دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	دور التصميم في تنمية وتطوير أسواق العمل: أنماط واتجاهات حديثة
المصدر:	مجلة علوم وفنون - دراسات وبحوث
الناشر:	جامعة حلوان
المؤلف الرئيسي:	النفيسي، عبدالله مشاري
المجلد/العدد:	مج 16, ع 3
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2004
الشهر:	يوليو
الصفحات:	147 - 158
رقم MD:	69390
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	التصميم الصناعي، التصميم الداخلي، بيئة العمل، المنشآت الصناعية، التنمية الصناعية، المنتجات الصناعية، الدول الصناعية، الدول النامية، التسويق، اتجاهات المستهلك
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/69390

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإتفاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة. يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الالكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

دور التصميم في تنمية وتطوير أسواق العمل
أنماط واتجاهات حديثة

د. عبد الله مشاري النفيسي

أستاذ مساعد – قسم التصميم الداخلي

كلية التربية الأساسية

الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب – الكويت

"لكي ينمو عمل التصميم الداخلي في المستقبل يجب أن نعمل جيداً على الذهاب إلى حيث سيكون السوق ذاهباً"

* الجمعية الأمريكية للمصممين الداخلي American Society of Interior Designers (ASID)

مقـــدمة :

يعتبر التصميم من أكثر الوسائل والأدوات المؤثرة في أسواق العمل والإنتاج والذي أثبت من خلال النتائج التي حققتها الاستراتيجية الدائمة على كيفية ترجمة الأفكار إلى منتجات وخدمات أكثر تأثيراً .

لقد أصبح نمو المؤسسات والشركات الاقتصادية يزداد نمواً في الدول المتقدمة وهذه الظاهرة الصحية نجدها بوضوح في إنجلتره فقد أتضح لدى العديد من هذه المؤسسات والشركات مدى أهمية التصميم في نجاح منتجاتها ومدى تأثيره الاقتصادي والمؤشرات الإيجابية التي يقدمها للسوق كما يوضح مدى احتياجات ورغبات المستهلكين نظراً للمرونة التي يقدمها التصميم في طرح وعرض الأفكار الجديدة المبتكرة تحمل معالم الإبداع والتفوق والتي تعمل بدورها على التأثير على رغبات وطلبات وحاجات المستهلكين كما تؤدي وتساهم بذلك إلى

حركة نشطة للإنتاج حيث هناك أدلة ومؤشرات عملية وواقعية في الدراسة والبحث الذي قام به مجلس التصميم البريطاني لحوالي ١٠٠٠ شركة ومؤسسة إنتاجية لمختلف الأحجام والقطاعات والتخصصات في بريطانيا وذلك في عام ٢٠٠٣ حيث وجد أن نسبة ٧٥ % من تلك المؤسسات قد وجدت أن نموها الاقتصادي قد ازداد وإن نشاطها قد تفاعل وعائداتها قد ارتفعت وذلك عندما وضعت التصميم ضمن سياستها واستراتيجيتها في خطة الإنتاج وأن استخدام التصميم قد ظهرت مؤثراته من حيث تكاليف الإنتاج والمواد والخامات والتي كانت تستخدم في السابق دون مراعاة التصميم في سياستها (19) .

مشكلة البحث :

تعاني الأسواق العربية من مشكلة عدم وجود هوية اقتصادية مميزة لها وهذا نشأ من عدم وجود استراتيجية عامة وشاملة وفق خطط علمية وفنية واقتصادية واجتماعية وثقافية تفتقدها مناهج التعليم والتدريب وهذا يترتب عنه أن تفتقر معالم الإنتاج إلى المعالم والعناصر العصرية المتطورة والتي تضع في خططها عناصر عديدة ومختلفة هي مقومات الإنتاج السليمة والتي من شأنها التأثير على أسواق العمل بكل فاعلية ونجاح . تنادي منظمات ومؤسسات اقتصادية وعلمية وأكاديمية في الدول المتقدمة إلى إعادة تقييم وتعديل في خطط مناهجها في مجال التصميم ووضع استراتيجية متكاملة ومتوافقة لما يحدث من تطورات هائلة ومتسارعة في نظم ووسائل الإنتاج والتي يتحكم بها التطور التكنولوجي المذهل ، فقد "أصبح للتصميم استراتيجية وأداة قيمة للتسويق وخلق هوية مشاركة" (14) ,(3) ,(2) ,(1) وهذه الدراسة تقدم بكل حماس ورغبة ملحة وبكل تواضع من حصر هذا النشاط الضخم للتصميم أو ثقافة التصميم التي أصبحت تعم الثقافات الحديثة في أرجاء العالم المتقدم والذي أطمع وأطمح أن نكون جزء كبير منه وذلك للقناعة التامة لدي بأن القدرات العربية ليست قاصرة أو خاملة لكي تعمل وتلحق بهذا النظام العالمي الجديد كما تتميز القدرة العربية بإمكانياتها على التحقيق والإنجاز متى ما توافرت لها السبل والوسائل والتي هي بوفرة وإنما ينقصها التعاون وتبادل المنافع المشتركة ووضع المواثيق السياسية على طريق التنفيذ.

