the element (astonishment) and its relationship to the psychology of marketing, while the most prominent results that the researcher reached from the conclusions in her descriptive study in her hypotheses are that there is a relationship between the management of intellectual rent through digital art and visual manipulation. The element of astonishment and marketing psychology has a correlation coefficient of (0.93) and the second variable has a value of (0.92), while the most prominent recommendations are to develop intellectual rent and exploit it for the public good by increasing its efficiency by supporting inventions financially and morally.

Information

Received: 1/3/2024
Revised: 20/3/2024
Accepted: 1/4/2024
Published: 6/7/2024

Keywords:

Intellectual Rent
Management
Digital Art With
Astonishing Visual
Manipulation
Marketing Psychology

أدارة الريع الفكري بالفن الرقمي التلاعب البصري عنصر (الادهاش) وعلاقته ببيكولوجية التسويق

ملاك سلام كاظم الاوسي^{*a}

a. جامعة القادسية/ كلية الفنون الجميلة.

المستخلص

تعد التكنولوجيا الرقمية من العوامل التي غيرت عالمنا وساهمت في تطوير وتغيير النظرة الشمولية حول الحقل الاقتصادي عبر تنمية سوق العمل الالكتروني الذي يهدف للحصول على منفعة اجتماعية واقتصادية للبلد ومن اجل الحصول على الرفاهية الاجتماعية عبر توفير سوق للمشاريع الصغيرة الناشئة ليحقق فرص للبطالة وعدم أفكارهم بطرح الابداع المتجدد وتحرير أفكارهم المختزلة ليكون هدفهم الفكري هو رفع قيمة الفكرة كونها اختراع ليست سلعة للبيع والشراء وانما لتطوير الذات لخدمة الصالح العام وتكمن أهميته السوق للابتداع الفكري عبر تأسيس مشاريع داعمة لسوق العمل لاجتذاب الايدي العاملة كونه يعد مصدر دخل قومي اقتصادي لأفراده وللبلد في حين كانت مشكلة الدراسة هي الدور الذي يجب ان تلعبه أدارة الريع الفكري بالفن الرقمي (التلاعب البصري) لعنصر (الادهاش) وعلاقته ببيكولوجية التسويق في حين ان ابرز النتائج التي توصلت اليها الباحثة من استنتاجات في دراستها الوصفية في فرضياتها هي ان هنالك علاقة بين إدارة الريع الفكري بالفن الرقمي التلاعب البصري لعنصر الادهاش وبيكولوجية التسويق بمعامل ارتباط (0.93) والمتغير الثاني بقيمة (0.92) في حين ان ابرز التوصيات هي تنمية الريع الفكري واستغلاله للصالح العام برفع كفاءته من خلال دعم الاختراعات ماديا ومعنويا.

* Corresponding author : E-mail addresses : ali7766660@gmail.com.

الكلمات المفتاحية: إدارة الريع الفكري، الفن الرقمي بالتلاعب البصري الادهاش، سيكولوجية التسويق.

المقدمة

منذ انبثاق الكون بتشكيلاته الفنية الكونية وجمال تجلياته الالهية عبر اهم حلقة كونية وهي كيفية إدارة الكينونة الذي جعل حلقة التواصل بين العالم الكوني والعالم الداخلي هو الانسان عبر جوهر "العقل" الذي يعد أساس لإدارته اذا ان (العقل يحدد الاستمرارية)، فمن هنا شرعت البشرية تطوراتها الإيديولوجية على طرح بنات الأفكار وكانت اما علمية او اقتصادية، كان العقل البشري في السعي للخروج من عالمه المصغر نحو الاستكشاف والمعرفة والتطور، حيث تفشيت الأفكار وانتشرت لا ابتداءً أساليب فنية مسوقة داعمة لأفكاره المختزنة، حيث ان اهم الأفكار هي التي تخدم المصلحة العامة لذا يعد من اهم مسوقات الحياه ومساراتها هي التوجه الفكري، لذا يعد (الابتكار الفكري او تسويق الفكرة) له دور حاسم في فتح الباب أمام إمكانيات نمو واختراعات جديدة في العالم المعاصر، لهذا تعتبر إدارة الريع الفكري أمرًا حيويًا للحياة، و من عوامل الدعم التسويقي الفن الرقمي الذي شهد تطورًا ملحوظًا باعتماد ادوات ترويجية لتسويق أعمال فنية مذهلة من خلال مزج الفن الرقمي بين التقاليد الفنية والتكنولوجيا الحديثة فلماذا يعد أحد المجالات المثيرة للاهتمام هو إدارة الريع الفكري بالفن الرقمي والتي تتعامل مع حقوق الملكية الفكرية عنصر آخر يرتبط بالفن الرقمي هو الادهاش وهو مفهوم يستخدم في جذب المستهلك للشراء ولتحقيق متطلبات هذه الاعمال وتسويقها فيحتاج السوق الى مهارات وخبرات تناسب العمل المستهدف، ولديه إمكانيات السوق واهم الإمكانيات هي إدارة الوقت بتقنيات حديثة وسريعة بالزمان والمكان وان يكون له القدرة على مواجهة التحديات والفرص لذا يمكن القول ان من متطلبات عمل السوق هي توفر الجهد الذهني والبدني والصورة الحسية والبصرية لإلدهاشيه لجذب العملاء لهذا السوق، وتعد الصورة التسويقية يعد ركيزة أساسية لبقاء سوق العمل

او (المشاريع الصغيرة) المختص بنوع الطرح في مرحلة التنافس والنمو.

