

# التسويق الرقمي للفن التشكيلي

سلام جبار جبار<sup>1</sup>

مجلة الأكاديمي-العدد 100-السنة 2021 ISSN(Print) 1819-5229 ISSN(Online) 2523-2029  
تاريخ استلام البحث 2021/4/18 , تاريخ قبول النشر 2021/5/9 , تاريخ النشر 2021/6/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

## ملخص البحث

تعد فعالية التسويق الرقمي العالمي للفنون من ابرز مظاهر التحول المعاصر في تداول المنتجات الثقافية، و ان هذه الفعالية أصبحت واقعة معرفية مستجدة استحقت ان تكون اطارا لمشكلة بحثنا الحالي، ففي الوقت الذي تتنامى وتتطور فيه هذه الظاهرة لتنافس التسويق التقليدي للفنون عبر الصالات والمعارض والمزادات والمتاحف فإنها لازالت حكرًا على بيئات حضارية ومعرفية بعينها، ومن هنا يأتي هذا البحث بهدف تسليط الضوء على الليات رقمته سوق الفن المعاصر التي ارتبطت بمتغيري تنامي فكرة التسويق غير المباشر عبر الوسيط من قبل شركات او مؤسسات او مواقع تخصصها التسويق فقط، والتطور المتسارع للعالم الرقمي التواصل الذي شكل المساند السيبرنطيسي لشركات التسويق بالإفادة من القدرات اللامتناهية في وصل المكونات المجتمعية ببعضها متجاوزًا قيود التجارة والسيادة والخصوصية، بحيث أصبحت هذه المؤسسات بميزانيات تفوق ميزانيات دول تجمع فقط عن طريق الدعاية والاعلان و التوسط والنقل والتوصيل المضمون للمنتجات من المصنع الى المستهلك، وقد توسع هذا الموضوع واصبح شاملا للمنتجات الإبداعية ومنها الفنون التي طورت دائرة تداوليتها وتلقيها عبر ذلك النشاط، وعليه تم تصميم أبواب البحث –الأول لتبيان مواقع تسويق الفن على شبكة المعلومات الدولية والثاني لتحديد المتطلبات التقنية للسوق الرقمية و الثالث لقراءة واقع السوق الرقمي للفن بالعالم، و ان حدود البحث النظرية تقع عمليا على مواقع الشبكة العالمية للانترنت اعتبارا من عام 2000عام البداية العملية لتسويق الفن ولغاية اعداد البحث 2020، فان البحث يخلص الى إضاءة هذه المنطقة، ويكشف عن بياناتها التطبيقية، ويدعو الفن التشكيلي العراقي المعاصر للمشاركة في هذا النادي كاستثمار لتميز الفن التشكيلي بالعراق، كمنتج تقني بمواصفات عالمية. والإفادة من انتشار اليات الاتصال الرقمي على نطاق واسع في العراق، وذلك عبر انشاء مؤسسات ومواقع الارتباط لهذه المنظومة لما في ذلك من مردودات منطقية تتمثل في تفعيل التسويق الرقمي للفنون المعاصرة المحلية بالعراق.

– الكلمات المفتاحية-- تسويق – رقمي – فن – معاصر –تداول – سبرنطيقا

مقدمة

<sup>1</sup> استاذ دكتور/كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد، [drsalamjabbar@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:drsalamjabbar@cofarts.uobaghdad.edu.iq)

بالنظر في التغلغل الذي بلغته التقنيات الرقمية في جسد المعرفة والوجود المعاصرين فان الفن بات احد ابرز الشرائح المستهدفة انتاجا وتداولاً وتسويقاً وتلقياً من خلال المنظومات الرقمية العالمية – كما اصبح حضور كلا من التسويق الرقمي للفن والفن الرقمي واضحا ومؤثرا في مناحي الحياة الثقافية المعاصرة وانساقها ومنها الفنون كالتشكيل والعمارة والمسرح و الفنون السمعية البصرية والتصميم والموسيقى وتعليم الفنون وتربية الذوق الفني -الامر الذي اتسع ليشتمل على انتاج أنماط معينة من الفنون عبر الإفادة من منظومة الرقمية – ثم تداول هذه الفنون – بيع وشراء – وتلقي – ومتاحف افتراضية رقمية ومادية للمنجز الرقمي حيث تتلخص أهمية ومشكلة البحث بالموقف من ترسخ هذه الظاهرة العالمية (رقمنة سوق الفن) – التي تتطلب من منتجي الفن ومؤسسات تداوله الاتساق في سلوكها التسويقي مع التسارع السبراني التكنولوجي المتمثل في التطورات التقنية الرقمية الفنية والتجارة عبر الانترنت , ومنها تجارة تسويق الاعمال الفنية وتطورات أساليب الدفع وصولاً للعملة المشفرة وأساليب الحماية والتحصين للأعمال الفنية وتداولها والدفع بالمال المحول الكترونياً و في توظيف الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير مهارات المنتج ومواصفات الإنتاج وتوجهات التلقي والتداول ودراسة خصائص الذوق العام والميول المعاصرة احصائياً عبر رصد المتابعة التصفحجية لما يقدم على الشبكات , وبرغم ذلك فان بلدان كثيرة ومنها العراق مازالت خارج دائرة هذا النشاط الاحترافي الفني المعرفي المالي الاقتصادي الا على صعيد فردي لبعض الفنانين , حتى ان مختصري ( CAM وAMA) يكادا يكونان مجهولين للأغلبية من فناني العراق بينما بمجرد كتابتهما في أي محرك بحث على الشبكة المعلوماتية سنكتشف الكم الهائل من النشاط اللحظي واليومي بالعالم لذلك من قطاع سوق الفن على الإنترنت في سوق الفن المعاصر الشامل وهو مايمثل هدف البحث المتلخص بانارة هذه المنطقة معرفياً والبحث على دخول الفن التشكيلي العراقي المعاصر لهذا النادي بالنظر لأهميته ومكانته الحضارية التي يشهد عليها العروض العالمية والمزادات الدولية والاسماء الفنية العراقية العالمية التي تتميز في ارجاء العالم ، ضمن حدود بحثية زمانية من عام 2000 ولغاية تاريخ انجاز البحث 2020 ومكانية موضوعية تشمل معطيات الشبكة العالمية للمعلومات ومواقعها التخصصية وهو موضوع يشمل أيضا ندرة التوجهات البحثية في هذا المجال بينما تستحق قضية سوق الفن على الانترنت التحليل والمراقبة والتتبع , ومرد ذلك قد يعود للظروف الخاصة بالبلد وحدثة انتسابه الى نادي دول الشبكات المعلوماتية بعد 2003 ولأسباب تتعلق بمحددات تفرضها إدارات الشبكات على العرض والتسويق المحصور بالدفع المسبق الالكتروني وهي خدمة لازالت متعثرة في بلدان كثيرة ومنها العراق فضلا عن النقص الإحصائي الكبير في البيانات الخاصة بالموضوع وحدثته الأكاديمية حيث يصعب تصور سرد شامل مؤرخ للمعطيات المتمثلة بالعرض والتداول والتسويق والاسعار لأسباب تقنية تتمثل في التحديث المستمر لمحتويات المواقع الالكترونية وموضوعية تتعلق بسياسة الشبكة العنكبوتية في ما يتعلق بالخصوصيات كما يتعلق الامر بحرص المواقع على عرض الفعاليات المستجدة على حساب التاريخية. فضلا عن صعوبة وقصور البيانات والأسواق الفنية وبحوث الإنترنت وعدم علميتها ومصادقيتها نتيجة للطبيعة التفاعلية وإمكان الإضافة والحذف ولتعديل عليها، وبسبب هذه المتطلبات التي تؤطر أسواق الفن على الإنترنت وعليه فان البحث ينقسم في ثلاثة مباحث

