

“تطبيقات الميتافيرس لتصميم عروض أزياء لترويج السياحه الافتراضية”

اعداد

م.م/ أسماء مصطفى حسن البحيري
مدرس مساعد بقسم تكنولوجيا الملابس والموضه كلية الفنون التطبيقية جامعه بنها

تحت اشراف

أ.م.د/ ايمان يسري

أ.م.د/ احمد محمود عبده الشيخ

الميهي

أستاذ مساعد ورئيس قسم تكنولوجيا الملابس والموضه
الموضه
أستاذ مساعد قسم تكنولوجيا الملابس
كلية الفنون التطبيقية جامعه بنها

م.د/ دعاء محمد محمود احمد

مدرس قسم تكنولوجيا الملابس والموضه
كلية الفنون التطبيقية جامعه بنها

المستخلص

تصميم عروض الأزياء الافتراضية تمثل وسيلة فعالة لجذب الانتباه إلى الثقافة المحلية والترويج للسياحة الافتراضية المصرية ، وتعزيزها بدمجها بعالم الميتافيرس ، وتعد واحة سيوة واحدة من المناطق الغنية بالمقومات السياحية الفريدة داخل مصر ومن هذا المنطلق قامت الباحثة في هذه الدراسة بعمل دعوة عامة لحضور مهرجان افتراضي لعرض أزياء افتراضي في مصر في واحة سيوة من خلال تطبيقات الميتافيرس (Virtual Fashion Festival in Siwa Oasi) هي تجربه رائعه من خلال خلق بيئه افتراضية تحاكي احدى المزارات السياحية في واحة سيوة والدخول افتراضيا وأخذ مقعد لمشاهدة عرض ازياء مميز لازياء مستلهمه من التراث السيوبي من خلال (QR code نظارات (VR) وتضم العروض عرض ازياء مفاهيمي لتقديم الفكره وعرض ازياء ترويجي مستلهم من المقومات البيئه لواحه سيوة وعرض ازياء لتذكارات سياحيه ملبسيه بتصميم عصري مناسب للسائحين بطابع ثقافي وعرض ازياء مناسبة يصلح لحضور المهرجان ، وتم استخدام الافاتارات للقيام بعرض التصاميم الرقمييه بزوايا وأوضاع مختلفه ، مع اختيار العناصر الديكوريه التي تتلائم مع أجواء المهرجان ولخدمه عروض الأزياء ونتمنى من ذلك الاستمتاع بهذه التجربه لمعرفة أكثر عن الأزياء التراثية والأماكن السياحية داخل مصر ، كما تتيح هذه التجربه للسياح من جميع أنحاء العالم في استكشاف واحة سيوة وتراثها دون الحاجة إلى السفر الفعلي وكذلك توفير التكاليف حيث يقلل المهرجان الافتراضي من تكاليف السفر والإقامة، مما يجعله خيارًا اقتصاديًا للمشاركين ، مما يشجعهم على زيارتها مستقبلاً.. وقد تم استخدام أفضل تصميمات من خلال معايير الاستبيان واتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي، تم إعداد استبيان موجة للمتخصصين بمجال تصميم الملابس وعددهم (15) لتحكيم الأزياء الافتراضية ،

الكلمات المفتاحية

الميتافيرس Metaverse ، عروض الأزياء Fashion shows ، السياحه الافتراضية Virtual Tourists

"MetaVers Apps to Design Fashion Shows to Promote Virtual"

"Tourists

Prpared by

Asmaa Mustafa Hassan Al-Bahri

Supervision

Prof.Dr/ Iman Yousry Al-Mihi

Assistant Professor, Department of Clothing and Fashion Technology, faculty of applied arts
Benha University

Prof.Dr/ Ahmed Mahmoud Abdo Al-Sheikh

Assistant Professor and Head of the Department of Clothing and Fashion Technology, faculty of applied arts Tanta University

Dr . Duaa Mohamed Mahmoud Ahmed

Lecturer, Department of Clothing and Fashion Technology faculty of applied arts , Benha University

Abstract

Designing virtual fashion shows represents an effective way to attract attention to local culture and promote Egyptian virtual tourism, and enhance it by integrating it into the metaverse world. Siwa Oasis is one of the areas rich in unique tourist components within Egypt. From this standpoint, the researcher in this study made a public invitation to attend a virtual festival for a virtual fashion show in Egypt in Siwa Oasis through metaverse applications:(Virtual Fashion Festival in Siwa Oasi) is a wonderful experience by creating a virtual environment that simulates one of the tourist attractions in Siwa Oasis and entering virtually and taking a seat to watch a distinctive fashion show inspired by Siwa heritage through (QR) code glasses (VR). The shows include a conceptual fashion show to present the idea and a promotional fashion show inspired by the environmental components of Siwa Oasis and a fashion show for tourist souvenirs dressed in a suitable modern design For tourists with a cultural character and a fashion show suitable for attending the festival, avatars were used to display digital designs at different angles and positions, while choosing decorative elements that suit the festival atmosphere and to serve fashion shows . This experience also allows tourists from all over the world to explore Siwa Oasis and its heritage without the need for actual travel, as well as saving costs, as the virtual festival reduces travel and accommodation costs, making it an economical option for participants, which encourages them to visit it in the future

Keywords

Metaverse, Fashion Shows, Virtual Tourists

المقدمه:

عالم الميتافيرس يمثل تحولاً شديداً في إدراك المعنى الحقيقي للواقع الذي سيمثل في فترة من فتراته إشكالية تتمثل في التفريق بين العالم الحقيقي والافتراضي وسيغير كثيراً من مفاهيم التواصل البشري الذي سيتحول من الواقع الحقيقي للواقع الافتراضي الأمر الذي سيفرض كثيراً من التحديات التي يجب على العالم أجمع أن يستعد له

والحياة ستكون افتراضية بصورة كلية للأجيال القادمة فبدلاً من أن تكون التفاعلات البشرية واقعية ومحسوسة عبر التلاقي المادي أو تكون غير مادية وغير محسوسة عبر التلاقي الرقمي من خلال شاشات الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر سوف يكون هناك طريق ثالث يسد الفجوة بين هذين العالمين الواقعي والرقمي، ليظهر عالم ثالث افتراضي يأخذ من الواقع شيئاً، ومن الإنترنت والتقنيات الذكية أشياء وخصائص أخرى ليأتي الميتافيرس على شكل فضاء رقمي هائل يربط الواقعين المعزز والافتراضي

تعتبر السياحة من أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية التي تحتل مكانة مهمة في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية وتتمتع مصر بفرصة واعدة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة نظراً لغناها بالمعالم السياحية المتنوعة، ومن أبرز تلك الوجهات واحة سيوة التي تتميز بمقومات جذب فريدة ومتنوعة، مثل السياحة العلاجية وغيرها.