مشكلة البحث

يمكن بلورة المشكلة الرئيسية للبحث التي تغلغلت في مجتمعاتنا وفي سبيل الوقوف على الفرص المعتمة لتسويق الأفكار الرقمية وذلك من خلال معرفة "الدور الذي يجب ان تلعبه إدارة الريع الفكري بالفن الرقمي (التلاعب البصري) لعنصر(الادهاش) وعلاقته بسيكولوجية التسويق" اذ يمكن صياغة المشكلة بالتساؤلات الآتية:

- هل هنالك فجوة بين العالم الرقمي والعالم الواقعي للتسويق؟
- المشاكل التي تواجه التسويق الريعي والعقبات التي تعترض تسويقه؟ وماهي اهم الحلول اللازمة لإثباته كمفصل تسويقي واقعي؟

اهداف البحث

التركيز على تعريف المجتمع بمصطلح الريع الفكر ورفع قيمة الفكرة كونها اختراع وليست سلعة للبيع والشراء وانما لتطوير الذات لخدمة الصالح العام.

أهمية البحث

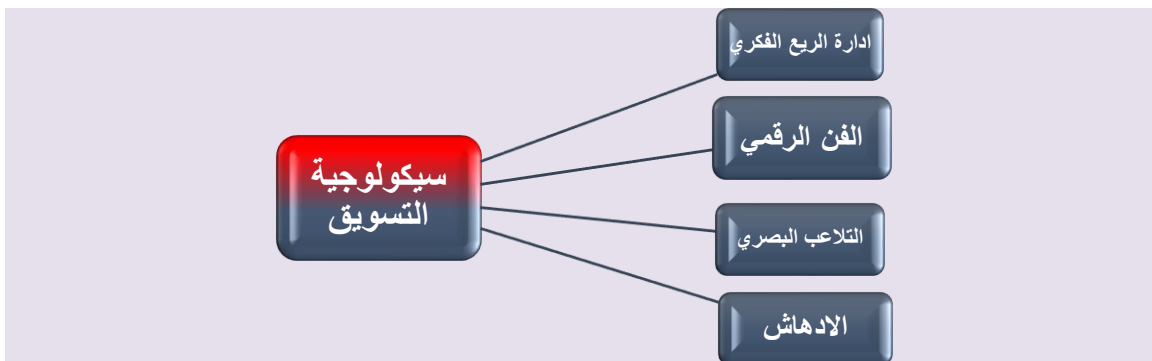
وتكمن أهمية البحث في قدرته على الولوج الى عملاء التسويق الرقمي بطريقة الريع الفكري.

فرضيات البحث

تفترض الباحثة:

- وجود دور بين الريع الفكري بالفن الرقمي والتلاعب البصري لعنصر الادهاش وبين سيكولوجية التسويق.
- توجد فروق معنوية لإدارة الريع الفكري بالفن وسيكولوجية التسويق.

مخطط البحث



العوامل الرئيسية للنجاح والميزة التنافسية في مجال التسويق، تعمل الابتكارات الفكرية على تعزيز قدرة المنظمة على ابتكار وتطوير منتجات جديدة ويشمل ذلك تطوير المعرفة الأساسية وتدريب القوى العاملة لتحويلها إلى ميزة تنافسية إن امتلاك الأفكار هو ركيزة ضرورية ومصدر مهم للربح سواء كان معنويًا أو ماديًا، وسواء كانت نتاجه إنجازات أو اكتشافات أو اختراعات أو دخل مادي مهما كان، ولكن عندما يتجاوز هذا الربح مستوى المنافسة الشريفة، يظهر ما يسمى بنشوء الريع الفكري، تحدث هذه الظاهرة بشكل واضح عندما لا

الاطار النظري

أولاً. إدارة الريع الفكري Intellectual Rents Management

1. مفهوم وتعريف الريع الفكري Intellectual rents

وهو مفهوم يتعلق بقيمة المعرفة والموارد غير الملموسة في أسواق العمل والأعمال الاقتصادية، وتشمل الريع الفكري الجوانب الأخلاقية والجوانب المادية، مثل الابتكار والاختراع والعلامات التجارية والمعرفة الجماعية للموظفين ولذلك يعتبر الريع الفكري أحد

3. التلاعب البصري والريخ الفكري:

يشير التلاعب البصري إلى استخدام الأدوات الرقمية لتعديل صورة أو عمل فني يمكن أن يكون التلاعب البصري جزءًا من الفن الرقمي، ولكن يجب أن يتم بشكل قانوني مع احترام حقوق الملكية الفكرية تعديل صورة فوتوغرافية لإضافة تأثير بصري جديد كالضوء أو الفلاتر يعد الفن البصري تيار في الفنون التشكيلية في الفن الحديث تم تسميته بـ"الأوب آرت" اختصارًا للفن البصري، يظهر في ما سُمي بـ"تحريضات بصرية تجريدية"، أي الأعمال التي تثير عند المشاهد رد فعل نفسي-فيزيولوجي باستعمال الفنان رسومًا ذات تأثيرات متموجة تثير العين وتحيرها لتوحي بحركة تقوم على مبدأ خداع البصر لجذبها للشئ المراد ادهاشه بها(Rawan Morsi: 67.2019).