أهداف البحث :

١ – أهمية التصميم في تطوير وتنمية الإنتاج ومؤثراته الإيجابية على أسواق العمل في المنطقة العربية .

٢ – إن اتباع استراتيجية عربية للتصميم في مجال الإنتاج يعمل على توفير فرص المنافسة العالمية وتواجد الإنتاج العربي في الأسواق العالمية .

٣ – إعادة تقييم وإيجاد مناهج علمية حديثة في المدارس والجامعات لوضع دراسة التصميم من المواد الأساسية للدراسات الاقتصادية وإدارة الأعمال .

٤ – تحديد معالم خارطة طريق للتصميم العربي في مجال التعليم والتدريب والإنتاج .

٥ – العمل على تأكيد وتعريف ثقافة التصميم لدى المجتمعات العربية لأن إدراك هذه الثقافة من شأنها أن تساعد وتعمل على تنمية ثقافة المستهلك وكيفية تعامله مع أسواق العمل والإنتاج .

(2), (5), (6), (8), (9)

منهجية البحث :

تعمل خطة البحث على عرض هذه المشكلة وتقديمه كمشروع لتنمية وتطوير مفهوم التصميم على الصعيد الأكاديمي والتطبيقي وإيجاد العلاقة الملحة والتكاملية بالقطاع الإنتاجي الاقتصادي في المنطقة العربية وذلك من التطرق إلى ما يلي :

١ – عرض ودراسة النظريات والدراسات والأبحاث والتقارير المتعلقة بأهمية ودور التصميم في أسواق العمل.

٢ – عرض ودراسة الإحصائيات والأنشطة المتعلقة بنشاط التصميم ومجالات التطبيق .

٣ – علاقة تعليم التصميم ومؤثراته في الإنتاج وسوق العمل .

(1), (2) (3), (4), (7), (9)

التصميم وأسواق العمل :

في لقاء أجرته مجلة – issue@ والمتخصصة في مجال التصميم مع – Sarah little turnbull وهي مستشارة للعديد من المؤسسات الأمريكية في مجال التصميم لمدة ٦٠ عاما حيث حددت الإطار الحديث والمتطور لمدى حاجة أسواق العمل إلى تفهم أن التصميم هو المفتاح الرئيسي لخطوات تنفيذ أي منتج حيث بدون استخدام التصميم ووضعه في الاعتبار كجزء أساسي في التخطيط منذ بداية المنتج حتى الانتهاء منه لن يكون هناك مؤثراً في الإنتاج بصورة جيدة أو ايجابية . (10)

كما يأتي تأكيداً آخر في موقع بعيداً عن أمريكا حيث تشير الدراسة التي قدمها البروفيسور – Naomi Gornick من جامعة – Brunel في انجلتره وذلك في المؤتمر الذي عقد في شهر نوفمبر ٢٠٠١ عن مدى أهمية وضرورة العلاقة التي تربط بين التصميم والصناعة حيث تدل المؤشرات وتشجع على أهمية دور المصمم في أن يحتل دوراً مؤثراً وفاعلاً في إدارة العمل والمتعلق في مجال الصناعة . إلا أنه يؤكد على ضرورة إيجاد العلاقة بين التصميم والتدريب وتعليم التصميم ، فقد أدركت العديد من الشركات والمؤسسات الصناعية أهمية التصميم ودوره كأداة فاعلة ومؤثرة في تحقيق فوائد وعائدات اقتصادية كبيرة لدى استخدامها التصميم . (19)

متغيرات جديدة طارئة على أسواق العمل :

في لقاء أجرته مجلة – issue@ والمتخصصة في مجال التصميم مع البروفيسور Dipak C. Jain عميد جامعة – Northwestern university الأمريكية حيث يؤكد على ضرورة وضع الاعتبار للمتغيرات الجديدة والتحديات التي ظهرت حديثاً ولم تكن متواجدة في السابق نظراً للعالمية في أسواق العمل