والسياحة الافتراضية تسهل على الأشخاص تجربة السفر دون الحاجة إلى التنقل الفعلي وفي أي وقت ، تم تطبيق نظام السياحة الافتراضية باستخدام تقنية الواقع الافتراضي، مما يتيح للأشخاص استكشاف المواقع السياحية الشهيرة حول العالم دون الحاجة إلى مغادرة منازلهم. مما يوفر هذا النظام تجربة ممتعة للسائحين

مشكلة البحث

- هل الميتافيرس بيئة افتراضية مناسبة لعمل عروض الأزياء المختلفة؟
- هل تطبيقات الميتافيرس تساعد في الترويج للسياحة الافتراضية من خلال الأزياء المستلهمة من التراث السوري ؟
- مدى مساعده العناصر الديكوريه المناسبه في اثناء عروض الأزياء ؟
- هل الترويج الإلكتروني عن طريق المواقع الإلكترونية يفيد في الترويج لمهرجان أزياء افتراضي؟

أهمية الدراسة:

- هذا البحث يعمل على تقديم رؤية مستقبلية استشرافية في تأثير تطبيقات الميتافيرس على تصميم الأزياء الافتراضية وعروض الأزياء المختلفة .
- الدخول الى عوالم جديدة تخدم تصميم الأزياء للترويج للسياحة الافتراضية المصرية لواجه سيوه باخذ تقنيات الواقع الافتراضي والتنبؤ بما ستحدثه هذه التقنيه .
- معرفه تأثير تصميم البيئه الافتراضيه و العناصر الديكوريه المختلفه لخدمه عروض الأزياء الافتراضيه
- استخدام أدوات الترويج الإلكتروني ورموز الاستجابة السريعة للترويج لفكره مهرجان ازياء افتراضي

اهداف البحث :

- الترويج للسياحه المصريه من خلال الأزياء الافتراضيه المستلهمة من التراث السيويه
- محاكاة لواجه سيوه بطبيعتها الخلابه داخل الميتافيرس مع تصميم عروض أزياء افتراضيه مختلفه
- عمل مهرجان أزياء افتراضي والترويج له الكترونيا

فروض البحث :

- استخدام تطبيقات الميتافيرس سيتطور تفكير مصمم الأزياء لعمل تصميمات وعروض أزياء افتراضيه
- الاستفادة من الميتافيرس في خلق بيئه افتراضيه لتصميم عروض أزياء افتراضيه لخدمه الترويج للسياحه
- استخدام العناصر الديكوريه المناسبه والبيئات الافتراضيه يخدم عروض الأزياء الافتراضيه
- التأثير الترويجي باستخدام المواقع الالكترونيه يساعد على استقطاب السائحين والسياحه الافتراضيه

منهج البحث :

- المنهج الوصفي (منهج الاستشراف أو التنبؤ المستقبلي) Foresight Methodes : والذي يشير إلى القدرة البشرية على التنبؤ بالمستقبل وذلك من خلال قراءة وإقعية في الحاضر والماضي ومن ثم تصور ما يمكن أن تشهده الظاهرة أو المشكلة محل الدراسة من تطورات مستقبلية .
- المنهج التجريبي: عمل تصميمات افتراضيه في عروض للازياء
- المنهج التحليلي (منهج المسح) Survey : وهو ذلك المنهج الذي يستهدف الإجابة على التساؤلات التي أثرت لحل المشكلة المطروحة، وملاحظة وتقييم الاحتياجات وتحديد الأهداف، لتحديد ما إذا كانت محددة ويمكن تحقيقها أم لا

مصطلحات البحث :

الميتافيرس Metaverse: عبارة عن شبكة من العوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد تركز على الاتصال الاجتماعي في المستقبل والخيال العلمي، غالباً ما يوصف بأنه تكرر افتراضي للإنترنت كعالم افتراضي واحد عالمي يتم تسهيله عن طريق استخدام سماعات الواقع الافتراضية والمعززة . (Adi Robertson & Jay Peters, 2021,77)

عروض الأزياء: هي أحداث يتم تنظيمها لعرض مجموعات جديدة من الملابس والإكسسوارات. تُقام في أماكن مختلفة مثل قاعات العرض أو المنصات الخاصة، ويشارك فيها عارضو وعارضات الأزياء الذين يرتدون التصاميم ويسيرون بها أمام الجمهور والمصورين. تهدف عروض الأزياء إلى تقديم الاتجاهات الجديدة في الموضة وإبراز الإبداع في التصميم، كما تُستخدم للترويج للعلامات التجارية وبيع التصاميم للمشتريين والعملاء المحتملين (steele,2020,25)

السياحه الافتراضيه:- السياحه الافتراضيه هي نوع من السياحه التي تعتمد على تقنيات الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) والوسائط الرقميّة لتمكين الأفراد من استكشاف المواقع السياحية والمعالم التاريخية والثقافية دون الحاجة إلى السفر الفعلي (Guttentag,2010,637-651)

الإطار النظري

أولاً: المفهوم التطبيقي للميتافيرس:

يرى البعض أن استخدام تقنية الميتافيرس قد يشهد تطوراً هائلاً في حياة البشر وسلوكياتهم. بدلاً من أن تكون التفاعلات البشرية مقتصره على الواقعيه والتحسس من خلال التفاعل المادي، أو على التفاعل غير المادي وغير المحسوس من خلال شاشات الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر، سيكون هناك طريق ثالث يسد الفجوة بين هذين العالمين، الواقعي والرقمي.

في هذا السياق، يظهر عالم ثالث افتراضي يأخذ ما هو حقيقي، وفي الوقت نفسه يستفيد من الخيال، ويستفيد من الإنترنت والتكنولوجيات الذكية لتحقيق تكامل فريد. بدلاً من أن يكون هناك انقسام بين الواقع والعالم الرقمي، يقدم الميتافيرس جسراً لتحقيق تواصل متكامل ومتقدم يجمع بين عناصر الحياة الواقعيه والخيال والتكنولوجيا الرقميّة.