الأول لتلخيص الضوء على مواقع تسويق الفن وتلقيه عبر المنظومة التواصلية والثاني المتطلبات التقنية للسوق الرقمية والثالث لقراءة واقع السوق الرقمي للفن بالعالم المبحث لأول :- مواقع تسويق الفن على شبكة المعلومات الدولية

ان فكرة تسويق الفن على الإنترنت ليست جديدة تماما ك ممارسة تطبيقية حيث تم إطلاقها لأول من خلال مواقع مبيعات فنية على الإنترنت أواخر تسعينيات القرن الماضي حتى أواخر 2000 الذي جرت به التحولات بسرعة مذهلة". (21 Adam, 2014) في ضوء استراتيجيات واضحة للهدف الأساس من تسويق الفنون والمتمثل بجذب أكبر عدد من المستهدفين - منتجين ومتلقين ومقتنين ومتعلمين - إلى 'طريقة عملية مناسبة للتواصل مع الفنانين بهدف تحقيق أفضل النتائج المالية " باعتداده " تفعيل الخصائص الجاذبة المميزة للفنون التي لها أثارها الإيجابية على القرارات والأنشطة التسويقية". و على الرغم من فشل لتجربة الاقتصادية للجيل الأول لتجارة وتسويق الأعمال الفنية عبر الإنترنت فان الحقيقة التي لا تقبل اللبس اليوم هي أن الإنترنت يشكل مستقبل التجارة عامة ومنها تجارة الاعمال الفنية في عصر العولمة والتواصل المتسارع .، وينبغي ان نذكر ( ان مسألة التجارة الفنية عبر الإنترنت نشطت اول الامر في تداول الإنجازات الأدبية لكبريات الشركات و دور النشر العالمية) 122, (-Adam, Georgina., : 2014-) وفيما يتعلق بإنتاج الفن وتسويقه وتلقيه عبر المنظومة التواصلية فإننا نشير الى ان الفنون الرقمية وغير الرقمية باتت مادة للسوق العالمي الرقمي تتداوله مواقع وشركات عالمية مثل امازون وايبي في الوقت الذي اصبح فيه الفضاء الإلكتروني مركزا لتداول المنتجات والأفكار التجارية والثقافية والسياسية التي تهدف من بين أمور كثيرة إلى تحقيق التواصل العالمي المادي والمعنوي مما جعل تجارة الفن العالمي عن ذلك الطريق أكثر تنوعا وكفاءة ، عبر توظيف سوق الفن على الإنترنت جنبا إلى جنب مع خدمات الإنترنت و تقديم المنتجات الفنية والبيانات والتحليلات عن سوق الفن وبطرق تضمن الوصول الأكفأ لأكثر عدد من المتلقين بأبسط واسرع الوسائل وأكثر التأثيرات بحيث صار لذلك الموضوع (مؤسساته ونقابات وتجمعاته وسجلاته الاحترافية وبياناته المحاسبية والمالية و جهات تخصصية لتتبع نوع الرصيد المخزني الالكتروني وطرائق تسويقه ومستلزمات الاعلام والاعلان المرافق لذلك من البيانات المالية والمستندات القانونية حتى صار التسويق الرقمي للفن عنوانا رائجا لعدد من المؤلفات المختصة بأسواق وتسويق الفن) (McNulty T. , 2014) ، 261) ويحتاج المسوقون إلى تطوير استراتيجيات متنوعة بناء على تنوع الجمهور المستهدف حيث ركزت البحوث التجريبية على دوافع وسلوك زوار المؤسسات الثقافية من خلال التنبؤ المباشر لمنطق التسويق ، ومنذ تأسيس مواقع تسويق الفنون في تسعينيات القرن الماضي ، والذي تم من خلال نشر تلك المعرفة في برامج التعليم العالي والمؤتمرات الأكاديمية وأدلة ممارسة التسويق التي تدعمها الصناديق الحكومية (Andreasen A. a., p32) (1980) وهو ما قاد الى انتشار البحوث في مجال التسويق الفني الساعية الى ضبط متغيرات التسويق كأداة وظيفية للوصول الى فلسفة واستراتيجية تجارية" (Boorsma M. A., . 2006) (298) ، وفي سبيل ذلك وبضواغطه برزت مهن احترافية جديدة افرزت فنانين وعلماء ومبرمجين ومطورين متخصصين في تنمية متطلبات هذا السوق التقنية والفنية كجزء مهم من الحركة الثقافية والاقتصادية العالمية بوجهها الفني الاحترافي سواء عبر تطوير برامج انتاج الفنون الرقمية او تنمية وسائل عرض وتسويق الفنون عامة عبر النت

وما يتطلبه ذلك من تأمينات وتجاوز للمخاطر التي ترافق عمليات التداول عن بعد , من خلال منظومة القوانين والتشريعات الدولية الخاصة بالتحويل المالي عبر منظومة بنوك التحويل الدولية international transfer bank وبالنظر لأن غالبية عمليات سوق الفن لا تزال تجري خارج اسواق الفن المعاصر التقليدية الذي يتضمن فنان ولوحة وقاعة وعرض ومتلقي ومقتني ودفع مبالغ محولة او بتحرير صكوك او بالورق النقدي وهو تنظيم لم يعد متسقا مع الحاجة العالمية للتواصل السريع عبر القارات , ولا ملبيا لحاجة تسويق الفن العالمي بطرق اسرع عبر عرضها على اكبر شريحة مستهدفة عبر الشبكة العالمية مما يسهم في الارتفاع بإنتاج الفن بسبب التنافس وتنمية التدوق العالمي للمنجز المحلي العاجز عن الوصول الى التلقي والتداول العالمي عبر للقاعات والمعارض , وبرغم تطور وتسارع ذلك الا ان العراق من أواخر البلدان بالعالم حضورا في هذا المضمار لأسباب تتعلق بحدائثة ارتباطه غير المقيد بالخدمة التواصلية العالمية مقارنة بالتجارب الأخرى حيث لم يبدأ ذلك الا بعد 2003 فضلا عن ذلك فان العزوف الواضح محليا عن الاهتمام بظاهرة السوق الفني الرقمي عبر النت مرده لما يتطلبه ذلك من نوع محدد من الخدمات والمهارات والتجديد والمطاولة في التعامل مع الفضاء الإلكتروني بدء من مهارات قيادة الحاسوب الشخصي او بدائله وانتهاء بإقامة المواقع الشخصية على الشبكة والتي تصنف ضمن فئة مهارات الحد الأدنى لقيادة الحاسوب والتعامل مع الشبكات. حيث اكتسبت منصات السوق على الإنترنت أهمية تتمثل في تحولها الى أسواق عالمية حقيقية منافسة للأسواق التقليدية وللقاعات الفنية والمتاحف كما ان . مفاهيم سوق الفن المعاصر التي يتم الكثير منها تحت تأثير التقنيات الرقمية الجديدة حولت الإنترنت من أداة للتسويق الفني إلى جزء من سوق الفن المتميز بميزاته الفريدة وأنماط التطوير. وتبرز اليوم أنواع رئيسة من المؤسسات الفنية عبر الإنترنت التي تعمل حالياً كمادة موضوعية لتحقيق سوق الفن الرقمي ومن أهمها -

1-المواقع الشخصية للفنانين net---.com.

