

إستراتيجية تصميمية لتحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا

A design strategy for realizing the cultural identity through the design of masks and related infographics in the shade of Corona pandemic

أ.م. د/ دينا احمد نفادى

*أستاذ مشارك، كلية الهندسة المعمارية والتصميم الرقمي، جامعة دار العلوم - المملكة العربية السعودية
*أستاذ مساعد، المعهد العالي للفنون التطبيقية، السادس من أكتوبر، جمهورية مصر العربية

Assist. Prof. Dr. Dina Ahmed Nafady

*Associate Professor College of Architectural Engineering & Digital Design, Dar
AIUloom University - Kingdom of Saudi Arabia

*Assistant Professor, High Institute of Applied Arts,
6 th October City, Arab Republic of Egypt

dnafadi@dau.edu.sa

أ.م. د/ حسناء محمد خيرى الفقى

*أستاذ مساعد، كلية الهندسة المعمارية والتصميم الرقمي، جامعة دار العلوم - المملكة العربية السعودية
*مدرس، كلية الفنون التطبيقية، جامعة بدر، جمهورية مصر العربية

Assist. Prof. Dr. Hassnaa Mohamed Khairy Elfeky

*Assistant Professor College of Architectural Engineering & Digital Design, Dar
AIUloom University - Kingdom of Saudi Arabia

*Lecturer, School of Applied Arts, Badr University, Arab Republic of Egypt

hasnaa.elfeky@buc.edu.sa

ملخص البحث:

يعاني قطاع السياحة حالة من الشلل نتيجة تأثير جائحة فيروس كورونا المستجد، ولن يتمكن من التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة عليه. فاستخدام أسلوب الفتح التدريجي الذي يعتمد على الابتكار والسياسات لفتح السياحة الداخلية، الإقليمية ثم الدولية وفتح المقاصد السياحية أمام الزوار بشروط طبقاً للشروط الاحترازية وقواعد التباعد ومن هنا تحددت مشكلة البحث في الاستفادة من الإستراتيجية التصميمية لتحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا. ويهدف البحث لإبتكار تصميمات الأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا ويفترض البحث أنه يمكن تحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا. وللبحث حدوداً زمنية: تقتصر على دراسة الإستراتيجية التصميمية لتحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا حالياً وحدوداً موضوعية: تركز على الإستراتيجية التصميمية لتحقيق الهوية الثقافية المصرية والسعودية من خلال حلول تصميمية مبتكرة لتصميمات الأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا ثم حدوداً مكانية: بجمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية. وينتهي البحث المنهج الوصفي التحليلي التجريبي الإحصائي من خلال الدراسة التحليلية لتصميمات الأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك المستوحاة من سمات المناطق المصرية والسعودية وتجارب فنية تصميمية ومقترحات توظيفية للأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك ونتائج البحث انه يمكن تحقيق إستراتيجية تصميمية جديدة من خلال ابتكار تصميمات الأقفعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة في ظل

جائحة الكورونا، بجانب أن الدراسة الإحصائية بينت أن هناك دلالة إيجابية لصالح صحة الفروض ويوصى البحث بفتح آفاق جديدة ورؤى تصميمية تحقق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقنعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك.

الكلمات المفتاحية:

الإستراتيجية التصميمية، الهوية الثقافية، الأقنعة الوقائية المطبوعة، الإنفوجرافيك، جائحة الكورونا.

Abstract:

Tourism sector is in a paralysis state due to Coronavirus pandemic and will not be able to recover until controlled. The gradual opening methods must depend on innovation and policies to open domestic, regional, and international tourism to visitors according to precautionary and rules of divergence.

The research problem was identified in making use of designing strategy to achieve cultural identity through printed protective masks and infographics designs to enhance tourism in Corona pandemic, it aims to create printed masks and infographic designs to achieve cultural identity to enhance tourism, it assumes that cultural identity can be achieved through printed masks and infographics to enhance tourism. It has time limits: studying designing strategy to achieve cultural identity to enhance tourism in Corona pandemic nowadays, objective limits: focuses on designing strategy to achieve Egyptian and Saudi cultural identity through printed masks and infographics designs to enhance tourism in Corona pandemic, spatial limits: In Egypt and Saudi Arabia.

It adopts a descriptive, analytical, experimental, statistical approach through analytical study of printed masks and infographics designs inspired by the characteristics of Egyptian and Saudi regions motifs, also design experiments and employment proposals for printed masks and infographics, its results a new design strategy that can be achieved by innovating designs of printed masks and infographics to achieve cultural identity to enhance tourism in Coronavirus pandemic, and statistical study indicates a positive validity of the hypotheses. The research recommends opening new horizons and design visions that achieve cultural identity through printed masks and infographic.

Key words:

Design strategy, Cultural Identity, Printed Protective Masks, Infographic, Corona Pandemic.

خلفية البحث:

يعاني قطاع السياحة حالة من الشلل نتيجة تأثير جائحة فيروس كورونا المُستجد (COVID-19)، فقطاع السياحة لن يتمكن من بدء التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة على حالة الطوارئ الطبية. ومن هنا فإنه يجب استخدام أسلوب الفتح التدريجي الذي يعتمد على الابتكار والإبداع والسياسات لفتح السياحة الداخلية، ويليها السياحة الإقليمية التي تعتمد على الأسواق المجاورة، فيما تعد السياحة الدولية هي القطاع الأكثر جذبًا حول سبل الفتح، والذي تختلف فيه الاتجاهات الوطنية للدول القومية وفتح المقاصد السياحية أمام الزوار بشروط محددة طبقًا للشروط الاحترافية وقواعد التباعد. وإذا تأملنا تراثنا سواء المصري أو السعودي سنجد زخراً بكل جوانب الإبداع، ولذلك وجب علينا الاهتمام به وحمايته والحفاظ عليه لما يحمل من القيم والخصائص الفكرية والجمالية على مر العصور، فهذا البحث يسعى لكشف محاولات جديدة تسهم في التكوين المعرفي

والإدراكى للأجيال الحالية فهويتنا الثقافية تحمل العديد من القيم الروحية، الفكرية، الجمالية والأخلاقية التي يمكن من خلالها ابتكار تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.

مشكلة البحث: مدى إمكانية الاستفادة من الإستراتيجية التصميمية لتحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا؟

أهداف البحث: ١- يهدف البحث إلى ابتكار تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.

٢- تعزيز السياحة من خلال الهوية الثقافية وابتكار تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك في ظل جائحة الكورونا.

أهمية البحث: ١- ان قطاع السياحة في حالة من الركود نتيجة تأثير جائحة فيروس كورونا المستجد (COVID-19) مما يتوجب العمل على تعزيز السياحة من خلال هويتنا الثقافية.

٢- أنه يمكن الاستفادة من الإستراتيجية التصميمية من أجل تحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.

فروض البحث: يفترض البحث أنه يمكن الاستفادة من الإستراتيجية التصميمية من أجل تحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.

حدود البحث: وللبحث حدودًا زمنية: تقتصر على دراسة الإستراتيجية التصميمية لتحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا في وقتنا الحالي وحدودًا موضوعية: تركز على الإستراتيجية التصميمية لتحقيق الهوية الثقافية المصرية والسعودية من خلال حلول تصميمية مبتكرة لتصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا ثم حدودًا مكانية: بجمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية.

منهج البحث: يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي التجريبي الإحصائي من خلال الدراسة التحليلية لتصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك المستوحاة من سمات بعض المناطق المصرية والسعودية لابتكار أفكار تصميمية ومقترحات توظيفية للأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك.

مصطلحات البحث:

- **الإستراتيجية التصميمية:** هي طريقة أو خطة مجملية منظمة يتم استخدامها بمرونة، من أجل تنظيم المحتوى وتحقيق التفاعل وتوجيه المتلقي، وتساعد المتلقي على إدراك أشكال المعرفة والمعلومات وتتكون من مجموعة محددة من الأنشطة والإجراءات المرتبة من أجل تحقيق بعض الأهداف المحددة في فترة زمنية محددة.

- **الهوية الثقافية:** هي معرفة وإدراك الذات القومية ومكوناتها من قيم وأخلاق وعادات وتقاليده ودين، وهي السمات والخصائص التي يتميز بها شعب ما عن غيره من الشعوب، وترتبط هذه السمات بالسلوكيات العامة لمجموع الأفراد والعلاقات السائدة، والمنتج الفني والثقافي والتي تميز في مجموعها هذه الجماعة أو هذا المجتمع.

- **الأقمعة الوقائية المطبوعة:** هي منتج مصنوع من المنسوجات شائعة الاستخدام، وعادة ما يكون من القطن أو القطن المخلوط ليغطي الأنف والذقن عند ارتدائها، وبها بلفات للأذن أو أربطة في الجزء الخلفي من الرأس، وتستخدم في البيئة المنزلية والمجتمعية كإجراء وقائي محسوس ضد الأمراض المعدية وتلوث الهواء بالجسيمات، وهي أقل فاعلية من الأقمعة الجراحية وأقمعة N95، لذا فهي معدة ليستخدامها الأصحاء وليس المرضى، وتستخدم أكثر من مرة بعد غسلها جيداً.

- الإنفوجرافيك: هو فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسومات سهلة الفهم، ويتم استخدامه بكثرة في عمليات التسويق ومواقع التواصل المختلفة.