والتطور التكنولوجي حيث أدت هذه المتغيرات إلى تغيير قواعد اللعبة في أسواق العمل . فإن المنافسة الآن تأتي من أي مكان حيث تحمل معها تكنولوجيا متقدمة وقادرة على إنتاج أكثر في كل يوم والتي بدورها جعلت المستهلكين قادرين على الطلب أكثر من السابق ، وفي نفس الوقت أن اختلاف المميزات والجودة الإنتاجية بين منافسة الماركات التجارية أخذت تتلاشى نظراً لأن تلك الشركات قادرة ولديها الإمكانية للوصول إلى نفس التكنولوجيا المتاحة للجميع ، ويقدم مثالاً لذلك فيقول : إن أجهزة الكمبيوتر وبشكل خاص – Laptops جميعها متشابهة وان وجدت اختلافات فإنها بسيطة للغاية ، إلا أن المشكلة تكمن في أن الشركات المنتجة تواجه عقول مستهلكين لديهم الذكاء والمعرفة للمنتجات والخدمات والظروف المحيطة بالمنتج الذي تقدمه تلك الشركات مثال ذلك تعليمات التشغيل ومكان العرض والبيئة المحيطة بالمنتج وطريقة العرض وأهمية اعتبار طريقة تفكير المستهلك للحصول على المنتج من شأنها التأثير سلباً أو إيجاباً على التسويق ويرى في أهمية تكاليف (تفكير المستهلك) للحصول على المنتج ويقدم مثالاً لذلك : عند الذهاب إلى المحل المفضل لشراء سلعة ما فإن المستهلك يعلم أي ممر وفي أي رف توجد به هذه السلعة حيث لا يستهلك وقتاً في التفكير والبحث عنها فإن ذلك تكلفة للتفكير وأن التصميم الجيد يعمل على خفض (التفكير) لدى المستهلك . (10) كما يقدم البروفيسور – John Boult أستاذ استراتيجية التصميم في جامعة Brunel university في انجلتره ثلاثة نصائح عملية هامة لمدى تأثير التصميم في إدارة العمل ويحددها فيما يلي :

١ – تعامل مع التصميم على أنه استثمار .

٢ – تعامل مع التصميم بجدية وعلى أعلى مستوى في المؤسسة .

٣ – امنح المصممين الوقت للتعرف على الشركة وامنح الوقت للشركة لكي تتعرف على المصممين .

اتجاهات وأنماط حديثة للتطوير في مجال التصميم :

يعتبر مشروع D-Futures وهو أحد الأنشطة الفاعلة التي يقوم بها مجلس التصميم البريطاني ويرعاها بكل اهتمام وذلك بغرض تطوير وتنمية هذا المجال من خلال تطبيق هذا المشروع والذي يمثل ملتقى لكافة الخبرات المختلفة المؤثرة في مجال التصميم والمصممين بحيث يتيح الفرصة للمصممين لكي يلتقوا مع بعضهم البعض لتبادل ومناقشة الآراء والأفكار والموضوعات المتعلقة في مجال التصميم وذلك من خلال عرض تجاربهم وممارساتهم العملية . وقد بدأ هذا المشروع في أواخر عام ٢٠٠٢ في انجلتره ويعقد كل أربعة أو ثمانية أسابيع وفي مدن مختلفة في انجلتره حيث يتم عرض الموضوعات بصورة مركزة ويشارك بها العديد من الأكاديميين والصحفيين والممارسين من المصممين وممثلي المؤسسات المختصة في مجال التصميم والصناعة.

وقد لقى هذا المشروع نجاحاً كبيراً مما جعل طلاب الجامعات المتخصصة في مجال التصميم وإدارة الأعمال والاقتصادي على إقامة مثل هذا المنتدى في أرجاء عديدة في انجلتره . ومن أهم مميزات هذا المشروع

أنه يحقق التنوع والحيوية وإضفاء طابع حيوي حديث وعملي خلاف الجانب النظري أو الأكاديمي كما يعمل على تطبيق المنهج الأكاديمي التقليدي كذلك يضيف الخبرة المكتسبة الحديثة من خلال ما يتلقاه الطالب من تجارب ومعارف من صميم تجارب المختصين في حقل عملهم اليومي . (19)

جهود وأنشطة لتطوير وتنمية التصميم وأسواق العمل :

نماذج وأمثلة :

أنها جهود وأنشطة مكثفة وحثيثة على العمل لتأكيد الدور الحيوي والهام لمدى تأثير التصميم على أسواق العمل والنشاط الاقتصادي بشكل عام ويمكن ببساطة أن نلمس تلك الجهود تأتي من مواقع مختلفة ومتعددة في أرجاء هذا العالم فإن النشاط يمتد إلى أقصى الشمال في الولايات المتحدة الأمريكية كما نجده يتفاعل بتنوع في دول القارة الأوربية ويشمل لأقصى الشرق في اليابان وكوريا والصين .