2-المواقع العامة الجماعية المشتركة

3.- المزادات عبر الإنترنت (على سبيل المثال ، Auctionaftersale ، Barnebys ، ومزادات التراث ، Hihey ، Birdsquare ، Liveauctioneers ، Thesaleroom ، Paddle8 ،) تمكن زبائنها من تداول بيع وشراء الاعمال الفنية دون تكليفهم عناء الحضور الشخصي للمعارض عبر البلدان ، او في بيوت المزادات التقليدية (funk t. , 2017)208)

Barnebys شكل 1 موقع لمزاد رقمي عالمي )

4- المعارض الفنية عبر الإنترنت (مثل Artgallery و Degreeart و Ideelart و Newbloodart و Upriseart ، Weng Contemporary ، Zatista ) وهي "صالات عرض" افتراضية مخصصة لعرض وبيع الأعمال الفنية. وتمتاز بانها تجتذب تجار الفن والمقتنين من الذين لم يعتادوا على التردد على القاعات التقليدية للفن وهو امر يوفر أموالا وجهدا ووقتا وهو مايزيد من فرصة اكبر للاشتراك في تداول الفن المعاصر فضلا عن طرق عرض الفن وقواعد شراؤه.



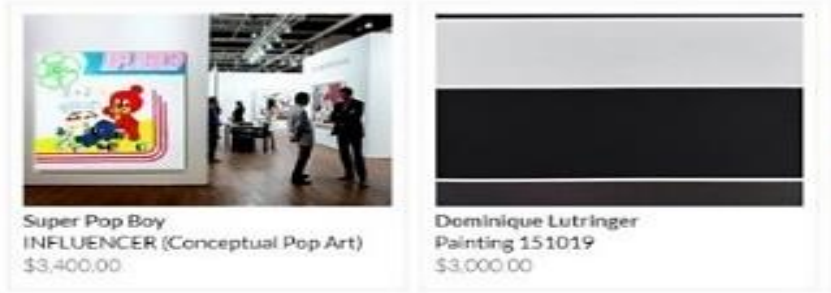
شكل 2 مزاد عالمي ونماذج مباعه منه (wengcontemporary) / العمل للفنان jeff koons حيوانات من البالونات 2018

5- الأسواق عبر الإنترنت (على سبيل المثال ( Artnet ، Artsy ، Artandcollect ، Artviatic ، Saatchiart )، هي منصات فنية عبر الإنترنت لا تتبع طريقة المزاد العلني للشراء بل تتيح فرصة شراء النتاجات الفنية على الفور باستخدام وظيفة "انقر للشراء". وهي بمثابة نقطة دخول لهواة جمع الأعمال الفنية الجديدة ، وعلى عكس المزادات عبر الإنترنت ، حيث يتم فيها ضمان التواصل المباشر بين الفنانين وتجار الفن والمقننين المحتملين.

( (Edward, 2020),198



#### PAINTING CATEGORY



#### شكل 3 سوق رقمي للأعمال الفنية

ان ظاهرة سوق الفن عبر الإنترنت تتطور باستمرار ويتم تحديثها يوميا واطافة المبتكرات بحيث يمكن تمييز سبعة من أبواب البحث الرقمي الخاصة بتسيير وتداول الاعمال الفنية عبر الانترنت مثل :-

1- Copyright and Droit de Suite حقوق النشر وهي المواقع الخاصة بحفظ الملكية وعدم التجاوز على

المنشورات وتمييز الاعمال المزورة من الاصلية -

2- Auctioneers Association جمعية المزادات

3- Art Dealers/Advisors Associations تجار الفن / جمعيات المستشارين

4- Museum Associations جمعيات المتاحف

5- International Art Fair معرض الفن الدولي

فمن خلال اللجوء الى هذه المؤسسات واغلبها رقمية افتراضية بالكامل تجري عمليات تداول وبيع واقتناء وتقييم وضمان للأعمال الفنية وهي الية تتوسع من ناحيتي فن التسويق وإنتاج الفن ومتطلباته ومن المتوقع ظهور أنواع متجددة في هذا السوق كما في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تجارة الفن عبر الإنترنت (مثل سوق فنون التواصل الاجتماعي). حيث يقتصر دورها اليوم على الإعلان الممهد للتسويق. وبذلك فان الفن العراقي المعاصر والفنان العراقي اليوم مدعوا للولوج الى هذا السوق سيما مع المحددات التي يعيها المشهد التشكيلي العراقي بالداخل بسبب تراكمات الوضع السياسي والاقتصادي والثقافي لعقود متتالية بالوقت الذي يقدم التشكيل العراقي خارج البلد تجربة عالمية بامتياز ممكن الإفادة منه وتوظيفه لحجز مكانة مميزة لهذا السوق مع دخول العراق التدريجي لنادي الدول العاملة بالتواصل الرقمي وتنامي ذلك الحضور.

#### المبحث الثاني :- المتطلبات التقنية للسوق الرقمية

على الرغم من حداثة وقلة الأبحاث الأكاديمية حول سوق الفن على الإنترنت و عزوف مؤرخي الفن ونقاده عن هذه الفعالية فقد اخذ المحللون هذه القضية على محمل الجد وقدموا أساليب مبتكرة لدراسة التطور السريع في أنماط التجارة الفنية عبر الإنترنت باعتبار ان هذا النمط من "التسويق الثقافي هو (فن الوصول إلى تلك القطاعات من السوق ... في اتصال مع عدد كاف من المستهلكين والوصول إلى الأهداف التي تتوافق مع رسالة المؤسسة الثقافية) (Alessia Zorloni, 2018). p14) (بالإفادة من الخبرات المتراكمة في خطوات تأسيس المتاحف في الولايات المتحدة واوربا ، (عبر إعطاء أهمية لإجراء أبحاث السوق تضع في اعتبارها المرجعيات الجغرافية والديموغرافية والنفسية والسلوكية للجمهور المستهدف وهو ما وُد أهدافًا استراتيجية" للمتحف حيث وفرت المحفوظات التاريخية للفنانين المشهورين في الولايات المتحدة ، رؤى مبتكرة لنظرية التسويق p9- (Wesselmann, 2016) على سبيل المثال ، ماقدمه أندي وارهول في تجربته بالفن الشعبي الأميركي من توجه مباشر الى المستهلك عبر سلسلة اعماله التي اختصت في تنمية الاستهلاك السلعي ومخاطبة الغرائزية والنفعية في المجتمع والفرد – مارلين مونرو – الكوكا كولا – شطائر الهامبركر- البريللو – p98 (Schroeder J. , 1997) وهكذا كان الاحتفاء بمنجز و ويسيلمان في سلسلة الحمامات والمطابخ والثلاجات والمساح التي ميزت اعماله واغلبها بتقنية الكولاج



(Wesselmann-, 2016) 112) شكل 4 حمامات توم ويسيلمان

ومن قبل ذلك هاملتون في ما لذي يجعل بيوت اليوم مختلفة التي اعلن فيها تحطيم ما تبقى من مقدسات وممنوعات وسوقت بعدد من النسخ والتسميات مع ضجيج اعلامي رغم انها بحجم ورقة كتابة ومنفذة بالكولاج والاحبار