- جائحة الكورونا: جائحة فيروس كورونا أو جائحة كوفيد - ١٩، هي جائحة عالمية مستمرةً حاليًا لمرض فيروس كورونا ٢٠١٩ المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة سارس - كوف - ٢، وقد تفشى المرض للمرة الأولى في مدينة ووهان الصينية في شهر ديسمبر عام ٢٠١٩. وأعلنت منظمة الصحة العالمية رسميًا في ٣٠ يناير أن تفشي الفيروس يُشكل حالة طوارئ صحية عامة تبعث على القلق الدولي، وأكدت تحوله إلى جائحة يوم ١١ مارس ٢٠٢٠، ينتقل الفيروس بالدرجة الأولى عند المخالطة اللصيقة بين الأفراد، وغالبًا عبر الرذاذ والقطيرات التنفسية الناتجة عن السعال أو العطس أو التحدث قد تسقط القطيرات عادةً على الأرض أو على الأسطح دون أن تنتقل عبر الهواء لمسافات طويلة وفي سياق أقل شيوعًا، وقد يُصاب الأفراد نتيجة لمس العينين أو الفم أو الأنف بعد لمس سطح ملوث بالفيروس.

خطوات البحث الإجرائية: تنقسم إلى

١- الدراسة النظرية ٢- الدراسة التجريبية ٣- الدراسة الإحصائية

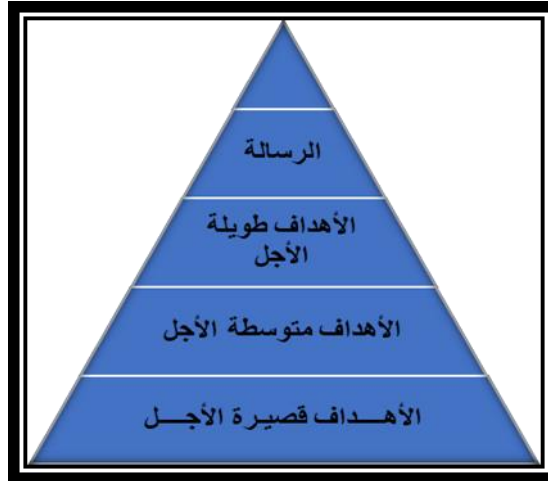
١- الدراسة النظرية:

أولاً: الإستراتيجية التصميمية

تحتاج المؤسسات والهيئات إلى إستراتيجية تحدد مسار هذا المشروع نحو تحقيق أهدافه الرئيسية، بجانب تخطيطاً واضحاً لإدارة هذا المشروع وينبغي أن يكون تصميم هذه الوسائط مميزاً حتى يتميز وسط ملايين من الوسائط التي قد تتشابه معه في نفس النشاط أو المجال، وتتحقق الفاعلية والتميز عندما تتناغم وتتآلف عناصرها وتظهر في صورة مترابطة مترنة تلفت النظر والإهتمام، ويمكن إثارة إهتمام المتلقي من خلال الأشكال الجرافيكية المتميزة مع الخلفية، وظهور عناصر بتتابع منطقي وإنسيابية المعلومات المقدمة ووضوحها وغير ذلك من العوامل الأخرى، فمن اهم المظاهر المطلوبة في التصميم هو مدي الارتباط في تصميم الأشكال ووجود بعض المكونات المفيدة للمتلقي، والطرق الفعالة في استخدام النص والألوان ومدى التغيير المستمر المصاحب لرغبات المتلقي لذلك تحتاج المؤسسات والهيئات إلى إستراتيجية تحدد المسار الاستراتيجي نحو تحقيق أهدافها الرئيسية التي أنشئت وصممت من أجلها، وتوضح الإستراتيجية تخطيطاً واضحاً لتصميم وتنفيذ هذه الوسائط المختلفة وإدارتها.

أ- مفهوم الإستراتيجية: الإستراتيجية هي خطة موحدة متكاملة وشاملة، تربط بين المزايا التنافسية والتحديات البيئية والتي تم تصميمها للتأكد من تحقيق الأهداف الأساسية من خلال تنفيذها الجيد، فهي برنامج للتصرف من أجل تحقيق الأهداف، وهي علم التخطيط وتوجيه العمليات على نطاق عريض، وبمعنى آخر فهي المسار الرئيسي الذي يُسلك لتحقيق رسالة وأهداف رئيسية، والذي يتم اختياره بعد تحليل دقيق للظروف البيئية المحيطة.

ب- الهدف الإستراتيجي: يُعبر الهدف عن النتيجة المطلوب تحقيقها خلال فترة زمنية محددة، وبمعنى آخر: فهو يُعبر عن غايات ونتائج مرغوبة تحدد مكان الوصول والطريق إليه، ويتضمن تحديد الهدف الإستراتيجي بيان كيفية حل المشكلة. والفرق بين الإستراتيجية والهدف: أن الهدف عبارة عن نهايات نسعى إلى تحقيقها، بينما تمثل الإستراتيجية وسيلة للوصول إلى هذه النهايات، ويوضح الشكل رقم (١) علاقة شبكة الأهداف الإستراتيجية.



شكل رقم (١): رسم تخطيطي يوضح علاقة شبكة الأهداف الاستراتيجية

- ١- الأهداف طويلة الأجل: هي نتائج مطلوب تحقيقها خلال فترة الخمس سنوات (خطة خماسية) أو أكثر.
 - ٢- الأهداف متوسطة الأجل: وهي تعبر عن نتائج مطلوب تحقيقها خلال فترة تتجاوز السنة وتقل عن خمس سنوات.
 - ٣- الأهداف قصيرة الأجل: وهي نتائج مطلوب تحقيقها خلال فترة تقل عن سنة.
- ج- مفهوم التخطيط الاستراتيجي: التخطيط بصفة عامة هو الإعداد المسبق والاختيار بين البدائل لما يجب عمله وكيف، ومن يقوم بهذا العمل، وأين، ومتى، والتخطيط الاستراتيجي يعبر عن أنشطة تتعلق بتحديد الأهداف الرئيسية وتصميم الإستراتيجية المناسبة للوصول لتلك الأهداف، ويمكن تلخيص ذلك كالتالي.
- ١- دراسة الواقع والجمهور المستهدف واحتياجاته وكافة عناصر البيئة من أجل تحديد نقاط القوة والضعف.
 - ٢- تحديد الأهداف في ضوء الدراسة السابقة، والتنبؤات المستقبلية.
 - ٣- تحديد البدائل وتقييمها واختيار البديل المناسب.
 - ٤- إعداد خطط فرعية تفصيلية للمجالات الوظيفية.
 - ٥- إعداد الموازنات.
 - ٦- تصحيح وتعديل الخطوات السابقة في ضوء إرجاع الأثر والتغذية المرتدة والمستقبلية، اعتماداً على تقييم الماضي والتنبؤ بالمستقبل.

ونظراً لامتداد جائحة كورونا واستمرارها لفترة غير محددة الوقت فتم من خلال هذا البحث وضع استراتيجية تصميمية متوسطة الأجل وقد تمتد لتكون طويلة الأجل في حالة استمرار الجائحة وامتدادها لتعزيز السياحة في ظل جائحة كورونا من خلال تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتوضيح الطرق الاحترازية للوقاية من جائحة كورونا وتحقيق الهوية الثقافية لتلك التصميمات.

ثانياً: الهوية الثقافية:

هي صيغة الوعي النفسى بالذات عبر الآخرين، وتوجد ثلاث مستويات للهوية، هوية الفرد وهي ذاتيته ومدى التزامه الذي يميزه عن غيره، فالهوية قد تتكامل وتسفر عن التزام محدد الشخصية، فهي تمثل البصمة بالنسبة للإنسان فيتميز بها عن غيره وتتجدد فاعليتها ويتجلى وجهها كلما أزيلت من فوقها طوارئ الشمس، إنها الشفرة التي يمكن للفرد عن طريقها أن يعرف نفسه في الجماعة التي ينتمى إليها، والتي عن طريقها يتعرف على الآخرين باعتباره منتمياً لتلك الجماعة.

أ- مستويات الهوية: وهى مستويات تتغير حسب المصطلح والمواقف:

- ١- الفرد داخل الجماعة وهى الهوية الفردية.
 - ٢ - الجماعات داخل الأمة وهى الهوية الجماعية.
 - ٣ - هوية الأمة والأمم الأخرى.
- ب- أهمية الهوية الثقافية:** بالنسبة للفرد والجماعة والمجتمعات تتمثل في أنها:
- ١- تظهر الإتفاق والاختلاف وما هو مرغوب وما هو مرفوض بين الأفراد والجماعات.
 - ٢- تنمي لدي الأفراد الاحساس بالانتماء وتدعم الصلات الإنسانية وتقوي الروح الجماعية.
 - ٣- تكون لديهم إتجاهات وأهداف مشتركة وميول متقاربة تساعد علي تميزهم داخل نطاق المجتمع دون أن يتعارض هذا مع تجانس النسق الثقافي العام.