يعتبر مشروع : التصميم من أجل حاجات المستقبل ÷ Design for Future Needs من أهم المشروعات البحثية المنتشر في أوربا على نطاق واسع نظراً للإقبال الشديد والمتزايد على ضرورة وأهمية التصميم وتأثيره على أسواق العمل والصناعة وأن الأساليب التي يستخدمها التصميم تساعد وتساهم صانعي السياسة الأوربية في المجال الاقتصادي على تفهم هذا الدور ووضعه في خططهم التي تعمل على تحقيق حياة مميزة . وتعمل فكرة هذا المشروع في عرض أهمية التصميم وإمكانية في خلق التفكير وإيجاد الأساليب والوسائل التي يمكنها أن تلعب دوراً في التخطيط وتحديد معالم الإنتاج الصناعي وعلاقته بالقطـــاع العام والسياسة الأوربية في هذا المجال . (22)

كما يبرز نشاط آخر يسعى ويعمل بكل حرص واهتمام لكي يصبح التصميم مادة علمية متطورة ومتفاعلة مع الظروف المحيطة بالبيئة اجتماعية كانت أو سياسية أو بيئية طبيعية ، حيث تعتبر مؤسسة – AIGA في الولايات المتحدة الأمريكية والتي أنشئت منذ عام ١٩١٤ من أهم المؤسسات التي تهدف وتعمل على تنمية وتطوير التصميم نظراً لدوره المؤثر في النشاط الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي وتضم هذه المؤسسة خبرات عريقة متميزة وذات تخصص متنوع في مجال التصميم حيث تضم في عضويتها ١٦,٠٠٠ مصمم ويمثلها ٤٧ مكتب إقليمي في مختلف الولايات المتحدة الأمريكية وأكثر من ١٥٠ مركزاً في الجامعات الكليات المتخصصة . وتتعدد أنشطة هذه المؤسسة من دعم مادي وعلمي للأنشطة من إعداد البرامج المختلفة بالتعاون مع المنظمات والمؤسسات المتخصصة وذلك بغرض تعليم التصميم في الحقل الأكاديمي وبين المجتمعات وذلك من خلال عقد المؤتمرات والندوات والدورات التدريبية والثقافية والفنية ، كما إنها تساهم في توفير فرص العمل للمتخصصين ، كما أنها تعمل على تحقيق المرجعية التي تحتوي على فاعليات التصميم وتكون راعية له ، وهو دور إيجابي يتيح للعديد من الدارسين والمختصين في الحصول على المعلومات واكتساب الخبرات المطلوبة للعمل في هذا المجال . (15)

وتقدم فرنسا نموذجاً إيجابياً لتأكيد فاعلية التصميم وتأثيره في الإنتاج وسوق العمل ، على الرغم من المكاسب المادية الضخمة التي تحققها الشركة الفرنسية العالمية – Decathlon وهي من اشهر الشركات العالمية في صناعة وتوزيع المنتجات الرياضية والتي بلغت إيراداتها في عام ٢٠٠١ حوالي ٢,٠٧ بليون يورو ويبلغ عدد العاملين بها ١٨,٠٠٠ عامل وموظف فقط منذ سبعة أعوام مضت لم يكن لدى الشركة أي مصمم إلا أنه استحدث منذ عام ٢٠٠١ مركزاً للتصميم في هذه الشركة من مهماته الرئيسية وضع استراتيجية خاصة لمنتجات الشركة ويشمل على حوالي ٥٠ مصمماً متخصصين في نوعية إنتاج الشركة وقد أصبح التصميم يحظى بأولويات لخطط وبرامج الإنتاج لهذه الشركة نظراً لما وجدته من التأثير الهام والعائد الكبير لاستخدام التصميم في تطوير وتنمية الإنتاج . (22)

الحاجة إلى خارطة طريق للتصميم للوصول إلى أسواق العمل والتفاعل مع الإنتاج لإمكانية التطوير ، هذا الأمر أدى إلى إنشاء مشروع

Market Demand that Reward Investment in Design – (MADRID)

وهو من أهم المشروعات ذات الحيوية ويتميز بالطابع العملي ويعتبر أحد المشروعات الرئيسية التي قام بها مجلس التصميم البريطاني في شهر أكتوبر عام ١٩٩٥ وذلك بالمشاركة مع المجموعة التجارية للتصميم CID في بريطانيا حيث يتم عمل دراسة وبحث ميداني بهدف مراقبة تأثير التصميم على إنتاج الشركات ومدى المؤثرات والعائدات الناتجة من استخدام التصميم في إنتاج تلك الشركات ومدى تأثيرها في الأسواق والإمكانية التي يحققها الاستثمار في مجال التصميم . فقد توصل الباحثان – John Riedel & Mark T. Smith من الوصول على عدة نتائج لها أهميتها حيث وجدا أن المشروعات التجارية التي لقيت نجاحاً في إنتاجها قد استخدمت التصميم في وسائل مختلفة من حيث الزيادة في العائدات المالية للمنتجات واتخذت لها موقعاً في الأسواق المنافسة كما أن استخدامها للتصميم قد عمل على تخفيض التكاليف والذي بدوره إلى زيادة المبيعات كما أعطى استخدام التصميم الفرصة لظهور المنافسة التجارية على المنتجات في الأسواق المختلفة . (21)

