
الهوية البصرية المصرية كمصدر لإثراء
تصميم المفروشات الفندقية كعامل للترويج السياحي

إعداد

د. خالد عبد الله أحمد الرفاعي

مدرس النسيج والملابس

كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

د. نورا حسن إبراهيم العدوي

أستاذ مساعد النسيج والملابس

كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة

عدد (٦٨) - يوليو ٢٠٢٢

الهوية البصرية المصرية كمصدر لإثراء تصميم المفروشات الفندقية كعامل للترويج السياحي

إعداد

د . خالد عبد الله الرفاعي*

أ.م.د . نورا حسن العدوي*

الملخص العربي :

تعد السياحة في مصر ركيزة أساسية من ركائز النشاط الاقتصادي ، وتمثل المفروشات الفندقية عرضاً فنياً مجانياً مستخدمى المنشأة السياحية ؛ لذا يفضل أن تكون تصميماتها معبرة ومناسبة للاستفادة منها فى الترويج السياحي ، وبالتالي يهدف البحث الحالى إلى تقديم رؤى فنية مقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية باستخدام تأثيرات التطريز الألى فى محاولة لمحاكاة الواقع ، وتكمن أهمية البحث فى ترسيخ مفاهيم الهوية والترويج السياحي لمصر من خلال إبراز ما تمتلكه من مقومات سياحية ومعالم تراثية ، وقد اشتملت مراحل التجربة على اختيار (٤) من تصميمات الهوية البصرية لكل من مدينة (الأقصر - الإسكندرية - شرم الشيخ - سانت كاترين - الطور) ، ثم إعداد (٢٠) تصميم للتفنيد ؛ وتطريزهم باستخدام الحاسب الألى ؛ مع مراعاة الألوان الخاصة بالهوية البصرية المصرية واختيار أنواع من الغرز تحول التصميم إلى ما يشبه ثلاثى الأبعاد وتبرز وتؤكد ملامسه ، ثم وضع (١٠) رؤى مقترحة لتوظيف تصميمات الهوية المطرزة على نماذج متنوعة من المفروشات الفندقية ، وأخيراً عرض تلك الرؤى على المحكمين المتخصصين بهدف تقييمها من حيث بنود ومحاور التقييم المستهدفة.

ومن خلال معالجة البيانات إحصائياً أسفرت النتائج عن جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية ، وإمكانية الاستفادة من الرؤى المقترحة كعامل للترويج السياحي ، وجاءت أفضل الرؤى فى تحقيق جوانب التقييم (ككل) رقم (٨) بمعامل جودة (٩٨.٧٢٪) ، وقد أوصت الدراسة بربط الأبحاث العلمية بمشروعات الدولة للنهوض بقطاع السياحة ، وتفعيل دور تخصص النسيج والملابس لتأصيل هوية مصر البصرية.

الكلمات المفتاحية : الهوية البصرية المصرية - التطريز الألى - المفروشات الفندقية - الترويج السياحي

المقدمة والدراسات السابقة :

تعد السياحة فى مصر أهم مصادر الدخل القومى ، وتعتبر مصر من أبرز الدول السياحية فى العالم بما تمتلكه من أعداد السائحين الوافدين ؛ وتميزها بوفرة المزارات السياحية على اختلاف

* أستاذ مساعد النسيج والملابس - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

* مدرس النسيج والملابس - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

أنواعها ؛ وامتلاكها بنية تحتية تقوم على خدمة قطاع السياحة بما فى ذلك الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية (دلال محمد ، ٢٠٢٠).

ويؤدى الترويج السياحي دور هام فى تحقيق السياسة العامة لتنشيط السياحة ، وذلك بالتأثير فى السياح وتوليد الرغبة لديهم وإقناعهم على القيام برحلة سياحية ؛ وذلك من خلال إبراز مقومات البلد السياحية بالأسلوب المناسب فى الوقت المناسب ؛ مع التركيز على دوافع الزيارة لدى السياح (Kamel, N., 2021).

ويبدأ الترويج السياحي بالتعرف على الانطباعات الايجابية عن الأماكن التى يرغب فى التسويق لها ؛ ثم بناء الخطط لتغيير الصور الذهنية السلبية وتعزيز الايجابية من خلال تكامل البنية التحتية للسياحة كوسائل النقل والمواصلات والفنادق وغيرها من الخدمات (مى محمد ، ٢٠١٧).

وتعتبر الفنادق والقرى السياحية أول واجهة لمصر تقابل الوفود السياحية ؛ فيجب أن تكون هذه الفنادق معبرة عن أصالة مصر ؛ لذا كانت عملية تجهيز هذه الفنادق عنصراً هاماً ومؤثراً فى خطط التنمية السياحية ؛ وتتطلب دراسات فنية تطبيقية متنوعة حتى تظهر المستوى الحضارى والجمالى الذى تتمتع به مصر (حنان يشار وآخرون ، ٢٠١٩).

وتمثل المفروشات السياحية عرضاً فنياً مجانياً لخدمى المنشأة السياحية من خلال الاستمتاع بمعالم مصر وأماكنها الخلابة ، لذا يفضل أن تكون تصميماتها معبرة ومناسبة وذات مستوى فنى عال من الدقة والتميز واختيار الألوان للاستفادة منها فى الترويج السياحي (مروة مصطفى وأحمد محمد ، ٢٠١٧).

وهناك بعض الدراسات التى تطرقت إلى إلقاء الضوء على إثراء الجانب التصميمى للمفروشات الفندقية لدعم وتنشيط السياحة ؛ حيث هدفت دراسة (مدحت حسين ، ٢٠٠٠) إلى الاستفادة من التراث الشعبى فى صناعة المفروشات السياحية ، واستفادت دراسة (هدى رجب وسحر إبراهيم ، ٢٠١٥) من طابع البريد فى تقديم تصميمات مطبوعة للقطعة الواحدة لأقمشة المفروشات السياحية ، واستخدمت دراسة (مروة مصطفى وأحمد محمد ، ٢٠١٧) مشاهد الرقص فى الفن المصرى القديم فى طباعة أقمشة المعلقات والمفروشات فى القرى السياحية ، بينما قامت دراسة (أميرة نور الدين ووفاء سماحة ، ٢٠١٨) بتقديم رؤى معاصرة للزخارف العسبرى فى تصميم وتنفيذ المفروشات الفندقية لتنشيط السياحة ؛ ودراسة (وفاء سماحة ونورا العدوى ، ٢٠١٨) بتقديم رؤى جمالية معاصرة للمفروشات الفندقية بالاقتراب من الطبيعة البحرية كعامل للجذب السياحي ، وهدفت دراسة (حنان يشار وآخرون ، ٢٠١٩) إلى الإستفادة من الكتابة الهيروغليفية المصرية القديمة فى إثراء القيمة الجمالية للمفروشات السياحية ، و تناولت دراسة (نيفين عطا ونجلاء محمود ، ٢٠١٩) استحداث تصميمات زخرفية مستوحاه من الفن النوبى للمفروشات الفندقية ؛ ودراسة (وسام عبد الموجود ، ٢٠٢٠) استحداث رؤى تصميمية من زخارف الفن الإفريقى لإثراء جماليات مفروشات صالة الإستقبال للفنادق السياحية.

وعلى الجانب الآخر تستهدف كافة الدول الترويج لمعالها التراثية والثقافية والسياحية من خلال العديد من المعايير التسويقية، ولعل أبرزها "الهوية البصرية"، والتي يمكن أن تنقل معاني كثيرة للعالم من خلال ترويجها سياحياً بالصورة واللون والشعار؛ حيث يعتبر الشعار المكون الأساسي فيها؛ فهي تتكون من الشعار بعد تداخله مع مجموعة من الخطوط والألوان والأشكال وبقية المكونات البصرية الأخرى بشكل يحقق الإنسجام والتناسق (نشوة مصطفى، ٢٠١٩).

ويعتبر تصميم هوية بصرية مميزة تترسخ في ذهن المتلقى من أهم العوامل التي تساعد على المنافسة وتحقيق الأهداف المحددة، حيث يمكن أن تنقل صورة بشكل إيجابي؛ فهي تحمل إلى جانب واقعها البنائي أبعاداً إدراكية تتمثل في دلالاتها الرمزية، كما توحى بمعاني وأفكار تؤثر على وجدان وعاطفة المتلقى (ياسمين محمود، ٢٠٢٠)، وهناك بعض الدراسات التي سعت إلى استغلال تطبيقات الهوية البصرية في خلق صور واستمالات رمزية تعمل على إقناع المتلقى وتؤثر على قراراته؛ مثل دراسة (عبير عبده، ٢٠٠٧) والتي هدفت إلى توظيف الموروث التراثي المصري القديم في استلهام رموز وأشكال تستخدم في تصميم العلامات التجارية لشركات السياحة من أجل تحقيق الهوية المصرية والقدرة على المنافسة في الأسواق السياحية، ودراسة (أحمد حلمي، ٢٠١٨) والتي اهتمت بدور الهوية البصرية وتطبيقاتها في إدراك ووعي المتلقى الأجنبي لصورة الماركة المصرية، ودراسة (شيماء صادق، ٢٠١٩) والتي اهتمت بالاستفادة من فن التبيوغرافيا في التصميم الإعلاني لتعميق الهوية البصرية المصرية والنهوض بالسياحة، ودراسة (نهال محمد، ٢٠١٩) والتي ألفت الضوء على الهوية البصرية لماركات الأزياء العالمية من حيث الإسم والعلامة التجارية والألوان وغيرها؛ وأثرها في بناء الصورة الذهنية للمستهلك، ودراسة (Jahanpour, M. & Zarezadeh, F., 2020) والتي ألفت الضوء على توظيف الهوية البصرية الإيرانية في تصاميم أزياء النساء في مهرجان فجر الموضة والأزياء، ودراسة (نشوة مصطفى، ٢٠١٩) والتي هدفت إلى إعداد وحدة مقترحة في الدراسات الاجتماعية لتنمية الهوية البصرية وثقافة السياحة الداخلية لدى تلاميذ الصف الأول الإعدادي، ودراسة (ياسمين محمود، ٢٠٢٠) والتي هدفت إلى الاستفادة من الرموز والدلالات المصرية في تصميم هوية بصرية كمصدر لبناء ماركة ملابس ذات طابع خاص.