4. الادهاش والتعبير الفني:

- الادهاش هو عنصر مهم في الفن الرقمي يهدف إلى إثارة الدهشة والجذب والإعجاب لدى المشاهدين.
- يمكن أن يكون الادهاش جزءًا من التلاعب البصري، حيث يمكن استخدام تقنيات مبتكرة لخلق تأثيرات بصرية مذهشة مثلًا استخدام تأثيرات الإضاءة أو التلاعب بالألوان لخلق تجربة بصرية فريدة.
- في النهاية، يجب أن يتم إدارة الريخ الفكري بحذر في الفن الرقمي، مع الالتزام بالقوانين واحترام حقوق الفنانين والمبدعين. (Adi Sondos.2019:600)

وبالتالي ان السوق الإلكتروني يعتمد بشكل وبأخر على مفهوم التلاعب البصري في تشييت انتباه العميل عبر استخدام الحيل الذهنية وهي كالتصوير الفوتوغرافي للبيضاء المسوقة ومكان العرض وتصميم المكان وتأثيرات الضوء كل هذه تدخل في مسمى التلاعب البصري وكل يؤدي بحسب الأفكار والتطور الابتكار لطريقة عبر عنصر الواعز النفسي الإدهاش جذب انتباه الجمهور وإثارة إعجابه من خلال تقديم شيء مبتكر ومفاجئ لهذا يعتبر الإدهاش أداة قوية في استراتيجيات التسويق للترويج للمنتجات والخدمات، وبالتالي ان بقاء سوق العمل او انحداره يكمن في الطاقة المتجددة للأفكار وطريقة تسويقه للمنتج وتروجه لها يمكن القول إن الفن الرقمي وسيكولوجية التسويق يتقاطعان في مفهوم الإبداع والتجديد لهذا يفعل عامل الإدهاش في التسويق للتأثير على الجمهور وتحقيق أهداف العلامات التجارية ويمكن القول ان من الأسواق التي لها سوق تنافسية رقمي وذات نمو متسارع مثل الشركات المختصة بالبيضاء المستوردة مثل (شي ان، روموي) أزياء بأسعار معقولة، ويمكن ارتداؤها في أكثر من 150 دولة حول العالم، خدمة عملاء ممتازة وضمان الجودة والشحن السريع إنها تعتمد تقنية مبتكرة لتمكين علامتها التجارية، وغيرها من الشركات العالمية التي انتشرت واشتهرت وفتحت فروع في كل انحاء العالم وسوقت بضائعها عن طريق المنصات الرقمية في النهاية، يجب أن نفهم أن الفن الرقمي ليس مجرد تقنية، بل هو تجربة إبداعية تجمع بين الفن والتكنولوجيا في عالم مترابط ومتطور يتضمن ذلك تحديد وحماية المعرفة والابتكارات، وتطوير استراتيجيات للاستفادة منها بشكل فعال يشمل رأس المال الفكري أيضاً القدرة على جذب واحتفاظ بالموظفين المبدعين والتميزين، وتحويل المعرفة إلى مزايا تنافسية وتسهيل إيجاد حلول يشتد الطلب عليها بشأن التحديات المشتركة التي نواجهها، ورغم أن القرارات المتعلقة بالابتكار قد تكون معقدة، سواء من حيث اعتبارها المشغل الرئيس للناس وتدني مؤشرات التنمية والشفافية فيها، يُعزى

تراعي العقلية التي تولد الفكرة الجانب القيمي، فيعتبرها الخلل الذي يجعلها تفقد القدرة الضبطية، لهذا يصير الفكر بسهولة مرتعا للاستنزاق المرفوض أخلاقيا، وهو ما يؤدي إلى حالة من الاستياء لدى الفئة الواعية من المجتمع، كما يتزايد الشعور بالغبن والإقصاء لديها، فلا يعقل أن يستوي الذي يخدم الفكر بصدق وشفافية تامة مع الذي يضع الفكر في خدمة أطماعه ومصالحه الشخصية، وهي موجودة بالدرجة الأولى لتقديم الخدمات لقوى خفية محددة إن ما يجب استهلاكه بشكل معقول يتطلب استراتيجيات متقدمة لجذب وجذب الكوادر البشرية ذات الخبرة والمعرفة العالية، وعليه يجب أن تكون هذه الإدارة مبنية على أسس تحليل كلفة رأس المال البشري وتعظيم الاستفادة من المعرفة والمهارات المتاحة في المؤسسة بالتالي يجب أن نعيد النظر في كيفية تدبير الشأن الفكري والتركيز على القيم الأخلاقية والاستدامة للمعرفة والابتكار. (Ansaed, Radwan. 2015:34)