وعلى الصعيد الأكاديمي والعلمي فإن هناك جهود أخرى وأنشطة مماثلة تسعى منذ عدة سنوات وبصورة متصلة نظراً لأن التعامل في مجال التصميم يتطلب المتابعة نظراً لتفاعله مع قطاعات وأنشطة مختلفة ومتنوعة ومجال نشاطه يتميز بالحيوية وظهور متغيرات عديدة ، لذلك تعقد العديد من المؤتمرات الدولية السنوية في الولايات المتحدة الأمريكية وفي دول أوربا وآسيا مثال ذلك المؤتمر الدولي الذي عقد في شهر أبريل عام ٢٠٠٣ وهو المؤتمر السنوي السادس للتصميم والعمل والذي ينظمه مركز التصميم والعمل – Center Design Business حيث عقد في ولاية – Rhode Island وتطرق لدراسة ظاهرة إيجابية التصميم وتأثيره في زيادة المبيعات والعائدات الضخمة التي حققها لأسواق العمل وتنمية اقتصاديات العديد من الشركات والمؤسسات الأمريكية. (14), (15), (17), (23)

إلا أن العديد من المهتمين والمختصين بمجال التصميم ينظرون بشغف للمؤتمر الدولي للتصميم الذي سيعقد في الدنمرك في شهر سبتمبر عام ٢٠٠٥ والذي تنظمه كبرى المنظمات العالمة للتصميم : , (ICOGRADA) (CSID) , (IFI) تحت عنوان "التحديات المستقبلية للتصميم والمصممين" حيث سيتم التركيز على أهمية وتطور التصميم في نمو الثقافات المتعددة والمتغيرات الديموغرافية ومؤثراتها الاجتماعية ونتائجها على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية في أوربا . وهذا يؤكد على أهمية الدور الذي يلعبه التصميم ومدى أهمية دراسة جوانبه المختلفة وتفاعلاته المتعددة والمتغيرة ومدى تأثيرها نظراً لارتباطها الوثيق على الجانب الحيوي وهو الاقتصاد والعمل . (18)

نحو إعداد منهج علمي متطور :

اتجاهات حديثة لتطوير وتنمية المنهج التعليمي :

يؤكد الدكتور – Terenco Love في الدراسة التي قدمها عام ٢٠٠٠ عن القواعد والنظم التعليمية للتصميم في الجامعات أن الاتجاهات الحديثة في التعليم الجامعي للتصميم أصبح له من الضرورة إحداث متغيرات له فرضتها العوامل الاقتصادية وعملت على أسبابها الدوافع الاجتماعية التكنولوجية والاقتصادية وطبيعة البيئات الثقافية للمجتمعات الحديثة وما تتوقعه من دور للتصميم في مساهمته في تطوير الخبرات الأكاديمية في التصميم لمستقبل الإنسانية . (4)

كما يرى العديد من الأكاديميين بضرورة إيجاد منهج علمي للتصميم يدرس في كليات إدارة الأعمال ، الأمر الذي جعل بعض الخبراء من إصدار كتاب حديث صدر في عام ٢٠٠٣ عن : التصميم في العمل – Design in Business من إعداد John Bessant & Margaret Bruce وهو أول كتاب يصدر عن علاقة وأهمية التصميم ومدى أهمية وضع استراتيجية للتصميم كإجراء تنفيذي متناسق للأداء في منظور العمل واكتشاف التحديات المستقبلية في إدارة التصميم .

وإن اكتشاف أهمية التصميم تكمن في : قابلية الاستخدام ، الاستخدام الدائم ، قيم المستهلك ، العالمية ، التكنولوجيا ، هذه فقط بعض المظاهر الأساسية التي تكتشف عن أهمية التصميم والتي أضيفت إلى أجندة مفهوم التصميم في هذا العصر والتي تندمج أهمية تفاعلاتها في مجال الصناعة والتعليم . هذا ما توصل إليه مجلس التصميم البريطاني من خلال العديد من الدراسات والأبحاث العلمية ومن خلال دراسة الإحصائيات التطبيقية ، الأمر الذي يجعل التصميم مادة ذات أهمية وحيوية يجب أن تلقى العناية ونظراً لمدى تشعبها ومؤثراتها المختلفة والعديدة في الاقتصاد والمجتمع والثقافة والسياسة . (1), (2), (4), (9), (19)

تتجه معظم المدارس العلمية للتصميم إلى إعادة صياغة حديثة لمنهج التصميم في مدارسها وذلك وفقاً للمتطلبات العصرية والتي يمثلها على وجه الخصوص وتلح عليها حاجة أسواق العمل . فقد أصبح أمر التغيير يمثل أهمية شديدة لدى العديد من المراكز العلمية والأكاديمية لإعداد المناهج الخاصة بالتصميم ونلمس ذلك في

أحد النماذج للخطوات العملية في مشروع :