1- تعريفات الميتافيرس

هناك عدة تعريفات لميتافيرس تعبر عن بعض سماته وخصائصه كما يلي:

- "أنه واقع تكنولوجي ثقافي ينمو ويتغير وفقاً لخيالنا، وبالتالي فهو يفترض طريقة معينة في التفكير."
- "الجيل الجديد من حياة الإنترنت والمكان الذي يمكن للناس فيه أن يعبروا فيه عن أنفسهم من خلال الصور الرمزية، مثلما يمكنهم التعبير عن أنفسهم في العالم المادي." (Balcioglu , 2022,94).

2- الميتافيرس واثره على الموضة الرقمية

تشير الاتجاهات الحالية في عالم الموضة إلى ظهور مفهوم "الموضة الرقمية"، والذي أصبح سوقاً بقيمة 40 مليار دولار. هذا النمو يعززه التكامل المتزايد للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث يتم دمج الإنتاج والاستهلاك بشكل متزايد، وتتلاشى الحدود بين العالم الرقمي والواقعي.

تعتمد الموضة الرقمية على تكنولوجيا ثلاثية الأبعاد في عمليات التصميم وتطوير المنتجات، تسعى الشركات إلى تحقيق الرقمنة في المنتجات والعلامات التجارية، مما يتيح توسيع قاعدة المستهلكين وتيسير الوصول إلى الموضة الرقمية.

الميتافيرس" هو بيئة افتراضية تمزج بين العناصر المادية والرقمية، وقد ظهر لتسهيل التحول الرقمي في مختلف جوانب الحياة اليومية. يقوم النظام البيئي لـ "Metaverse" بتمكين البشر من التفاعل واللعب في عوالم مشتركة، ويعتمد بشكل كبير على التكنولوجيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي وتقنية البلوكشين والروبوتات. تُعتبر هذه التقنيات أساسية في بناء تجربة "الميتافيرس".

ومن مميزات استخدام الميتافيرس metaverse في الموضة الرقمية

يُتيح للمستخدمين في الميتافيرس تجربة الملابس قبل الشراء، حيث يمكنهم ارتداء وقياس الملابس الرقمية في صالات العرض الظاهرة عبر الواقع الافتراضي. يُمكن للمستخدم أن يلقي نظرة 360 درجة على المنتج، مما يتيح له تكبير الصورة وفحص كل تفاصيل القطعة الملابس. ببساطة، في الميتافيرس، يُمكن للمستخدم تجربة ارتداء الملابس الرقمية بنفس الطريقة التي يفعلها في المحلات التجارية، وربما يكون بإمكانهم جلب تجربة قياس القماش مباشرة إلى منازلهم للحصول على الشكل والمظهر النهائي للمنتج.

5- الملابس الرقمية في ميتافيرس

تُعتبر الملابس في ميتافيرس مصنوعة من وحدات "البكسل"، وتعتمد على أحدث التقنيات والبرمجيات ثلاثية الأبعاد. بدأت شركات الأزياء في تصميم ملابس تتجاوب مع متطلبات هذا العالم الافتراضي. يوفر ميتافيرس حرية اختيار تصميمات من شركات عالمية مختلفة، مما يمنح المستخدمين تجربة تسوق إلكترونية فريدة.

8- المواد الخام للأزياء في الميتافيرس

في واقعا الملموس، يتطلب جميع المواد الخام لصناعة الأزياء وقتاً طويلاً وجهداً مكافئاً، قد يمتد لعدة أسابيع أو حتى شهور. ومن خلال المقارنة، في العوالم الافتراضية، يمكن أن يستغرق الأمر دقائق معدودة وفقاً لموقع "SENSORIUM".

26- اسباب ازدهار الأزياء الرقمية في عالم الميتافيرس

ازدهار الملابس في عالم ميتافيرس يرجع إلى الدقة العالية لفهم المستخدم الذي أصبح العالم جزءاً منه، فهناك الكثير من الأسباب التي يرجع ازدهار تلك الملابس في العالم وهي كالتالي :

▪ تطوير بيوت الأزياء:

بيوت الأزياء استجابت لاهتمام زوار ميتافيرس وسعت لفهم ما يفضلون ارتداؤه. قامت العلامات التجارية وصانعو الملابس الرائدون في العالم الواقعي بدراسة تفضيلات زوار الميتافيرس وتحليل أدواقهم وتفضيلاتهم من جهة أخرى، اتجهت بعض بيوت الأزياء لبيع ملابس بأسعار أقل قليلاً مما يباع في العالم الواقعي. هذا التوجه أدى إلى تحقيق أرباح هائلة، ربما تفوق على أرباحهم في الواقع بعشرات المرات، وفقاً لتقرير من "FX NEWS TODAY".

▪ سهولة الإنتاج:

الملابس في العالم الواقعي تتطلب تكاليفاً عالية، بدءاً من اختيار الخامات وتصنيعها حتى الانتهاء منها، وهو عمل يتطلب الكثير من الأموال والجهد. علاوة على ذلك، تتسم بيوت الأزياء التي تصدر الملابس لبلدان أخرى بتكلفة أكبر. لذلك، يُعتبر إنتاج الملابس في عالم الميتافيرس أمراً أسهل بشكل كبير، حيث يستطيعون من استخدام التقنيات الحديثة والبرامج ثلاثية الأبعاد، مما يجعل العملية تبدو أكثر بساطة. يظهر ظهور هذه الملابس في عالم الميتافيرس وكأنه يفتح الباب أمام فرص لاحتمالات عديدة، سواء كان ذلك من خلال الاستثمار وتحقيق أرباح كبيرة أو تعزيز العلامات التجارية في هذا العالم الرقمي.

25- افضل ماركات الأزياء العالمية التي دخلت في عالم الميتافيرس

▪ غوتشي Gucci :

قامت العلامة التجارية الإيطالية الفاخرة Gucci بالدخول في عدة مبادرات مبتكرة تمكنها من استكشاف آفاق جديدة في عالم الموضة. أطلقت Gucci مشروعاً رائداً مرتبطاً بالرموز الغير قابلة للاستبدال NFT، والمستوحى من مجموعتها الفريدة Aria. وفي وقت لاحق، قامت Gucci بالتعاون مع منصة الألعاب المتطورة Roblox metaverse، حيث أطلقت مساحة تفاعلية تحمل اسم (Gucci Garden 2).





شكل (1) ماركة جوتشي داخل الميتافيرس

• لوي فيتون Louis Vuitton

تمت إلقاء الضوء على هذه العلامة التجارية للأزياء بشكل كبير بعد إطلاقها للعبة محمولة بالتعاون مع الفنانين الرقميين Beeple، والتي تم إصدارها احتفالاً بالذكرى السنوية الـ 200 لمؤسس Louis Vuitton في العام الماضي.