وتشكل الهوية البصرية الناتج الذاتي للحضارة المصرية والتي تتكون في أذهان متلقي الإعلان السياحي المصري، وبالتالي أصبح تضخيم الهوية البصرية أحد أهم عوامل الترويج السياحي لما له عظيم الأثر على تعميق الصورة الذهنية القائمة للحضارة المصرية (شيماء صادق، ٢٠١٩).

ولقد تبنت الدولة المصرية في الآونة الأخيرة مشروع تنفيذ "الهوية البصرية لمصر" بالتعاون مع الجامعة الألمانية؛ بعد عرض فكرة المشروع على سيادة الرئيس عبد الفتاح السيسي ضمن فعاليات المؤتمر الوطني السادس للشباب؛ والذي أقيم بجامعة القاهرة في الثامن والعشرين من يونيو عام ٢٠١٨، وقد أعلن سيادته عن تبنيه لفكرة المشروع، واعتبره واحداً من المشاريع العملاقة التي تعمل عليها مصر مؤخراً لإبراز طبيعتها وهويتها، وقد كلف سيادته الجامعة الألمانية بالإشراف على

تنفيذ التصميمات والهوية لكل منطقة يتم العمل عليها ، كما كلف الهيئة الهندسية للقوات المسلحة بمتابعة التنفيذ (المؤتمر الوطنى للشباب ، ٢٠١٨).

ويهدف مشروع الهوية البصرية للمحافظات المصرية إلى ترسيخ مفاهيم الهوية والترويج السياحي لمصر من خلال إبراز ما تمتلكه كل محافظة من مقومات سياحية ومعالم تراثية ؛ كما يساعد هذا المشروع بشكل كبير في الارتقاء بالحياة المصرية لما له من أثر بالغ في الترويج للسياحة ، بجانب دوره في الحفاظ على هوية الدولة المصرية ؛ حيث توجد هوية مختلفة لكل محافظة ؛ إذا تم إبرازها سيكون هناك جمال لا مثيل له ، وسيجذب أنظار السياح من أنحاء العالم (نشوة مصطفى ، ٢٠١٩).

ولقد بادرت الجامعة الألمانية بإنشاء مركز هوية مصر داخل حرمها للعمل على تنفيذ هذا المشروع القومي طبقاً للتكليف الرئاسي للجامعة لتعميمه على كل المحافظات المصرية ، واتخذ المشروع من الأقصر انطلاقة له ؛ ثم محافظات (جنوب سيناء ، الإسكندرية ، أسوان) ، واعتمدت فكرته على تصميم دليل هوية بصرية لكل محافظة ، وتعميم تصميمات مشروع الهوية في الأماكن المختلفة والصفحات الرسمية للمحافظات والهيئات والمؤسسات والمشروعات المحلية والقومية ، وعلى منافذ المحافظة والطرق واللافتات والهدايا التذكارية والتبشيرات .. إلخ (البوابة الإلكترونية لمحافظة جنوب سيناء ، ٢٠٢١).

وانطلاقاً من فكرة المشروع وأهميته كمشروع قومي تتبناه الدولة ، وتفعيل الدور التخصصي لفنيات قسم النسيج والملابس ، يهدف هذا البحث إلى تقديم رؤى فنية مقترحة لتوظيف هوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية باستخدام تأثيرات التطريز الآلي في محاولة لمحاكاة الواقع ، كعامل للترويج السياحي .

مشكلة البحث : Statement of the problem

تعتبر الفنادق السياحية منطقة الجذب الأولى للسائح ، وتعد المفروشات من الضروريات اللازمة لكل فندق سياحي ومقياساً للمستوى الجمالي له ؛ وبالتالي فإن الاستفادة من هذه المفروشات الفندقية في الترويج السياحي لمصر ؛ من خلال تقديم رؤى وأعمال فنية تخصصية تربط البحوث العلمية بمشروعات الدولة في تأصيل هوية مصر البصرية في ذهن السائح - يساهم في النهوض بقطاع السياحة والنشاط الاقتصادي ، كما يساعد على فتح مجالات مستحدثة للعمل والبحث العلمى .

ويمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسى التالى :

ما إمكانية الاستفادة من الهوية البصرية المصرية في إثراء تصميم المفروشات الفندقية

كعامل للترويج السياحي ؟

ويتفرع من هذا التساؤل تساؤلات فرعية هي :

١. ما تأثير توظيف الهوية البصرية المصرية على الناحية التصميمية للمفروشات الفندقية وفقاً لآراء المتخصصين ؟
٢. ما جماليات فن التطريز الألى لهوية مصر البصرية وفقاً لآراء المتخصصين ؟
٣. ما امكانية الاستفادة من الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الترويج السياحى وفقاً لآراء المتخصصين ؟
٤. ما أفضل الرؤى التوظيفية المقترحة لتحقيق محاور التقييم (ككل) وفقاً لآراء المتخصصين ؟
٥. ما أكثر محاور التقييم تحققاً في ضوء متوسطات تقييمات المتخصصين ؟

أهمية البحث Significance :

١. إلقاء الضوء على مشروع الهوية البصرية للمحافظات المصرية كأحد المشاريع القومية التي تعمل عليها مصر مؤخراً لإبراز طبيعتها وهويتها.
٢. تقديم رؤى فنية مقترحة لتفعيل دور تخصص النسيج والملابس فى توظيف الهوية البصرية المصرية.
٣. إلقاء الضوء على مداخل جديدة للمعالجات التصميمية للمفروشات الفندقية.
٤. المساهمة فى الحفاظ على هوية الدولة المصرية.
٥. تأصيل الهوية البصرية والارتقاء بالدوق الجمالى المصرى لمنافسة المنتجات العالمية.
٦. المساهمة فى الترويج السياحى لمصر؛ بما يساعد على النهوض بقطاع السياحة والنشاط الإقتصادى.
٧. المساهمة فى بناء صورة ذهنية إيجابية فى عقل ووجدان السائح ، ليتحول إلى عنصر جذب سياحى لمصر فى بلده.
٨. العمل على توصيات العديد من المؤتمرات العربية والدولية ، والتي تؤكد أهمية تنمية الهوية البصرية لتنشيط السياحة.
٩. فتح مجالات مستحدثة للعمل والبحث العلمى من خلال مشروع الهوية البصرية المصرية.

أهداف البحث Objectives :

١. دراسة الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية .
٢. التعرف على جماليات فن التطريز الألى لهوية مصر البصرية.
٣. دراسة إمكانية الاستفادة من الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الترويج السياحى .
٤. التوصل لأفضل الرؤى التوظيفية المقترحة تحقيقاً لمحاور التقييم (ككل).
٥. دراسة أكثر محاور التقييم تحققاً في ضوء متوسطات تقييمات المتخصصين.

فروض البحث Hypothesis :

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية وفقاً لآراء المتخصصين.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق جماليات التطريز الآلى لهوية مصر البصرية وفقاً لأراء المتخصصين.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي وفقاً لأراء المتخصصين.
٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى المقترحة في تحقيق محاور التقييم (ككل) وفقاً لأراء المتخصصين.
٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور تقييم الرؤى المقترحة وفقاً لأراء المتخصصين.

منهج البحث Methodology:

١. المنهج الوصفي التحليلي : من خلال وصف وتحليل الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة ، وتحليل القيم والأنماط التصميمية المختلفة للهوية البصرية المصرية ، ووصف وتحليل النتائج وتفسيرها .
٢. المنهج التجريبي : ويتضح في مراحل التجربة التصميمية للدراسة .

حدود البحث Delimitations:

١. حدود زمانية : تم تطبيق الدراسة خلال عامى ٢٠٢١ م / ٢٠٢٢ م
٢. حدود مكانية : تم اختيار الهوية البصرية المصرية لمدن (الأقصر ، الإسكندرية ، شرم الشيخ ، سانت كاترين ، الطور).
٣. حدود موضوعية :
 - نماذج من تصميمات مشروع الهوية البصرية المصرية - المؤتمر الوطنى للشباب ٢٠١٨ .
 - المفروشات الفندقية : (النوم - المقاعد - السفرة).
 - التطريز الآلى .

أدوات البحث Tools :

١. استمارة تحكيم الرؤى المقترحة من قبل الأساتذة المتخصصين فى مجال (التصميم ، النسيج والملابس) ؛ وذلك لتقييم توظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية باستخدام تأثيرات التطريز الآلى .
٢. برنامج (Wilcom Embroidery Studio e4.2) لتصميم التطريز بالحاسب الآلى .
٣. برنامج (Adobe Photoshop) للمعالجة التصميمية المقترحة على المفروشات الفندقية .

مصطلحات البحث Terminology:

١. الهوية Identity :

- الهوية فى اللغة كلمة مركبة من ضمير الغائب "هو" مضافاً إليه ياء النسب ؛ لتدل على ماهية الشيء المعنى كما هو فى الواقع بخصائصه ومميزاته التى يعرف بها ، وتعرف الهوية

بمعنى التفرد ؛ فهوية الأمة هي صفاتها التي تميزها عن باقي الأمم لتعبر عن شخصيتها الحضارية (ثائر كاظم ، ٢٠٠٩).

الهوية فلسفياً تعنى حقيقة الشيء المطلقة ؛ والتي تشتمل على صفاته الجوهرية التي تميزه عن غيره ؛ حيث ترتبط بمفهوم الثقافة التي يتميز بها مجتمع معين (James, P., 2015)

٢. الهوية البصرية Visual Identity :

هي منظومة العلامات المرئية المصممة ، وتتضمن الأشكال البصرية والألوان والنصوص وتطبيقاتها المختلفة وجميع الجوانب المتعلقة بالمؤسسة ؛ والتي تتعامل بشكل مباشر مع حواس المتلقى من صورة وملمس وكل ما يتعلق بالبيئة المراد ترويجها. (Mansour, S. et al , 2016)

مجموعة من العناصر الجرافيكية التي يتم وضعها وتوظيفها في نظام بصرى يتم استخدامه في مختلف الأنشطة الإتصالية ؛ ويعمل على تعريف وتمثيل شخصية المؤسسة اعتماداً على كافة العناصر البصرية مثل الشعارات والألوان والرموز والشكل المعماري والاحتفالات والتقاليد (Coman, P. et al , 2021).