ج- التحديات المعاصرة وانعكاساتها على الهوية الثقافية للمجتمع: هناك العديد من التحديات تواجه الهوية الثقافية وخاصة

في مجتمعنا العربى المعاصر، وتتركز أهم التحديات علي ظاهرة العولمة، إذ تفرض العولمة نفسها على الحياة المعاصرة، وعلى العديد من المستويات، سياسياً، اقتصادياً، علمياً، ثقافياً، إعلامياً وتربوياً، ولقد اجمعت الكتابات على أن نظام العولمة الذي أصبح اليوم نظاماً يشكل ظاهرة كونية على اعتبار الخطر الأكبر الذي تنطوي عليه العولمة هو محو الهوية الثقافية للشعوب، وطمس الخصوصيات الحضارية للأمم فإن ذلك من الموضوعات التي تحتاج معالجتها إلى قدر كبير من الفهم لعمقها وجورها، والإدراك لبعدها وغايتها، والوقوف على ما تنطوي عليه السياسات التي تتحكم فيها وتقودها، وتمهد للتمكين لها بشتى الطرق وبمختلف الوسائل، ولعل من أهم هذه التحديات:

١- **تحديات ثقافية:** تعرف الثقافة على إنها مجموعة من المفاهيم والمعارف التي تمثل هوية المجتمع وتراثه بما يتضمنه من قيم وأعراف وتقاليد، وهى نتاج تفاعل الإنسان مع بيئته، وتعطيه سماته الخاصة وتكون اتجاهاته وسلوكه، ونتيجة لثورة المعلومات والاتصالات ظهر الغزو الثقافي واختراق الثقافة الوطنية، حيث يُمثل هذا الاختراق الثقافي بعداً من أبعاد العولمة، والذي عبّر عنه بالعولمة الثقافية، والانفتاح غير المسبوق للثقافات على بعضها البعض، وبلوغ البشرية مرحلة الحرية الكاملة لانتقال الأفكار، الاتجاهات، المعلومات بأقل قدر من القيود السياسية والجغرافية التقليدية، وفوق ذلك كله فهناك قيم سلبية على حساب القيم الإيجابية مثل سيادة قيم التقليد والاتباع وما ارتبط بها من طمس لهوية المجتمع وتآكل شخصيته وذاتيته على الابتكار والإبداع.

٢- **تحديات سياسية:** تعتبر التحولات السياسية في عصرنا الحالي من القوى الكبرى في التغيير الحادث للمجتمعات الآن، حيث تشمل جوانب وأبعاداً كثيرة من أبرزها زيادة المد والتقارب الدولي وزيادة وعي الإنسان بعالمية العالم، وتبرز بوضوح الهوية والمواطنة العالمية التي تسعى لتحل تدريجياً محل الولاءات الوطنية.

٣- **تحديات اقتصادية:** يرتبط التحدى الاقتصادى بحاجة الدول إلى بعضها البعض فى تبادل العقول والخبرات والتجارب والمعلومات أو السلع والبضائع والخدمات، وتنبولر تلك الاتجاهات فيما يلي: اتجاهات الأيزو، والجودة الشاملة، الاتجاه نحو التخصص، الاتجاه نحو العولمة في مختلف المجالات كعولمة رأس المال والترويج لوحدة الأسواق في العالم، وترسيخ قواعد المجتمعات ما بعد الصناعية التي تعتمد أساساً على المعلومات، كل هذه التحديات تؤدي إلى اتساع موجة التغريب التي ضربت قطاعات عريضة من المجتمع، بجانب تمزق الكثير من الأنسجة فأصبحنا مقلدين للطرز الغربية، ويزداد الأمر صعوبة إذا تأملنا ما يمكن أن يحدث من جراء العولمة إذ أنها يمكن أن تقتحم المجتمعات رغماً عنها وتعمل على تغيير أذواق

الأفراد وقيمهم وأنماط سلوكهم في اتجاه الأذواق والقيم وأنماط السلوك النابعة من الغرب، ومن ثم فإن ظاهرة العولمة هي ظاهرة تغريب وتحديث للمجتمعات.

د- دور الفنون في دعم الهوية الثقافية: للفنون دور هام في تدعيم وتعزيز الهوية الثقافية من خلال اختيار الموضوعات المتعلقة بهويتنا وتراثنا لارتباط ذلك بخصائصنا القومية والتاريخية التي هي أساس أصل بناء أى مجتمع، لذا اتجه هذا البحث إلى توظيف الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لغرس قيمنا وفكرنا وذلك لتعزيز السياحة والحفاظ على هويتنا وثقافتنا لمواجهة التحديات التي تواجهنا بجانب نشر ثقافتنا للشعوب الأخرى والتعريف بها وبمقوماتها، ويُعتبر الفن بوجه عام إحدى وسائل المساعدة في تعديل السلوك بجانب المساهمة في تربية النشء فعن طريق المجالات الفنية المختلفة ومنها الفنون التطبيقية بصفة خاصة يُمكن تعزيز انتماء الفرد بوطنه.

ثالثاً: الأقمعة الوقائية المطبوعة

ينتشر فيروس كورونا عندما يسعل شخص مصاب، يعطس، يغني، يتحدث أو يتنفس في نطاق مسافة ٦ أقدام بينه وبين الآخرين، قد يكون الفرد مصاباً بالفيروس وينشره حتى ولو كان يشعر بأنه بصحة جيدة، ولمنع العدوى وجب أن تغطي الأنف والفم عندما يكون الفرد خارج المنزل، ويمكن أن يحد ذلك من انتشار كوفيد - ١٩ عن طريق تقييد انتشار الفيروس في الهواء، وهنا ظهرت أهمية الأقمعة الوقائية وخاصة في توقيت جائحة الكورونا حيث يُمكن أن تقلل الأقمعة القماشية أو أغطية الوجه التعرض إلى الرذاذ المتطاير المعدى من خلال الترشيح، كما أنه يعزز التباعد الجسدي ويُظهر أن الفرد مكثر بصحة الآخرين، وتسمى أيضا الكمامات الجراحية، وهي كمامات فضفاضة أحادية الاستخدام، وهدفها حماية مرتديها من ملامسة القطرات والرذاذ الذي قد يحتوي على جراثيم، كما تصفّي الكمامة الطبية الهواء من الجسيمات الكبيرة أثناء الاستنشاق.

يمكن تقسيم الأقمعة إلى الأقمعة الوقائية الطبية، والأقمعة الوقائية التنفسية، أما الأقمعة الطبية فهي منتج مصمم لحماية أجزاء من وجه المستخدم وتشمل منطقة الأنف والفم من الاتصال بالدم أو سوائل الجسم الأخرى خلال القيام بالإجراءات الطبية وكأمثلة على أقمعة الوجه الطبية فأنها تشمل الأقمعة الجراحية والأقمعة الخاصة بالإجراءات الطبية العامة وأقمعة العزل وأقمعة طب الأسنان، أما الأقمعة التنفسية فهي ملائمة لوجه المستخدم محكمة الإغلاق توفر حاجزاً مادياً للسوائل، الجسيمات، الغبار الجوى.

وهناك أيضاً تقسيم للأقمعة الوقائية حسب نوع القماش مثل ما يلي:

أ- أنواع الأقمعة الوقائية حسب نوع القماش:

١- أقمعة القماش الأكثر فعالية هي

- مصنوعة من نسيج مغزول بإحكام مثل القطن أو خليط من الأقطان.

- التي يسهل التنفس من خلالها.

- طبقتين أو ثلاثة من النسيج.

٢- الأقمعة القماش الأقل فعالية هي

- المصنوعة من قماش غير مغزول بإحكام مثل النسيج الفضفاض.

- يصعب التنفس من خلالها (مثل البلاستيك أو الجلد).

- طبقة واحدة.

ب- الأقمعة الثلاثة الأكثر شيوعًا:

القناع أو غطاء الوجه القماشي: هو قناع قماشي يستخدم لتغطية الأنف والفم ويربط خلف الرأس أو يثبت حول الأذنين بحلقتين/عُرْوَتَيْن مطاطيتين، ويكون مصنوع من القطن أو الحرير أو الكتان أو النيوبرين (المطاط الصناعي)، ويصنع آليًا أو يخيطة يدويًا. ويمكن عمل نسخة محلية الصنع من وشاح/طرحة أو قميص قصير الكمين. ويجب أن يكون مصنوع من نسيج مغزول بإحكام، يجب على معظم الناس ارتداء قناع من القماش، وهذا حتى يكون هناك ما يكفي من الأقمعة الجراحية وأقمعة N95 المانعة للاستنشاق للأطعم الطبية، فإن ارتداء غطاء قماشي لا يحل محل التباعد الجسدي، وهو فعال عندما يقترن بالحفاظ على مسافة ٦ أقدام من الآخرين، يُغسل في الغسالة أو يدويًا بعد كل استخدام، وهذا النوع من الأقمعة الوقائية هو محل التجربة البحثية كما في شكل رقم (٢).

القناع الجراحي: هو قناع مصنوع ليستعمل مرة واحدة، ويستخدم غالبًا في الجراحة، وترتيبه الأطقم الطبية للحماية من تناثر السوائل، ويرتدي بعض العاملين غير الطبيين أيضًا أقمعة جراحية للاستعمال مرة واحدة وللحماية من السوائل المتناثرة، وهؤلاء يشملون أولئك الذين يعملون في عمليات التصنيع، معالجة الأطعمة الجاهزة، الخدمات المجتمعية/الاجتماعية، الرعاية اليومية المنزلية، إنفاذ القانون/السلامة العامة، المدارس كما في شكل رقم (٣).

أقمعة N95 المانعة للاستنشاق: هو قناع به مانع للاستنشاق يمنع ٩٥٪ من الجسيمات التي يتم استنشاقها لذلك سمي بهذا الاسم، ويعد أفراد الأطقم الطبية أشد ما يحتاجون إلى هذه الأقمعة أكثر من غيرهم، ولكن هناك بعض العاملين في المجالات الصناعية الأخرى الذين يستخدمونها أيضًا كما في شكل رقم (٤).



شكل رقم (٤): أقمعة N95



شكل رقم (٣): القناع الجراحي



شكل رقم (٢): القناع القماشي

رابعاً: الانفوجرافيك

انتشر مصطلح انفوجرافيك Infographic في أوساط المصممين وشركات الإنتاج الفني والإعلامي والشركات المتخصصة في مجال التسويق وفي مجتمع المصممين ومجتمع الأعمال حتى أصبح أداة رئيسية في الإعلام والترويج. أ- تعريف الانفوجرافيك: هو شكل من أشكال التواصل المرئي الذي يساعد على تبسيط المعلومات، وله تأثير بصري جذاب ويحظى بتفاعل كبير من قبل الناس حيث يساعد على تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى صور مرئية لتوصيل النقاط الرئيسية بشكل سهل وأكثر فعالية، ويصبح من السهل على العين ترجمة المعلومات ومعرفة الغرض منها بشكل أسرع.