2. خصائص الريخ الفكري

يُشير هذا المصطلح إلى حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالأفكار والابتكارات وان هذه الخصائص تتعلق ببراءات الاختراع حيث تكون هذه الحقوق حصرية لمخترعين الفكرة فتوجب حماية حقوق وتصاميم المنتج، حماية العلامة التجارية الماركة من السرقة او الاحتيال على العملاء باستخدام حقوق غيرهم وكذلك الحفاظ على المهنة الشريفة في عدم افشاء اسرار العمل التسويقي كتصميم المنتجات او قوليتها او كطريقة استعمال او المواد المكونة فيه المتجهة نحو الميزة التنافسية، لذا يحظى الريخ الفكري بأهمية كبيرة وواسعة للشركات الصغيرة الناشئة كونها بداية انطلاق لسوق العمل ولذا يمكن ان يعزز الابتكار والتطوير في مجالات متعددة في هذه الأسواق الرقمية. (Mohamed Nabil Al-Shimi, 2018: 2)

ثانيا. إدارة الريخ الفكري بالفن الرقمي التلاعب البصري عنصر الادهاش

Managing intellectual rent through digital art, and the element of visual manipulation astonishment

1. مفهوم الفن الرقمي

الفن الرقمي هو مجال مثير يجمع بين الإبداع والتكنولوجيا الحديثة، ويعتمد على الأدوات الرقمية مثل أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات لإنتاج أعمال فنية مذهلة، كيفية إنشاء أعمال فنية مذهلة في سياق الفن الرقمي ومرئيات إدارة التلاعب بالملكية الفكرية، قدرة المبدع الرقمي في توظيف عناصر النجاح ليكمل عملية البناء الكلي للتسويق وللتعرف اكثر على مفهوم الريخ الفكري نلخص ابرز علاقته (bint Abdullah, Elham: 2019.23)

2. الريخ الفكري والفن الرقمي:

يشمل الملكية الفكرية استخدام الأعمال الفنية أو الإبداعات الفكرية بطرق غير قانونية أو غير قانونية في الفن الرقمي قد تتعلق الملكية الفكرية بحقوق الطبع والنشر أو العلامات التجارية، مثل النسخ أو استخدام الأعمال الفنية دون إذن الفنان يمكن ربط الريخ الفكري بالمحترفين في معاملات التسويق من خلال طريقة تقديم المنتجات الرقمية. (Jassem, Zainab. 56:2022).

2. أنماط الربيع التسويقي

يوجد الكثير من الأنماط التي نراها مفيدة للمؤسسات والمسوقين ومنها:

● **التسويق التقليدي** ويتضمن سبل مثل التلفزيون والمذياع والجرائد والمجلات الدورية والملصقات الصورية وغيرها من الفعاليات التي توجد في الشارع مثل السينما وغيرها حيث كانت استراتيجيات البيع المتبعة في هذا النوع من التسويق مفيدة للغاية فيما مضى، لأنها كانت وسائل جماهيرية.

● **التسويق الرقمي** يعتبر الأكثر انتشاراً في وقتنا الحاضر بسبب الطفرة التي شهدتها استخدام الإنترنت في كل مكان يساعد في استقبال العملاء المحتملين بسهولة، والوصول إلى جمهورك المستهدف بدقة، وتحليل النتائج وتعديل الإعلانات يستخدم أدوات أتمته التسويق لتوفير الوقت والمال وتحقيق نتائج أفضل.

● **التسويق بالمحتوى** يقدم مادة غير إعلانية ولكن خدمة وتعليمية للقارئ، مما يساعد في جذب العملاء المحتملين وترشيحهم للعملاء يؤثر لون الشيء المستخدم في العلامة التجارية على نية الشراء والطريقة التي يُنظر بها للعلامة التجارية عند اختيار اللون المناسب، يجب أن يكون متوافقاً مع العلامة التجارية والمنتج الألوان تؤثر على الطريقة التي يرى بها المستهلكون هوية العلامة التجارية المعنية لذا، يعتبر فهم سيكولوجية الألوان أداة قوية لجذب المستهلك يمكن للشركات استخدامها للتأثير على سلوك المستهلك وبناء علاقة عاطفية مع جمهورها المستهدف. (Bassafa Amina., 2022:22)

3. الحلول اللازمة لنمو التسويق الرقمي

التسويق الرقمي هو مجال مهم يساهم في نجاح الأعمال وتحقيق أهداف التسويق عبر:

○ **تحسين محركات البحث (SEO)** يشمل تحسين محتوى التسويق وتركيبته لتحسين ترتيبه في محركات البحث ويساعد على رفع الوعي بالعلامة التجارية.

○ **تسويق محركات البحث (SEM)** استعمال إعلانات البحث الممولة لزيادة المتابعات إلى موقع الويب حيث يساهم في تأمين تأثيرات حثيثة تزيد من حجم المبيعات.