تحمل اللعبة اسم "Louis the Game"، وتقدم للمستخدمين فرصة فريدة لاستكشاف عالم هذه العلامة التجارية الراقية والمشهورة.



شكل (2) العلامة التجارية لوي فيتون داخل الميتافيرس

27- المميزات المتوقعة لميتافيرس في المستقبل:

1. الميتافيرس سيوفر تجربة فريدة وحسية، حيث يمكن للمستخدمين العيش والتفاعل في بيئة رقمية ثلاثية الأبعاد.
2. يُتيح الميتافيرس للأفراد إنشاء هويات رقمية فريدة، مما يسمح لهم بالتعبير عن ذاتهم بشكل فريد داخل هذا العالم الرقمي.
3. مع تقنيات الجيل الخامس والتقدم في تقنيات التخزين السحابي، سيكون لدينا سرعات اتصال عالية وإمكانات تخزين هائلة تدعم تجارب الميتافيرس.
4. يمكن استخدام تقنيات NFT لتمثيل الممتلكات الرقمية، مما يفتح الباب أمام تبادل وتداول العناصر الرقمية بشكل فريد.
5. سيكون للمستخدمين فرصة للتفاعل والتواصل بشكل أفضل في الميتافيرس، مع إمكانية التواصل الاجتماعي بشكل أكبر.
6. سيتيح الميتافيرس للشركات جمع بيانات دقيقة حول سلوك المستخدمين، مما يساعد في تحسين تجربة التسوق وتقديم منتجات أكثر تكاملاً.
7. تبدو هذه التقنيات والتطورات واعدة في تحويل الطريقة التي نتفاعل بها مع العالم الرقمي، وقد تعزز تجربة التسوق بشكل كبير.

8. شكل (3) توضيح التجارب الافتراضية للعلامات التجارية للأزياء





ثانيا: استخدام تكنولوجيا الميتافيرس في السياحة الافتراضية :

1- مفهوم السياحة الافتراضية :

السياحة الافتراضية تجمع بين الواقع الافتراضي والسياحة، مما يسهل على الأشخاص تجربة السفر دون الحاجة إلى التنقل الفعلي وفي أي وقت. (verma,2022,185)

تم تطبيق نظام السياحة الافتراضية باستخدام تقنية الواقع الافتراضي، مما يتيح للأشخاص استكشاف المواقع السياحية الشهيرة حول العالم دون الحاجة إلى مغادرة منازلهم. كما يوفر هذا النظام تجربة ممتعة للاستمتاع بالأنشطة الترفيهية في العالم الافتراضي. (Hou,2021,32)

2- أهمية السياحة الافتراضية :

تستخدم تطبيقات الواقع الافتراضي المرتبطة بالسياحة بشكل متزايد لتقديم مواقع أو وجهات سياحية من العالم الحقيقي، مثل المدن والمتنزهات والمتاحف والمحميات الطبيعية، بشكل افتراضي. وتهدف هذه التطبيقات إلى تحفيز الزوار على زيارة تلك المواقع فعلياً في المستقبل. (624-2024,606, Rather)، ويمكن ذكر الأهمية في النقاط الآتية:

- التفاعل في البيئة الافتراضية: يمكن للزوار التفاعل مع البيئة الافتراضية والتحدث مع السياح الآخرين باستخدام تقنيات معالجة اللغة الطبيعية، مما جعل الأنظمة الافتراضية المعتمدة على نظم المعلومات الجغرافية نقطة جذب سياحي جديدة.
- زيادة واقعية التجربة الافتراضية بفضل تقنية الواقع الافتراضي، يتم إنشاء بيئات تفاعلية على الكمبيوتر تشعر المستخدمين بمزيد من الواقعية، مما يجعل تجربة البيئة الافتراضية أقرب إلى الحقيقة.
- تعزيز تجربة المستخدم السياحية : أدى استخدام تقنيات الواقع الافتراضي ثلاثية الأبعاد التي تدمج العناصر البصرية والحركية والصوتية إلى تمكين المستخدمين من تجربة المعالم السياحية كما لو كانوا يشاهدونها من منظور حقيقي.
- توفير الوقت والمال تساهم الشبكات الافتراضية في تمكين الشركات السياحية الصغيرة من توفير الوقت والمال، وتحسين المرونة والجودة، وتعزيز تقبل الابتكار في هذا المجال.
- استكشاف المواقع دون التأثير على البيئة: تتيح السياحة الافتراضية للزوار استكشاف المواقع الأثرية من خلال الكاميرات الحية المتصلة بالمساحات الافتراضية، مما يقلل من التأثيرات البيئية السلبية مثل التدهور الناتج عن كثرة الزيارات.

• الجانب التطبيقي :

• دعوه عامه لحضور مهرجان افتراضي لعرض أزياء افتراضي في مصر في واحه سيوه من خلال تطبيقات الميتافيرس

• (Virtual Fashion Festival in Siwa Oasis):

• وهي تجربه رائعه ومميزه قد قامت بها الباحثه من خلال خلق بيئه افتراضيه تحاكي احدى المزارات السياحيه في واحه سيوه والدخول افتراضيا وأخذ مقعد لمشاهده عرض ازياء مميز لازياء مستلهمه من التراث السيوي من خلال (QR code نظارات) VR ونتمنى من ذلك الاستمتاع بهذه التجربه لمعرفة اكثر عن الأزياء التراثية والأماكن السياحية داخل مصر ، كما تتيح هذه التجربه للسياح من جميع أنحاء العالم في استكشاف واحه سيوه وتراثها دون الحاجة إلى السفر الفعلي وكذلك توفير التكاليف حيث يقلل المهرجان الافتراضي من تكاليف السفر والإقامة، مما يجعله خياراً اقتصادياً للمشاركين ، مما يشجعهم على زيارتها مستقبلاً



• شكل(4) تصميم الدعوة العامة لحضور مهرجان الأزياء الافتراضي .

• اختارت الباحثة ان يكون عرض الأزياء الافتراضي خارجيا حيث يُظهر بيئة صحراوية جبلية من واحة سيوة. ،وجود طابعاً طبيعياً وجمالياً مميزاً للموقع من خلال التكوينات الصخرية الضخمة و كذلك النخيل المتناثر ليشير إلى ارتباط المكان بالمناطق الواحية الصحراوية ،كما اختارت ان يكون العرض خارجيا امام فندق أدريير أميالل (Adrère Amellal) وهو فندق موجود بالفعل في واحة سيوة حيث الغرف متناثرة وسط الصحراء وبالقرب من بحيرة سيوة، مما يمنح الحضور إطلالة بانورامية رائعة على الكثبان الرملية والمناظر الطبيعية الخلابة.