ب- أهمية الإنفوجرافيك: تغيير الطريقة الروتينية لعرض المعلومات والبيانات للجمهور وهذا يساعد على تغيير استجابة الناس وتفاعلهم مع هذه البيانات عند رؤيتها وعرض البيانات والأفكار بسهولة وسلاسة ويعمل على توصيل الأفكار المعقدة بسلاسة.

ج- مبادئ الإنفوجرافيك: ١- تدعيم التصميم بالأرقام. ٢- البساطة وتجنب التعقيد. ٣- الالتزام بنوع واحد في التصميم. ٤- البساطة في اختيار الألوان. ٥- اعتماد التسلسل في سرد المعلومات.

د- فوائد الإنفوجرافيك: ١- يجمع التصميم بين الصور والألوان والمحتوى الذي يجذب العين بشكل طبيعي أكثر من النصوص والصور العادية. ٢- يحفز الآخرين على مشاهدة تفاصيله والانتباه إلى الفكرة المعروضة لفترة طويلة من الوقت. ٣- يسمح بأن يتضمن رمز يتم مسحه من خلال الهواتف حتى يتم مشاركته بسهولة على الشبكات الإجتماعية، مما يسهل المشاركة على مواقع التواصل ومواقع الويب. ٤- يوفر المساحة فصورة واحدة من تصميم الإنفوجرافيك تساوي ألف كلمة، فيمكن إختصار ما تريد عرضه في لوحة واحدة. ٥- يساعد في إنشاء إتصال فريد من نوعه فتستخدمه معظم الشركات لتضيف الشعار والمعلومات الخاصة بها.

هـ - أنواع الإنفوجرافيك: هناك العديد من أنواع الإنفوجرافيك مثل الإنفوجرافيك الثابت، الإنفوجرافيك المتحرك، الإنفوجرافيك التفاعلي، والإنفوجرافيك المختلط، ويمكن معرفة الفرق بينهم كما في شكل رقم (٥).



شكل رقم (٥): يوضح أنواع الإنفوجرافيك

خامساً: السياحة

إن السياحة لم تعد مجرد نشاط ترفيهي وتسليي للإنسان بل تعتبر صناعة لها أبعادها وأهدافها، فأثار السياحة الاجتماعية، الثقافية، والإنسانية لا تقل أهمية عن أثارها الاقتصادية، فالسياحة وسيلة ومناخ مشبع بروح التفاهم والتسامح والتقارب بين الحضارات والشعوب، وعلى ذلك فالسياحة أداة لإكتشاف وحدة الإنسانية.

أ- تعريف السياحة: تعرف منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة السياحة " بانها نشاط السفر بهدف الترفيه والسائح ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومتر علي الأقل من مسكنه "، وقد تعددت وتنوعت السياحة ومنها السياحة الثقافية والتي اعترف بها رسميا عام ١٩٦٣ لدعم مفهوم الصداقة والتفاهم بين الشعوب، واعلنت منظمة اليونسكو عام ١٩٦٦ ان السياحة الثقافية تساعد في تدعيم مسيرة السلام وعام ١٩٧٦ تم تبني مفهوم احترام التراث الثقافي العالمي والطبيعي الذي يجب ان يتقدم علي أي اعتبار آخر. وتلعب السياحة دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية فضلاً عن إسهامها في زيادة الدخل القومي إلى جانب دورها في تقريب المستويات الاقتصادية.

ب- انماط السياحة: - السياحة الدولية - السياحة الداخلية.

ج- أنواع السياحة: هناك أنواع من السياحة مثل: السياحة الدينية، السياحة العلاجية والاستشفائية، السياحة الاجتماعية، سياحة المعارض، سياحة المؤتمرات، سياحة السباقات والمهرجانات، سياحة السفاري والمغامرات، سياحة رياضية، سياحة ترفيهية، سياحة ثقافية (التراثية، الأثرية، التاريخية). وقد شهدت صناعة السياحة دوراً رئيساً في تسويق المنتجات للمسافرين، ونظراً للحاجة إلى البحث عن طرق جديدة لجذب السائحين، فإن المنطقة التي تطور قدراتها في مجال السياحة تخلق فرص جديدة للسائح لفهم المكان والشعب والزمن الغير مألوف، ونظراً لأن السياحة تتطور وتتغير بسرعة فإنها تواجه تحديات مستمرة، والسياحة عموماً صناعة نظيفة ومن ضمن التحديات التي تواجه قطاع السياحة اليوم جائحة كورونا وما سببته من حالة الركود نتيجة تأثير جائحة فيروس كورونا المستجد (COVID-19) وهذا يتطلب المزيد من الجهد لتعزيز السياحة وتوقعاتهم لمنتجات وخدمات عالية الجودة، ونظراً لأن السياحة هي أساساً صناعة للخدمات، لذا اهتم هذا البحث بالاستفادة من الإستراتيجية التصميمية من أجل تحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة كورونا.

تعزيز السياحة: يهتم هذا البحث بتعزيز السياحة من خلال توفير المعلومات الضرورية للسائح عن المناطق المنتقاه لعمل التصميمات

والإنفوجرافيك لهذه المناطق، للتشجيع على معرفة معلومات عن هذه المناطق من خلال الأقمعة الوقائية والإنفوجرافيك، فتم ابتكار مجموعة من التصميمات التي تحمل طابع الهوية الثقافية لبعض المناطق بجمهورية مصر العربية وكذلك المملكة العربية السعودية والعمل على استحداث تصميمات للأقمعة الوقائية وللإنفوجرافيك لكل منطقة منهم وذلك كإحدى السبل لتعزيز السياحة من خلال المحافظه على الهوية الثقافية لكل مدينة بجانب التوعية من فيروس كورونا.

سادساً: جائحة الكورونا

أولاً: تاريخ فيروس كورونا (كوفيد ١٩)

هو مرضٌ تنفسي حيواني المنشأ، يُسببه فيروس كورونا المرتبط (بالتلازمة التنفسية الحادة الشديدة)، هذا الفيروس قريبٌ جداً من فيروس سارس، واكتُشف الفيروس المستجد لأول مرة في مدينة ووهان الصينية عام ٢٠١٩، وانتشر حول العالم منذ ذلك الوقت مسبباً جائحة فيروس كورونا ٢٠١٩-٢٠٢٠ العالمية. وينتشر الفيروس في العادة بين الأشخاص أثناء الاتصال الوثيق بينهم، غالباً عبر قطرات صغيرة من الرذاذ تنتج عن طريق السعال والعطس والتحدث تسقط هذه القطرات عادةً على الأرض أو على الأسطح والسفر عبر الهواء لمسافات طويلة في الحالات الأقل شيوعاً، قد يصاب بعض الأشخاص بالمرض عن طريق لمس الأسطح الملوثة ثم لمس وجههم، كما أن العدوى ممكن أن تحدث قبل ظهور الأعراض ومن أشخاص لا تظهر عليهم أعراض شبيهة بالإنفلونزا مثل الحمى والسعال وضيق التنفس، وبرز أعراض المرض هي ارتفاع درجة حرارة الجسم والإصابة بالعطس والسعال.

ثانياً: جائحة كورونا وتأثيرها على السياحة

كان لتفشي وباء كورونا تأثيراً كبيراً على قطاع السياحة حول العالم بسبب القيود المفروضة على السفر، وذلك بسبب انخفاض حركة الطلب على السفر بين المسافرين وانخفاض السفر المخطط له حول العالم بنسبة ٨٠-٩٠٪، تم إغلاق العديد من مناطق الجذب السياحي وإيقاف العمل في جميع أنحاء العالم بسبب وباء كورونا ٢٠١٩-٢٠٢٠، مثل المتاحف، المتنزهات، الأماكن الرياضية وغيرها، وفرضت العديد من البلدان والمناطق الحجر الصحي المنزلي، وحظر التجول وغيرها من قيود أخرى على المواطنين أو المسافرين القادمين من المناطق الأكثر تأثراً. كما تفرض دول ومناطق أخرى قيوداً عالمية تنطبق على جميع البلدان والأقاليم الأجنبية، وتمنع مواطنيها من السفر إلى الخارج لذلك اهتم البحث بإستراتيجية

تصميمية جديدة تتم من خلال إبتكار تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك معاً لتحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.

٢- الدراسة التجريبية:

التجربة العملية انبثقت منها تجربة مرتبطة بتحقيق إستراتيجية تصميمية جديدة لتحقيق الهوية الثقافية للحملة الاعلانية التي تدعم تعزيز السياحة، تم إبتكار الأفكار التصميمية من خلال تصميمات تعبر عن هوية المنطقة المعن عنها من خلال العناصر التصميمية المعبرة عن هويتها أو من خلال استخدام أشهر المعالم لكل منطقة، وعمل التحليل الفني لها والاستفادة من تقنيات الحاسب الآلى فى عملية التصميم وادخال الملامس والتأثيرات والمعالجات الفنية المختلفة، وملحق بكل تصميم نموذجين توظيفيين (نموذج للأقمعة الوقائية المطبوعة وأيضاً نموذج للإنفوجرافيك) لتعزيز السياحة فى ظل جائحة كورونا، متبوعاً بالتحليل الفني لكل تصميم.