شكل 5 ما لذي يجعل بيوت اليوم مختلفة ريتشارد هاملتون (pytonjulia, 2011)p231

وكلها ضمن مدرسة الفن الشعبي الأمريكي وانتجت باستقراء وتقاطع الفنون البصرية والتسويق وتوجهات الذوق العام وتنميته والتي صارت نبراسا لما جرى عمليا في تأثيث سوق الفن الرقمي لاحقا بحيث صار التسليح والوظائفية سمة تلازم التحولات المعاصرة في الفن بعد ان كان من الروافض التي يتأسس عليها الفن الحديث . حيث قدمت مدرسة البوب وامتداداتها في الفن المفاهيمي الدروس المتلاحقة لتكييف الفن الجديد على انقراض ما تم تهييمه من ايقونات تاريخية حتى للحداثة بحيث صار تداول الفن ووصوله الى اكبر عدد من المتلقين بأبسط واسرع الوسائل واطمئنتها الجزء الأساس في فلسفة الفن البراغماتي والذي تم التنازل فيه عن كثير من القيود التقنية والفنية التقليدية فصار مقبولا جدا ان ينتج الفنان مكررات للنسخ حتى عبر وسائل الطباعة كما في لوحات الكوكا كولا ومارلين مونرو لوارهول او العلم الأمريكي لجاسبر جونز اذ ان ذلك هو الطريق الوحيد لسد الحاجة التي تفرضها متطلبات التغلغل الثقافي الأمريكي في اوربا المرهونة بشروط مشروع مارشال فضلا عن بقية انحاء العالم التي باتت أسيرة للثقافة الأميركية الناهضة متفردة بعد الحرب العالمية الثانية كقوة أولى , ترسل إنجازات فنانها بقوة الدعاية والهالة المؤثرة المصنوعة باحترافية مؤسسية , وهو ما مهد السبيل المرجعي لاستغلال كل فرصة تيسر نقل وتداول النتاج الفني واسس للتسويق الرقمي للفن عبر شبكة المعلومات لاحقا ,

لقد كان للحضور السيبراني في ادارة سوق الفن المعاصر والتحكم به تأثيره الهائل على طرائق التداول وتقييم وتسليح الفن. حيث أصبحت معاملات سوق الفن عبر الإنترنت تدار من خلال "روبوتات" تجارة الفن التي تتطلب "الحد الأدنى من اجادة مهارات الاتصال التي لا تعدو عن مهارات تشغيل وبحث البرامج الشخصي بين البيع والشراء والممارسات بسبب المسافة وطريقة إجراء البيع , من ناحية أخرى , فإن التنوع الكبير لما يعرض في سوق الفن على الإنترنت عمل على تثقيف كلا من الفنانين المنتجين ورعاة إدارة المواقع الالكترونية وجامعي الأعمال الفنية وعملية التداول الرقمية من قبل جمهور المتصفحين مما ساهم في تطوير وسائل العرض او التلقي او الاقتناء والدفع والتثقيف يرافق ذلك تطورات كبيرة في مجال تحصيل عناصر الأمان والثقة للعارضين وللمقتنين وللعاملات الفنية عبر ابتكار منظومات الدفع الإلكتروني للمال

والنقل المضمون حتى تحولت سبيراينة تجارة الفن بمرور الوقت من مجرد أداة للتسويق الفني إلى ظاهرة تتمتع بميزاتها الفريدة وأنماط التطوير واصبح سوق الفن على الإنترنت اليوم جزءاً، مكملاً لمعاملات تداول الأعمال الفنية المرئية على الرغم من كونه سوقاً مستقلاً نامياً في عالم التجارة كونه يوفر طرقاً بديلة تختلف السوق التقليدية من ناحيتين :

الاولى، بسبب قدرتها على نشر المعلومات حول الفن والفنانين على الفور وفي جميع أنحاء العالم بأسرع الوسائل واكفأها ولأوسع شرائح المتلقين وأصحاب قاعات وتجار مع نمو كبير في ذلك المجال ، p121. (-Adam G. , 2014-)

والثانية ، ان الفضاء الإلكتروني يتجاوز المحددات للخصوصية والسيادية والوطنية وقيودها التجارية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ، حيث يمكن اجراء المعاملات من خلال "سوق الفن عبر الإنترنت" من قبل أي عدد من العارضين في جميع أنحاء العالم مع جميع المتلقين من خلال ما يتم عرضه من منجزات فنية على موقع واحد" ، مما ييسر وصولها الى أكبر عدد ممكن من العملاء المحتملين سيما من الذين "لم يعتادوا على دخول المعارض الفنية من خلال تصفح المواقع ومعرفة التفاصيل الفنية والمالية والنقدية الجمالية للعمل ، من منازلهم دون تكلف عناء المعاينة المباشرة للعمل : (-Adam, Georgina...، p122) (2014-) بحيث يوفر العرض إمكانات عملية تخدم كلا من الفنان والمقتني من حيث الضمانات و"تقييم الاعمال المعروضة وإجراء مسوحات مقارنة الأسعار والدفع إلكترونياً من خلال الشبكة المعلوماتية ، الى جانب ذلك ، ساهمت رقمنة سوق الفن المعاصر في ظهور تاريخ الفن الرقمي كمجال أكاديمي منفصل. كما قادت الابتكارات التكنولوجية المستخدمة في أبحاث سوق الفن عبر الإنترنت إلى إنشاء طرق تحليل وتصوير بيانات سوق الفن على الإنترنت وتأسيس الأرشفة الرقمية عبر ممارسة توثيق التجارة الفنية بالافادة من التقنيات المستخدمة لتوسيع سوق الفن على الإنترنت. ويمكننا من خلال ذلك ان نرصد مجموعة العوامل التي تتحكم في سوق الفن عبر الانترنت من خلال التكنولوجيات الرقمية الثلاث (التي تعد الأسس التنظيمية لسوق الفن الرقمي الافتراضي. وهي ومن ابرز مستلزمات ذلك هو - العملة المشفرة -- وسلسلة المجاميع-والذكاء الاصطناعي -) (186). (Vikram Dhillon, David Metcalf, Max Hoop, 2017) ) وتنمية الوعي بأهمية التوسع في تجارة الفن عبر الإنترنت .

والعملة المشفرة Bitcoin هي أول شبكة دفع غير مركزية توفر نظام جديد للدفع ب(نقود إلكترونية) بشكل كامل يتم تداولها عن طريق شبكة الإنترنت فقط 2009. ويقول القائمون عليها إن الهدف من هذه العملة التي طرحت للتداول للمرة الأولى سنة 2009 هو تغيير الاقتصاد العالمي بنفس الطريقة التي غير بها التواصلية العالمية عبر شبكة المعلومات العالمية أساليب النشر، و لاستخدام هذه التقنية الرقمية يجب تحميل محفظة على الحاسوب أو حتى على الجوال. بعد التنزيل ستولد المحفظة مع عنوان خاص فردي. يتم التحويل باستخدامه بما يشبه عمل الإيميل مع تامين لهذه المعاملات النقدية بتوظيف ال block chain. اوسلسلة المجاميع التي هي بمثابة سجل معاملات عام مشترك الذي تعمل عليه شبكة البيتكوين. وتحصى فيه كل المعاملات المؤكدة وبدون استثناء. وباستخدام هذا السجل، يمكن تأكيد المعاملات الجديدة على أنها صرف لبيتكوينات موجودة فعلاً عند صاحب العنوان، الأمانة والترتيب الزمني لسلسلة المجاميع