• وصف فندق أدريير أميالل (Adrère Amellal)

• يقع فندق "أدريير أميالل" وسط الصحراء على أطراف واحة سيوة، وهو فندق رملي يضم 40 غرفة، تم تشييده بالكامل باستخدام الرمال والتربة السيوية المعروفة باسم "الكيرشات"—وهي مادة طبيعية تتكون من الملح المغلف بالطين، وتتميز بخصائصها العازلة للحرارة، ما يجعل الفندق بمثابة واحة باردة وسط حرارة الصحراء الحارقة.

• تتميز أبواب الفندق بطابعها الترابي، بينما صُنعت أسقف الغرف من جذوع النخيل، أما الأثاث فهو بدائي ومستوحى من الطبيعة، مما يعزز الإحساس بالأصالة والبساطة. يحيط بالمكان سبع بحيرات ملحية، وتتنوع حوله أشجار الزيتون والنخيل في مشهد متناعم يأخذ الزائر في رحلة عبر الزمن، ليشعر وكأنه عاد آلاف السنين إلى قلب التاريخ.

الجانب التطبيقي :

دعوة عامه لحضور مهرجان افتراضي لعرض أزياء افتراضي في مصر في واحة سيوة من خلال تطبيقات الميتافيرس

(Virtual Fashion Festival in Siwa Oasis):

وهي تجربه رائعه ومميزه قد قامت بها الباحثة من خلال خلق بيئه افتراضيه تحاكي احدى المزارات السياحيه في واحة سيوة والدخول افتراضيا وأخذ مقعد لمشاهدة عرض ازياء مميز لازياء مستلهمه من التراث السيوي من خلال (QR code نظارات) VR وتنمى من ذلك الاستمتاع بهذه التجربة لمعرفة اكثر عن الأزياء التراثية والأماكن السياحيه داخل مصر ، كما نتيج هذه التجربة للسياح من جميع أنحاء العالم في استكشاف واحة سيوة وتراثها دون الحاجة إلى السفر الفعلي وكذلك توفير التكاليف حيث يقلل المهرجان الافتراضي من تكاليف السفر والإقامة، مما يجعله خياراً اقتصادياً للمشاركين ، مما يشجعهم على زيارتها مستقبلاً



شكل(4) تصميم الدعوة العامة لحضور مهرجان الأزياء الافتراضي .

• اختارت الباحثة ان يكون عرض الأزياء الافتراضي خارجيا حيث يُظهر بيئة صحراوية جبلية من واحة سيوة. ،وجود طابعاً طبيعياً وجمالياً مميزاً للموقع من خلال التكوينات الصخرية الضخمة و كذلك النخيل المتناثر ليشير إلى ارتباط المكان بالمناطق الواحية الصحراوية ،كما اختارت ان يكون العرض خارجيا امام فندق أدريير أميالل (Adrère Amellal) وهو فندق موجود بالفعل في واحة سيوة حيث الغرف متناثرة وسط الصحراء وبالقرب من بحيرة سيوة، مما يمنح الحضور إطلالة بانورامية رائعة على الكثبان الرملية والمناظر الطبيعية الخلابة.

• وصف فندق أدريير أميالل (Adrère Amellal)

يقع فندق "أدريير أميالل" وسط الصحراء على أطراف واحة سيوة، وهو فندق رملي يضم 40 غرفة، تم تشييده بالكامل باستخدام الرمال والتربة السيوية المعروفة باسم "الكيرشات"—وهي مادة طبيعية تتكون من الملح المغلف بالطين، وتتميز بخصائصها العازلة للحرارة، ما يجعل الفندق بمثابة واحة باردة وسط حرارة الصحراء الحارقة.

تتميز أبواب الفندق بطابعها الترابي، بينما صُنعت أسقف الغرف من جذوع النخيل، أما الأثاث فهو بدائي ومستوحى من الطبيعة، مما يعزز الإحساس بالأصالة والبساطة. يحيط بالمكان سبع بحيرات ملحية، وتتنوع حوله أشجار الزيتون والنخيل في مشهد متناعم يأخذ الزائر في رحلة عبر الزمن، ليشعر وكأنه عاد آلاف السنين إلى قلب التاريخ.

والشكل التالي يوضح صورة حقيقية للفندق :



شكل (5) صورته حقيقته لفندق ادرير اميالا بواسطة Daniele Pellegrini

وبذلك يكون فندق أدرير أميالا ليس مجرد مكان للإقامة، بل هو تجربة استثنائية تأخذ الزوار في رحلة عبر الزمن للعيش وسط جمال الطبيعة البكر والتراث السيوي الأصيل، مما يجعله واحداً من أكثر الفنادق تميزاً في العالم

وباستخدام تطبيقات الميتافيرس

قامت الباحثة بخلق بيئته افتراضية لمحاكاة البيئة الصحراوية الجبلية من واحة سيوة ، امام فندق أدرير أميالا (Adrère Amellal) وبالقرب من بحيرة الملح مع وجود النخيل المتناثر والكثبان الرملية .

أولاً: البيئة الافتراضية:

1. تحليل تصميم الباحثة للبيئة الافتراضية للقيام بالعرض الافتراضي داخلها:-



شكل(6) لقطه 1 من داخل البيئة الافتراضية



شكل(7) لقطه 2 من داخل البيئة الافتراضية





شكل (8) لقطه 3 من داخل البيئه الافتراضيه



شكل (9) لقطه 4 من داخل البيئه الافتراضيه

<p>أولاً: البيئه الطبيعية والموقع:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تصميم بحيره الملح حيث المياه الزرقاء الصافيه . • تصميم تكوينات صخرية بارزة في الخلفية، وهي سمه معروفه في واحه سيوة التي تحتوي على تكوينات جيولوجية فريدة. • تصميم مجموعة من أشجار النخيل، والتي تعتبر رمزاً رئيسياً في الواحات المصرية، مما يعزز الطابع الأصلي للمنطقة. <p>ثانياً : الهندسة المعمارية:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تصميم المباني افتراضيا من الحجر والطين، مما يعكس الأسلوب المعماري التقليدي لسيوة، حيث تُبنى المنازل بمواد محلية تساعد على العزل الحراري في الأجواء الصحراوية. • تصميم سلالم وتراسات على أسطح المباني يشير إلى الطراز البسيط والمناسب للبيئه الصحراوية. <p>ثالثاً: التأثير البصري والتصميم:</p> <ul style="list-style-type: none"> • التباين بين الرمال الذهبية والمياه الزرقاء العميقة يخلق مشهداً مريحاً وجذاباً بصرياً. • استخدام الألوان الطبيعية (البنّي، الرملي، الأزرق) يعكس الانسجام بين الطبيعة والعمارة. • الإضاءة الدافئة على المباني توجي بأجواء هادئة ومريحة، ما يعزز فكرة العزلة الراقية لخدمه عرض الأزياء الافتراضي
--