أولاً: العملية الإبتكارية فى الأفكار التصميمية

تمر الأفكار التصميمية والتطبيقية بمراحل من التطور تعتمد فى تطورها على المشاكل الخاصة بالمجتمع وطرق حلها، إلى أن تصل الفكرة المبتكرة إلى كونها منهجية عملية تؤدي إلى حلول قابلة للتطبيق لحل هذه المشاكل التصميمية، وأثناء محاولة المصمم الوصول إلى فكرته يمر بمراحل من البحث والدراسة والتجارب، مما يؤكد على الفكرة المبتكرة فهى سلسلة من التحولات الفكرية القائمة على حلول للقضايا الخاصة بالمجتمع، من هنا يمكن إيجاز مراحل إبتكار الفكرة التصميمية ذات المدلول فى الآتى:

١- الدراسات الأولية: يقصد بها كل ما يقوم به المصمم من دراسات ورسومات تمهيدية واستطلاع حالة وملاحظة وقراءة وفحص لطبيعة المشكلة التصميمية محل الدراسة وإرتباطها بالقضايا المجتمعية، والتسجيل الأولي لتحديد المعالم الأساسية للفكرة، فالدراسات الأولية ما هى إلا خطوة أولى فى مراحل الإبتكار وهى التى ستساعد فى استلهام الفكرة التصميمية، وإذا تأملنا تواصل الخبرات ونموها عند المصمم، فكل إبتكار قد يصل إليه يعتبر تحضيراً لإبتكار آخر، ولكي يستطيع المصمم أن يقوم بالتحضير لأفكاره، فإن بداية الإبتكار للأفكار التصميمية عندما تبرز الأفكار الذاتية والموضوعية بهدف الوصول إلى حل مبتكر وشامل.

٢- العصف الذهنى: تمر عملية إبتكار الأفكار التصميمية بعد مرحلة الدراسات الأولية والتحضير لها بمرحلة العصف الذهنى، وتمثل هذه المرحلة فترة انتقالية بين مرحلة التحضير وبروز الفكرة، وفى هذه الفترة تتبلور الأفكار والآراء وتنضج الخبرات القديمة لدى المصمم وأهم ما يُمكن أن يقال فى هذه الفترة أن العقل يبحث بعمق ويدرس الأوضاع ويحاول أن يدرك العلاقات ويقابل القديم بالجديد والماضى بالحاضر، ويعيد تشكيل الخبرة مستبعداً الاتجاهات التى قد تعطل العملية الإبتكارية.

٣- بلورة الفكرة: عندما تصل الفكرة التصميمية لبداية بؤادر الفكرة التى تجعل المصمم يدرك العلاقات الخفية ويعثر على روابطها يكون قد انتهى من فترة العصف الذهنى ودخل مرحلة بلورة الفكرة، وليس معنى هذا أن هناك فواصل أو حدود بين كل مرحلة وأخرى، ولكنها مراحل متتالية غير منفصلة، ولحظة البلورة ليس لها مكان أو زمان فربما يكون المصمم منشغلاً فى نشاط مختلف عن نشاط التفكير أو التصميم، فتظهر الفكرة المبتكرة فجأة وبدون مقدمات، تلك هى اللحظة ومن هنا يأتي إبتكار الفكرة فى تلك اللحظة.

٤- الصياغة النهائية: بعد أن تتضح لحظة بلورة الفكرة التصميمية، يدرك المصمم ما هو بصدده، وتبدأ الصورة تتضح ويظهر له ما هو مقبل عليه فيبدأ فى تنفيذها خطوة بخطوة، فيعمل على إحكام الروابط بين العلاقات وصياغتها، وتتم عملية الصياغة على أساس استبعاد العلاقات غير الأساسية وتأكيد الأساسية منها، ومرحلة الصياغة لا تعنى الإضافات العارضة

أو اللمسات التي يحكم بها تعبيره، فالهدف الأساسي في الحقيقة هو الوصول بحالة الاندماج إلى أرفع مستوى يستطيع معه تحقيق الهدف الأساسي لفكرته التصميمية.

ثانياً: دور تصميم طباعة أقمشة الأفتعة الوقائية في تحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة

يعتبر تصميم طباعة أقمشة الأفتعة الوقائية فكرة أو موضوع مرسوم بهدف إضفاء قيم جمالية ولمسية على الأقمشة السادة، بجانب الوعي التام بعلاقة الغرض الموضوع من أجله والوظيفة المطلوبة، وهنا يظهر دور تصميم طباعة المنسوجات كأحد المجالات الفنية في هذا البحث للتأكيد على الاعتزاز بهويتنا وقيمنا وثقافتنا العربية، فمن خلال التمسك بمبادئنا إلى جانب التطور للمستقبل مع الاعتزاز بالماضي والموازنة بين الأصالة والمعاصرة يتم الاستفادة من ثمرات المعرفة مع الحفاظ على الهوية الثقافية فيكون التصميم ومن خلاله تتكون القدرة على ممارسة استيعاب التراث الإنساني، والاستفادة من التجارب الفنية التي خلفها الأجداد فيساهم في تربية النشء، فيجب علينا الفهم الصحيح لاستلهام التراث، لا مجرد انتقاء عناصر تراثية واستعارة سمات خارجية أو قوالب محفوظة دون النبض العميق الذي تتمثل فيه هويتنا وأصالتها. فعن طريق تصميم طباعة أقمشة الأفتعة الوقائية تم ابتكار أفكار تصميمية تساهم في التدريب على رؤية التراث الفني واستيعابه حتى تساهم في أن تجعلنا على معرفة بثقافة مجتمعنا، فأصالة العمل الفني تأتي من صدق الفنان ومن تفتح وجدانه لما يحيط به ومحصله فهمه لروح بلده، وفلسفتها، وخصائصها المميزة فيفتح الفكر والوجدان والإبداع دون افتعال أو تقليد ومحاكاة الغرب مما يؤدي إلى التكيف والانتماء لوطننا ولانشرع بالعربية فيه ويؤدي إلى الارتباط بمجتمعنا وتعزيز انتمائنا له.

ثالثاً: دور تصميم الإنفوجرافيك في تحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة

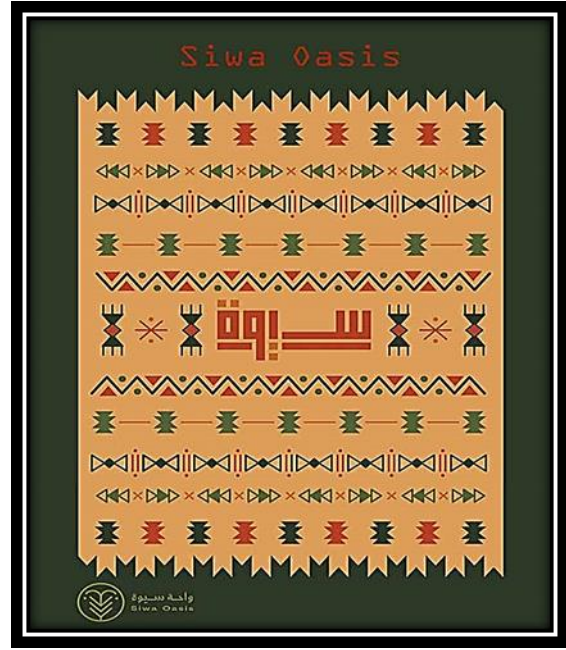
إن الإنفوجرافيك يلعب دوراً هاماً في توصيل الرسائل الإعلانية بشكل أسرع وبسيط واستطاع أن يثبت نفسه كأداة جذب هامة في الإعلانات والتسويق وأثبت جدارته لذلك تقوم المؤسسات والشركات والهيئات السياحية بمحاولة استخدام تقنية الإنفوجرافيك بكافة أنواعه (متحرك، ثابت، تفاعلي، مختلط) لترويج منتجاتها وخدماتها لجذب أكبر عدد من العملاء وتعزيز التفاعل الاجتماعي بين السائحين وزيادة معرفتهم بمختلف عناصر السياحة ولزيارة الأماكن المألوفة وغير المألوفة لهم ويساعد علي زيادة الوعي الثقافي.

وفيما يلي عرض الأفكار التصميمية للحملة الإعلانية وقد تم اختيار المناطق نظراً لكونها مناطق سياحية في البلدين بجانب توحيد الإنفوجرافيك من حيث استخدام الخريطة أو الموقع الخاص بالمنطقة المستخدمة، الملابس التقليدية، الاحتفالات والأعمال اليدوية، مع التغيير في العناصر طبقاً لطبيعة كل منطقة من حيث الزخارف، أهم المعالم، الاحتفالات المختلفة، الملابس التقليدية والأعمال اليدوية، ونظراً لأن مقاس الباترون الخاص بالأفتعة يكون عادة ٢٢,٥*١٥ سم، فقد روعي في التصميم أن تكون مساحته ٣٠*٢٠ سم.