تخضع للتشفير، بحيث تكون سلسلة المجاميع عبارة عن دفتر حسابا مقنن ومحدث ومؤمن. والتحويلات التي تتم هي تحويل قيمة نقدية بين عنواني بيتكوين، والذي يتم تسجيله في سلسلة المجاميع. كل محفظة بيتكوين تبقى كلمات اسر لكل عنوان بيتكوين. والمفاتيح الخاصة تستخدم لإضافة النواقيع الإلكترونية على الحوالات وتقديم إثبات رياضي أن الحوالة قادمة من محفظة مالك العنوان نفسه ويعتمد التوقيع الرقمي لحفظ الحوالة من قيام أحد بالتلاعب فيها او قرصتها وهذه المعلومات عن جميع الحوالات يتم تأكيدها من قبل الشبكة في دقائق، عبر طريقة تسمى التنقيب. التي هي بالحقيقة نظام مكون من تجمع حواسيب يستخدم لتأكيد الحوالات عن طريق ضمها إلى سلسلة المجاميع. يتم في التنقيب إدخال الحوالة بترتيب زمني في سلسلة المجاميع، ويضمن إبقاء النظام كامل محايد من أي جهة مراقبة، ويسمح لحواسيب المشتركين الجدد بالدخول للعمل مع النظام، ولن يتم تأكيد الحوالة، حتى يتم تجميع عدد من الحوالات في مجموعة بيانات مشفرة على مستوى عالي ثم يتم تأكيد صلاحية الحوالات من قبل الشبكة، وهذا يمنع من أي تعديل في مجموعات البيانات الموجودة في سلسلة المجاميع والذي قد يؤدي إلى حدوث مشاكل. ولأجل ضمان ذلك تجمع الحوالات في مجموعة ثم يتم تأكيدها كل 10 دقائق تقريبا، (Antonopoulos, Andreas., -2017)p14) وكما مشروع ريادي تميز سعر البيتكوين بالتذبذب، وبعد ان كان سعرها عند ظهورها لأول مرة يساوي 6 سنتات أمريكية للبتكوين الواحد، اكتسبت هذه العملة الافتراضية شهرة وقيمة مادية كبيرة أواخر عام 2017، حيث وصل فيإلى 16 ألف دولار بعد أن صعد حوالي 60% في أسبوع تقريبا. واليوم تبلغ خمسة وثمانون مليون ديناراً عراقياً للبتكوين الواحد

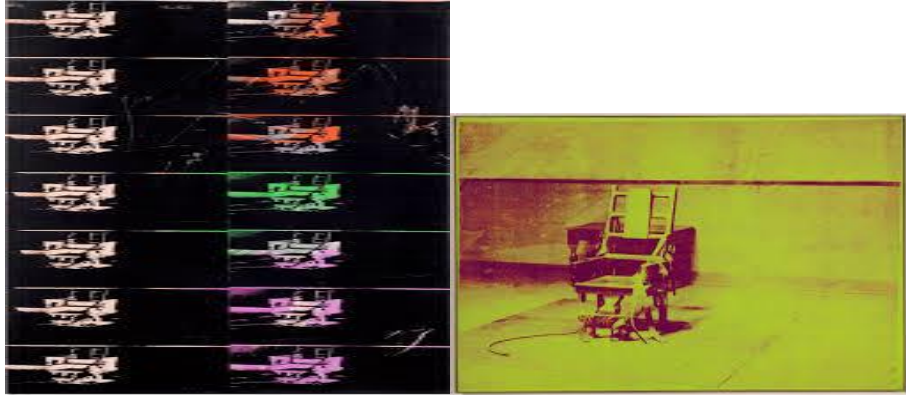


Top stories

شكل 6 - (https://sa.investing.com/crypto/bitcoin, 2021)-

وازداد بناء على ذلك عدد التجار والمواقع التي تعتمد البيتكوين كعملة. وتشير تقديرات البحوث التي تنتجها جامعة كامبريدج إلى أنه في عام 2017، هناك ما بين 2.9 إلى 5.8 مليون مستخدم يستعمل محفظة لعملة رقمية، ومعظمهم يستخدمون البيتكوين. (Antonopoulos, -2017)p15 وعملياً ومنذ عام 2018، فقد تم اعتبار هذه العملة كأحد أهم التطورات التي حدثت في سوق الفن العالمي الذي صار من تقاليده ما يعرف بتقرير سوق الفن السنوي (من قبل معرض Art Basel للفنون بالتعاون مع بنك UBS-artbase2020). وقد عدد تقرير سنة 2018 ثلاث مزايا رئيسية لاعتماد العملة المشفرة في سوق الفن؛ وهي التامين الأمثل لمصدقية العمل الفني وعدم تزويره، وإمكانية حماية خصوصية جامعي الأعمال الفنية بحيث لا يعلن اسم

المقتني الا برغبته ، وإمكانية تتبع المبيعات والعمولات الفنية بما يحفظ حقوق الأطراف الثلاث الفنان والمقتني والموقع . ولم يغفل بعض السلبيات المرافقة لهذه العملية في معاملات سوق الفن مثل نشوء سوقاً سوداء للمعاملات المشبوهة التي يمكن أن تزيد من سوء سمعة السوق عبر الإنترنت مع المشتريين الجدد (21)(TEFAF., 2017). الاكثر اهمية في هذا التقرير، انه قدم ظاهرة فنية جديدة بالإشارة اليها لما تبينه من نوع التحولات المرافقة لرمزية الفن ، والتي تطرح فكرة الفن كمنتج عاطفي ومتفرد للتسويق والتداول وذلك عبر ملكية جزئية للفن حيث قدم كمثال على ذلك تجربة أندي وار هول اللوحة 14 كرسي كهربائية صغيرة andy warhol 14 electric chairs (1980)



شكل 7 عمل أندي وار هول تفاعلي الاقتناء -اربع عشر كرسي كهربائي (Klaus Honef , 2017)p59 التي تقوم بها منصة Maecenas لاستثمار الفن على الإنترنت في تموز 2018. حيث أصدرت Maecenas أكثر من 6 ملايين رمز فني مساهم ، كل واحدة منها يمثل حصة صغيرة حصة افتراضية" في عمل وار هول. وكنتيجة لهذا المزاد غير العادي، فإن 49٪ من 14 من الكراسي الكهربائية الصغيرة لديها حقق "قيمة المبلغ عنها 6.5 مليون دولار" ، في حين احتفظ أصحاب العمل الأصلي الفني 51٪ المتبقية من العمل الفني( Klaus Honef, ) p60(2017) وكل هذا جرى بعملة ال Bitcoin بدلاً من النقود الحقيقية، وهو الامر الذي بدأت تتحول اليه كثير من الشركات . فيما تحولت مواقع التسويق الرقمي للفنون الى مراكز أساسية للاحتفاء بالمنجزات الإبداعية المفاهيمية المعاصرة سيما تلك التي تعتمد التحولات الرقمية والصورية والتقنية كما في فن الأرض والتنصيب في الفضاء وفن الفيديو الذي يحظى بأهمية خاصة باعتبار خامته الرقمية وهي اجناس فنية تشكل واجهة التحولات الفنية المعاصرة وتمتاز بمواصفات تمكنها من التداول والنقل عبر الميديا مما يعطيها ارجحية وتميز الى جانب بقية اجناس ومدارس وأساليب الفن التقليدية .