<p>2. تحليل الديكور المستخدم من قبل الباحثه لعمل عرض الأزياء الافتراضي :</p>
<p>العناصر الديكورية المستخدمة:</p>
<p>د: زخرفة: يتميز السجاد بتصميم يكس الطابع الشرقي، مع أنماط زخرفية غنية بالتفاصيل. تستخدم مزيجاً من الألوان الدافئة، الأزرق الداكن، والذهبي، مما يسه فضاة تتماشى مع الطابع التراثي.</p>
<p>شكل (10) لقطه 5 من داخل البيئه الافتراضيه</p>
<p>المادة والتنسيق: وضع السجاد على الرمال بهذا الشكل يعطي إحساساً بالأصالة والاحتفاء بالثقافة المحلية، وكأنه امتداد للهوية التراثية في المكان.</p>
<p>2. تصميم المصابيح:</p>
<p>الشكل الهندسي: المصابيح تأتي بتصميم مستطيل بسيط مع إطار أسود وهيكل زجاجي، مما يعكس أسلوباً عصرياً يمتزج مع الطبيعة الصحراوية للموقع.</p>
<p>الإضاءة الدافئة: تعطي توهجاً ناعماً يتناغم مع ألوان الرمال والمباني، مما يعزز</p>

أجواء الألفة والترحاب.
• التوزيع: تم وضع المصابيح على جانبي السجاد بانتظام، مما يخلق ممراً مضيئاً يوجه الزوار نحو الدخول للعرض
3. المقاعد الفاخرة الجلدية الدائرية (bean bags):
 • استخدام كراسي جلدية من اللون الأحمر بتصميم حديث يخلق تبايناً جميلاً بين الحدائثة والتراث.
 • يوفر راحة للحضور، ما يجعل تجربة متابعة العرض أكثر استرخاءً وجاذبية
 • توفيرها على شكل تجمع على جوانب العرض يعطي إحساس بالراحة لكل جماعة من السياح للجلوس ومشاهدة مناظر الواحة
4. الوسائد المزخرفة:
 • تم توزيع وسائد بنقوش شرقية وألوان متناسقة حول المكان، مما يعزز الراحة ويضفي لمسة جمالية متناعمة مع أجواء العرض لتعزيز الطابع التراثي الشرقي .



شكل (11) لقطة 6 من داخل البيئه الافتراضية



شكل (12) لقطة 7 العناصر الديكوريه داخل البيئه الافتراضية

5. منصه العرض او مسار العرض للعارضات
 :-

• استخدام الخشب في بناء ممر العرض يوفر تبايناً جميلاً مع الرمال الناعمة، مما يخلق إضخاً للعارضين.
 • ضاءة الجانبية باستخدام الفوانيس تحدد الممر بطريقة أنيقة ويخلق



• سي مريحة بتصميم دائري حديث ذي متناسق يعكس الفخامة والراحة.
 • تصميم متوازي للمقاعد على جانبي الممر يعزز الرؤية المثالية للجمهور، مما يجعلهم يشعرون بأنهم جزء من التجربة.
الإضاءة والتأثير البصري:

• الفوانيس المنتشرة على طول الممر وعلى الطاولات الجانبية توفر إضاءة دافئة، مما يعزز من الطابع الحميمي والراقي للحدث.
 • الإضاءة الطبيعية القادمة من الشمس، التي تعكس على الجبل، تضيف أبعاداً ديناميكية للمشهد، مما يبرز تضاريس المكان
الأثر البصري والانطباع العام:

• المزج بين العناصر الطبيعية (الرمال، الجبل، النخيل) والعناصر الحديثة (المقاعد المريحة، الإضاءة، منصة العرض) يخلق توازناً فنياً مميزاً.
 • الألوان المستخدمة (البيج، الرمادي، البني) متناعمة مع البيئة المحيطة، مما يجعل التصميم

- يبدو عضواً وغير متكلف.
- يترك المشهد انطباعاً بالفخامة والبساطة في الوقت نفسه، مما يجذب الجمهور الباحث عن تجربة ثقافية راقية في بيئة غير تقليدية.

5. تحليل استخدام الأفتار



الج

أهم الافتراضية:

- تمكن التفاعل الرقمي: يمكن للمستخدمين الدخول إلى الميتافيرس وحضور العرض بشخصياتهم الافتراضية.
- تصميمات غير محدودة: يتيح استخدام الأفتار تقديم تصاميم غير تقليدية تستحيل في العروض الواقعية.
- الاستدامة والابتكار: لا توجد حاجة لاستهلاك موارد مادية مثل الأقمشة أو مواقع التصوير،

شكل (13) لقطة 8 منصة العرض داخل البيئه الافتراضية



شكل (14) لقطة 9 منصة العرض داخل البيئه الافتراضية

شكل (15) لقطه 10 الافتارات داخل البيئه
ثانيا : عرض الأزياء الافتراضييه الافتراضيه

1. قامت الباحثه في سياق تنظيم عرض أزياء افتراضي مستوحى من واحة سيوة بهدف جذب السياح، بدمج أساليب الفن المفاهيمي مع عروض الأزياء المفاهيميه لخلق تجربة فريدة تجمع بين التراث والابتكار، حيث تأتي الفكرة والمفهوم في المقام الأول، وأن الأزياء المفاهيمية ليست للارتداء للحياة العادية، ولكن تتضمن رسالة أو فكرة ما وتقدمها بأسلوب جمالي خاص ممتع حيث ان العرض المفاهيمي يتعلق بتقديم الأزياء بتجربيه متكاملة.



شكل (16) لقطه 11 المجموعه التصميميه الأولى داخل البيئه الافتراضيه



شكل (17) لقطه 12،13 تصميمات من المجموعه التصميميه الأولى داخل البيئه الافتراضيه

2. ومن ضمن العرض الافتراضي يوجد عرض ترويجي سياحي لأزياء مستوحاه من المقومات البيئيه لواحه سيوه، يسלט الضوء على المقومات السياحيه لواحه سيوه ويبرز هذا العرض جمال سيوة، مما يجذب السياح لاكتشاف هذه الواحه الساحرة مستقبلا وتعد تجربته قويه سياحيا ويجعلها ليست مجرد زيارة للمواقع الجغرافية، بل تجربة شاملة تعكس هوية المكان وروحه وكذلك الوصول العالمي لعرض التصميمات لجمهور واسع من مختلف أنحاء العالم، مما يزيد من الوعي بالمقومات البيئيه لواحه سيوه من خلال الملابس وتعزيز السياحه.