الفكرة التصميمية رقم (١):



المقترح التوظيفي للأقنعة الوقائية المطبوعة رقم (١)



التصميم رقم (١): منطقة سيوه بمصر



تصميم الإنفوجرافيك رقم (١)

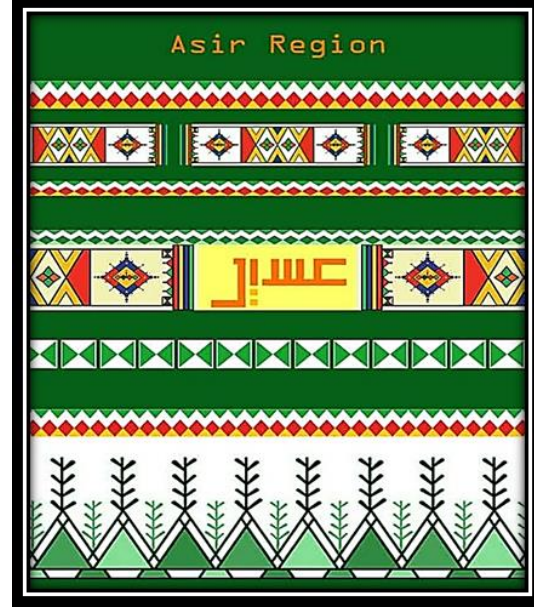
التحليل الفني: استوحيت فكرة التصميم من الزخارف الشعبية لمنطقة سيوه بمصر، وقد استخدم اللون والشكل معاً ليس كعنصرين ولكن ليعبرا على ما تتضمنه الرموز من مفاهيم ومعاني شمولية، وقد استخدمت الزخارف الهندسية بتكرار متماثل للتأكيد على الإيقاع بالتصميم كل ذلك على خلفية من اللون البني كخلفية الجدران الحجرية للتأكيد على لون الأرض فهي أساس الحياة، أما بالنسبة للمجموعة اللونية المستخدمة فهي من الألوان الساخنة مثل الأصفر، البرتقالي والأحمر بدرجاتهم، والألوان الباردة من الأزرق والأخضر مما أحدث نوعاً من التباين اللوني، وتم عمل مقترح توظيفي لأقمشة

طباعة الأقنعة الوقائية من التصميم وكذلك عمل تصميم الإنفوجرافيك موضعاً فيه الاحتفالات، الملابس والحرف الشعبية بسببه وكذلك التأكيد على الإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا.

الفكرة التصميمية رقم (٢):



المقترح التوظيفي للأقنعة الوقائية المطبوعة رقم (٢)



التصميم رقم (٢): منطقة عسير بالسعودية



تصميم الإنفوجرافيك رقم (2)

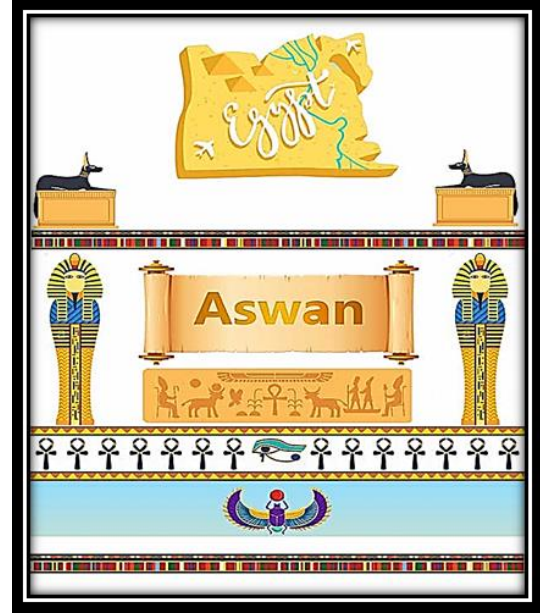
التحليل الفني: استوحيت فكرة التصميم من الزخارف الشعبية لمنطقة عسير بالسعودية، وتم البناء التكويني للتصميم بمحاور أفقية من الزخارف الممتدة بعرض التصميم لأن الخطوط الأفقية تؤكد على الارتكاز والاستقرار، وظهر التكرار للعناصر المختلفة الأحجام مما أعطى إحساساً بالايقاع المتعاقب الحادث من انتظام النسق التعبيري والمصحوب في الوقت نفسه بعامل التغير الدائم والمستمر، وتم استخدام مجموعة من الألوان المتباينة سواء في الأشكال أو الأرضية مما أدى إلى ظهور التصميم في شكل وحدة متصلة العناصر ومتوائمة بعضها مع الآخر، وجمع التصميم بين الألوان الساخنة والباردة المتمثلة في الأصفر

والبرتقالي، الأزرق والأخضر بدرجاتهم مما أحدث نوعاً من التباين اللوني، وتم عمل مقترح توظيفي لأقمشة طباعة الأتقنة الوقائية من التصميم وكذلك عمل تصميم الإنفوجرافيك موضعاً فيه الاحتفالات، الملابس والحرف الشعبية بعسيروكذلك التأكيد على الإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا.

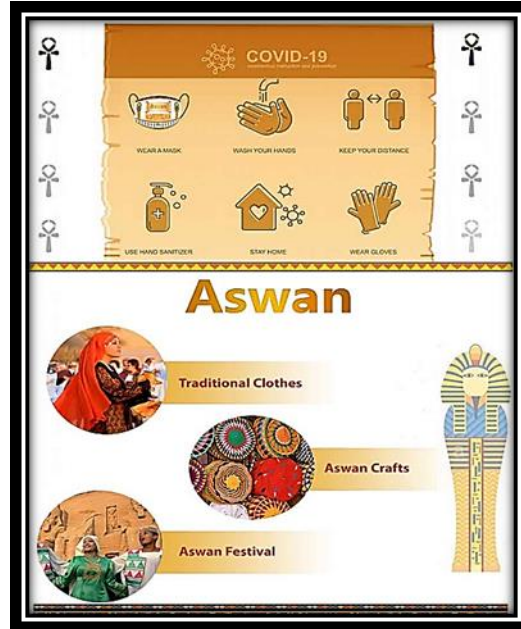
الفكرة التصميمية رقم (٣):



المقترح التوظيفي للأقنعة الوقائية المطبوعة رقم (٣)



التصميم رقم (٣): منطقة اسوان بمصر



تصميم الإنفوجرافيك رقم (٣)

التحليل الفني: استوحيت فكرة التصميم من الزخارف والتمائيل لمنطقة أسوان بمصر، واستخدام اللون والشكل معاً ليس كعنصرين منفصلين ولكن كعنصرين مكملين لبعضهما البعض وليعبرا على ما تتضمنه الرموز من مفاهيم ومعاني شمولية مثل اللون الأزرق الذي يعبر عن لون نهر النيل نبع الحضارة المصرية في منطقة اسوان، وقد استخدمت الزخارف الهندسية والعناصر التصميمية بتكرار متمائل للتأكيد على الإيقاع بالتصميم وظهر استخدام اللون البني للتأكيد على لون ورق البردي

الذي يعبر عن التراث الحضاري، أما بالنسبة للمجموعة اللونية المستخدمة فهي من الألوان الساخنة مثل الأصفر، البرتقالي والأحمر بدرجاتهم، والألوان الباردة من الأزرق مما أحدث نوعاً من التباين اللوني، وتم عمل مقترح توظيفي لأقمشة طباعة الأقمشة الوقائية من التصميم وكذلك عمل تصميم الإنفوجرافيك موضعاً فيه الاحتفالات، الملابس والحرف الشعبية بأسوان وكذلك التأكيد على الإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا.

الفكرة التصميمية رقم (٤):



المقترح التوظيفي للأقمشة الوقائية المطبوعة رقم (٤)



التصميم رقم (٤): منطقة الرياض بالسعودية



تصميم الإنفوجرافيك رقم (٤)

التحليل الفني: استوحيت فكرة التصميم من أهم معالم مدينة الرياض بالسعودية واستخدمت الزخارف الشعبية المنبثقة من رؤية ٢٠٣٠، وقد ظهرت معالم الرياض (أشهر المباني كبرج المملكة وبرج الفيصلية..) ممتدة أفقياً كقاعدة بمنتصف التصميم فتأكد على أنهم محور الاستقرار والارتكاز، وكذلك تأكدت الخطوط الرأسية من خلال الارتفاعات المختلفة لتلك المعالم الممتدة بطول التصميم، وظهرت الزخارف المميزة مترابطة بجانب بعضها البعض فأعطت نوع من الربط بين

عناصر العمل، واعتمدت ألوان التصميم على اللون الأخضر الذي يميز علم المملكة ممتداً بأرضية التصميم، بجانب استخدام ألوان تتميز بأنها ألوان ساخنة، قوية وصريحة، مع استخدام التدرج اللوني، وتم عمل مقترح توظيفي لأقمشة طباعة الأقمشة الوقائية من التصميم وكذلك عمل تصميم الإنفوجرافيك موضعاً فيه الاحتفالات، الملابس والحرف الشعبية بالرياض وكذلك التأكيد على الإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا.

الفكرة التصميمية رقم (٥):



المقترح التوظيفي للأقمشة الوقائية المطبوعة رقم (٥)



التصميم رقم (٥): منطقة سيناء بمصر



تصميم الإنفوجرافيك رقم (٥)

التحليل الفني: استوحيت فكرة التصميم من الزخارف الشعبية لمنطقة سيناء بمصر، وقد استخدم في هذا التصميم الكتابة الهيروغليفية المصرية القديمة مع الزخارف التي اشتهرت بها المنطقة، وقد جمع التصميم بين رموز العناصر النباتية والأدمية والحيوانية، بجانب الخطوط الهندسية كل ذلك على خلفية مثل خلفية من درجات اللون الأزرق رمزاً للبيئة الساحلية

التي تتمتع بها سينا لتعطي حيوية ونقاء للتصميم مما أثرى من عناصر التصميم، أما بالنسبة للمجموعة اللونية المستخدمة فهي من الألوان الساخنة مثل الأصفر والأحمر بدرجاتهم، والألوان الباردة من الأزرق والأخضر مما أحدث نوعاً من التباين اللوني، وتم عمل مقترح توظيفي لأقمشة طباعة الأقمشة الوقائية من التصميم وكذلك عمل تصميم الإنفوجرافيك موضحاً فيه الاحتفالات، الملابس والحرف الشعبية بسينا وكذلك التأكيد على الإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا.