باختصار **التسويق الرقمي** يعتمد على الإبداع والابتكار ويهدف إلى تحقيق أهداف الأعمال من خلال استخدام القدرات التقنية وتحليل البيانات، يعد الوصول إلى جمهور واسع والتفاعل معه بطريقة فعالة من حيث التكلفة أحد أهم مزايا التسويق الرقمي . (Bassafa, Amina. 2022: 43)

4. علاقة إدارة الربيع الفكري بالفن الرقمي التلاعب البصري الادهاش بسيكولوجية التسويق

The relationship of intellectual rent management to digital art, visual manipulation, and astonishment to the psychology of marketing

في الوقت الحاضر، يُعتبر رأس المال الفكري (الربيع الفكري) من أهم العوامل التي تؤثر على سوق العمل وخصوصاً إذا كانت صيغة السوق الترويجي لسوق العمل هو تسويقي رقمي يستهدف عامة

السبب في ذلك إلى سوء إدارة الربيع في تلك الدول، فتوفير الموارد وحده لا يمكنه من تحقيق تنمية اقتصادية شاملة ومستدامة إن لم يكن هناك إدارة سليمة لها. هناك مناهج مختلفة لإدارة الربيع، سواء كانت تلك الإدارة قبل التحصيل أو بعده يمكن أن يكون لحقوق الملكية الفكرية دوراً مهماً في توجيه الابتكار نحو مستقبل حيث يمكن للشركات أن تستفيد من حماية حقوقها في الابتكارات والتصاميم الصناعية والعلامات التجارية، مما يساهم في تحفيز الابتكار وتحقيق نمو اقتصادي الفكر وبالتأكيد هذه الاسواق هي مصدر فعال للتخلص من البطالة من خلال تشغيل كمنديين او مجييين مراسلات او محاسيين رقميين او ادمن صفحات رقمية او مدراء تنفيذيين، للرفع عن كاهل الدولة التضخم المالي عند تفعيل القطاع الخاص بالإضافة الى القطاع العام. (Sahrawi, , Lakhdar: 2018.43)

5. معوقات التسويق الرقمي

التسويق الرقمي يشكل أحد الأعمدة الرئيسية للشركات، ولكنه يواجه بعض المعوقات مثل (حاجز اللغة او اللسان) يعتبر من المعوقات التي يجب تقيدها حيث على أصحاب المواقع التجارية توفير برمجيات لغوية متنوعة على الموقع لتوفير ترجمات متعددة للمستخدمين، كذلك عائق التنظيم داخل المؤسسات يتطلب تغييراً في البنية التحتية للشركة لمواكبة التطورات في التسويق الرقمي عائق عدم وجود غطاء قانوني للشركات يجب وجود قوانين تحمي المستهلكين وتساهم في بناء الثقة في التسوق الإلكتروني عائق الخصوصية بالموقع سياسات الخصوصية والأمان لبيانات العملاء أمر هام لنجاح التسويق الرقمي عائق غياب ثقة العميل بوسائل الدفع الإلكترونية يجب توفير برمجيات تضمن أماناً كاملاً لوسائل الدفع تحدي الوصول لجميع المستهدفين يجب تحديد الشريحة المستهدفة بدقة لتحقيق نجاح استراتيجية التسويق الرقمي. (Ibn Amara, et al. 2021:77).

ثالثاً. سيكولوجية التسويق Marketing psychology

1. مفهوم سيكولوجية التسويق

علم نفس التسويق هو تخصص يجمع بين مبادئ علم النفس واستراتيجيات التسويق. يهدف إلى فهم العوامل النفسية التي تؤثر على سلوك المستهلك أثناء عملية الشراء. هذا يمكن أن يساعد في تحديد حاجات المستهلكين وتلبيةها، وبالتالي زيادة المبيعات والأرباح بعض المفاهيم المهمة في سيكولوجية التسويق تشمل:

■ **دوافع المستهلك للشراء**: الوقوف على الأسباب التي دفعت بالعمل أو المستهلك لشراء المنتج.

■ **إدراك المستهلك للمؤثرات المختلفة**: العوامل المحيطة بالمستهلك وذات التأثير المباشر به مثل الإعلان والتوصيات على المنتج بشكل مكثف.

■ **إدارة المستهلك للمعلومات الخاصة بالمنتج**: طريقة تعامل المستهلك مع المعلومة التي تخص منتج المعروض قبل شراءه.

■ **الاختلافات النفسية لفئات المستهلكين**: كيف تؤثر العناصر النفسية على تفضيل المنتجات من مصدر الى مصدر اخر عن طريق الإعلانات الممولة، سيكولوجية التسويق يساعد المروجين ومدوبي المبيعات في تحسين استراتيجياتهم وإدراك فوارق التصرف بين العملاء. (Asqoul. 2019:33).