٣. الهوية البصرية المصرية The Egyptian Visual Identity :

أداة تعريفية تضع مصر بصورة متطورة بذهن السائح بشكل دائم ، وتقدم معلومات ومخططات حول أصل الأماكن ، وتخلق رؤية مستقبلية ترسخ في العقول المصرية ، كما تعمل على تعزيز الوعي المحلى والعالمى عن مصر وتاريخها وحضارتها البصرية (نشوة مصطفى ، ٢٠١٩).

الهوية البصرية المصرية (إجرائياً) : منظومة بصرية مستوحاة من طبيعة المحافظات المصرية ؛ ومصممة باستخدام تأثيرات فن التطريز الألى ؛ والتي تؤكد ملامس التصميم وتحوله إلى ما يشبه ثلاثى الأبعاد ؛ بهدف محاكاة الواقع.

٤. التصميم Design :

العملية الإبتكارية الكاملة لتخطيط شىء ما أو إنشائه من الناحية الوظيفية ، وفى نفس الوقت تجلب السرور إلى النفس بما يؤدي إلى إشباع حاجة الإنسان نفعياً وجمالياً فى وقت واحد (نيفين عطا ونجلاء محمود ، ٢٠١٩).

٥. المفروشات الفندقية Hotel Furnishings :

المفروشات : مصطلح يشمل جميع الأقمشة التي يمكن استخدامها فى المكان المراد فرشها مثل أقمشة التنجيد والستائر ومفارش وملاءات الأسرة والوسائد والمعلق النسجى .

<https://www.definitions.net/definition/UPHOLSTERY>

- تعرف إجرائياً : الأقمشة المستخدمة فى كساء الجدران وقطع الأثاث الموجودة بالفنادق؛ وينبغى أن تكون مناسبة للمكان وطبيعة الاستخدام وتحقق الجانب الوظيفى والجمالى.

٦. الترويج السياحي، Tourism Promotion:

- هو أحد فروع التسويق ويترتب عليه كل ما يترتب على الترويج العام ؛ غير أن الترويج السياحي يختص بالترويج للسلع والخدمات السياحية فقط ، ومكوناته هي (الدعاية ، الإعلان ، العلاقات العامة ، تنشيط المبيعات ، النشر) (أميرة محمد ، ٢٠١٩).
- عملية الإتصال المباشر أو غير المباشر ؛ موجه إلى المستهلك الحالى أو المرتقب ، أو يكون موجهاً إلى جماعات أخرى لإيجاد مناخ ملائم لتنمية وتعزيز المؤسسة (عصام السعيدى ، ٢٠٠٨).
- يعرف إجرائياً : جذب أكبر عدد من السواح المرتقبين لزيارة الدولة من خلال التأثير فيهم واثارة الدوافع لديهم للقيام بالرحلة السياحية ؛ من خلال توظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية ؛ لترسيخ صورة ذهنية إيجابية للسائح عن ما تمتلكه كل محافظة من مقومات سياحية ومعالم تراثية.

الخطوات الإجرائية للبحث Procedure :

١. الإطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة ، والمتعلقة بالمفروشات السياحية والهوية البصرية.
٢. دراسة تصميمات مشروع "هوية مصر البصرية" بالمحافظات المصرية ، والتعرف على دلالاتها الرمزية والفنية. (ملحق ١)
٣. اختيار نماذج من تصميمات الهوية البصرية لمدن (الأقصر – الإسكندرية – شرم الشيخ – سانت كاترين – الطور).
٤. إعداد التصميمات للتنفيذ وتحويلها إلى تصميمات رقمية متطابقة .
٥. تطوير التصميمات الرقمية باستخدام برنامج Wilcom Embroidery Studio e4.2 لتصميم التطريز بالحاسب الآلى.
٦. توظيف التصميمات على نماذج من المفروشات الفندقية باستخدام برنامج Adobe Photoshop
٧. إعداد استمارة استبيان لاستطلاع رأى الأساتذة المتخصصين فى مجال (التصميم والنسيج والملابس) نحو الرؤى التوظيفية المقترحة (ملحق ٢).
٨. تطبيق استمارة التحكيم على المتخصصين (ملحق ٣).
٩. معالجة البيانات إحصائياً ومناقشة الفروض والنتائج.

الإطار التطبيقي للبحث :

أولاً : اختيار تصميمات الهوية البصرية للمدن المصرية :

تم اختيار أربعة من تصميمات الهوية البصرية لمدن (الأقصر - الإسكندرية - شرم الشيخ - سانت كاترين - الطور) ؛ من (ملحق ١ - روابط تصميمات مشروع الهوية البصرية المصرية بمؤتمر الشباب ٢٠١٨) ، والجدول التالي يوضح التصميمات المختارة :





جدول (١) تصميمات الهوية البصرية للمدن المصرية ومدلولها

مدينة الأقصر			
المدلول	الهوية البصرية	المدلول	الهوية البصرية
اسم مدينة الأقصر باللغة الإنجليزية يحتوى على رموز فرعونية ودلالات مختلفة لطبيعة المدينة.		اسم مدينة الأقصر باللغة العربية يحتوى على رموز فرعونية ودلالات مختلفة لطبيعة المدينة.	
تصميم هوية بصرية لمعبد حتشبسوت.		تصميم هوية بصرية لمعبد الأقصر.	
مدينة الإسكندرية			
المدلول	الهوية البصرية	المدلول	الهوية البصرية
تصميم هوية بصرية يعبر عن الفترة (الحقبة) الإسلامية .		اسم مدينة الإسكندرية باللغة العربية والإنجليزية.	
تصميم هوية بصرية يعبر عن الفترة (الحقبة) المعاصرة.		تصميم هوية بصرية يعبر عن الفترة (الحقبة) القبطية.	

تابع جدول (١) تصميمات الهوية البصرية للمدن المصرية ومدلولها

مدينة شرم الشيخ			
المدلول	الهوية البصرية	المدلول	الهوية البصرية
تصميم يدل على طبيعة النباتات بشرم الشيخ.		تصميم اسم مدينة شرم الشيخ باللغة العربية والإنجليزية؛ ويعبر عن الجبال وأعماق البحار.	
تصميم يعبر عن طبيعة الشمس المشرقة بشرم الشيخ.		تصميم يعبر عن ارتفاع الجبال وأمواج وأعماق البحار.	
مدينة سانت كاترين			
المدلول	الهوية البصرية	المدلول	الهوية البصرية
تصميم يدل على مبنى دير سانت كاترين.		اسم مدينة سانت كاترين باللغة العربية والإنجليزية.	
تصميم دمج بين الشمس والنخلة ليعبر عن طبيعة المدينة.		تصميم يعبر عن طبيعة غصن الزيتون وطبيعة المدينة.	

تابع جدول (١) تصميمات الهوية البصرية للمدن المصرية ومدلولها

مدينة الطور			
المدلول	الهوية البصرية	المدلول	الهوية البصرية
تصميم يعبر عن جبل الطور (جبل موسى).		اسم مدينة الطور باللغة العربية والإنجليزية.	
تصميم النخلة يعبر عن طبيعة المدينة.		تصميم يعبر عن حمام موسى.	

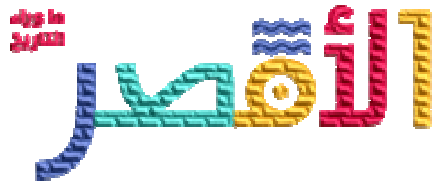

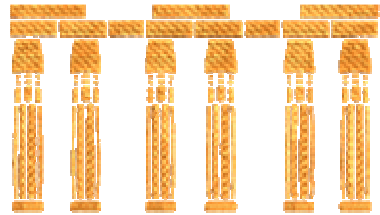
ثانياً : إعداد التصميمات لتنفيذ بأسلوب التطريز الآلى :

تم معالجة التصميمات السابقة باستخدام برنامج Wilcom Embroidery Studio e4.2 وتحويلها إلى تصميمات رقمية متطابقة ، حتى يمكن لبرنامج التطريز الآلى المستخدم التعامل معها كتصميمات رقمية وتحويلها إلى غرز يمكن لماكينة التطريز الآلى تنفيذها .