شكل 8 جدول احصائي بأسعار اعمال فن الفيديو (Horowitz- Noah , 2011)-,284) وفي تجربة أخرى اقيم في معرض مونيكيير للفنون والمتخصص بفن الشارع في لندن عام 2017 ، (أول معرض فني أوروبي يتحول بالكامل بالاعتماد على عملة Bitcoin واستخدم التشفير الحصري blockchain لضمان واثبات صحة الأعمال الفنية بالاعتماد على رموز يمكن تشفيرها مباشرة في العمل الفني من قبل الفنان نفسه أو يمكن شراؤها بشكل منفصل مع شهادات الكترونية توثق ذلك ) (MacDonald-Korth, , 2019) ، 20 ، ومن المتوقع أن يساهم ذلك التطور بالتعامل بالعملة الرقمية في ازدهار الخدمات المالية الفنية عبر الإنترنت

كما ساهم ذلك في جعل مصادر البيانات متاحة للباحثين في سوق الفن مع حلول العصر الرقمي ، بعد ان كانت معظم مصادر التجارة الفنية متاحة فقط في المطبوعات وفي المكتبات والمتاحف. التي لم يتم فهرسة غالبيتها بشكل صحيح ، مما يجعل البحث عن المعلومات المطلوبة أمراً معقداً بينما نلاحظ ان العديد من مشاريع الرقمنة المنجزة على مدى العقد الماضي "قطعت شوطاً طويلاً ليس فقط نحو صنع هذه الأدوات البحثية النادرة والتي لايسهل الوصول إليها عادة، ولكن أيضاً ، بما جعلها قابلة للاستخدام مع blockchain التشفير الحصري (McNulty, Tom, 2014) p261) ، مما يجعل قواعد البيانات أكثر يسراً وإتاحة للجميع ويعطي صورة عن ما يمكن ان يذهب اليه السعي نحو رقمته شاملة لفهرسة بيانات سوق الفن يمكن أن تذهب أبعد من ذلك بكثير. وهو ما سيجعل بيانات سوق الفن في متناول عدد أكبر من المختصين والعوام والفنانين والمقتنين والتجار وأصحاب اللوحات فضلاً عن الباحثين ويحل مشكلة تضخم تخزين المحفوظات من السجلات التاريخية لسوق الفن المادي. في الوقت نفسه ، فان blockchain التشفير الحصري يساهم في جعل بيانات السوق أكثر اعتماداً على الواقع الرقمي ومن ثم اتاحته لأكثر عدد ممكن من المتابعين وكل ما مطلوب هو اتصال عبر الإنترنت الذي اصبح شرطاً عالمياً على كل الدول . ويمكن تمييز ثلاث متغيرات تتحكم في تحولات رقمنة سوق الفن اليوم وهي :-

#### 1- الذكاء الاصطناعي ومواقع Art finder

وظف الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع كأداة للتسويق الإلكتروني لربط الفن والمقتنيات. يوظف الذكاء الاصطناعي كبرنامج software للمراقبة والاحصاء والتصنيف الآلي بهدف مقارنة صلة العملاء المحتملين بمنهج معين عند فحص أنشطتهم عبر الإنترنت ، مثل عمليات البحث على الإنترنت وتصفح الإنترنت. هذه التكنولوجيا تستخدم بالفعل على نطاق واسع يتلمسها المتابع من تكرار المادة المطلوبة او المراقبة عبر الشبكة المعلوماتية بمجرد ان يحدد الباحث مادته المطلوبة وتطور الامر حتى في حالة الرصد الصوري من خلال تقنية image capture بالهواتف الذكية وبعض أجهزة الحاسوب المتطورة، وهي تقنية سبق توظيفها في الفيلم وصناعة التلفزيون. (من المقدر أن يتم اختيار ما لا يقل عن 80٪ من المحتوى الذي تمت مشاهدته من قبل المتلقي . اما فيما يتعلق بالفنون التشكيلية فان موقع ( مستكشف اسواق الفن art finder - Noah) و، p1222011- (الذي تم إنشائه عام 2013 ويعد أكبر سوق للفن عبر الإنترنت ويعتمد خوارزمية الذكاء الاصطناعي الخاصة بالأعمال الفنية "بناءً على أوجه التشابه والمطابقة البصرية مع قطعة مختارة من قبل المشتري (Elena Sidorova, 2020) 189) .

2- مواقع ArtAdvisor بعض شركات الفن الأخرى على الإنترنت التي تطورت تتضمن استراتيجيات التسويق الإلكتروني أنشئت لتحفيز تجارة الفن عبر الإنترنت حيث توفر للمستخدمين معلومات عن الفنانين وتساعد في تحسين عمليات البحث عن المنتجات الخاصة بهم ، فأضافت روابط (Genius) وظيفتها اقتراح أعمال فنية مماثلة معروضة للبيع فضلاً عن توثيق الاعمال الفنية واسنادها الى منتجها، كما توسعت هذه التجارة لتشمل ترميم اللوحات في هولندا ، و تصميم خوارزميات تكشف تزوير الاعمال الفنية، (Elgammal, (10- (Ahmed, Kang Yan, and Milko Den Leeuw.. 2017))

### 3- تكنولوجيا المتحف الافتراضي virtual museum

التي تضمن تجول المتلقي في معارض وتطلعه الى الاعمال الفنية بصورة مماثلة تماما للحضور المادي للوحة بفضل القدرة على نقل ادق التفاصيل الخاصة التقنيات والاساليب المتبعة في انجاز العمل الفني بفضل تطور كاميرات التصوير وزيادة دقتها , فضلا عن توظيف تقنية (VR) الواقع الافتراضي عن طريق إنشاء طريقة بديلة عرض تعوض تراجع للحضور للأحداث والمعارض الفنية ، سيما للمعارض التقليدية غير المتصلة بالخدمة المعلوماتية للوصول إلى المتلقين الذين لا يستطيعون زيارة معارض الفن التقليدية (The Art).

#### /شكل12 المتحف الافتراضي للفن العراقي 2020 virtualmuseumiraq



وكذلك في توظيف تكنولوجيا (AR) او الواقع المعزز ، AR ليست هي معظم الابتكارات التكنولوجية الحديثة. ومع ذلك، فقد ظهرت فقط في الآونة الأخيرة على شبكة الإنترنت سوق الفن AR. يجعل من الممكن الجمع بين العناصر المادية مع العالم الرقمي. الفن على الانترنت طورت منصات مثل Saatchi Art و Artsy تطبيقات AR لتزويد عملائها إمكانية "معاينة الأعمال الفنية في المنزل أو في سياقات أخرى من خلال تعليقها; كمخرجات رقمية على (p. 12, . 2018, www.artbase1.com). هذه التكنولوجيا تساهم في تقليل الحاجة إلى "نقل" الأعمال الفنية الحقيقية، وبالتالي توفير كثير من تكاليف النقل والتركييب. شكل 12 الواقع المعزز AR. كان للتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي اثره الكبير على تداول الفن عبر الإنترنت، فمن ناحية ساهم ذلك في إعادة تشكيل حدود ما يسمى بالاستثمار الإبداعي ومن ناحية أخرى في إدخال الترميز الرقمي لتأمين تداول عرض وبيع واقتناء المنتجات الثقافية والإبداعية.

#### المبحث الثالث :- واقع السوق الرقمي للفن بالعالم

أدى تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى تغذية الاقتصاد الرقمي من خلال تسريع إنتاج وتسليم واستهلاك السلع والخدمات بعد ان دخل الانترنت كل مجالات الحياة، بما فيها الفنون البصرية. في حين أن سوق الفن توسع بشكل متزايد من حيث المستخدمين انتاجا وتداولا وانتفاعا ومن حيث إضافة تقنيات جديدة لعرض الأعمال الفنية والفنانين وترويجها وحفظها والانضمام في ذلك الى وسائل تواصل أخرى مما نتج عنه ولادة شخصية العلامات التجارية الثقافية الفنية في العصر الرقمي مرافقة للحضور المميز