شكل (19) لقطه 12،15 تصميمات من المجموعه التصميميه الثانية داخل البيئه الافتراضيه

شكل (18) لقطه 14 المجموعه التصميميه الثانية داخل البيئه الافتراضيه
الافتراضيه
بدمج مفاهيم من الملابس ومحملاتها الافتراضيه الباحه والسعي بحمل الطابع المصري التراثي بأسلوب معاصر ورؤية فنية جميلة حديثة لانتاج تلك التذكارات وتتميز بالذوق الفني الرفيع. لتقني باحتياجات ومتطلبات السائحين من جميع أنحاء العالم وقامت الباحثه بالتركيز على الملابس الخفيفة و القطنية المزينة بزخارف سيوية

تكون خيارًا مثاليًا للسياح الذين يبحثون عن ملابس مريحة ومميزة، وهو عرض مبتكر لتعزيز الترويج السياحي والثقافي. يتيح هذا العرض عرض التصميمات المستوحاة من التراث والثقافة المصرية لجمهور عالمي دون قيود جغرافية.



شكل (20) لقطة 17 المجموعة التصميمية الثالثة داخل البيئه الافتراضية



شكل (21) لقطة 18،19 توضح تصميمات من المجموعة التصميمية الثالثة الافتراضية

4. وفي آخر العرض يوجد عرض أزياء مناسبات مستوحاه من التراث السويي لعرض تصميمات قامت بعملها الباحثة تصلح لحضور المهرجان وتلك الملابس الافتراضية اعتمدت على الجمع بين الأثارة الحديثة والمستقبلية والتفاصيل التراثية التي تميز الثقافة السبوية لتناسب أجواء المهرجان، وكذلك التركيز على إضفاء تجربة بصرية غامرة تعبر عن التراث السويي. بطريقة معاصرة تناسب طبيعة الفعاليات الافتراضية.



شكل (23) لقطة 21،22 توضح تصميمات من المجموعة التصميمية الرابعة الافتراضية



شكل (22) لقطة 20 توضح المجموعة التصميمية الرابعة داخل البيئه الافتراضية

ثالثا: الترويج الإلكتروني للمهرجان باستخدام المواقع الإلكترونية:
الترويج الإلكتروني: يعد الترويج الإلكتروني مفهوما حديث النشأة نسبياً، حيث بدأ بالانتشار بعد عام

1994، في حين كان استخدام الإنترنت قبل ذلك مقتصرًا على الأغراض غير التجارية. وقد عرّف كوتلر (Kotler) الترويج الإلكتروني بأنه: "نشاط يتم في إطار جهد تسويقي إلكتروني، ويتضمن عملية اتصال إقناعي عبر الإنترنت".

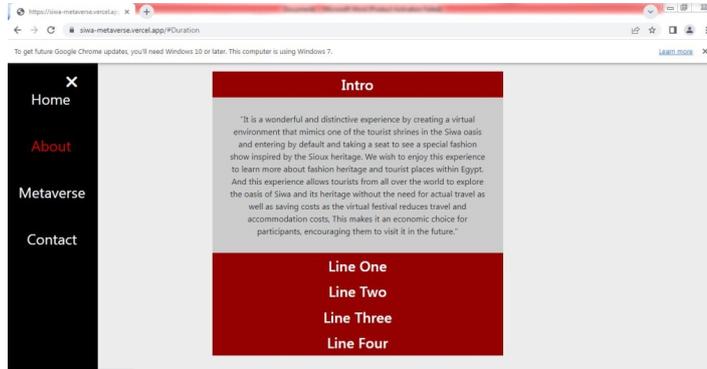
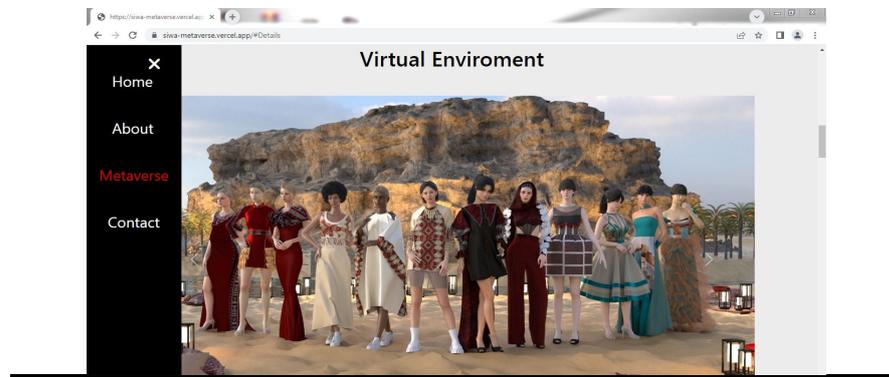
الموقع الإلكتروني كأداة للترويج الإلكتروني: مع التقدم التكنولوجي الهائل في وسائل الاتصالات والزيادة المستمرة في أعداد مستخدمي الإنترنت، أصبح الترويج الإلكتروني ضرورة لا غنى عنها، نظراً لقدراته الواسعة على الوصول إلى أعداد كبيرة من الأشخاص وتغطية مساحات جغرافية شاسعة تفوق قدرة الأساليب الترويجية التقليدية. ومن أبرز أدوات الترويج الإلكتروني الفعالة

تعريف الموقع الإلكتروني: "مجموعة من الصفحات المبرمجة باستخدام إحدى لغات الويب، والتي تتيح عرض البيانات واستقبالها عبر شبكة الإنترنت. وتختلف هذه المواقع من حيث التصميم، البرمجة، وطريقة عملها".

أهمية الموقع الإلكتروني في الترويج: يُعتبر الموقع الإلكتروني أداة ترويجية فعالة، حيث يتيح التواجد المستمر على الإنترنت على مدار 24 ساعة يوميًا، ما يمكنه من الوصول إلى ملايين المستخدمين يوميًا. ولتحقيق أقصى فاعلية في أداء دوره الترويجي، يجب تسويقه بشكل جيد ليصل إلى أكبر عدد ممكن من الزوار. كما توفر مواقع الويب فرصة للحصول على معلومات تفصيلية حول المنتجات أو الخدمات المعلن عنها، مما يجعلها وسيلة إعلانية قائمة بذاتها، تحقق الأهداف الأساسية للإعلان مثل الإقناع، والتذكير بالعروض المقدمة.