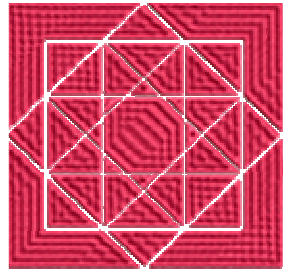
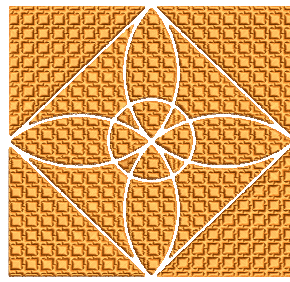
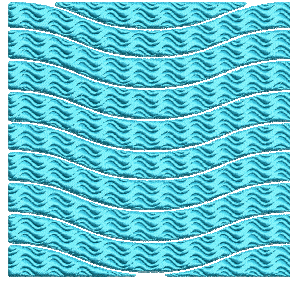
ثالثاً : تطريز التصميمات باستخدام الحاسب الآلى :

تم تطريز التصميمات الرقمية المعالجة باستخدام برنامج Wilcom Embroidery Studio e4.2 لتصميم التطريز بالحاسب الآلى ؛ حيث يحول البرنامج نوع التصميم إلى أنواع متعددة يمكن تشغيلها على أكثر من نوع من ماكينات التطريز الآلى ، وعند التطريز تم مراعاة اختيار أنواع من الغرز تحول التصميم إلى ما يشبه ثلاثى الأبعاد ، وتبرز وتؤكد ملامس التصميم فى محاولة لمحاكاة الواقع ، هذا إلى جانب تطبيق الألوان الخاصة بالهوية البصرية لكل مدينة ، والجدول التالى يوضح التصميمات المطرزة وتوصيفها :

جدول (٢) نماذج التصميمات المطرزة للهوية البصرية للمدن المصرية وتوصيفها

مدينة الأقصر		
م	التصميم المطرز	التوصيف
١		<p>مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٦ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة تطريز تعطي تأثير بناء حوائط المعابد الفرعونية لتعكس روح الآثار ، وقد تم عمل تموج لنقطتى القاف لتعكس روح النيل.</p> <p>اللون : اختيار أربعة ألون من ألوان الهوية بنظام الألوان الرباعي_CMYK.</p>
٢		<p>مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٦ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة تطريز تعطي تأثير بناء حوائط المعابد الفرعونية لتعكس روح الآثار ، وقد تم عمل تموج أسفل حرف (O) لتعكس روح النيل.</p> <p>اللون : اختيار أربعة ألون من ألوان الهوية بنظام الألوان الرباعي_CMYK.</p>
٣		<p>مقاس التصميم : العرض ٢٥ سم ، الارتفاع ١٥ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة مقسمة على شكل طوب بناء حتى تماثل طوب بناء المعابد الفرعونية.</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية (بنظام الألوان الرباعي_CMYK C4_M41_Y91_K0).</p>
٤		<p>مقاس التصميم : العرض ٢٠ سم ، الارتفاع ٨ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة مقسمة على شكل طوب بناء حتى تماثل طوب بناء المعابد الفرعونية.</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية (بنظام الألوان الرباعي_CMYK C4_M41_Y91_K0).</p>

تابع جدول (٢) نماذج التصميمات المطرزة للهوية البصرية للمدن المصرية وتوصيفها

مدينة الإسكندرية		
م	التصميم المطرز	التوصيف
٥		<p>مقاس التصميم : العرض ١٠ سم ، الارتفاع ٤ سم</p> <p>توصيف التصميم : الكلمة باللغة العربية منفذة بغرزة متموجة تعطي تأثير موج البحر ، واللغة الإنجليزية بغرزة ستان.</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية (بنظام الألوان الرباعي_CMYK_ (C75_M10_Y21_K0</p>
٦		<p>مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ١٥ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ مساحات بغرزة ستان دائرية لتحقيق إتجاه دائرى إلى مركز التصميم الإسلامى .</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية (بنظام الألوان الرباعي_CMYK_ (C21_M98_Y79_K9</p>
٧		<p>مقاس التصميم : العرض ١٠ سم ، الارتفاع ١٠ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ مساحات بغرزة توضح الجانب القبطى .</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية (بنظام الألوان الرباعي_CMYK_ (C2_M39_Y89_K0</p>
٨		<p>مقاس التصميم : العرض ١٠ سم ، الارتفاع ١٠ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ مساحات بغرزة موج البحر ؛ حيث أن عنصر التصميم مموج .</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية (بنظام الألوان الرباعي_CMYK_ (C75_M10_Y21_K0</p>

تابع جدول (٢) نماذج التصميمات المطرزة للهوية البصرية للمدن المصرية وتوصيفها

مدينة شرم الشيخ		
م	التصميم المطرز	التوصيف
٩		مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٦ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ بمساحة خارجية ، ومفرغ من الداخل ، وغرزة تطريز تعطي تأثير أمواج البحر العالية ولون زرقة البحر والسماء الصافية طبقاً لألوان الهوية. اللون : يعكس روح أعماق البحار.
١٠		مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٦ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة تطريز عالية التموج لتعكس أمواج البحر الطبيعية. اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية راجعة لألوان الطبيعة من الرمال والجبال.
١١		مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ١٥ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ بمساحات خارجية ، والأيقونة مفرغة بغرزة ستان حشو متقطعة حتى تعكس ملامس وهج أشعة الشمس. اللون : اختيار اللون الأحمر ليؤكد دفء الشمس من ألوان الهوية.
١٢		مقاس التصميم : العرض ١٠ سم ، الارتفاع ١٦ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ بمساحات بغرزة ستان حشوي في اتجاه عرض الأوراق حتى تعكس نعومة الأوراق واتجاه الألياف . اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية البصرية لمدينة شرم الشيخ.

تابع جدول (٢) نماذج التصميمات المطرزة للهوية البصرية للمدن المصرية وتوصيفها

مدينة سانت كاترين		
م	التصميم المطرز	التوصيف
١٣		<p>مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٤ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة تطريز ساتان حشو تصلح للتطريز على مختلف أنواع الأقمشة .</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية التي تعكس روح الجبال والرمال.</p>
١٤		<p>مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ١٠ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة ذات ملامس تعكس حجارة البناء للجداريات لتؤكد خطوط التصميم.</p> <p>اللون : اختيار اللون من ألوان الهوية طبقاً لألوان الطبيعة للجداريات.</p>
١٥		<p>مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٩ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة الحشوبها تأثير أوراق الزيتون.</p> <p>اللون : اختيار اللون الأخضر الزرعي من ألوان الهوية ليؤكد طبيعة النبات.</p>
١٦		<p>مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٢٠ سم</p> <p>توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة تعطى تأثير حرارة الشمس.</p> <p>اللون : اختيار اللون من الألوان الدافئة للهوية لتعكس حرارة الشمس ودفء المكان.</p>

تابع جدول (٢) نماذج التصميمات المطرزة للهوية البصرية للمدن المصرية وتوصيفها

مدينة الطور		
م	التصميم المطرز	التوصيف
١٧		مقاس التصميم : العرض ١٥ سم ، الارتفاع ٣ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة تطريز ساتان حشو تصلح للتطريز على مختلف أنواع الأقمشة. اللون : اختيار اللون طبقا لألوان الهوية البصرية للمدينة.
١٨		مقاس التصميم : العرض ١٠ سم ، الارتفاع ٧ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة ذات تأثيرات تعكس ملامس الصخور الجبلية وتأثير التموج لحرارة الشمس. اللون : اختيار اللون طبقا لألوان الهوية البصرية للمدينة.
١٩		مقاس التصميم : العرض ١٣ سم ، الارتفاع ١٢.٥ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ بغرزة الحشو، بها تأثير طوب البناء ، وتصلح للأقمشة الثقيلة والمتوسطة. اللون : اختيار اللون طبقا لألوان الهوية البصرية للمدينة.
٢٠		مقاس التصميم : العرض ١٠ سم ، الارتفاع ١٣ سم توصيف التصميم : التصميم منفذ باختيار غرز تطريز حشو للساق لإبراز التجسيم ، واختيار غرزة مركبة ومقسمة للأوراق لمحاولة محاكاة ملامسها الحقيقية. اللون : اختيار اللون طبقا لألوان الهوية البصرية للمدينة.

رابعاً : توظيف التصميمات على المفروشات الفندقية :

تم اختيار نماذج من المفروشات من فنادق مصرية مختلطة ، ثم وضع رؤى توظيفية مقترحة لتوظيف تصميمات الهوية البصرية المصرية على مفروشات متنوعة (نوم - مقاعد - سفرة) ، وذلك باستخدام برنامج (Adobe Photoshop) ، والجدول التالي يوضح الرؤى المقترحة :

جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (١) - توظيف هوية بصرية لمدينة شرم الشيخ			
تصميمات الهوية المستخدمة			
			
			

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٢) - توظيف هوية بصرية لمدينة الطور			
	eltor الطور		تصميمات الهوية المستخدمة
			
			

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٣) - توظيف هوية بصرية لمدينة الإسكندرية

		<p>تصميمات الهوية المستخدمة</p>
		
		

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٤) – توظيف هوية بصرية مصرية لمدينة الإسكندرية

			<p>تصميمات الهوية المستخدمة</p>

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٥) - توظيف هوية بصرية لمدينة الأقصر			
			تصميمات الهوية المستخدمة
			
			

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٦) - توظيف هوية بصرية مصرية لمدينة سانت كاترين

		<p>saint كاترين catherine كاترين</p>		<p>تصميمات الهوية المستخدمة</p>
---	---	--	---	-------------------------------------



تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٧) - توظيف هوية بصرية لمدينة الأقصر		
		تصميمات الهوية المستخدمة
		
		

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٨) – توظيف هوية بصرية مصرية لمدينة شرم الشيخ

			تصميمات الهوية المستخدمة
			
			

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (٩) - توظيف هوية بصرية مصرية لمدينة الأقصر			
			تصميمات الهوية المستخدمة
			
			

تابع جدول (٣) الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية

رؤية مقترحة (١٠) – توظيف هوية بصرية لمدينة الطور			
		eltor الطور	تصميمات الهوية المستخدمة
			
			

خامساً : تصميم استمارة إستبيان لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة:

تم إعداد استبيان موجه للأساتذة المتخصصين فى مجال (التصميم ، النسيج والملابس) - لتحكيم توظيف تصميمات الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية باستخدام تأثيرات التطريز الألى ، واشتمل الإستبيان على تقييم (١٠) رؤى توظيفية مقترحة ، وتتضمن ثلاثة محاور:

المحور الأول : الناحية التصميمية لهوية مصرالبصرية على المفروشات ، وتتضمن (٤) عبارات.

المحور الثانى : جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية ، وتتضمن (٤) عبارات.

المحور الثالث : الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحى ، وتتضمن (٤) عبارات.

وقد استخدم ميزان تقدير ثلاثى المستويات : بحيث تعطى الإجابة مناسب (ثلاث درجات) ، ومناسب إلى حد ما (درجتين) ، وغير مناسب (درجة واحدة) ، وكانت درجة المحور الأول (١٢) درجة ، والمحور الثانى (١٢) درجة ، والمحور الثالث (١٢) درجة ، والدرجة الكلية للإستبيان (٣٦) درجة.