لتقنيات الاتصالات وعوامة الفن. وهو الامر الذي يقود الى تطور الفن في مستويين: الاول "كمنجز ثقافي راند ينتقل من المحلية الى تداوله كسلعة عالمية ممكن نشرها بلا قيود عبر الحدود المؤسسية والوطنية الثاني فان هذا السوق المعاصر للفن يفرض شروطه وبقوة لولادة فنون معاصرة متطورة ، فالتقنيات الحديثة تؤدي تدريجياً إلى التحول في نموذج الفن والتجارة والوساطة ، ويحفز على ظهور هيكلية جديدة لتسويق وتداول الأعمال الفنية تربط بين الفن والتكنولوجيا و التجارة عمليا ، وهو ما قاد لتنامي هذه الفعالية الحضارية النفعية ، وفقاً لتقرير **Hiscox Trade Report 2019** ، ( شكل سوق الفن عبر الإنترنت في عام 2017 نسبة 9.8٪ في المجموع من تجارة الفن العالمية إلى 4.64 مليار دولار) p2- (<https://www.hiscox.com>) 2019. في المقابل ، وفقاً لتقرير **The Art Market 2019** ، فقد بلغت المبيعات العالمية في سوق الفن عام 2018 على الإنترنت فقط 9٪ من قيمة مبيعات الفن العالمية ، وبقيمة 6 مليارات دولار ، والتي كانت بنسبة 11٪ أعلى مما كانت عليه في عام (TEFAF). p258). وان هذه النسب والأرقام تكشف (حجم سوق الفن عبر الإنترنت 2018 ، مقارنة بـ 214 مليون دولار في عام 2017 في Sotheby's ، مما يؤكد دور الوسائط التواصلية كأداة استراتيجية لبناء عالم ثقافي وتجاري جديد ، وتسهيل المبيعات وتحويل المزيد من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي إلى متلقين ومقتنين ، وقد تزايد الطلب على قنوات البيع الفنية عبر الإنترنت في سوق الفن المعاصر لسببين:

الأول -انها تجعل التجارة الفنية أكثر فعالية وسرعة وتنوعا.

الثاني - سهولة المبيعات الفنية عبر الإنترنت من نواحي عدم التكلفة بالحضور او السفر. وفي ذلك يشير التقرير إلى أن توقعات تجار الأعمال الفنية عبر الصالات التقليدية الذين تم استطلاع آرائهم في عام 2018 كانت تشير الى ان المبيعات الفنية على الإنترنت ستزداد خلال السنوات الخمس المقبلة ، حيث يتوقع 70٪ منهم زيادة تجارة الفن على الإنترنت بشكل ملحوظ و 24٪ يتوقعون أن تظل تجارة الفن على الإنترنت عند نفس المستوى تقريباً ، لقد حولت سوق الفن الرقمي العالمي المعاصر أعمال الفنانين المشهورين ، مثل بيكاسو وفان جوخ ، رامبرانت ، وكارافاجيو الى علامات تجارية عالمية 664 (Lehman K. a., - 2019) - يتم من خلالها ضمان أكبر عدد ممكن من زوار المتاحف وصلات العرض الرقمية على غرار استقراء فاعلية هذه الأسماء في جذب الجمهور في الواقع المادي ، وهو ما قاد لتأسيس منافسة بين المؤسسات الثقافية العاملة بالتوجهين . وانشاء المزيد من العلامات التجارية الجاذبة التي ارتبطت اكثرها بأسماء متحفه بعينها كما في متحف MOMA و TATE ، ، كما تم استغلال كارتزمات اشهر المقتنين و هواة الجمع المعروفين من الافراد والمؤسسات كعلامة تجارية ومحفزات للمشاركة في هذه الفعاليات عبر التوجه لمنظمات المجتمع المدني والمؤسسات الربحية الخاصة كالبنوك والشركات والمتاحف ليكون لها دور واضح بين المقتنين والمتداولين مما ساهم عمليا في القفز بمخرجات هذه المواقع بإيرادات كبيرة على جميع الأطراف وهي إشارة لما يمكن ان يتم تطبيقه في الواقع الفني في العراق سيما مع انتشار وتوسع النظام البنكي والشركات الموجودة والمتوقع تأسيسها. وهو الاجراء الاساسي للولوج الى هذا العالم بدء من الموقع الاميركي [www.etsy.com](http://www.etsy.com) او [www.fineartamerica.com](http://www.fineartamerica.com) اللذان يعدان من أشهر المنصات المتخصصة في عرض وتسويق اللوحات الفنية الذي يتيح بعد التسجيل للفنان ان يرفع مصورات اعماله والاختيار بين شحن الاعمال بالطرود

المضمونة DHL او طباعتها على الكانفس، ويوفر الموقع محطة اعلانية وإعلامية دعائية ويتواصل مع المشتركين والزبائن والمقتنين مقابل نسبة سعرية للموقع عن كل مبيع مستغلا وجود الأسماء الاحترافية العالمية كدعاية ضاغطة لصالح المعروضات , وهي تجربة امتدت لبعض البلدان العربية كالمملكة العربية السعودية من خلال موقع [www.https://www.barigallery.com](https://www.barigallery.com) الذي ييسر امر الوصول للعملاء المحليين (داخل المملكة العربية السعودية والمنطقة عموما) ، ويساعد في تسويق الاعمال الفنية ويتكفل بإنشاء صفحة الفنان الخاصة على الموقع ومثلها مئات المواقع حول العالم وهي مواقع مشابهة لموقع أمازون وموقع سوق حيث يتيح للفنان المجال لبيع منتجاته وهو ما يدفعنا للدعوة بالهوض في إقامة مثل هذه المواقع في العراق بالنظر للطرف الموضوعي المميز للحركة التشكيلية العراقية...

### نتائج البحث

- 1- بفضل ظهور التقنيات الرقمية الجديدة. وتطور منظومة الانفوميديا العالمية تم ابتكار رقمنة سوق الفن العالمي المعاصر ليشكل رافدا ثقافيا وتجاريا له ثقله الحضاري المميز
- 2- كان للدور السيبراني أهميته البالغة في تنمية سوق الفن المعاصر من خلال تقديم طرق جديدة للتحليل (مثل تحليلات سوق الفن القائمة على الذكاء الاصطناعي ، والتشفير الحصري blockchain وتوظيف العملة الرقمية Bitcoin
- 3- ساهم التسويق الرقمي للفن والتكنولوجيات المبتكرة فيه في التجديد المنهجي للبحث الأكاديمي والتحقق من مشكلات التزوير والتقليد ، وفتح مجالات بحثية جديدة (على سبيل المثال ، تشفير أو كتابة الخوارزميات لخبراء الفن) ،
- 4- رسخ التسويق الرقمي للفن فعالية صناعة النجوم واكسابها هالة العلامات التجارية الفاعلة متجاوزا المؤسسات الإبداعية والتقنية والتفردية التي كانت متطلبة في التداول التقليدي للفن وهو ما ساهم في صناعة ايقونات تجارية من الفنانين والمنتجات والمقتنين شكلت حلقة تداول لرؤوس اوال وثقافات مؤثرة في إعادة تكييف المجتمعات وتوجهاتها.
- 5-ابتكرت المواقع الالكترونية التسويقية تأمين تعاملات التبادل للمالي سيما من خلال عملة البيتكوين و الضمائم الربحية للأعمال الفنية وتحسينها ، مما يمنح المستهلكين دافعية وثقة للاقتناء وهو ما ساهم لاحقا في إعادة تشكيل الذائقية العامة وإعادة تشكيل الفنون لتكون بمواصفات فيزيائية قابلة للتداول عبر التواصل الرقمي كفنون الحدث والرقمي والمفاهيمي
- 6-اصبح التسويق الرقمي واقع حال يشكل نسبة مهمة جدا ومتنامية من سوق الفن العالمي وبشكل مطرد
- 7-يعد الحضور العراقي ضعيف جدا في هذه الفعالية برغم النتائج المميز عالميا للتشكيل العراقي المقترحات

1- مطلوب من الفن التشكيلي العراقي ان يحضر وبقوة في هذه الفعالية الثقافية التجارية سيما مع تيسر المستلزمات التقنية لذلك والمهارات اللازمة وحجم الإنتاج التشكيلي العراقي ونوعه المميز

- عالميا وضعف مؤسسات اقتناء واحتضان وتداول ذلك المنجز وهو امر يجب على الفنانين ان يعتمدوا فيه على قدراتهم .
- 2- تأسيس موقع تسويق رقمي للأعمال الفنية العراقية يكون مدعوما من مؤسسات مالية وثقافية ومجتمعية رصينة وقادرة على التغطية المالية للموضوع اسوة بالتجربة العالمية.
- 3- تحفيز المؤسسات المالية والشركات ومنظمات المجتمع المدني والمكاتب الاعلامية للوزارات للمساهمة الجدية في دعم مثل هذا النشاط المقترح والمؤمل ونشر الوعي عن الفوائد المادية والمعنوية والأخلاقية والتربوية المترتبة عنه .
- 4- توجيه الدراسات والبحوث الاكاديمية لتناول موضوع التسويق الرقمي للفنون التشكيلية لما له أهمية في تنمية الوعي التخصصي والعام بذلك .