- **القدرة على استخدام التكنولوجيا الحديثة:** يجب أن تكون قادرًا على استخدام التكنولوجيا الحديثة وتطوير المهارات اللازمة للعمل في بيئة متغيرة تكنولوجياً.
- **التواصل والعمل الجماعي:** يجب أن تكون قادرًا على التواصل بفعالية مع الآخرين والعمل ضمن فريق.
- **متابعة التحديات والتغيرات في سوق العمل:** يجب أن تكون على دراية بالتحديات التي يواجهها سوق العمل سياسات سوق العمل تساعد في تنمية الموارد البشرية الوطنية وإدارة سوق العمل وبرامجه لخلق بيئة تشريعية استثمارية وتجارية وقطاعية ملائمة من فرص التوظيف للعاملين والداخلين الجدد لسوق العمل ولاسيما من الشباب والنساء و من خلال حوار اجتماعي فعال يعزز قابلية الأفراد للاستخدام بما يمكنهم من تلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية، كما إن توظيف القوى البشرية يشكل أهمية كبيرة معتمداً على طلب السلع والخدمات الذي تقوم بإنتاجها تلك القوى البشرية المكان الذي يجتمع فيه أصحاب العمل الفردي مع الباحثين عن العمل أي هنالك منصة عرض وطلب وذلك للحصول على الفرصة المناسبة لطرح أفكارهم وإنشاؤها سوق العمل يعكس الديناميكية الاقتصادية والاجتماعية، ويمكن أن يكون محكماً أو راکداً حسب الظروف الاقتصادية السوقية لذا نأخذ كمثال ان افضل مشروع وظيفي بالنسبة لعامل السوق الرقمي هو مصمم جرافيك-مصمم شعارات يقوم بإنشاء تصاميم بصرية جذابة ، حيث يحتاج إلى إتقان برامج التصميم مثل Adobe Photoshop و Illustrator ، مسوق إلكتروني يدير حملات التسويق الرقمي عبر منصات مثل Facebook و Instagram يحتاج إلى مهارات تحليل وفهم عميق للتسويق الإلكتروني ، مدير مواقع التواصل الاجتماعي يدير حسابات الشركات على منصات التواصل الاجتماعي يحتاج إلى قدرة على إنشاء محتوى جذاب وتحليل أداء الحملات ، يمكن أن تكون الخبرة العملية أو التعلم الذاتي مفيدة في هذه الوظائف، حتى بدون شهادة جامعية ومن هذا كله نستنتج ان أساس " التسويق هو فكرة والفكرة مستقبل " (Kamuna, Awrad. 2021:67)

الجانب العملي

❖ تحليل العينات

للقوف على ما تم التطرق اليه نظرياً في البحث بهدف الوصول إلى اهم النتائج العلمية عن طريق الدراسة الميدانية التي تقودنا إلى التأكد من صحة الفرضيات الموضوعية من عدمها اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي المناسب لأهداف الدراسة كونها تهتم بوصف وتحليل دور إدارة الربيع الفكري بالفن الرقمي لسيكولوجية التسويق.

❖ معامل الثبات والصدق الفارونباخ

معامل الارتباط بين الربيع الفكري وسيكولوجية التسويق

ت	المتغيرات	معامل الفارونباخ	الدالة
1	إدارة الربيع الفكري	0.920	دال عند مستوى دلالة 0.05
2	سيكولوجية التسويق	0.939	

الثبات لكون نسبتها تراوحت بين البعد الاول بأعلى قيمة (0.93) والبعد الثاني بقيمة (0.92).

المجتمع يتم خلق هذا السوق عن طريق الدعاية والاعلان الصوري والمنصات الالكترونية ويتم اجتذاب المستهلكين لهذا السوق عن طريق ما يسمى (التلاعب الذهني او البصري) عن طريق استخدام عنصر الادهاش (الجذب) للصورة المتكونة فنيا بالشكل الفيزيائي او الكيميائي بما يؤثر نفسيا على سلوك المستهلك ومدى تقبله لاقتناء هذه السلعة وذلك من خلال تصميم المتغيرات الحركية والسمعية والبصرية واللونية للسلعة وطريقة العرض كل هذه المؤثرات ذات تأثير مباشر ونفسي على المتلقي بمجال عمله فهناك طريقة جذب داخلي وخارجي لنطاق البلد في طريقة استعراضهم للسلعة للجمهور المستهدف فكما كانت هنالك سوق قوي للمنافسة توسعت الافاق التسويقية الى نطاق أوسع على مدار العالم وكل يرجع الى ما يسمى (بسيكولوجية التسويق) سيكولوجية الألوان في التسويق تعنى بدراسة تأثير الألوان على التصورات والسلوكيات يركز هذا المجال في التسويق وإنشاء العلامات التجارية على كيفية تأثير الألوان على انطباعات المستهلكين حول العلامة التجارية والمنتجات، وما إذا كانت تقنع المستهلكين بالتفكير في علامات تجارية معينة أو شراء المنتج فأن تأثير الألوان يمكن أن يكون إيجابياً أو سلبياً، حيث يمكن أن تثير مشاعر الحب والفرح والبهجة، أو تسبب القلق والحزن فان اختيار الألوان بعناية يمكن أن يجعل الحملات التسويقية أكثر نجاحاً ويؤثر على استجابة العملاء وقراراتهم الشرائية بعض الأمثلة على تأثير الألوان في التسويق:

➤ الأحمر يرتبط بالمرح والود والإبداع والدفء والحماس.

➤ الأصفر يرتبط بالسعادة والتفاؤل والفرح والأصالة والحماس.