Designers into School Week – (Disw) وهو حدث يقام سنويا في مدارس انجلتره بمشاركة المصممين المختصين للتطوع بالعمل والتدريب في المدارس المتوسطة للتصميم والتكنولوجيا حيث يساهم هؤلاء المصممين والخبراء في مجال التصميم بتقديم خبراتهم وتجاربهم لكي يكتسبها كل من التلاميذ والمدرسين وذلك من خلال ممارسة عملية وتطبيقية لمشروعات مختلفة تضيف أبعاداً علمية ذات فائدة على المنهج الدراسي للتصميم وتعطيه واقعية عملية من الخبرات العملية التي يقدمها الخبراء والمصممين . كما إن هذا التفاعل والتعاون والاحتكار المتنوع يتيح لكل من التلاميذ والمدرسين فرصة الاتصال بعالم التصميم في آخر تطوراته كما يشجع تطلعاتهم في كيفية التعامل في أسواق العمل كما يعمل هذا النشاط على تكيف المنهج النظري والتطبيقي مع واقع العمل والتعرف على لجوانب ذات العلاقة المرتبطة بين التصميم وأسواق العمل وحاجات الأسواق الملحة للتصميم . ولقد لقي هذا النشاط نجاحاً كبيراً في مدارس انجلتره حيث بلغ عدد المصممين والخبراء الذين ساهموا في زيارة تلك المدارس وقاموا بتقديم خبراتهم حوالي ٤٠٠ مصمم في عام ٢٠٠٣ في حين كان يبلغ عددهم في عام ٢٠٠٢ حوالي ٣٠٠ مصمم وهو عدد يتنامى بصورة إيجابية وسريعة خلال عام واحد فقط . كما تم إجراء استبيان على مدى أهمية ونجاح هذا المشروع والذي كان من نتائجه ما يلي :

١ – أن نسبة ٩٧% من المدرسين طلبوا المشاركة في هذا البرنامج في المستقبل .

٢ – أن نسبة ٩٩% من التلاميذ قد اكتسبوا خبرة ومتعة من هذا النشاط .

٣ – أن نسبة ٩٥% من المدرسين وجدت Hن التلاميذ قد حصلوا على فكرة واضحة وانطباع جيد عن التصميم الصناعي .

٤ – أن نسبة ٨١% من المدرسين سوف تبقى على اتصال دائم مع المصممين .

٥ – أن نسبة ٩٥% قد وجدوا حرية في التعاون والتعامل مع المصممين في تفهم وإدراك أهمية التصميم وضرورته العملية .

٦ – أن نسبة ٨١% وجدوا Hن هذا النشاط قد لقي نجاحاً كبيراً وان فكرة فريق العمل قد لعبت دوراً هاماً في نجاحه . (19)

ماذا يفتقد المنهج العربي للتصميم ؟

إن إعداد الإجابة على هذا التساؤل تحتاج إلى دراسة وبحث عميق وإنما أقدم هذا المثال المتواضع قد تكون إجابة واضحة وسريعة ولا تحتاج إلى شرح أو تعليق . في عام ١٩٩٩ تقدمت جمعية بوسطن للمعماريين في الولايات المتحدة الأمريكية بمشروع برنامج تعليم الصغار في المدارس المتوسطة وذلك بغرض التعليم والتدريب على التصميم المعماري وأطلق على المشروع أسم : Learning By Design – LBD ويشمل هذا البرنامج مشاركة ٥،٥٠٠ طفل ومدرس ومصمم ويعمل على إعطاء الفرصة للتلاميذ للتعبير عن أفكارهم وإظهار

مواهـــبهم ومهاراتهم وإمكانياتهم الإبداعية وأفكارهم تجاه العمارة بشكل عام ، وقد قام بهذا المشروع العديد من المهندســين المعماريـــن والمصممين بعمل تطوعي لخدمة المجتمع وتنمية مصادر المعرفة واكتساب الخبرات ونقلهـــا للأجـــيال الصغيرة الواعدة بمستقبل قوي ومتطور في هذا المجال ويعمل المشروع على تحقيق الأهداف التالية :

١ - إتاحـــة الفرصة للتلاميذ وتنمية مهاراتهم وتوفير الوسائل التي يحتاجونها لتوصيل أفكارهم عن البناء والبيئات الطبيعية والعلاقات التي تربطهم بالمجتمع وأنفسهم .

٢ - ارتباط التلاميذ باهتماماتهم المعمارية وتصميم المشروعات بمساعدة وتوجيه المعماريين والمصممين والمخططيـــن . الأمر الذي يحقق ويعمل على توفير الحاجات الإبداعية لمثل هذا المشروع لكل من التلاميذ والمصممين .