٣- الدراسة الإحصائية:

يتوقف نجاح التصميم على توزيع وتنوع العناصر التصميمية بشكل جيد يحقق من خلاله قيمةً جماليةً وتشكيليةً جديدةً تثرى العين وتمتع من يشاهده، كذلك ربط وتنسيق علاقات هذه العناصر والوحدات ببعضها البعض في وحدة متكاملة لتحقيق الغرض والفكرة الموضوعية من التصميم، كما يجب أن تختار مجموعة لونية تجذب المتلقي وتتفق مع غرض الاستخدام، ومن هنا تم عمل استبانة تقيس مدى تحقق عناصر وأسس التصميم للأفكار التصميمية المبتكرة، مدى ملائمة عناصر وأسس التصميم للمقترح التوظيفي.

اختبار صدق محتوى الاستبانة:

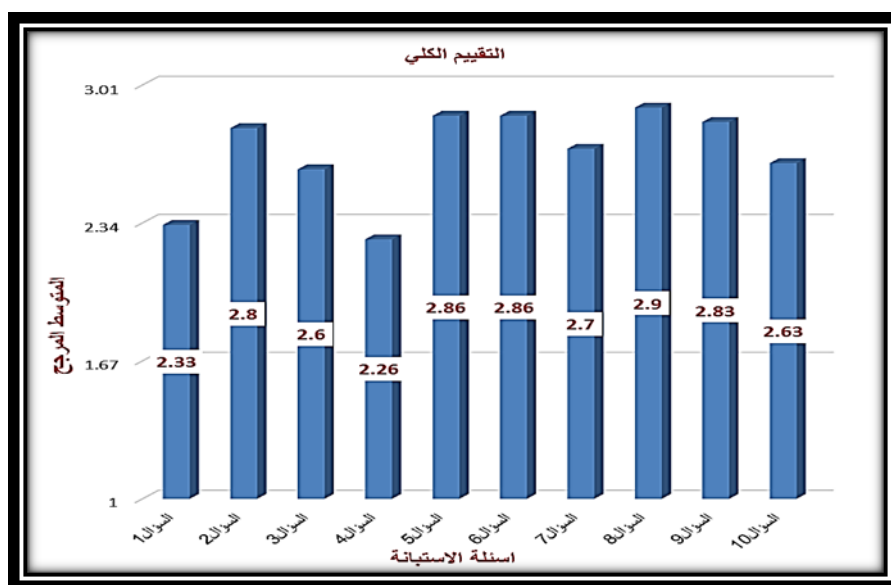
للتحقق من صدق محتوى الاستبانة تم عرضها في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين من اساتذة الجامعات بكلية الفنون التطبيقية بجامعة بدر وكلية الهندسة المعمارية والتصميم الرقمي بجامعة دار العلوم لاستطلاع رأيهم في مدى مناسبة البنود والمحاو، وتم إعادة صياغتها بعد عمل التعديلات وفقاً لآراء السادة المحكمين لتصبح في صورتها النهائية، وعرض الأفكار التصميمية على مجتمع الدراسة من المتخصصين وبلغ حجم العينة (٣٠) عضو هيئة تدريس، طالبات، ارباب العمل، واشتملت الاستبانة على عدد (١٠) عبارة موزعة تقيس مدى تحقق عناصر وأسس التصميم للأفكار التصميمية المبتكرة، مدى ملائمة عناصر وأسس التصميم للمقترح التوظيفي، والإجابة على فقرات الاستبانة بإختيار أحد البدائل الثلاثة طبقاً لمقياس ليكرث الثلاثي وهي موافق (٣ درجات)، موافق إلى حد ما (٢ درجة)، غير موافق (١ درجة)، وتم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام برنامج الاكسل لتحليل نتائج الدراسة.

وفيما يلي نتائج استطلاع آراء المحكمين للاستبانة لبحث " إستراتيجية تصميمية لتحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمشة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا " كما يوضحها جدول (١).

جدول التكرارات والمتوسطات والنسب المرجحة لأسئلة الاستبانة وفقاً لإستجابات عينة الأفراد							
درجة الموافقة	النسبة المرجحة	المتوسط المرجح	مجموع الأوزان	الاستجابة			اسئلة الاستبانة
				موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	
مدى تحقق عناصر واسس التصميم للأفكار التصميمية المبتكرة							
إلى حد ما	٧٧,٧٧ %	٢,٣٣	٧٠	٦	٨	١٦	١- مدى تحقق الوحدة والترابط بين عناصر التصميم.
موافق	٩٣,٣٣ %	٢,٨٠	٨٤	١	٤	٢٥	٢- مدى تناسب الوحدات الزخرفية مع التصميم المقترح.
موافق	٨٦,٦٥ %	٢,٦	٧٨	٢	٨	٢٠	٣- مدى الانسجام بين عناصر التصميم وأسس.

إلى حد ما	٧٥,٥%	٢,٢٦	٦٨	٦	٩	١٥	٤- مدى تحقق المعاصرة والأصالة في التصميم.
موافق	٩٥,٥٥%	٢,٨٦	٨٦	١	٢	٢٧	٥- مدى تماشى التصميم الزخرفي مع الوان الهوية الثقافية لتعزيز السياحة.
مدى ملاءمة عناصر وأسس التصميم للمقترحات التوظيفية							
موافق	٩٥,٥٥%	٢,٨٦	٨٦	١	٢	٢٧	٦- مدى مناسبة توزيع وحدات الزخرفية مع المقترح التوظيفي (الاقنعة الوقائية المطبوعة).
موافق	٩٢,٢٢%	٢,٧	٨٣	٢	٣	٢٥	٧- مدى مناسبة توزيع وحدات الزخرفية مع المقترح التوظيفي (الإنفوجرافيك).
موافق	٩٦,٦٦%	٢,٩	٨٧	١	١	٢٨	٨- مدى مناسبة خطوط التصميم والوانه مع للمقترح التوظيفي (الاقنعة الوقائية المطبوعة).
موافق	٩٤,٤٤%	٢,٨٣٣	٨٥	١	٣	٢٦	٩- مدى مناسبة خطوط التصميم والوانه مع للمقترح التوظيفي (الإنفوجرافيك).
موافق	٨٧,٦٦%	٢,٦٣	٧٩	٤	٣	٢٣	١٠- مدى صلاحية المقترحات التوظيفية للتنفيذ والتطبيق.

جدول رقم (١)



الشكل البياني رقم (١)

الإطار التحليلي: في هذا البحث تم تحليل آراء أفراد عينة البحث حول " إستراتيجية تصميمية لتحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا " وقامت الباحثتان بتحليل آراء أفراد عينة البحث وفقا لمقياس ليكرت الثلاثي المتدرج علي النحو التالي: إذا كانت الإجابة (موافق - إلي حد ما - غير موافق) ، بأوزان: (3 - 2 - 1) علي الترتيب، وتم بعد ذلك حساب المتوسط الحسابي " المتوسط المرجح " علي النحو التالي: غير موافق: (1- 1,66)، إلى حد ما: (1,67 - 2,33)، موافق: (2,34 - 3)، عينة البحث ٣٠ فردًا، وقد قامت الباحثتان بحساب التكرارات والمتوسط المرجح والنسبة المرجحة لكل سؤال من أسئلة الاستبيان وفقا لإستجابات عينة البحث حسب مقياس ليكرت الثلاثي المتدرج وجاءت النتائج على النحو التالي:

يتبين من الجدول رقم (١) والشكل البياني رقم (١) اتفاق آراء عينة البحث حول الأسئلة، حيث وقعت آرائهم في مستوى "موافق" لمعظم الأسئلة بناءً علي التدرج الثلاثي للوزن المرجح، وتراوحت قيم المتوسطات المرجحة ما بين (٢,٦ - ٢,٩) حين وقعت آرائهم في " موافق لحد ما " للسؤال الأول والرابع حيث بلغ المتوسط المرجح ٢,٢٩ ، والنسبة المرجحة علي الترتيب (٧٥,٥% - ٧٧,٧%) مما يؤكد إمكانية الاستفادة من إستراتيجية تصميمية لتحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.

النتائج:

- ١- يتضح أنه يمكن تحقيق إستراتيجية تصميمية جديدة من خلال ابتكار تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك معًا لتحقيق الهوية الثقافية لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.
- ٢- بينت الدراسة الإحصائية أن هناك دلالة إيجابية لصالح التجارب التصميمية والتوظيفية مما يدل على صحة الفروض.
- ٣- إبراز دور الفنون التطبيقية من خلال ابتكار تصميمات الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك كوسيط فني يعكس جذورنا الثقافية وهويتنا لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا.

التوصيات:

- ١- خلق مصدر فني وابداعي مضاد للتصدى للتيارات المواجهة لثقافتنا من خلال استخدام الوسائل والتقنيات الحديثة بشكل يتناسب مع طابعنا وهويتنا الثقافية.
- ٢- فتح آفاق جديدة ورؤى تجريبية تتبنى حرية الإبداع في مجال تصميم الأقمعة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك.
- ٣- إجراء المزيد من الأبحاث المرتبطة بتعزيز السياحة من خلال هويتنا الثقافية.

وتتقدم الباحثتان بجزيل الشكر والتقدير لعمادة الدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة دارالعلوم، الرياض، المملكة العربية السعودية على الدعم المادي لهذا البحث.

قائمة المراجع:

- ١- السيد بهنسي: " إبتكار الأفكار الإعلانية "، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٧.
- ٢- الغريب زاهر اسماعيل: " التعليم الإلكتروني من التطبيق إلي الاحتراف والجودة "، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٩.
- ٣- Algharib zahir aismaeil: " altaelim al'aliktruni min altatbiq ila alaihtiraf wa aljawda "، alam alkutub, alqahira, 2009.
- ٣- حسن حسن البيلالوي: " التعليم واحتياجات المجتمع في القرن العشرين "، مجلة التربية المعاصرة، العدد (٤٦)، ١٩٩٧.
- Hasan hasan albiblawy: " altaelim we ehtiajat almujtama fe alqarn aleishrin "، majalat altarbia almuasra, aladad (46), 1997.