وقد قامت الباحثة بإنشاء وتصميم موقع إلكتروني للترويج للمهرجان الافتراضي حيث يمكن للسائح الدخول عليه من خلال رابط ومشاهدة فعاليات المهرجان وكذلك الدخول إلى عالم الميتافيرس من خلاله للدخول إلى البيئه الافتراضيه باستخدام QR CODE وأخذ مكان لمشاهدة عرض الأزياء الافتراضي .

[رابط الموقع الإلكتروني](https://siwa-metaverse.vercel.app)



<p>4. CONTACT وهو اخر محور بالموقع</p>	<p>3. METAVERS يوجد بها صور العارضات الالكتروني ويقوم فيه الزائر مرتدين الازياء داخل البيئه للموقع برفع بياناته مثل الافتراضي بلقطات مختلفه الاسم والييميل ويمكن كذلك ارسال رساله ومعرفه ارائه المتافيرس والاستمتاع حول المهرجان وكذلك اي بالتجربه من خلال QR كود شكوى ومقترحات . وبارتداء نظارات (VR).</p>	<p>2. الموقع الإلكتروني يوجد بها تفاصيل المهرجان من حيث الموقع والمكان وكذلك تفاصيل عرض الافتراضي الازياء وبالضغط على كل عنوان وكذلك يمكن الدخول الى عالم ارسال رساله ومعرفه ارائه المتافيرس ولقراءه تظهر قائمه اسفله لقراءه التفاصيل.</p>	<p>بالضغط (24) للظلم من داخل يظهر اربع محاور اساسيه: HOME/ABOUT/METAV ERSR/CONTACT HOME.1 كما موضح في شكل (24)</p>
--	---	--	--

يمكن الدخول الى عالم المتافيرس والاستمتاع بالتجربه من

حلال QR كود وارتداء نظارات ال VR

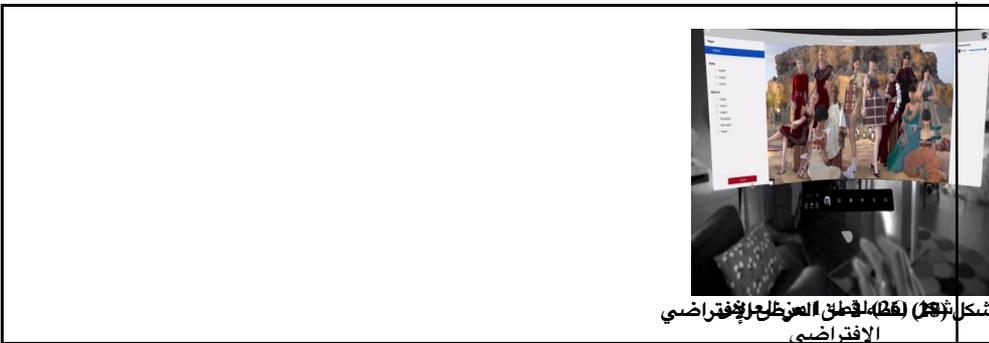


شكل (25) داخل الموقع للدخول لعرض الأزياء في الميتافيرس

او من خلال الرابط التالي

https://drive.google.com/file/d/1w0khQRW8M9KLBciu_gWVPkXEqNU-LpSS/view

لقطات من داخل عرض الازياء





شكل (29) لقطة 4 من العرض
شكل (30) لقطة 5 من العرض الافتراضي



شكل (31) لقطة 8 من العرض الافتراضي

اهم النتائج :

1. احياء التراث المصري عن طريق إعادة تخيل الملابس التراثية بطريقة حديثة في العالم الرقمي للميتافيرس واستخدامه لخلق بيئه افتراضيه
2. السياحه الترويجيه لواحده سيوه من خلال الميتافيرس كمقصد سياحي وثقافي عالمي باستخدام الملابس الافتراضيه
3. استخدام العروض المفاهيميه والتكيز على العناصر الديكوريه المناسبه والبيئات الافتراضيه لتقديم فكره او حدث من خلال الملابس والعرض الترويجي السياحي لأزياء مستوحاه من القومات البيئيه لواحده ، مع تنظيم عرض أزياء ملابس تقدم كتذكارات سياحيه لاستقطاب السائحين المهتمين بالثقافه والتراث
4. تصميم عارضين افتراضيين (أفاتار) للقيام بعرض التصميمات الرقميه في الميتافيرس بأوضاع وزوايا مختلفه لتحويل عروض الأزياء الافتراضيه إلى مهرجان او فعاليات سنويه
5. استخدام اداه المواقع الإلكترونيه للترويج الإلكتروني للعروض والتصميمات الافتراضيه والدخول للميتافيرس من خلال (QR code) وكذلك معرفه آراء الجمهور في المهرجان الافتراضي عند طريق الاستبيان في الموقع الإلكتروني.

:Reference

- Steele, V. (2010). "The Berg Companion to Fashion. Oxford" Berg Publishers , p.25
- Guttentag, D. A. (2010). "Virtual reality: Applications and implications for tourism." Tourism Management, 31(5), 637-651
- Adi Robertson & Jay Peters (2021). "What is The metaverse, and Do I Have To Care One part definition, one part aspiration, one part hype"p.77
- Balcioglu Y et al. (2022). "Prediction with Machine Learning and Comparison of Land Prices in The Metaverse Universe, Baskent International Conference on Multidisciplinary Studies" February 24-25, 2022, Ankara Turkey,p.94
- Verma, S., Warriar, L., Bolia, B., and Mehta, S. (2022). "Past, present, and future of virtual tourism-a literature review. International Journal of Information Management Data Insights", Volume 2, Number (2), p.185
- Hou, T. (2021, April). "Virtual tourism simulation system based on VR technology". In Journal of Physics: Conference Series , Volume 1881,

Number (3), p. 32,84). IOP Publishing

Rather, R. A., Hollebeek, L. D., Loureiro, S. M. C., Khan, I., and Hasan, R. •
(2024). "Exploring Tourists' Virtual Reality-Based Brand Engagemen": A
Uses-and-Gratifications Perspective. Journal of Travel Research, Volume 63,
Number (3), p. 606-624

- https://marketrealist.com/p/metaverse-fashion-brandsutm_source=chatgpt.com
- <https://hbr.org/2022/01/how-brands-can-enter-the-metaverse-5/2/2022>

مجلة بنها للعلوم الإنسانية , المجلد (4) العدد (2) السنة (2025)