٣ - يحقـــق هـــذا البرنامج للمعلمين والشباب توفير الفرص للتدريب والدعم الكافي الذي هم بحاجة إليه لارتباط الصغار في نظام المنهج المتعلق بالعمارة والتصميم المعماري ومشروعات التصميم . (24)

النتـــــائج :

يعمـــل التصـــميم عـــند اســـتخدامه في أسواق العمل والإنتاج على تحقيق العديد من المزايا والفوائد والنتائج الايجابية المختلفة وأهمها ما يلي :

١ - يحقق التصميم زيادة في معدلات المبيعات من المنتجات والخدمات .
٢ - يقوم على إثبات وضع التسويق ذي الارتباط مع المنافسين .
٣ - يعمل على تحقيق نوع من ولاء المستهلكين للإنتاج ويقلل من شكوى البعض.
٤ - يعمل على تحقيق هوية قوية ومميزة للعمل .
٥ - التصميم له القدرة لكي يخلق منتجات وخامات جديدة والعمل على فتح أسواق جديدة .
٦ - التصميم الجيد يؤدي إلى اقتصاد جيد .
٧ - يساهم التصميم في تقليل الوقت للتسويق في حالات المنتجات والخدمات الجديدة .
٨ - يعمل التصميم بالتأثير على المستهلك فيعطي الأسباب التي تجعله يقدم على شراء المنتجات من شركة معينة وليس من المنافسين نظراً لأن المستهلك ينظر بأهمية إلى جودة الاستخدام للمنهج وإمكانية وظيفته وتحقيق إغراضه بالإضافة إلى النواحي الجمالية .
٩ - إن ممـــيزات التـــنوع والاختلاف في عناصر التصميم تساهم في خلق تصميم إنتاج أو خدمة جديدة وهذا يساهم على ظهور التحدي أمام المنافسين للإنتاج .
١٠ - يعمـــل اســـتخدام التصميم في الإنتاج على تقليل التكلفة الإنتاجية وذلك من خلال التصميم الذي يراعي العـــناية اللازمـــة في خطوات ومراحل التصنيع للمنتج مثل استخدام المواد والخامات ونوعيتها وجودة التعبئة والتغليف . (2),(6),(9),(7),(1).

توصيات :

مـــن الضـــرورة إيجـــاد وتحديد صيغة عملية لمعرفة إمكانيات التصميم وعلاقته بالإنتاج وتأثيره على أسواق العمل في المنطقة العربية وذلك من خلال دراسة الخطوات التالية وإمكانية تطبيقها :

١ - الصناعة :

ويقصـــد بهـــا الوحدات الصناعية الإنتاجية للقطاع العام والقطاع الخاص والمعاهد والكليات والمدارس المتخصصـــة والمـــتعلقة بمجـــال التصنيع والمعامل والمؤسسات المتعلقة بتقديم الخدمات والمؤسسات التجارية المتخصصة التي تشارك وتساهم في النشاط الاقتصادي .

٢ - قاعدة المعلومات : Data

ويقصـــد بهـــا جمـــع وحصر كافة المعلومات والبيانات والإحصائيات والتقارير المتعلقة بالمشروعات والأنشـــطة والـــبرامج الصناعية والإنتاجية وتوثيق الأنشطة السابقة والحالية للإنتاج بمختلف أنواعه ونماذجه ، كذلـــك فيما يتعلق بنشاط المؤسسات التعليمية من حيث المناهج المتعلقة بالتصميم ووسائل ونظم التعليم والتدريب المتبعة في هذا المجال .

٣ - مؤشرات السوق والنشاط الاقتصادي :

ويقصـــد بهـــا جمع المعلومات والدراسات المتعلقة بأنشطة السوق المحلي والعالمي للصناعة والإنتاج ومـــتابعة مؤشـــرات نشاط أسواق العمل المحلية والعالمية بصفة دائمة ورصد المواقع في دول العالم من حيث الحركة الاقتصادية والإنتاج والتسويق .

٤ - إنشاء المنظمة العربية للتصميم وهي الوسيلة العملية لإمكانية نجاح هذا المشروع .

خـــاتمة :

فـــى عام ١٩٧٦ كتب البروفيسور - Pieter Brattinga أستاذ التصميم ورئيس مجلس إدارة معهد - Pratt للتصـــميم فـــي هولـــندا حيـــث يقول في كلماته الهادئة والواقعية والمختصرة والتي تحدد إطار مستقبل التصـــميم: " فـــي مجتمعنا الاستهلاكي وعلى مدى أربعين عاماً أصبح علينا أن نقبل التنوع الهائل من المنتجات الضرورية واللاضرورية ، والتي أصبحت متاحة في جميع الأوقات ، والتي تقود إلى واقع مجهد في التعامل مع كل أنواع المصادر . وإذا تعلم الناس على كيفية التعامل في تقليل الاستهلاك اليومي فإنهم سيحصلون على فوائد صـــحية متنامـــية لهم ولأجيالهم ، وان المخططين يمكن أن يبدءوا في نظام عالمي للإنتاج حالما يبدأ الناس في قـــبول فكـــرة البساطة في الأكل والقليل من الشراء أو المنتجات الغير ضرورية ، فإن المنتجين وقادة الصناعة ســـوف ينـــتجون اســـتراتيجية حديثة للإنتـــاج والتي تعتمد أساسياتها على استخدام مـــواد قليلة وخـــامات قابلة