➤ الأخضر يرتبط بالشباب والحيوية والطبيعة والنمو والاستقرار.

➤ الأزرق يرتبط بالثقة والولاء تجاه العلامة والبضاعة المروجة.

(Nairat, Hassan. 2021:30)

ان استخدام الألوان بشكل صحيح يمكن أن يجعلك مميزاً بين منافسيك، سواء من خلال ألوان العلامة التجارية أو الشعار أو التغليف نعلم على سيكولوجية الألوان في استراتيجيتنا التسويقية لتحقيق أقصى استفادة من تأثيرها فمن العوامل التي لها تأثير مباشر في تحقيق النجاح لسوق العمل هي:

- **التعليم والشهادات:** تعتبر الشهادات والمؤهلات المطلوبة للحصول على وظائف معينة من أهم المتطلبات كخبرة علمية.
- **الذوق ومواكبة الصيحات:** ان يكون مواكب للتطورات وصيحات الموضة المعاصرة للمنتج المروج له حيث يكون ذو ذوق مقبول ومدى اهتمامه يعد من اساسيات السوق التجدد والابداع.
- **المهارات والخبرات:** يجب أن يكون لديك مهارات وخبرات تناسب مجال العمل الذي تستهدفه قد تحتاج إلى مهارات تقنية محددة أو مهارات تفاوض أو إدارة الوقت.

مما تبين في الجدول أعلاه ان البعدين الأول والثاني كانت نتيجتهما فوق ال(60%) وهذا يدل على انها على درجة عالية من

معامل الارتباط بين الفن الرقمي وسيكولوجية التسويق

ت	المقياس	معامل الفا كرونباخ	الدلالة
1	الفن الرقمي التلاعب البصري	0.924	دال عند مستوى دلالة 0.05
2	سيكولوجية التسويق	0.937	دال عند مستوى دلالة 0.05

وتفترض هذه الفرضية انه يوجد هناك علاقة وجود بين " إدارة الربع الفكري بالفن الرقمي التلاعب البصري لعنصر الادهاش وبين سيكولوجية التسويق" وتم اعتماد معامل ارتباط "بيرسون"، لاختبار الارتباط بين متغيرات الدراسة، واعتمد على معامل التفسير (R-square) لتفسير العلاقة بين هذه المتغيرات، كما يبين الجدول الآتي:

كما سبق تبين ، أن جميع الأبعاد كانت نتائجها أكثر من (60%)، وهذا يعني أنها تتوافر فيها درجة عالية من الثبات ولجميع الفقرات، حيث بلغت قيمة معامل الفا كرونباخ الكلية (0.924) وهي قيمة مرتفعة ، حيث بلغ معامل الثبات الكلي (0.93)، وهذا يعني أنها على درجة عالية من الثبات ولجميع الفقرات.

❖ الفرضيات
الفرضية الأولى

معامل الارتباط بين إدارة الربع الفكري بالفن الرقمي وسيكولوجية التسويق

متغيرات الدراسة	عدد المفردات	الوسط	الانحراف	اختبار F المحسوب	معامل الارتباط	معامل التفسير	درجة الحرية	مستوى المعنوية	مستوى دلالة
إدارة الربع الفكري	175	19.571	3.253	40.693	0.436	0.190	174	0.000	0.05
سيكولوجية التسويق		19.686	2.994						

كما في الجدول السابق، يظهر أن قيمة معامل الارتباط بين إدارة الربع وسيكولوجية التسويق ، جاءت بدرجة جيدة، تساوي (0.436) ، وبدرجة حرية (174) و، ومستوى الدلالة معنوي، ما يدل على أنه يوجد هناك علاقة ارتباطية طردية، أي أن كل زيادة في متغير الربع الفكري يقابله زيادة في سيكولوجية التسويق ويظهر الجدول نفسه، أن دور إدارة الربع بحسب المتغير التابع " حيث بلغت قيمة معامل التفسير (0.190) ويمكن ملاحظة ، أن قيمة اختبار F-TEST ، بلغت

كما في الجدول السابق، يظهر أن قيمة معامل الارتباط بين إدارة الربع وسيكولوجية التسويق ، جاءت بدرجة جيدة، تساوي (0.436) ، وبدرجة حرية (174) و، ومستوى الدلالة معنوي، ما يدل على أنه يوجد هناك علاقة ارتباطية طردية، أي أن كل زيادة في متغير الربع الفكري يقابله زيادة في سيكولوجية التسويق ويظهر الجدول نفسه، أن دور إدارة الربع بحسب المتغير التابع " حيث بلغت قيمة معامل التفسير (0.190) ويمكن ملاحظة ، أن قيمة اختبار F-TEST ، بلغت

❖ عرض نتائج الفرضية الثانية
تفترض هذه الفرضية هي "وجود فروق معنوية لإدارة الربع الفكري بالفن وسيكولوجية التسويق" كمعامل ارتباط:

معامل الارتباط بين إدارة الربع الفكري وسيكولوجية التسويق

ت	الأبعاد	معامل الارتباط	الدلالة
1	إدارة الربع الفكري بالفن الرقمي	0.883**	دال عند مستوى دلالة 0.05
2	سيكولوجية التسويق	0.894**	دال عند مستوى دلالة 0.05

المتغير الأول الربع الفكري بالفن الرقمي بأعلى قيمة (0.93) والمتغير الثاني سيكولوجية التسويق بقيمة (0.92).
2. تساهم التقنيات الحديثة المستخدمة بالفن الرقمي على جذب المستهلك نحو اقتناء المنتج المروج عبر المؤثرات الصورية.