▪ **صدق محتوى الإستبيان : صدق المتخصصين**

للتحقق من صدق محتوى الاستبيان تم عرضه في صورته المبدئية علي مجموعة من المحكمين من أساتذة التخصص ، وبلغ عددهم (١١) "ملحق ٣" ؛ وذلك للحكم علي مدى مناسبة كل عبارة للمحور الخاص بها وكذلك صياغة العبارات وتحديد اضافة أى عبارات مقترحة ، وقد تم تحديد عدد مرات الاتفاق بين المحكمين باستخدام معادلة كوبر Cooper : نسبة الاتفاق = (عدد مرات الاتفاق / (عدد مرات الاتفاق + عدد مرات عدم الاتفاق)) × ١٠٠ ، وقد تم التعديل بناء على آراء المحكمين ليصبح الشكل النهائى للإستمارة كما بالدراسة "ملحق ٢" ، والجدول التالى يوضح معامل اتفاق المتخصصين على بنود الإستبيان.

جدول (٤) معامل اتفاق المتخصصين على بنود الإستبيان

بنود التحكيم	عدد مرات الإتفاق	عدد مرات عدم الإتفاق	معامل الإتفاق
الصياغة اللغوية للعبارات	11	0	٪100
الصياغة العلمية للعبارات	10	1	٪90.90
تسلسل العبارات فى كل محور	11	0	٪100
تناسب العبارات مع كل محور	11	0	٪100
تناسب عدد العبارات فى كل محور	11	0	٪100
تناسب عدد المحاور لهدف البحث	10	1	٪90.90
سهولة ووضوح العبارات	10	1	٪90.90

يتضح من الجدول (٤) أن معامل اتفاق المتخصصين على بنود الإستبيان تراوح بين (٩٠،٩٠) : ١٠٠٪ ، وهى نسب اتفاق مقبولة.

- الصدق باستخدام الإتساق الداخلى بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان: تم حساب الصدق باستخدام الإتساق الداخلى ، وذلك بحساب معامل إرتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للإستبيان ، والجدول التالى يوضح ذلك :

جدول (٥) قيم معامل الإرتباط بين درجة كل محور ودرجة الإستبيان

المحور	معامل الإرتباط	الدالة
الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات	0.831	0.01
جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية	0.814	0.01
الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي	0.892	0.01

يتضح من الجدول (٥) أن معاملات الإرتباط دالة عند مستوى (٠.٠١) لإقتربها من الواحد الصحيح ، مما يدل على صدق وتجانس محاور الإستبيان.

▪ ثبات الإستبيان :

تم حساب الثبات stability عن طريق معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach ، وطريقة التجزئة النصفية Split-half ، والجدول التالى يوضح قيم معامل الثبات :

جدول (٦) قيم معامل الثبات لمحاور الإستبيان

المحور	معامل ألفا	التجزئة النصفية
الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات	0.843	0.924-0.831
جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية	0.846	0.934-0.832
الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي	0.880	0.935-0.832
ثبات الإستبيان (ككل)	0.856	0.931-0.831

يتضح من الجدول (٦) أن جميع قيم معاملات الثبات (معامل ألفا ، التجزئة النصفية) دالة عند مستوى (٠.٠١) لإقتربها من الواحد الصحيح ، مما يدل على ثبات الإستبيان.

سادساً : تقييم الرؤى المقترحة من قبل الأساتذة المتخصصين:

تم عرض الرؤى التوظيفية المقترحة على الأساتذة المتخصصين فى مجال التصميم والنسيج والملابس ، وذلك لتقييمها والمفاضلة بينها وفقاً لعبارات الإستبيان .

النتائج والمناقشة Results and Discussions :

الفرض الأول :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية وفقاً لأراء المتخصصين

للتحقق من الفرض تم حساب مجموع تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية ، ثم حساب تحليل التباين لمتوسط التقييم كما هو موضح بالجداول التالية :

جدول (٧) تقييمات المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية

الرؤى التوظيفية المقترحة										البنود
(١٠)	(٩)	(٨)	(٧)	(٦)	(٥)	(٤)	(٣)	(٢)	(١)	
28	30	33	32	23	26	23	28	32	30	ملائمة تصميم الهوية للمفروشات الفندقية
26	31	33	31	23	26	21	26	32	29	تحقق الانسجام اللوني لألوان الهوية والمفروشات
30	30	32	31	23	26	23	25	32	30	تحقق الإيقاع والترديد لتصميم الهوية على المفروشات
28	32	33	32	24	26	24	28	33	29	تحقق التفرد والتميز والجانب الجمالى فى تصميم المفروشات

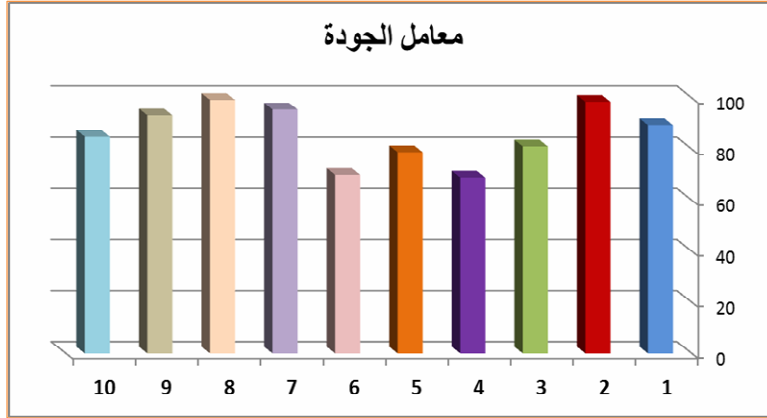
جدول (٨) تحليل التباين لمتوسط تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة لله فالله	مستوى الدلالة
بين المجموعات	822.573	9	52.571	59.152	.000
داخل المجموعات	33.840	30	0.870		
الكلى	856.413	39			

يتضح من نتائج الجدول (٨) أن قيمة (ف) كانت (٥٩.١٥٢) ، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) ، مما يدل على وجود فروق بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية وفقاً لآراء المتخصصين ، والجدول التالى يوضح المتوسط والانحراف المعياري ومعامل جودة تقييم الرؤى التوظيفية المقترحة :

جدول (٩) المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية

الترتيب	معامل الجودة	الانحراف المعياري	المتوسط	الرؤى المقترحة
5	89.39	0.86	29.5	(١)
2	98.48	0.50	32.25	(٢)
7	81.06	1.49	26.75	(٣)
10	68.93	1.25	22.75	(٤)
8	78.78	0.00	26	(٥)
9	70.04	0.50	23.25	(٦)
3	95.45	0.60	31.5	(٧)
1	99.24	0.50	32.75	(٨)
4	93.18	0.86	30.75	(٩)
6	84.84	1.53	28	(١٠)



شكل (١) معامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية

من الجدول (٩) والشكل (١) يتضح أن أفضل الرؤى التوظيفية المقترحة لتحقيق الناحية التصميمية للهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية وفقاً لآراء المتخصصين كانت الرؤية رقم (٨) بمعامل جودة (٩٩.٢٤٪)، بينما كانت أقل الرؤى المقترحة رقم (٤) بمعامل جودة (٦٨.٩٣٪)، ويرجع تحقق الناحية التصميمية إلى توافر الإيقاع والترديد والإنسجام اللوني للمفروشات ؛ كذلك التميز والجانب الجمالي ؛ بما يتفق مع ما أكدته دراسة (نقنين عطا ونجلاء محمود ، ٢٠١٧)

و(حنان يشار ودعاء جعفر وإيمان السيد ، ٢٠١٨) فى مراعاة هذه البنود عند توظيف الزخارف المصرية على المفروشات الفندقية.

وفى ضوء ما سبق يمكن قبول الفرض الأول من البحث ، والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية وفقاً لأراء المتخصصين.

الفرض الثانى :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة

فى تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية وفقاً لأراء المتخصصين

للتحقق من الفرض تم حساب مجموع تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية ، ثم حساب تحليل التباين لمتوسط التقييم كما هو موضح بالجدول التالية :

جدول (١٠) تقييمات المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى

تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية

الرؤى التوظيفية المقترحة										البنود
(١٠)	(٩)	(٨)	(٧)	(٦)	(٥)	(٤)	(٣)	(٢)	(١)	
27	31	33	31	27	27	23	27	32	31	ملائمة ملامس التطريز لطبيعة الهوية.
30	30	33	31	24	26	24	26	32	30	ملائمة شكل التطريز لطبيعة الهوية.
29	32	33	32	24	27	24	30	32	29	مساهمة التطريز فى إبراز تصميم الهوية.
28	31	32	31	25	26	25	29	32	31	مساهمة التطريز فى إثراء تصميم الهوية على المفروشات.