## References

1. <https://www.hiscox.com>. (n.d.). *Hiscox Online Trade Report 2019*. Hiscox. Available online: <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report> Hiscox p2- 2019(وقت التصفح 20 2020 وشباط).
2. 1-Adam, G. B.-F. (n.d.).
3. Adam. (2014). *s: The Explosion of the Art Market in the Twenty-First Century*. newyork: Farnham.
4. -Adam, G. (2014-). *Big Bucks: The Explosion of the Art Market in the Twenty-First Century*. newyork: Farnham.
5. -Adam, Georgina.. (: 2014-). *Big Bucks: The Explosion of the Art Market in the Twenty-First Century*. . newyork: Farnham.
6. Alessia Zorloni. (2018). *The Economics of Contemporary Art*. Italy.: spriger,.
7. Andreasen, A. a. (1980). *Predictors of Attendance at the Performing Arts*. . newyork: mcgrawhell.
8. Antonopoulos, A. (-2017-). *Mastering Bitcoin: Programming the Open Blockchain*. . Boston:: O'Reilly, .
9. Boorsma, M. A. (. 2006). *Strategic Logic for Arts Marketing*.. ontario: International Journal of Cultural.
10. Edward. (2020). *How to Start and Run a Commercial Art Gallery*, (وقت التصفح 2 اذار), 202. , newyork: hamlyn.

11. Elena Sidorova. (2020). ,*The Cyber Turn of the Contemporary Art Market-aris*.  
Sciences Po CERL.: Sciences Po CERL,.
12. Elgammal, Ahmed, Kang Yan, and Milko Den Leeuw.. ( 2017) . . *Picasso, Matisse, or a Fake? Automated Analysis of Drawings at the Stroke Level for Attribution and Authentication.*..
13. funk, t. (2017). *advancedsocial media marketing*.Apress,. ,new yourk.: mcgrawhell.
14. Horowitz- Noah . (2011). *the Deal Contemporary Art in a Global Financial Market*,. london: oxford,.
15. <https://sa.investing.com/crypto/bitcoin>. (2021).  
<https://sa.investing.com/crypto/bitcoin/btc-usd>.
16. (bitcoin/btc). <https://sa.investing.com/crypto/bitcoin/btc-usd>) وقت التصفح  
102021, اذار.
17. Klaus Honef. ( 2017). *andy warhole commercinto arts*, , new York: Taschen.
18. Lehman, K. a. (- 2019) . . *Marketing Orientation and Activities in the ArtsMarketing Context: Ayantunji Gbadamosi* - . newyork: Business & Economics.
19. MacDonald-Korth,. (, 2019). *Duncan, ed. 2018. Art Market 2.0: Blockchain and Financialisation in Visual Arts.*.: London: The Alan Turing Institute.
20. McNulty, Tom. (2014) . . *Art Market Research: A Guide to Methods and Sources*.  
ontario: Jefferson: McFarland and Company, . .
21. Michael Lobel- Tom Wesselmann-Publisher Mitchell-Inness & Nash, I. . (n.d.).
22. .
23. Noah و, H. (,2011). *Art of the Deal ContemporaryArt in a Global Financial Market*.  
london: oxford.
24. pytonjulia. ( 2011)). *Hamilton, Richard (Artist)*:. Köln Germeny,: Modern Moral  
Mattersbooks. Walther König, .
25. Report|2018, T. A. (n.d.).
26. Schroeder, J. (1997) . . *Andy Warhol: Consumer Researcher*. . new yourk: Merrie  
Brucks and Deborah J. . .
27. TEFAF. (n.d.). *TEFAF.2017*.  
*TEFAF ArtMarketReportOnlineFocus*<https://www.tefaf.com/tefaf/media/website/pdf>  
(شباط 29 2020 وقت التصفح).
28. Tom Wesselmann (MITCHELL-INNES) Paperback – September 27, 2. (n.d.).



29. Vikram Dhillon, David Metcalf, Max Hoope. (2017.). , *Blockchain Enabled Applications*,. washington: Library of Congress: .
30. wenkelman. Edward, H. t., & 3d edition, n. (. (n.d).
31. Wesselmann-, M. L.-T. (2016). *Tom Wesselmann* . newyork: tchell-Inness & Nash, ISBN0988618885,,.
32. www.artbasel. com. (. 2018. ). *The Art Market. 2018. The Art Basel and UBS Global Art Market Report/2018. Available online: www.artbasel. com/about/initiatives/the-art-market* (شباط 2020 وقت التصفح). The Art Market.

DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts100/5-22>

## The Digital Marketing of Art

Salam jabbar chiad<sup>1</sup>

Al-Academy Journal ..... Issue 100 - year 2021

Date of receipt: 18/4/2021.....Date of acceptance: 9/5/2021.....Date of publication: 15/6/2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

**Abstract:** The arts global digital marketing activity is one of the most prominent manifestations of the contemporary transformation in the circulation of cultural products, and that this event has become a new knowledge event that deserves to be a framework for the problem of our current research, while this phenomenon is growing and developing to compete with the traditional marketing of art through galleries, exhibitions, auctions and museums. It is still the preserve of certain civilized and knowledge environments, and from here this research comes with the aim of shedding light on the mechanisms of digitizing the contemporary art market that have been linked to the two variables of the growing idea of indirect marketing through the intermediary by companies, institutions or sites that specialize in marketing only, and the rapid development of the communicative digital world that has shaped Cybernetic support for marketing companies to benefit from the endless capabilities of linking all societal components with each other bypassing the restrictions of trade, sovereignty and privacy, so that these institutions have budgets that exceed the budgets of countries that are collected only through advertising, advertising, mediation, transportation and guaranteed delivery of products from the manufacturer to the consumer, and this has expanded The topic has become a comprehensive range of creative products, including the arts that have developed a deliberative circle And received it through that activity, and accordingly the search doors were designed - the first to show the websites of art marketing on the international information network, the second to define the technical requirements for the digital market and the third to read the reality of the digital market for art in the world, and that the theoretical limits of research are practically located on the sites of the World Wide Web of the Internet as of year 2000, the year of the practical beginning of art marketing and until the preparation of the research 2020, the research concludes with the illumination of this region, reveals its applied data, and invites contemporary Iraqi plastic art to participate in this club as an investment to distinguish plastic art in Iraq, as a technical product with international specifications. And to benefit from the widespread spread of digital communication mechanisms in Iraq, through the establishment of institutions and sites of connection for this system, because of the logical consequences of this in activating digital marketing for local contemporary arts in Iraq –

**Keywords - marketing - digital - contemporary art- pragmatic- Cybernetic**

<sup>1</sup> Prof.dr./College of Fine Arts / University of Baghdad, [drsalamjabbar@cofarts.uobaghdad.edu.iq](mailto:drsalamjabbar@cofarts.uobaghdad.edu.iq) .