يساهم الفن الرقمي بعنصر التلاعب البصري بنسبة معامل ارتباط تقدر ب(0.894) لإدارة الربع وينسبة معامل ارتباط (0.883) لسيكولوجية التسويق بفارق بسيط ومنه نقبل الفرضية القائلة بأن " توجد فوارق معنوية بسيطة ومقاومة بنسبة 1% لذا توجد افضلية بين "إدارة الربع الفكري بالفن الرقمي وسيكولوجية التسويق" حسب رأي الجمهور المبحوث فكان رأيهم بالميول الى إدارة الربع الفكري كونها أساس لاي سوق عمل الذي يساعد في تحديد حاجات المستهلكين وتلبيتها، وبالتالي زيادة المبيعات والأرباح ، بينما سيكولوجية التسويق هي فهم العوامل النفسية التي تؤثر على سلوك المستهلك أثناء عملية الشراء التي تساعد على بقاء نمو السوق وتوسعه.

❖ التوصيات
1. تنمية الربع الفكري واستغلاله للصالح العام برفع كفاءته من خلال دعم الاختراعات ماديا ومعنويًا.
2. دعم الأفكار الإبداعية والعمل على تمهيتها بما يخدم سوق العمل الاقتصادي للبلد.

المصادر

ابن اعمارة، نصر الدين وسالمي، نصيرة. 2021. التوجه نحو التسويق الإلكتروني كآلية للتخفيف من مشاكل تمويل المؤسسات الناشئة في ظل أزمة جائحة فيروس كورونا المستجد. مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، مج. 5، ع. 1، ص ص. 85-97.

الاستنتاجات والتوصيات

❖ الاستنتاجات

كما سبق الذكر في البحث من دراسة حول الموضوع نبرز اهم ما استنتجته الباحثة هو:

1. ان علاقة المتغير المستقل علاقة طردية اعلى من ال(60%) وهذا يدل على انها على درجة عالية من الثبات لكون نسبتها تراوحت بين

- أنساع، رضوان. 2015. أثر رأس المال الفكري على تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالمنظمات الصحية. الريادة لاقتصاديات الأعمال، مج. 1، ع. 1، ص ص. 50-72.
- بصافة ، أمينة. 2022. سيكولوجية المؤثر و قبائل المتأثرين في البيئة الرقمية. مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية و الاتصالية، مج. 2، ع. 1، ص ص. 90-106.
- بهوت، عبد الجواد عبد الجواد و عبد الرؤوف، مصطفى محمد الشيخ وأبو عماء، عثمان عبد المجيد حامد. 2020. تنمية مهارات تسويق خدمات المعلومات الرقمية لدى أخصائي المكتبات بالأزهر. مجلة كلية التربية، مج. 2، ع. 3، ص ص. 363-384
- روان مرسى ، 2019، الفنون التشكيلية Visual arts تاريخها ومجالاتها وانواعها ومدارسها.
- صحراوي، جمال الدين وعدوكة، لخضر. 2018. الأبعاد المؤسسية و سوق العمل. مجلة الباحث الاقتصادي، مج. 6، ع. 10، ص ص. 224-248.
- عدي فاضل عبد الكريم وسندس حاتم مجيد. 2019. التطور التقني للصورة في الفنون التشكيلية. دراسات : العلوم الإنسانية و الاجتماعية، مج. 46، ع. 2 (sup 2+s)، ص ص. 683-695.
- كمونة، أورد محمد مالك. 2021. المعوقات التي تواجه سوق العمل في العراق. مج. 2021، ع. 31، ج. 1، ص ص. 525-535.
- محمد نبيل الشيمي، الاقتصاد الريعي، المفهوم والاشكالية، المركز الديمقراطي العربي، (6 جانفي 2016م)، موقع الكتروني، تم الاطلاع يوم: 31 جانفي 2018م، 22:23.
- نعيرات، حسن محمد. 2021. مدى تأثير اللون في تصميم الفراغ الداخلي التجاري على المتسوق الفلسطيني : حالة دراسية : (المركز التجاري في مدينة نابلس نموذجاً). مجلة التصميم الدولية، مج. 11، ع. 6، ص ص. 23-37.
- Asqoul, Muhammad Abdel Fattah Abdel Wahab. (2019). The role of innovative marketing in achieving customer perceived value: a case study (Ooredoo Palestine Company - Gaza Strip). (Master's thesis). Islamic University, Palestine (Gaza Strip)
- Elham bint Abdullah Asaad 2019. Digital art to advance the innovative aspect of fine art Journal of The Iraqi University 2019, Volume 43, Issue 2, Pages 341-353.
- March 2022 Zainab Jassem Abboud journal of the college of basic.