جدول (١١) تحليل التباين لمتوسط تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة

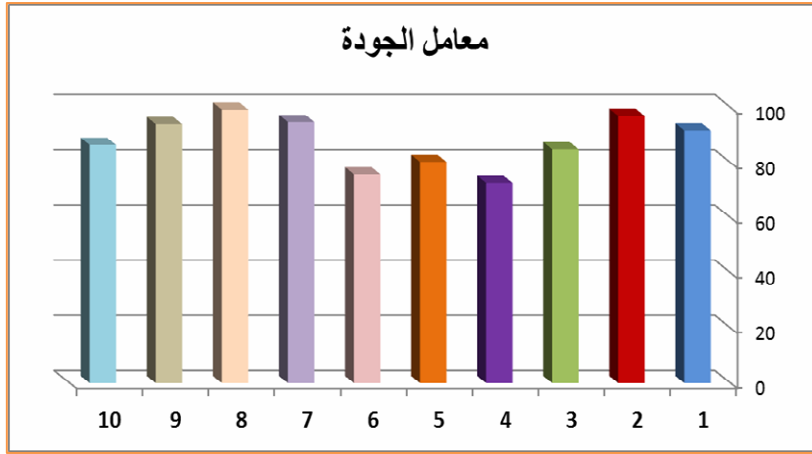
فى تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة للهـالله	مستوى الدلالة
بين المجموعات	787.173	9	50.042	36.957	.000
داخل المجموعات	51.840	30	1.98		
الكلى	839.013	39			

يتضح من نتائج الجدول (١١) أن قيمة (ف) كانت (٣٩,٩٥٧) ، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١) ، مما يدل على وجود فروق بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية وفقاً لأراء المتخصصين ، والجدول التالى يوضح المتوسط والانحراف المعياري ومعامل جودة تقييم الرؤى التوظيفية المقترحة :

جدول (١٢) المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية

الترتيب	معامل الجودة	الانحراف المعياري	المتوسط	الرؤى المقترحة
5	91.66	.95	30.25	(1)
2	96.96	0.00	32	(2)
7	84.84	1.73	28	(3)
10	72.72	1.15	24	(4)
8	80.30	0.57	26.5	(5)
9	75.75	1.31	25	(6)
3	94.69	0.50	31.25	(7)
1	99.24	0.50	32.75	(8)
4	93.93	0.78	31	(9)
6	86.36	1.61	28.5	(10)



شكل (٢) معامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية

من الجدول (١٢) والشكل (٢) يتضح أن أفضل الرؤى التوظيفية المقترحة لتحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية وفقاً لآراء المتخصصين كانت الرؤية رقم (٨) بمعامل جودة (٩٩.٢٤٪)، بينما كانت أقل الرؤى المقترحة رقم (٤) بمعامل جودة (٧٢.٧٢٪)، مما يدل على نجاح فن

التطريز فى إثراء تصميم الهوية البصرية المصرية ؛ وبما يتفق مع دراسة (وسام عبد الموجود ، ٢٠٢٠) فى استخدام جماليات فن التطريز فى إثراء تصميمات المفروشات الفندقية.

وفى ضوء ما سبق يمكن قبول الفرض الثانى من البحث ، والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية وفقاً لأراء المتخصصين.

الفرض الثالث :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحى وفقاً لأراء المتخصصين

للتحقق من الفرض تم حساب مجموع تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحى ، ثم حساب تحليل التباين لمتوسط التقييم كما هو موضح بالجدول التالية :

جدول (١٣) تقييمات المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الاستفادة

من المفروشات كعامل للترويج السياحى

الرؤى التوظيفية المقترحة										البند
(١٠)	(٩)	(٨)	(٧)	(٦)	(٥)	(٤)	(٣)	(٢)	(١)	
30	31	32	32	28	29	27	28	33	31	مساهمة المفروشات فى إبراز مقومات مصر السياحية.
29	30	32	31	28	28	27	29	33	30	ملانمة المفروشات لجذب نظر السائح.
29	31	33	31	29	29	29	30	33	30	مساهمة المفروشات فى تأصيل هوية مصر البصرية.
29	30	32	32	29	29	29	29	33	30	ملانمة المفروشات للترويج للأماكن السياحية.

جدول (١٤) تحليل التباين لمتوسط تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق

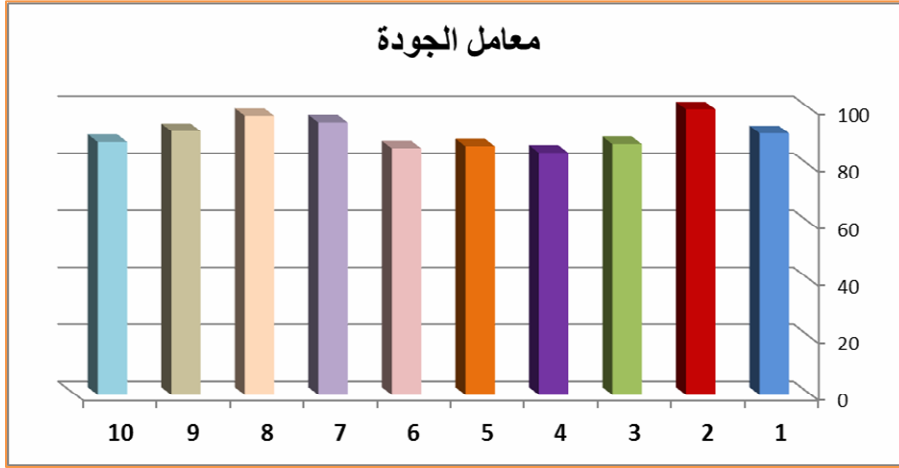
الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحى

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة للهـفـالله	مستوى الدلالة
بين المجموعات	290.270	9	20.964	10.04	.000
داخل المجموعات	87.670	30	1.902		
الكلى	377.940	39			

يتضح من نتائج الجدول (١٤) أن قيمة (ف) كانت (١٠.٠٤) ، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) ، مما يدل على وجود فروق بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحى وفقاً لأراء المتخصصين ، والجدول التالى يوضح المتوسط والانحراف المعياري ومعامل جودة تقييم الرؤى التوظيفية المقترحة :

جدول (١٥) المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي

الترتيب	معامل الجودة	الانحراف المعياري	المتوسط	الرؤى المقترحة
5	91.66	0.50	30.25	(1)
1	100	0.00	33	(2)
7	87.87	.812	29	(3)
10	84.84	1.53	28	(4)
8	87.12	0.50	28.75	(5)
9	86.36	.577	28.5	(6)
3	95.45	.577	31.5	(7)
2	97.72	0.50	32.25	(8)
4	92.42	.577	30.5	(9)
6	88.63	.50	29.25	(10)



شكل (٣) معامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي

من الجدول (١٥) والشكل (٣) يتضح أن أفضل الرؤى التوظيفية المقترحة لتحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي وفقاً لآراء المتخصصين كانت الرؤية رقم (٢) بمعامل جودة (١٠٠٪)، بينما كانت أقل الرؤى المقترحة رقم (٤) بمعامل جودة (٨٤.٨٤٪)؛ بما يؤكد إمكانية الاستفادة من الهوية البصرية المصرية في إثراء تصميم المفروشات الفندقية كعامل للترويج

السياحى : ويرجع ذلك إلى أن الناحية التصميمية وجماليات التطريز الآلى لهوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية - أدت إلى ملائمة المفروشات لإبراز مقومات مصر السياحية : والمساهمة فى بناء صورة إيجابية ذهنية للسائح عن المدن المصرية ، بما يؤدى إلى الترويج للأماكن السياحية ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مى محمد ، ٢٠١٧) و(ياسمين محمود ، ٢٠٢٠) فى الإستفادة من الهوية البصرية المصرية فى الترويج السياحى .

وفى ضوء ما سبق يمكن قبول الفرض الثالث من البحث ، والذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحى وفقاً لأراء المتخصصين .

الفرض الرابع :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى المقترحة فى تحقيق

محاور التقييم (ككل) وفقاً لأراء المتخصصين

للتحقق من الفرض تم حساب تحليل التباين لمتوسط تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق محاور التقييم (ككل) ، والجدول التالى يوضح ذلك :

جدول (١٦) تحليل التباين لمتوسط تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة

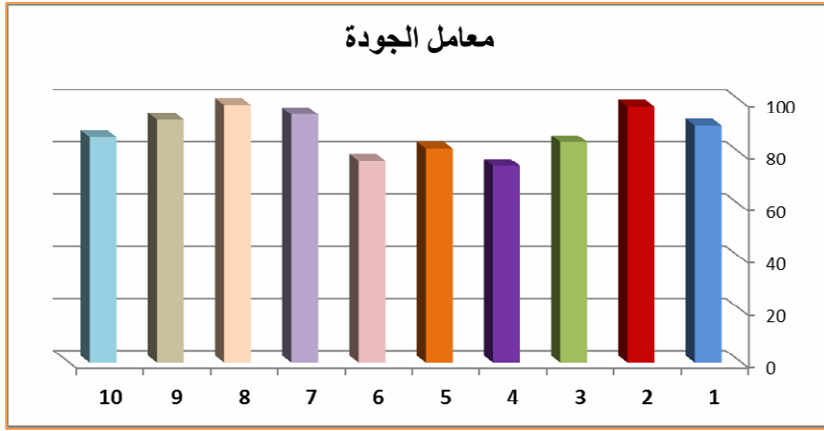
فى تحقيق محاور التقييم (ككل)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
بين المجموعات	2455.023	9	169.175	60.417	.000
داخل المجموعات	583.153	110	2.52		
الكلى	3038.176	119			

يتضح من نتائج الجدول (١٦) أن قيمة (ف) كانت (٦٠.٤١٧) ، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) ، مما يدل على وجود فروق بين الرؤى التوظيفية المقترحة فى تحقيق محاور التقييم (ككل) وفقاً لأراء المتخصصين ، والجدول التالى يوضح المتوسط والانحراف المعياري ومعامل جودة تقييم الرؤى التوظيفية المقترحة :

جدول (١٧) المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق محاور التقييم (ككل)

الترتيب	معامل الجودة	الانحراف المعياري	المتوسط	الرؤى المقترحة
5	90.90	0.433	30	(1)
2	98.21	0.519	32.41	(2)
7	84.57	1.127	27.91	(3)
10	75.48	2.420	24.91	(4)
8	82.06	1.464	27.08	(5)
9	77.51	2.67	25.58	(6)
3	95.18	0.144	31.41	(7)
1	98.72	0.288	32.58	(8)
4	93.18	0.25	30.75	(9)
6	86.60	0.629	28.58	(10)



شكل (٤) معامل الجودة لتقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة في تحقيق محاور التقييم (ككل)

من الجدول (١٧) والشكل (٤) يتضح أن أفضل الرؤى التوظيفية المقترحة لتحقيق محاور التقييم (ككل) وفقاً لآراء المتخصصين كانت الرؤية رقم (٨) بمعامل جودة (٩٨.٧٢٪)، بينما كانت أقل الرؤى المقترحة رقم (٤) بمعامل جودة (٧٥.٤٨٪).

وفي ضوء ما سبق يمكن قبول الفرض الرابع من البحث ، والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الرؤى المقترحة في تحقيق محاور التقييم (ككل) وفقاً لآراء المتخصصين.