- ٤- حسنى عبده مسعد أبو النصر: " الفكرة الإعلانية وتطورها فى الإعلان الصحفى فى مصر "، رسالة دكتوراه، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠٠٠.
- Husny abduh musad abwalnsr: " alfikra al elanaya wa tataurha fe al'elan alsuhfay fe misr ", risalat dukturah, qism al ielani, kulayt alfunun alttbyqya, jamieat hilwan, 2000.
- ٥- حواس محمود: " الثقافة والأخلاق والتحدى التكنولوجى "، منشورات اتحاد الكتاب العربى، دمشق، ٢٠٠٢.
- Hawaas mahmud: " althaqafa wal'akhlaq wa altahady altiknuluju ", manshurat eitahad al kittab al arabe, dimshq, 2002.
- ٦- راشد حسين العبد الكريم، صالح عبد العزيز الناصر: " التربية الوطنية فى مدارس المملكة العربية السعودية "، دراسة تحليلية مقارنة فى ضوء التوجهات التربوية الحديثة، اللقاء السنوي الثالث عشر لقادة العمل التربوي، الباح، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠١.
- Rashid husayn al eabd alkarim, Salih abd alaziz al naser: " altarbiat alwataniat fi madaris almamlaka al arabia al saudia ", dirasa tahlilia mqarna fi dawa' altawajuhah altarbawia alhaditha, alliaqa' alsanawi al thalith ashri liqadat al amal altrbwi, albahat, almamlaka al arabia al saudi, 2001.
- ٧- ريهام الجندي: " الإنفوجرافيك والبيانات "، المؤتمر الدولي الأول للفنون الجميلة، ١٧ - ١٩ فبراير، الأقصر، ٢٠١٥.
- Reham al gendy: " al infographic wa al byanat " al mootamar al dawly al awal lelfnon al gamela, 17-19 febrayer, aloxour, 2015.
- ٨- سعد السيد سعد العبد: " قيم الانتماء والمواطنة فى ضوء مفهوم ودلالات حقوق الانسان كمدخل لانتاج ابداعات فنية مستحدثة تتسم بالطابع القومى "، المؤتمر العلمي الثاني لحقوق الانسان ومناهج الدراسات الاجتماعية، مجلد (١)، ٢٠٠٩.
- Saad alsyd saad al abd: " qiam alaintimaa' wa almuatana fe daw' mafhum wadilalat huquq al ensan kamudkhal li entaj ebdaat faniya mustahdatha tatasim bi alttabie alqaumy ", almutamar al eilmy alththani le huquq al ensan we manahij aldirasat alaijtimaeia , mujalad (1), 2009.
- ٩- سناء حسن مبروك: " الهوية والانتماء فى المجتمع الصحراوي فى مصر "، دراسة فى الانثروبولوجيا السياسية لمجتمع شمال سيناء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، ١٩٩٤.
- Sana' hasan mabruk: " alhuia wa alaintimaa fi al mujtamah al sahrawy fi misr ", dirasa fi al ainthirubulujia alsiyasia limujtamae shamal sinai, risalat majstayr ghyr manshurat, kuliyat aladab, jamieat al eskandaria, 1994.
- ١٠- عادل الأشول: " علم نفس النمو من الجنين إلى الشيخوخة "، مكتبة الأنجلو، القاهرة، ١٩٩٩.
- Adil al ashwal: " eilm nfs alnumu min aljinin ila alshiykhukha ", maktabit al anjlu, alqahira, 1999.
- ١١- عمارة محمد: " مخاطر العولمة على الهوية الثقافية "، سلسلة فى التنوير الإسلامى، دار نهضة مصر، القاهرة، العدد (٣٢)، ١٩٩٩.
- Eamara muhamad: " makhatir al awlama ala alhawi althaqafia ", Silsila fe altanwir al aislamaa, dar nahdat misr, alqahira, aladad (32), 1999.
- ١٢- عبد الحميد، شاك: " الفنون البصرية وعبقورية الإدراك "، دار عين، القاهرة، ٢٠٠٧.
- Eabd alhamid, shakr: " alfunun albasriat waeabqariat al'iidrak ", dar eayn, alqahira, 2007.
- ١٣- عبد الخالق عبد الله: " العولمة جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها "، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، المجلد (٢٨)، العدد (٢)، ١٩٩٩.
- Abd alkhaliq abd allh: al awlama juzurha wa furuha wa kayfiat altamul maeaha, majalat alam alfikr, almajlis alwutanaa lilthaqafa wa lfinun wa aladab, alkuwait, almujalid (28), al adad (2), 1999.

- ١٤- فاطمة محمد السيد: " البحث التربوي المقارن وتحديات العولمة فى القرن الحادى والعشرين "، مستقبل التربية العربية، المركز العربى للتعليم والتنمية، المجلد (٩)، العدد (٣٠)، ٢٠٠٣.
- Fatima muhamad alsyd: " albahth altarbawy al muqarin wa tahadiyat al awlama fe alqarn alhady wa aleishrin ", mustaqbal altarbawia al arabia, almarkaz al arabe liltaelim wa altanmia, almujalid (9), aladd (30), 2003.
- ١٥- فريد علي محمد شوشة: " الإدارة الإستراتيجية "، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩.
- Farid ali muhamad shusha: " al edara al estiratijia ", dar alnahda al arabia, alqahira, 1999.
- ١٦- محمد الزوكة: " صناعة السياحة من المنظور الجغرافي "، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٩٨.
- Muhamad alzawka: " sinaeat alsiyaha men al manzur aljughrafii ", dar almaerifa aljamieia, alaskandria, 1998.
- ١٧- محمد سليم: " الإدارة فى القرن الحادى والعشرين "، دار المعرفة، القاهرة، ١٩٩٥.
- Muhamad salim: " A eidara fe alqarn alhady wa aleishrin ", dar almaerifa, alqahira, 1995.
- ١٨- محمد منير حجاب: " الموسوعة الإعلامية "، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣.
- Muhamad munir hijab: " almawsua al elamia ", dar alfajr lilynashr wa altawzie, alqahira, 2003.
- ١٩- محمود عباس عابدين: " رؤية لتطوير التعليم الجامعى المصرى "، مجلة التربية والتنمية، القاهرة، ١٩٩٩.
- Mahmud abbas abidayn: " ruyata litatwir altaelim aljamae almasry ", majalat altarbawia wa altanmia, alqahira, 1999.
- ٢٠- محمود عبد الفضيل: " حوار مع المستقبل "، كتاب الهلال، دار الهلال للطبع والنشر، العدد (٥٣١)، القاهرة، ١٩٩٥.
- Mahmud eabd alfdyl: " hiwar mae almustaqbali ", kitab alhilal, dar alhilal liltabe wa alnashr, alqahira, al adad (531), 1995.
- ٢١- محمود رمضان العزب: " أثر تطبيق الإنفوجرافيك والخرائط الذهنية كإستراتيجية تعليمية على فاعلية التعليم السياحى "، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد (١٣)، العدد (١)، مارس ٢٠١٩.
- Mahmud ramadan aleuzba: " 'athar tatbiq a'ilinfugrafiik wa alkharayit alzehnya kaistiratijat taelimia alaa faeiliat altaelim alsayahaa ", almajala alduwaliat lilturath wa alsiyahat wa aldiyafa, kuliyyat alsiyaha wa lfanadiq, jamieat alfiumi, almujalid (13), al adad (1), maris 2019.
- ٢٢- الهيئة العامة للغذاء والدواء: " الدليل الإرشادي لمتطلبات الكمادات الطبية، المواصفات المعترف به "، الإصدار رقم: ٢٠٢٠، ٢.
- Alhayah al ama lilghizaa wa ldawa: " aldalayl al irshady limutatalabat alkimamat altebaya, almuasafat almutaraf bih ", al eisdar raqm: 2, 2020.
- ٢٣- A. Jewler and Bonnie L. Drewnany: Creative Strategy Eighth edition Thomson, Wadsworth, 2005.
- 24- ATTA .: " Why Include Infographics In Your Tourism Marketing Strategy ", 2015. Available at: <https://www.atta.travel/news/2015/02/why-include-infographics-in-your-tourismmarketing-strategy/>, Accessed on:17/10/2018.
- ٢5- Aydin O., Emon B., and Saif.M. T (2020):" Performance of fabrics for home-made masks against spread of respiratory infection through droplets ": a quantitative mechanistic study, medRxiv preprint doi: <https://doi.org/10.1101/2020.04.19.20071779>.
- ٢6- Carlos, O.Suarez, : Formulating identity in a globalized world, Berkelez University, California press, 2004.
- ٢7- MacIntyre, C.R, chughtai, A.A: " Face masks for the prevention of infection in healthcare and community settings ", 2015, BMJ 9;350: h6943.dio: 10.1136/bmj.h694

28- Stanley Charles Abraham: " Strategic Planning, A Practical Guide for Competitive Success ", Emerald Group Publishing Limited; December 2017.

٢9- Tomlison, J.: Globalization& culture, Identity TGT2eC23, 2003.

30- Turiel, Elliot: Flexibilities of mind conflict and culture, Human Development, Vol.47, N.3, 2004.

٣1- Use of Masks to Help Slow the Spread of COVID-19: CDC Organization, USA, 2020, retrieved from <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/prevent-getting-sick/diy-cloth-facecoverings.html>

٣2- <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/202102>