لإعـــادة اســـتخدامها . (Recycled) والاعتماد على صناعة منتجات طويلة العمر وفي نفس الوقت فإن قادة الإنـــتاج يجـــب أن يشـــكلوا فرق من المصممين والاجتماعيين وخبراء التوزيع وآخرين بغرض التخطيط لأكثر الإشـــكال والأنمـــاط الاقتصـــادية للإنتاج والتسويق والتوزيع لأن التصميم قادر فقد أن يلعب دوراً هاماً إذا كان جزءاً من هذا كله ومن ضمن الخطة الاقتصادية " . لقد تحققت طموحات هذا الخبير ورؤيته المستقبلية منذ عام ١٩٧٦ واتضـــحت بصـــورة فائقـــة لا تدعـــو للشك كما لم تكن طموحاته تصل إلى أقصاها لو نظر إلى وضع التصميم في عام ٢٠٠٤ . (6)

إحصائيات :

- في عام ١٩٩٩ بلغت النسبة ٢٤% للشركات والمؤسسات في انجلتره والتي وجدت أن التصميم يعتبر جزءاً مكملاً لنشاطها وازدادت هذه النسبة إلى ٣٥% عام ٢٠٠٠ .
- بلغـــت نســـبة الإنفـــاق فـــي مجال الإنتاج الذي يستخدم التصميم في بريطانيا حوالي ٢٦,٠٧ بليون جنيه إسترليني في عام ٢٠٠٠ في حين كانت النسبة حوالي ١٢ بليون جنيه إسترليني في عام ١٩٩٥ .
- ٨٣% مـــن المؤسســـات والشـــركات في بريطانيا تجد إن التصميم أصبح له تأثير فعال في الإنتاج وأداء السوق في عام ٢٠٠٢ .
- بلـــغ عدد الطلبة في بريطانيا والذين التحقوا بكليات التصميم حوالي ١٦،٠٠٠ طالب في عام ١٩٩٥/٩٤ وارتفع هذا العدد في عام ٢٠٠١/٢٠٠٠ إلى ٢١,٧٠٠ طالب .
- فـــي ألمانـــيا نشرت مجلة Deutschlandmagazine أن نسبة ٨٥% من الدوافع لدى المستهلك لاقتناء السيارات هو تأثير التصميم (عدد يناير ٢٠٠٤) .
- العمـــل الفنـــي استثمار هائل وذو عائد ضخم هذا ما نشر في التقرير السنوي للمنظمة الأمريكية للفنون – Americans for the Arts في عام ٢٠٠٠ عن مدى تأثير ودور المنظمات والشركات الغير حكومية في الاقتصـــاد الوطنـــي حيـــث بلغـــت الإيـــرادات مـــن إجمالـــي النشاط الفني حوالي ١٣٤ بليون دولار . (16),(19),(20),(17)

Bibliography

المراجع:

1. Charlotte and Peter Fiell
   Design of the 20th Century p.p.6,7
   Published by: Benedikt Taschen Verlag Gmbh 1999, Germany.
2. Dormer Peter
   Design since 1945, p.p. 199, 200
   Published by: Thames and Hudson London, UK, 1995
3. Fishel Catharine
   Redesigning identity
   Published by: Rockport publishers, Inc.
   USA 2000
4. Love T
   Philosophy of Design,
   Design studies p.p. 293-313
   Published by: Praxis Education Press
   Australia, 2000
5. Lupton, Ellen and J. Miller, Abbott
   Design writing Research
   Published by: Phaidon Press Limited
   London, UK, 2000
6. Marsack Robyn
   Essays on Design 1
   AGI's Designers of influence
   Published by: Booth Clibborn Editions, 1997
   London. UK
7. Mcdermott Catherine
   Design Museum C 20th Design
   Published by: Carlton Books Limited p. 247-London,
   UK 1997
8. Vilem Flusser
   The Shape of things p.p. 17, 18, 19
   Published by: Reaktion Books Ltd.
   London UK, 1999
9. Woodham M. Jonathan
   Twentieth-Century Design p.p 171, 173
   Published by: Oxford University Press
   New York USA, 1997

Magazines:

10- @issue magazine
The Journal of Business & Design
Vol,8,No.2,fall,2002,p.p,3,4,5&
Vol,7,No.1,2001
Published by: Corporate Design Foundation, USA
11-ORIAC DESIGN, magazine, fall, 2001
Published by: Oriac Design Corporation, USA
12-METROPOLIS MAGAZINE July, 2003
Published by:Bellerphon Publication,Inc.,USA
13-new design,MAGAZINE
March/April,2002
Published by:Gillard Welch Limited London, U.K

Websites:

14-www.svid.se
15-www.aiga.org
16-www.artsusa.org
17-www.centerdesignbusiness.org
18-www.danishdesign.com
19-www.designcouncil.org.uk
20-www.designdirectory.org
21-www.design.open.ac.uk
22-www.dff.org
23-www.nga.org
24-www.architects.org