الفرض الخامس :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور تقييم الرؤى المقترحة وفقاً لأراء المتخصصين للتحقق من الفرض تم حساب تحليل التباين متوسط محاور تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة ، والجدول التالي يوضح ذلك :

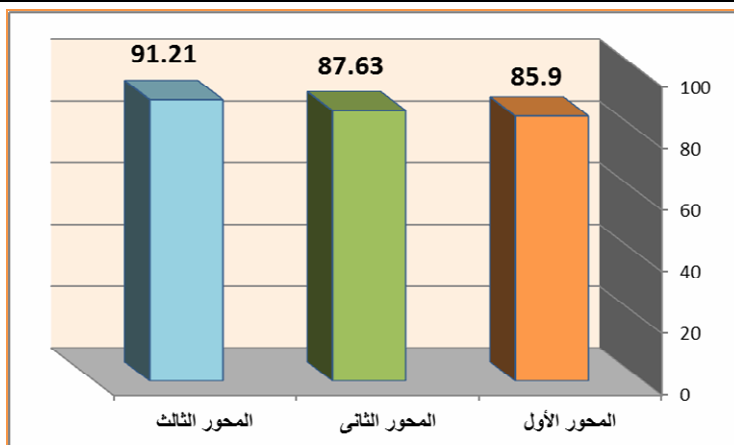
جدول (١٨) تحليل التباين لمتوسط محاور تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
بين المجموعات	105.986	2	29.889	3.012	.021
داخل المجموعات	2932.19	117	5.793		
الكلى	3038.176	119			

يتضح من نتائج الجدول (١٨) أن قيمة (ف) كانت (٣.٠١٢) ، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) ، مما يدل على وجود فروق بين محاور تقييم الرؤى التوظيفية المقترحة وفقاً لأراء المتخصصين ، والجدول التالي يوضح المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الجودة لمحاور تقييم الرؤى التوظيفية المقترحة :

جدول (١٩) المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الجودة لمحاور تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة

الترتيب	معامل الجودة	الانحراف المعياري	المتوسط	المحور
3	85.90	3.607	28.35	الأول - الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات
2	87.63	3.014	28.92	الثاني - جماليات التطريز الالى لهوية مصر البصرية
1	91.21	1.696	30.1	الثالث - الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي



شكل (٥) معامل الجودة لمحاور تقييم المتخصصين للرؤى التوظيفية المقترحة

من الجدول (١٩) والشكل (٥) يتضح أن ترتيب المحاور وفقاً لآراء المتخصصين جاءت على النحو التالي :

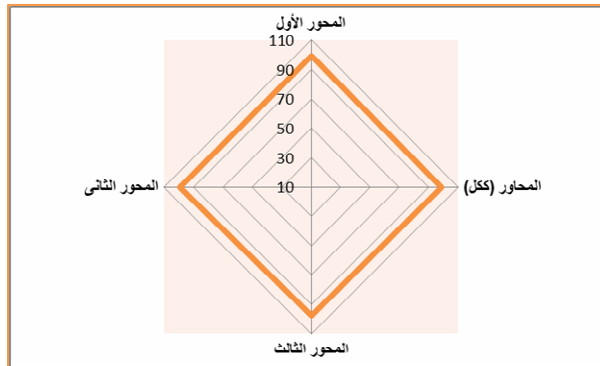
المحور الثالث (الإستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي - المحور الثاني (جماليات التطريز الألى لهوية مصر البصرية) - **المحور الأول** (الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات).

وفى ضوء ما سبق يمكن قبول الفرض الخامس من البحث ، والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور تقييم الرؤى المقترحة وفقاً لآراء المتخصصين.

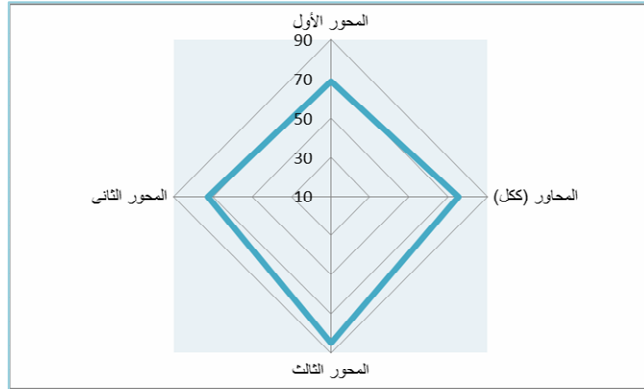
ويمكن ترتيب الرؤى المقترحة فى ضوء محاور التقييم ككل ؛ كما هو موضح بالجدول التالى :

جدول (٢٠) معامـل الجودة وترتيب الرؤى المقترحة فى ضوء محاور التقييم ككل

الترتيب	المحاور (ككل)	المحور الثالث	المحور الثانى	المحور الأول	الرؤى المقترحة
1	98.72	97.72	99.24	99.24	(8)
2	98.21	100	96.96	98.48	(2)
3	95.18	95.45	94.69	95.45	(7)
4	93.18	92.42	93.93	93.18	(9)
5	90.90	91.66	91.66	89.39	(1)
6	86.60	88.63	86.36	84.84	(10)
7	84.57	87.87	84.84	81.06	(3)
8	82.06	87.12	80.30	78.78	(5)
9	77.51	86.36	75.75	70.04	(6)
10	75.48	84.84	72.72	68.93	(4)



شكل (٦) معامـل الجودة لأفضل الرؤى المقترحة فى ضوء محاور التقييم ككل



شكل (٧) معامل الجودة لأقل الرؤى المقترحة في ضوء محاور التقييم ككل

ملخص النتائج Conclusion:

١. معنوية تأثير الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية في إثراء المفروشات الفندقية.
٢. معنوية تأثير جماليات التطريز الآلى في إثراء تصميم الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية.
٣. إمكانية الاستفادة من الرؤى المقترحة لتوظيف الهوية البصرية المصرية على المفروشات الفندقية كعامل للترويج السياحي .
٤. أفضل الرؤى التوظيفية المقترحة لتحقيق جوانب التقييم (ككل) وفقاً لأراء المتخصصين كانت الرؤية رقم (٨) بمعامل جودة (٩٨,٧٢٪) ، بينما كانت أقل الرؤى المقترحة كانت رقم (٤) بمعامل جودة (٧٥,٤٨٪).
٥. ترتيب المحاور تأثيراً وفقاً لأراء المتخصصين (الاستفادة من المفروشات كعامل للترويج السياحي) - (جماليات التطريز الآلى لهوية مصر البصرية) - (الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية على المفروشات).

توصيات البحث Recommendations:

١. التوسع في دراسة تأثير الناحية التصميمية لهوية مصر البصرية في مجالات تخصصية مختلفة.
٢. تفعيل دور تخصص النسيج والملابس في توظيف الهوية البصرية المصرية.
٣. العمل على توصيات العديد من المؤتمرات العربية والدولية .
٤. ربط الأبحاث العلمية بمشروعات الدولة للنهوض بقطاع السياحة.
٥. ضرورة اهتمام الفنادق السياحية بتأصيل هوية مصر البصرية على المفروشات الفندقية.

مراجع البحث :References

١. أحمد أحمد حلمى (٢٠١٨) : دور الهوية البصرية فى بناء صورة الماركة (إدراك المتلقى الأجنبى لصورة الماركة المصرية) ، مجلة العمارة والفنون والحضارة الإنسانية ، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية ، مصر، عدد (١١).
٢. أميرة أمير محمد (٢٠١٩) : أثر الترويج للخدمة السياحية بالمناطق التاريخية و الأثرية على تطور السياحة فى السودان بالتطبيق على منطقة كريمة فى الفترة 2018 - 2008 ، مجلة الدراسات العليا ، كلية الدراسات العليا ، جامعة الزعيم الأزهري ، السودان ، عدد (٢).
٣. أميرة عبد الله نور الدين ووفاء محمد سماحة (٢٠١٨) : رؤية معاصرة للزخارف العسيري فى تصميم وتنفيذ المفروشات الفندقية لتنشيط السياحة ، مجلة بحوث التربية النوعية ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، عدد (٤٩) .
٤. ثائر رحيم كاظم (٢٠٠٩) : العولمة والمواطنة والهوية : بحث فى تأثير العولمة على الإلتواء الوطنى والمحلى فى المجتمعات ، مجلة القادسية فى الآداب والعلوم التربوية ، جامعة القادسية ، العراق ، مجلد (٨) ، عدد (١).
٥. حنان حسنى يشار ودعاء عبد المجيد جعفر وإيمان السيد السيد (٢٠١٨) : الاستفادة من الكتابة المصرية القديمة (الرموز الهيروغليفية) لإثراء القيمة الجمالية للمفروشات السياحية ، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية ، مجلد (١) ، عدد (١٨).
٦. دلال يسر الله محمد (٢٠٢٠) : تأثير السوق السياحي والخدمات السياحية وأهمها المنشآت السياحية على السياحة فى جنوب مصر (أسوان) ، مجلة التصميم الدولية ، الجمعية العلمية للمصممين ، مصر، مجلد (١٠) ، عدد (١).
٧. شيماء صلاح صادق (٢٠١٩): تطويع فن التيبوغرافى فى التصميم الإعلاني لتأصيل الهوية البصرية فى الإعلان السياحي ، مجلة العمارة والفنون والحضارة الإنسانية ، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية ، مصر، عدد (١٣).
٨. عصام حسن السعيدى (٢٠٠٨) : إدارة المنظمات الفندقية ، دار الراية للنشر والتوزيع ، ط ١ ، عمان.
٩. عبير حسن عبده (٢٠٢٠) : الصياغة البصرية للعلامات التجارية لشركات السياحة المصرية ودورها فى تحقيق الهوية ، مجلة علوم وفنون - دراسات وبحوث ، جامعة حلوان ، مجلد (١٩) ، عدد (٢).
١٠. مدحت محمد حسين (٢٠٠٠) : الاستفادة من التراث الشعبى فى صناعة المفروشات السياحية (دراسة فنية تطبيقية) . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الفنون التطبيقية . جامعة حلوان.
١١. مروة ممدوح مصطفى وأحمد ربيع محمد (٢٠١٧) : مشاهد الرقص المصرى القديم واستخدامها فى طباعة أقمشة المعلقات والمفروشات فى القرى السياحية ، مجلة التصميم الدولية ، الجمعية العلمية للمصممين ، مصر، مجلد (٧) ، عدد (٣).
١٢. مى على محمد (٢٠١٧) : تقييم الصورة الذهنية لمصر فى الملصقات السياحية ومدى ملاءمتها لدعم السياحة ، مجلة العمارة والفنون والحضارة الإنسانية ، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية ، مصر، عدد (٨).

١٣. نشوة محمد مصطفى (٢٠١٨) : وحدة مقترحة فى الدراسات الاجتماعية قائمة على المدخل البصرى المكانى لتنمية الهوية البصرية وثقافة السياحة الداخلية لدى تلاميذ الصف الأول الإعدادى ، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية ، الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية ، مصر ، عدد (١١٢).
١٤. نفين عبد الوكيل عطا ونجلاء فوزى محمود (٢٠١٧) : استحداث تصميمات زخرفية مستوحاة من التراث الشعبى النوبى لإثراء المفروشات الفندقية ، مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا ، عدد (٢٢).
١٥. نهال عفيفى محمد (٢٠١٩) : الهوية البصرية لماركات الأزياء العالمية وأثرها فى بناء الصورة الذهنية للمستهلك ، مجلة العمارة والفنون والحضارة الإنسانية، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية ، مصر، عدد (١٣).
١٦. هدى أحمد رجب وسحر أحمد إبراهيم (٢٠١٥) : استلهام طابع البريد فى تصميم طباعة القطعة الواحدة لأقمشة المفروشات السياحية ، مجلة التصميم الدولية ، الجمعية العلمية للمصممين ، مصر، مجلد (٥) ، عدد (٢).
١٧. وسام مصطفى عبد الموجود (٢٠٢٠) : الاستفادة من زخارف الفن الإفريقي لإثراء جماليات مفروشات صالة الاستقبال للفنادق السياحية ، مجلة الإقتصاد المنزلى ، الجمعية المصرية للإقتصاد المنزلى ، مصر ، مجلد (١٠) ، عدد (٢).
١٨. وفاء محمد سماحة ونورا حسن العدوى (٢٠١٨) : رؤية جمالية معاصرة للمفروشات الفندقية بالاقتياس من الطبيعة البحرية كعامل جذب للسياحة ، مجلة بحوث التربية النوعية ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، عدد (٥٢).
١٩. ياسمين أحمد محمود (٢٠٢٠) : الهوية البصرية المصرية كمصدر لبناء ماركة ملبسية مصرية ذات طابع خاص ، مجلة التصميم الدولية ، الجمعية العلمية للمصممين ، مصر، مجلد (١٠) ، عدد (٢).
٢٠. المؤتمر الوطنى السادس للشباب ، رئاسة الجمهورية ، (٢٠١٨) : متاح على موقع <https://www.youtube.com/watch?v=sfLEaJIFQSc>
٢١. البوابة الإلكترونية لمحافظة جنوب سيناء (٢٠٢١) : متاح على موقع <https://southsinai.gov.eg/News/Details/1331>

22. Coman, P., Bularca, M. and Repanovici, A. (2020): Constructing and Communicating the Visual Identity of a University. Case Study: Visual Identity of Transilvania University of Brasov, Sustainability journal, Vol. 13, No.13.

Home page: <https://doi.org/10.3390/su13137145>

23. Jahanpour, M. & Zarezadeh, F. (2020): An Assessment of Visual Identity in Women's Clothes Designing at Fajr International Fashion and Clothing Festival, Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS) , Biannual Journal, Vol. 23, No. 1, Pages 35-58.

DOI: [10.30465/AFG.2020.5342](https://doi.org/10.30465/AFG.2020.5342)

24. **james, P. (2015):** despite the terrors of typologies : the importance of understanding categories of difference and Identity , International Journal of postcolonial studies , Vol. 17, No. 2, Pages 174-195.

Home page: <https://doi.org/10.1080/1369801X.2014.993332>

25. **Mansour, S. , Al Gabry, A. and Al Asfoury, R. (2016):** The effect of visual corporate identity elements in achieving corporate design and exhibition stands design mental association , international design journal , Vol. 6, No. 3, Page 243-256.

26. **Kamel, N. (2021):** Role of Tour Guides in Tourism Promotion and Impact on Destination Image and Tourist Revisit Intention in Egypt: A PLSSEM Model, Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality , Vol. 20, No. 1, Pages 78- 110.

Home page: <https://jaauth.journals.ekb.eg/>

27. **Available at :** <https://www.definitions.net/definition/UPHOLSTERY> accessed 2, 3,2022.

The Egyptian visual identity as a source to enrich the design of hotel furnishings as a factor for tourism promotion

Dr. Nora Hassan El-adawy

Dr. Khaled Abdallah El-refay

Abstract

Tourism in Egypt is a basic pillar of economic activity, and hotel furniture is a free art offer for users of the tourist institution. Its designs are therefore preferable to be expressive and suitable for use in tourism promotion. The current research aims to provide proposed technical insights for the use of Egyptian visual identity on hotel furniture using automatic embroidery effects in an attempt to simulate the reality. The importance of research lies in consolidating the concepts of identity and the tourism promotion of Egypt by highlighting its tourism assets and landmarks. The stages of the experiment included the selection of (4) visual identity designs in each city (Luxor - Alexandria - Sharm el-Sheikh - St. Catherine - El Tor), then preparing (20) design for implementation and embroidery them using the computer; With respect to the colours of the Egyptian visual identity and the choice of types of stitches that transform the design into a kind of three-dimensional, highlighting and affirming its touch, Then (10) proposed visions were developed to employ embroidered identity designs on various models of hotel furnishings, Finally, these visions were presented to the specialized arbitrators in order to evaluate them in terms of the targeted evaluation items and axes. By processing the data statistically, the results revealed the aesthetics of embroidery for Egypt's visual identity and the possibility of taking advantage of the proposed visions as a factor for the promotion of tourism. The best insights came into the realization of aspects of the assessment (as a whole) No. 8 with a quality factor of (98.72%). The study recommended linking scientific research to state projects to promote the tourism sector and the promotion of the role of textile and clothing specialization to root Egypt's visual identity.

Keywords: *The Egyptian visual identity, Automatic embroidery, hotel furnishings, Tourism promotion*

ملحق (١)

روابط تصميمات مشروع الهوية البصرية المصرية - مؤتمر الشباب ٢٠١٨

<p>https://www.youtube.com/watch?v=SnRBhxgplQc</p>	<p>مدينة الأقصر</p>
	
<p>https://www.youtube.com/watch?v=arLuxTW5rWs</p>	<p>مدينة الإسكندرية</p>
	
<p>https://www.albawabhnews.com/3997291 https://www.youtube.com/watch?v=3mX_hsEVyLE</p>	<p>مدينة شرم الشيخ</p>
	

تابع ملحق (١)

روابط تصميمات مشروع الهوية البصرية المصرية - مؤتمر الشباب ٢٠١٨

<p>https://www.youtube.com/watch?v=3mX_hsEVyLE</p>	<p>مدينة سانت كاترين</p>
	
<p>https://www.youtube.com/watch?v=3mX_hsEVyLE</p>	<p>مدينة الطور</p>
	

ملحق (٢)

استمارة تقييم الرؤى المقترحة من قبل الأساتذة المتخصصين

م	معايير التقييم	مستوى التقييم		
		مناسب	مناسب إلى حد ما	غير مناسب
أولاً : الناحية التصميمية				
لهوية مصرالبصرية على المفروشات				
١	ملائمة تصميم الهوية للمفروشات الفندقية.			
٢	تحقق الانسجام اللوني لألوان الهوية والمفروشات.			
٣	تحقق الإيقاع والتريدي لتصميم الهوية على المفروشات.			
٤	تحقق التفرد والتميز والجانب الجمالي في تصميم المفروشات.			
ثانياً : جماليات التطريز الألى				
لهوية مصر البصرية				
١	ملائمة ملامس التطريز لطبيعية الهوية.			
٢	ملائمة شكل التطريز لطبيعة الهوية.			
٣	مساهمة التطريز في إبراز تصميم الهوية .			
٤	مساهمة التطريز في إثراء تصميم الهوية على المفروشات.			
ثالثاً : الاستفادة من المفروشات				
كعامل للترويج السياحي				
١	مساهمة المفروشات في إبراز مقومات مصر السياحية.			
٢	ملائمة المفروشات لجذب نظر السائح.			
٣	مساهمة المفروشات في تأصيل هوية مصر البصرية.			
٤	ملائمة المفروشات للترويج للأماكن السياحية.			

ملحق (٣)

أسماء السادة المحكمين للتصميمات المنفذة

م	الإسم	الدرجة العلمية وجهة العمل
١	أ. د/ على السيد زلط	أستاذ النسيج والملابس - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
٢	أ.د/ عادل جمال الدين الهنداوى	أستاذ النسيج والملابس - كلية التربية النوعية - جامعة طنطا
٣	أ.د/ منال البكرى المتولى	أستاذ النسيج والملابس - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
٤	أ.د عزة محمد حلمى	أستاذ الملابس والنسيج - كلية الاقتصاد المنزلى - جامعة حلوان
٥	أ.د/ حنان محمد الشريينى	أستاذ التصميم - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
٦	أ.د/ نجلاء محمد ماضى	أستاذ النسيج والملابس - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
٧	أ.د رحاب محمد على	أستاذ الملابس والنسيج - كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق
٨	أ.م.د غادة السيد عمر	أستاذ الملابس والنسيج المساعد - كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ
٩	أ.م.د / صفاء صبرى الصعيدى	أستاذ النسيج والملابس المساعد - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة
١٠	أ. م. د نيرمين حمدى حامد	أستاذ النسيج والملابس المساعد - كلية التربية النوعية - جامعة أسوان
١١	أ. م. د/ دعاء سالم يوسف	أستاذ التصميم المساعد - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة