

نحو ثقافة التصميم في الأردن

د. زياد سالم حداد*

الملخص

الهدف الرئيس لهذا البحث هو دراسة دور ثقافة التصميم وقيمتها بوصفها عاملاً قوياً في منهجيات التصميم الفعالة والأعمال التي تدرك أهمية عملية التصميم في نشاطاتها الإبداعية. كما يتناول البحث أيضاً الطرائق والوسائل التي يؤثر بها التصميم وثقافته في بعضهما من جهة، وتأثيرهما في الإبداع والتجديد في التصميم والحياة عامة من جهة أخرى. ولهذا تناول البحث معنى التصميم، ومعنى الثقافة، وكذلك الإبداع والتجديد، فضلاً عن دراسة النشاطات والفعاليات الرئيسية التي أقيمت لنشر الوعي بالتصميم وثقافته في الأردن من أجل الإسهام في بناء تنمية حقيقية مستدامة.

الكلمات المفتاحية: ثقافة التصميم، منهجيات التصميم، عملية التصميم، الإبداع، التجديد، التصميم، الثقافة، الترويج، الوعي، التنمية المستدامة.

* قسم التصميم والفنون الجميلة - كلية الهندسة المعمارية - جامعة اليرموك

مقدمة

تعدُّ ثقافة التصميم مكوناً مهماً جداً من مكونات منهجيات التصميم الفاعلة، ولها تأثير كبير في الأعمال التجارية جميعها التي تُعدُّ عملية التصميم الجديدة أداة ضرورية للنجاح الاستراتيجي. فلثقافة التصميم تأثير أقوى عندما ينظر إليها من خلال فريق تصميم متعدد المجالات أو الاختصاصات ومنظور مزدوج للشركات والمستهلكين الذين لكل منهم ثقافة قائمة بذاتها. وفيما يتعلق بفريق التصميم، تتطلب مشكلات التصميم الحالية خبراء في مجالات واسعة المعارف والمهن مع التزام تام ووجود رغبة واضحة لابتكار حلول أفضل بهدف تحقيق نجاح الأعمال، ونيل رضا المستهلك، وتحسين الشعور بالذات. أمّا على الصعيد التجاري، فتتطلب مشكلات التصميم الحالية إرساء الأسس والقواعد اللازمة لتمكين المنظمات من الازدهار وتحقيق الأفكار الجديدة. وفضلاً عن ذلك تعمل ثقافة التصميم على إيجاد بيئة إبداعية تُعدُّ أساساً من أسس توليد المنتجات والخدمات التنافسية بمساعدة فريق عمل فاعل. أمّا بالنسبة إلى المستهلك، فيمكن عدّ كل مستهلك نقطة محورية لثقافة تصميم قائمة بذاتها تلتقي فيها المنتجات والخدمات والنظم كلّها في نهاية المطاف. فعندما تصمم المنتجات جيداً وتتكامل بطريقة فريدة متميزة، يكون الشخص الذي يستخدم هذه المنتجات المختلفة جذاباً ثقافياً يمزج تلك الثقافات المختلفة كلّها معاً بتبويغاتها وعلاماتها التجارية المتنوعة.

ومن الحقائق الثابتة أن إحدى المهمات الرئيسة للمصممين، ومدرسي التصميم، ونقاد التصميم هي جعل الأشياء جذابة من الناحية الجمالية. إذ يعمل المصممون بفعل التعود، أو دون قصد، على استثناء أنفسهم من عمليات تطوير الأفكار والتعبير عنها. لأنهم، من الناحية التقليدية، صانعون وليسوا مفكرين في عالم الأعمال الحرة. أمّا من ناحية نظم تعليم التصميم المعاصرة، فقد

بدأ المربون فعلاً زيادة تأكيد عملية تطوير قدرات التفكير والإمكانات الذهنية لطلبة التصميم وتعميق الفهم الأعمق للتنوع الثقافي لديهم. وأصبح هذا المفهوم واضحاً في نشاطات التصميم جميعها، ومسابقاته، وجوائزها، كما هو الحال في جائزة براون BraunPrize التي تنظمها شركة براون في ألمانيا، وجائزة Red Dot وغيرها من الجوائز العالمية الأخرى. كما أصبحت الأسس الفكرية المدعومة بالحلول البصرية، والعمليات الذكية، والمعلومات التاريخية، وكذلك الأفكار تقف بقوة وراء أفضل الممارسات التصميمية اليوم (وليام درينتل WilliamDrenttel، 23 آب 2008). ومن أجل أن يسهم التصميم بفاعلية أكثر وتأثير إستراتيجي أفضل في عالم الأعمال، يعتقد ستيف ساتو Steve Sato (آذار 2010) أنه يجب على كل مصمم أن يكون له دور في قيادة التغيير.

التصميم والثقافة

تعني الثقافة "درجة عالية من التتوير المكتسبة في التعامل مع الأفضل في الحياة الحضارية عبر الأزمنة والأماكن الكثيرة؛ وتُقدَّر عادة صفاء الذوق، ورهافة الإدراك، ولطف الخلق الكريم." كما تعني "تدريب العقل وتهذيبه، والشعور، والسلوك، والذوق وغيرها" (قاموس ويبستر الجديد للمرادفات Webster's New Dictionary of Synonyms، 1984، ويبستر Webster's New Twentieth Century Dictionary 2nd Edition، 1983). وتعني أيضاً القيم والمواقف الإنسانية، والأنماط الشخصية، والمعتقدات، والأفكار التي تظهر بشكل متأن في المنتجات والرموز ذات الدلالة التي تمكن الناس من التفاعل، والفهم، والتقويم.

وبذلك يكون التصميم أداة فاعلة للتمثيل والتبادل الثقافي. فهو ذلك المجال الذي تتكامل فيه بقوة أفضل المنتجات الحضارية من فنون، وعلوم، وتكنولوجيا، وهندسة وتتألف فعلاً لإنتاج مخرجات مرضية ثقافة وجمالاً.

والتواصل بين الناس لها أهمية عملية في المنتجات والخدمات المصممة التي تعرض صفاء الذوق، ورهافة الإدراك أكثر من تلك التي تتسم بها الأعمال الفنية. والسبب وراء ذلك يتمثل في أن "التصميم يشترك في تشكيل ثقافة مجتمعنا الحديث ونمط حياة الناس فيه بطريقة أكثر مباشرة من الفنون" (بيتر زيك Peter Zec، 2000، ص 18)

يمكن للنشاط التصميمي أن يكون مندياً حيويًا للتبادل الثقافي ووسيلة فاعلة للاتصال. إذ يعمل التصميم عينا فاحصة لثقافتنا، وفي الوقت نفسه ممثلاً لأفضل ما في أدواقنا وأفكارنا المهذبة. بينما تعمل الثقافة بوساطة تدريب العقل، والشعور، والسلوك، والذوق من جهة أخرى، نظاماً للقيمة المضافة يمنح التصميم قوته الإبداعية. وبذلك فإن التصميم والثقافة ليسا متساويين فقط بل يعتمدان على بعضهما اعتماداً تبادلياً متزامناً. كما أن للتصميم تأثيراً عظيماً في الثقافة، وقد عرف عنصراً سائداً ومألوفاً في ثقافة الوقت الحاضر. واستمر حضوره قائماً في الإبداع عبر الزمن وفي كل مكان ظهرت فيه النشاطات والأحلام الإنسانية. وفي هذا المجال يقول نيكولاس سنودن وإيلي Willey Snowden Nicholas "يستطيع العقل أن يحلم بما لا تستطيع الأحلام تبريره." (جى. كريستوفر جونز Christopher J. Jones، 1981، ص 44). هذا هو تأثير التصميم الفعلي في حياة الناس وثقافتهم. ويمكن أن يكون للتصميم تأثير درامي في سلوكنا، فهو يؤثر فينا شخصياً، واجتماعياً، وثقافياً. فالمنتجات، والنظم، والبيئات المصممة يمكن أن تؤثر فينا يومياً، وأسبوعياً، ولها، في النهاية، تأثير له دلالة في حياتنا. كما يعكس التصميم أيضاً انشغالنا وتعاطفنا على بعضنا" (فورموزا، دان Formosa, Dan، أيار 2008).

والعلاقة بين التصميم والثقافات المختلفة هي علاقة قوية ونشطة جداً. فالتصميم ليس مجرد تبادل ثقافي فاعل بل رؤية ثابتة في المستقبل. إذ إن جمع أفضل الممارسات الإنسانية من ميادين النشاطات المختلفة بصفاء الذوق هو جوهر ثقافة التصميم الصحية.

يستطيع المصمم ابتكار القيم التي تصقل سلوك الناس وتعزز تقاليدهم من خلال عملية متضافرة بكفاءة لإنتاج اتصال عاطفي له مغزى بين الناس كافة، بل وبشكل أكثر تحديداً، بين الأعمال والمستهلكين. وأي عمل يطمح إلى النجاح ويتسم بخلفية ثقافية مناسبة يمكن، في النهاية، أن يحقق أهدافه بإدخال ثقافة التصميم ضمن منهجيته واستراتيجياته. لأن الثقافة الحقة "لا تتضمن العرائز، ولا تحتوي السلوكيات التافهة التي تظهر كحل غريب لمشكلة فريدة... لأن الثقافة تمنح الناس الإحساس بالهوية وفهم السلوك المقبول في المجتمع." (جيمس أف أنجل وآخرون James F. Engel، 1995، ص 611)

يعمل التصميم مبدعاً للقيم وأداة قوية لتحسين التقاليد. ويمكن أن يكون للتصميم العظيم GreatDesign تأثير عاطفي عميق في ثقافات متنوعة. كما يؤدي أيضاً "دوراً رئيساً في عكس تلك الثقافات المختلفة والتكيف معها، وفي الوقت نفسه يمثل قوة العلامة والهوية التجارية وعظمتها" (بست، كى Best, K.، 2006، ص 166). وبذلك يمكن أن يكون التصميم العظيم، إذا اتبع بشكل مناسب، أحد المكونات الرئيسة في الممارسات الناجحة في مجالي الأعمال والصناعة في الثقافة المعاصرة. وفي حقيقة الأمر، يمكن تمثيل الثقافة بأفضل حالاتها في التصميم بل يمكن تحسينها أيضاً من خلال المنتجات والخدمات المصممة بشكل إبداعي. إذ يمكن نشر منظومات القيم بفاعلية كبرى وبطريقة تؤثر إيجاباً في المجتمع من خلال المنتجات والخدمات المصممة جيداً. غير أن تلك القوة الكامنة في إمكانية الاتصال

ثقافة التصميم

لم يعد معنى التصميم زيادة ثبات العالم المصنوع من قبل الإنسان: وإنما أصبح يقصد به تغيير الأشياء التي تحدد مسار تطوره، إلى الأفضل أو الأسوأ" (جى كريستوفر جونز، 1980، ص 33). فقد يتطلب تأسيس ثقافة التصميم ترويج الإبداع في مجال الأعمال والصناعة بقوة إلى:

1. التفكير المتطرف الذي يؤدي إلى إبداع القيمة المضافة.
2. العقاية الفاعلة والمتغيرة باستخدام أدوات التصميم، ومنهجيته، وعملياته التي تسهم في خلق فرص أفضل للمصممين.
3. الموقف المحسن نحو الأعمال من خلال تكامل التفكير الخلاق بالتنظيم الكلي.

يمكن تحقيق تلك المتطلبات الأساسية التي أشار إليها روبرتو فراكييلي RobertoFraquelli (2007) بالشكل الأفضل برأيه من خلال الحيوية، والمشاركة، والطرائق البيمنهجية (كأن يغير المصممون مجال اختصاصاتهم مرة واحدة على الأقل في أثناء مسيرتهم الاحترافية)، والانفتاح بجواز منخفضة تسمح بالانعكاس السهل، وتبادل الأفكار، والسهولة العالية في الخروج من الصندوق كمنهج للتعامل مع المشكلات (ص 7). فإذا دعم هذا النهج بشكل مناسب، يستطيع الأفراد إيجاد الحلول المبتكرة لمشكلات التصميم الجديدة. مصرف أومبوكوا Umpqua على سبيل المثال، "شركة تجارية في أوريغون، تحاول إحداث التغيير في الصناعة المصرفية من خلال ثقافة إبداعية غير تقليدية وعقلية راديكالية متطرفة في تجارة التجزئة تتعامل مع المصارف بوصفها "متاجر" وليست "فروعاً" مدعومة بتصميم بيئي بتسمية قيمة ابتكارية عالية." (فريز، كارن Karen Freeze، 6 أيار، 2006). كما تعمل الطرائق متعددة المنهجيات

للتعامل مع الأوضاع التصميمية والمدعومة بفريق عمل جيد قادر على إدارة الأفكار وتبادل الآراء المختلفة عبر الهيكل التنظيمي للمؤسسة على تعزيز الوعي في تفكير التصميم الذي يمكن نشره في ثقافة المؤسسة.

إن المحافظة على ثقافة التصميم ليست بالمهمة السهلة وخاصة في الدول النامية، لأنها تحتاج إلى قيادة خبيرة وحماس قوي فضلاً عن المتطلبات سالفة الذكر. إنها تتطلب من مديري الأعمال الانخراط في نشاطات التصميم وتبني عمليات التصميم في منهجيات أعمالهم. كما يحتاج رجال الأعمال مشاركة مباشرة في إحداث التصميم وورش العمل التصميمية ليكونوا قادرين على مزج التصميم وتفكير التصميم في نشاطاتهم وتخطيطهم الاستراتيجي. إذ "يعني تطور الوعي التصميمي تضمين التصميم في عقلية المؤسسة ليكون بمنزلة طريقة تفكير، وليس مجرد مصدر للأعمال والاستثمار، وليس مصاريف؛ ومجموعة أدوات، ومنهجيات، وعمليات لحل المشكلات، وليس مجرد وسيلة للتطبيق" (بيست، كاي، 2006، ص 96). وفي هذا المجال، استشهد بيست بجون هيبب JohnHeap الذي عدّ الوعي التصميمي جزءاً مهماً من مهارات المديرين لأنه يمكنهم من تخمين جودة التصميم من حيث القيم الجمالية وغيرها، وكذلك تذوق "طبيعة الإبداع والنشاط التصميمي ودوره في المساهمة بالفاعلية المؤسسية" (ص 96).

وباستمرار تغير الحياة وتطور الأعمال، يجب العمل على رعاية ثقافة التصميم وتحسينها. وسوف يؤدي فهم الأعمال، والأسواق، والمستهلكين، وكذلك علاقاتهم الداخلية، إلى ثقافة تصميم محسنة تناسب التغيرات السريعة في أنماط الحياة. وأي تجارة تسعى اليوم إلى البقاء في المقدمة وتستطيع إدارة المخاطر Risk Management، أن تتبنى ثقافة تصميم تضمن أسرع قصة

لتقديم التصميم ضمن محتوى لأنماط حياة دائمة التغيير." (بيتر زيك، 2000، الغلاف الخلفي).

ثقافة التصميم والإبداع

تعدُّ البيئة الإبداعية، والعمليات الإبداعية، والمبدعون العناصر الثلاثة الرئيسة لتحقيق الإبداع. وإن إدارة تلك المكونات تعني إدارة الإبداع (غازي الخضيرى G.Khdairi، 2005، ص ص 37-38). إذ تعمل البيئة الإبداعية أساساً للإبداع وتحافظ على استدامته. وفي المحتوى الفعلي لثقافة التصميم، يكون لازماً توضيح علاقة الإبداع بالابتكار ولاسيماً عند التحدث عن التصميم والمحتوى التصميمي المناسب. يقول روبرت فراكوييلي RobertoFraquelli (2007) إنَّ "الإبداع هو توليد أفكار جديدة - من خلال طرائق جديدة للتعامل مع المشكلات القائمة أو إيجاد فرص جديدة ربما بنشر تكنولوجيا التغيير الناشئة في الأسواق" (ص 74). كما يعدُّ الابتكار: توظيفاً ناجحاً للأفكار الجديدة. وهو عملية تحول هذه الأفكار إلى منتجات جديدة، وخدمات جديدة، وطرائق جديدة لإدارة العمل أو طرائق جديدة للعمل،" (ص 74). وتظهر العلاقة القوية بين الإبداع والابتكار من خلال التصميم الذي يعدُّه فراكوييلي "إبداعاً يوظف لهدف محدد" (ص 74). والذي يحول الأفكار إلى كينونات وظيفية وجمالية تتوافر للناس في العالم الحقيقي.

ويؤكد دان بوكنر Dan Buchan أن الابتكار يأتي أساساً من مصدرين رئيسيين هما: (1) التكنولوجيا، وفيها يطور العلماء والباحثون الخامات والتقنيات ويدرسونها. إذ يؤكد أن 97% من تكاليف المنتج الإجمالية تتفق على الابتكار التكنولوجي وخاصة تطوير المنتج وإطلاقه. (2) فهم الناس وسلوكهم، حيث يقوم المصممون بمساعدة علماء الإنسان Anthropologists، على سبيل المثال، مشاهدة الناس ودراسة محتوياتهم الثقافية. ويتمثل دور المصممين هنا، في تكامل التطورات التكنولوجية مع الاحتياجات

نجاح بالحد الأدنى من المخاطر. في محاضراته التي أقيمت لإطلاق شركة تطوير التصميم Design Jordan وضح دان بوكنر Dan Buchan نائب رئيس الإبداع والتصميم في شركة كوننتييوم بوسطن Boston Continuum (10 تموز، 2008)، مصفوفته البسيطة للإبداع مبيناً أنه يجب تخصيص ما قيمته 5% من وقت الشركة وموازنتها للإبداع وتمكين المؤسسة من متابعة التغيير والمحافظة على قدرتها التنافسية. كما أن الوصول إلى السوق بسرعة من خلال التطوير الخلاق للمنتج والقائم على بحث السوق المناسب، والتكنولوجيا المتقدمة، والتصميم الاحترافي يؤدي إلى استثمارات أفضل.

كما يجب الأخذ بالحسبان أن المخاطر بالنسبة إلى الأعمال عنصر أساسي لتحقيق الإبداع، وأن إدارة المخاطر بكفاءة هي أفضل ضماناً للاستثمار الناجح. إذ إنَّ الابتكار Innovation والارتجال Improvisation في تكنولوجيا صناعة القوالب Mold Making يمكن أن يكون ميزة عالية القيمة ومربحة في عالم شديد التنافس بسبب النواحي العملية، وفاعلية التكلفة، وسرعة الإنتاج. وبذلك يجب أن تدعم تكنولوجيا صناعة القوالب السريعة Rapid Prototyping بقوة من قبل قطاعات التعليم، والأعمال، والصناعة؛ بل ومن قبل المؤسسات والأعمال التجارية جميعها التي تعتمد في نجاحها على ثقافة التصميم الجيدة. ومن هنا "تعمل المنتجات على تشكيل العالم الذي نعيش فيه. إذ تمثل ثقافة المنتج مرآة دقيقة أمامنا من خلال ارتباطها الوثيق بالمدينة والمجتمع، ومن هذا المنطلق، يصبح التصميم الموضوع الأكثر أهمية بين التوقعات، والمشاعر والرغبات كلها التي يستطيع العالم الكوني إنتاجها. أمَّا التصميم الجيد Good Design فيشكل اختباراً لتطورات ثقافة المنتج المعاصرة وأشكالها. والتركيز فيه ليس للبحث عن شكل مفرد متقن من النواحي كلها، بل

وفي هذا السياق يصبح من الأهمية بمكان تأسيس بيئة تتسم بأنها: (1) تستطيع التعبير عن قيم المنظمة (2) تحكي قصصاً لا تنسى عن المشاريع (3) تتضمن قوانين أقلّ وبيئة أكثر مرونة (4) تحافظ على جو ودي يتوافر فيها فضاءات مريحة، وتحافظ على ميزة فريق العمل، وتعبّر عن شخصية كل عضو من أعضاء الفريق (5) تشجع الارتجال والتجريب (6) تمتلك مفهوم الحي (الحارة) الذي يتعامل مع مشاريع إنتاجية وتحولية (فراويلي، 2007، ص ص 75 - 76)

لم يؤد استخدام التكنولوجيا المتقدمة في صناعة المنتج من خلال تنفيذ مفاهيم التصميم إلى تحقيق المفاهيمية المنطقية لعمليات التصميم المجرّدة فقط بل أدى إلى تقليص واضح في زمن تطوير المنتج أيضاً. كما ثبت أن فهم التصميم القائم على معرفة المستخدم وعمليات إدارة المشاريع التي تتسم بالوضوح الظاهر إلى درجة تتجاوز القوانين الواضحة وتتعداها بأنه الأكثر فاعلية في صناعة منتجات رابحة. فضلاً عن أن التفاعل الإنساني يعدّ مكوناً رئيساً لتطوير المنتجات الناجحة. إذ إنّ معرفتك بزملائك له الأهمية ذاتها لمعرفتك بزبونك. وبذلك يجب أن تكون العوائق البينشخصية Interpersonal، والاختلافات التخصصية، والحواجز المنخفضة في المهمات القائمة على فريق العمل متوافقة ومنسقة. فالقيادة المنجّدة التي ترعاها ثقافة تصميم مؤسسة جيداً هي وحدها التي يمكنها فهم هذا النوع من عمليات التصميم. وفي مقالته حول التصميم القائم على الابتكار يشير وليام تشوي WilliamChoi (12، 2007) إلى أنموذج روبرتو فيرغانتى RobertoVerganti لما بعد الأنموذج Meta-model القائم على الابتكار بوصفه إستراتيجية فاعلة في الصناعة، إذ يبيّن الأنموذج أن قدرة الشركة على فهم المعاني الجديدة للمنتج، وتوقعها، والتأثير فيها تعتمد على المفسرين أو المؤولين الخارجيين

الإنسانية. ومع أن تكلفة التصميم لا تتعدى 3% من التكلفة الإجمالية للمنتج، يؤدي المصممون دوراً مهماً جداً في عملية تطوير المنتج وتجديده (ورشة التصميم والابتكار التي أقيمت بمناسبة إطلاق شركة تطوير المنتجات Design Jordan في فندق مريديان عمان، 10 تموز، 2008).

يمكن أن يكون الابتكار أكثر تقدماً بتحسين فهم القضايا والمعوقات التي تمنع بيئات النشاط الإنساني من الاستجابة لاحتياجات التنمية. وهذا يتطلب: (1) زيادة التعاون الفاعل بين المعنيين بنظام الابتكار جميعهم مثل الهيئات التدريسية، والباحثين، ورجال الأعمال والصناعة محلياً ودولياً، (2) ترويج التعاون بين المؤسسات العلمية والتكنولوجية محلياً ودولياً وتقاسم المعرفة فيما بينها، (3) فهم العوامل التي تمنع الجامعات والأعمال من قيادة الابتكار، بما في ذلك عجز حوافز البحث، والدعم المحدود لتطوير المناهج، وسوء فهم احتياجات السوق والتجارة، (4) إيجاد البيئات المناسبة لتشجيع المخاطرة والإبداع، (5) تعريف الأكاديميين، ورجال الأعمال، والموظفين الرسميين، وعامة الناس بالقيم الثقافية، والاقتصادية، والعلمية للابتكار. ويضيف هذا الجهد قيمة إلى مجموعة الدعوات التي ظهرت في الأردن والمنطقة لتطوير اقتصاد المعرفة وتحسين مستوى فهم المواقف والحدود التي يوفرها كل مكون من مكونات نظام الابتكار وتوظيف تلك المصادر توظيفاً أفضل.

ونظراً إلى أن مهمة تأسيس ثقافة التصميم ليست مهمة سهلة لأنها تتطلب توجيهاً حميماً. كما أن تهيئة بيئة الابتكار والمحافظة عليها هي مهمة أكثر صعوبة وأكثر تحدياً لأنها تتضمن "ثقافة تصميم حية living Design Culture" تتكون من مصممين مستقبلي التفكير، وإدارة المخاطر، ومنهج غير هرمي، واستجابة لحظية للإنتاج السريع، والارتجال (أو التجريب)، والاستثمار الناجح.

Radisson SAS في 15 - 17 آذار، 2007. وقد أكد رئيس جامعة اليرموك، في كلمته الافتتاحية أن "التصميم يؤدي دوراً حيوياً في مختلف مناحي الحياة الجمالية، والتكنولوجية، والعلمية، والاقتصادية، والتعليمية. ومع التطورات السريعة التي حدثت في مناحي الحياة جميعها في القرن الحادي والعشرين، واجه سوق التصميم العالمي تحديات ضخمة كان من بينها: "إدارة تكنولوجيا التصميم"، "ودعم قيادة التصميم الإبداعي والمبتكر" التي مثلت الموضوع الرئيس للمؤتمر. أمّا هدف المؤتمر فتمثل في الاعتقاد بأن التصميم وتطوير المنتج من خلال الاستخدام الجيد للتكنولوجيا والتسويق أصبح يحتل مكان الصدارة في المنهجيات الجديدة في مجالات البحث، وتطوير الاستراتيجيات، والتجديد، والنجاح. كما أن الطبيعة المستقبلية الأصيلة للتصميم تجعله عاملاً مؤثراً في المستقبل الاقتصادي للأمم. وقد رأى المنظمون أنه لا ينبغي للمصممين أن يكونوا مؤهلين تأهيلاً جيداً فقط بل يجب أن يكونوا تقديميين أيضاً استعداداً لمواجهة التحديات التكنولوجية وغيرها التي تظهر باستمرار في عالم سريع التطور. وعليه تعدّ إدارة التصميم السليمة والبرامج الفاعلة لتعليم القيادة ضرورات ملحة.

يوم التصميم الصناعي العالمي الأول World Industrial Design Day يمثل الحدث الثاني الذي نظمه المركز الأردني للتصميم JDC في فندق حياة عمان بتاريخ 29 حزيران، 2008. بهذا الحدث شاركت الأردن الدول جميعها التي تبذل جهوداً معتبرة لدعم التصميم الصناعي وترويج ثقافته. إن مجرد التخطيط لهذا الحدث عدّ نجاحاً بذاته، إذ استطاع المركز دعوة عدد من المصممين الموهوبين الشباب، والصناعيين، ورجال الأعمال، والتربويين، والسياسيين تبادلوا الأفكار والآراء بشكل حماسي مشجع عن أهمية التصميم الصناعي في التنمية الشاملة للدولة، من خلال مناقشة موضوعات

(أمثال المصممين، والشركات العاملة في الصناعات الأخرى، والمزودين، والمدارس والفنانين) الذين تجمعهم الحاجة إلى قيادة الأنموذجات الاجتماعية الثقافية. ويتضمن الأنموذج بالنسبة إلى فيرجانتي "خلق التفاعل بين هؤلاء المؤلفين وإدارته للوصول إلى معرفة لغات المنتج والمشاركة فيها واستيعابها وتحولات الفوز في الأنموذجات الاجتماعية الثقافية" (ص 7).

ثقافة التصميم في الأردن

"ومع ذلك، هناك مؤشرات تدل على أن الأعمال الأردنية بدأت أخيراً تعي الحقيقة العالقة منذ زمن بعيد عن منتجاتها التي أصبحت في أمس الحاجة إلى التميز القائم على عوامل الإثارة، والأهمية، والوظيفية، والجدوى، والابتكار التي تضمن تميزها عن المنتجات الأخرى" (زينه ستيية Zaina Steityeh، آب 2008، ص 58). وللتحقق من صحة هذه الرؤية، بدأت المؤسسات ذات العلاقة تنظيم عدد من الأحداث التصميمية الرئيسة التي قد تترك أثراً إيجابياً واعدة على التصميم وثقافته في التنمية الصناعية والاقتصادية في الأردن. إذ اعتمد الباحث، في ضوء ما سبق، على مجموعة نشاطات تصميمية احترافية اتسمت بقيمة اعتبارية رفيعة المستوى من النواحي الأكاديمية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية، قامت جامعة اليرموك بتنظيم معظمها بمشاركة مؤسسات وشركات وهيئات محلية ودولية. وكان الهدف الرئيس لإقامتها هو المبادرة بترويج التصميم وتأسيس ثقافته محلياً في هذه المرحلة.

المؤتمر الأول لإدارة التصميم في الأردن هو الحدث الأول الذي جاء بعنوان: "تحدي التصميم: إدارة الإبداع، والابتكار، وروح المبادرة"، Design Challenge: Managing Creativity, innovation and Entrepreneurship الذي نظمه المركز الأردني للتصميم JDC التابع لجامعة اليرموك في فندق راديسون ساس

ويجب الاعتراف أن التصميم الصناعي والمصممين تركوا تأثيراً معتبراً في العقود الأخيرة وتحولاً إيجابياً في مناحي الحياة الاجتماعية جميعها. وبذلك عدّ هذا النشاط فرصة لمشاركة هذا المعتقد مع العالم أجمع، وتأكيد الدعوة لدعم المصممين في جهودهم لإحداث تأثير إيجابي لقيم الحياة الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية. وفي هذا المجال لا يمكن تجاهل المساهمات الاستثنائية والمتواصلة التي يبذلها المجلس الدولي لجمعيات التصميم الصناعي Icsid لمهنة التصميم، والتصميم الصناعي خاصة، في أنحاء العالم كله.

متعددة مبنية في الجدول المرفق تالياً. وقد سعى المنظمون إلى "تجهيز بيئة أكثر تعاوناً تؤدي إلى إيجاد قطاع إنتاجي لتمكين فرص العمل المشترك وتحفيز القطاع الخاص لاستيعاب الخريجين الجدد وإبداع فرص جديدة لهم" (هاني هزايمة HaniHazaimeh، 30 حزيران، 2008). وقد عدّ هذا التجمع المهني من المتحدثين والمشاركين دافعاً للمصممين الشباب والمحترفين لاستكشاف إبداعاتهم، وابتكاراتهم، ورؤاهم، ومشاعرهم بطرائق فردية متميزة.

Topics presented in World Industrial Design Day WIDD, June 29, 2008

Name	Subject	Company
	Introducing YU's Industrial Designers	JDC of Yarmouk University
Mr. Ali Musleh Mr. HadiAlaeddin Mr. Ashraf Kafaween	The Resolution	Industrial Design Graduates of Yarmouk University
Mr. Talat Haddad	Frustrating Elements in Design	Design and More Graduate of Yarmouk University
Ms. ZeinaBarto	An overview of the new product development process and the challenges to its implementation in the local market.	Deputy Manager, Design Jordan
Dr. KeramNimri	Design Education and Current Challenges	Jordan University
Eng. MakramKubain	Product Design and Development	Jordan Wood Industries Company (JWICO)
Eng. Omar Tarawneh	Design Process	Maani Establishment
Eng. Mahfouz Kasisieh	Years Of Change	MKD
Mr. Mahmoud Abboud	Packaging Design and Pharmaceuticals: Issues of Concern	Jordanian association of pharmaceuticals
Mr. Mohammad Alrefai	The Relation of Design to Packaging and its Importance to Dead Sea Product	Dead sea product, Special la cure
Mrs. SawsanShishan	The Packaging Value	Sales & Marketing Manager Packaging Industries Company and Noqul Group

Campaign بمشاركة غرفة صناعة الأردن، والمشروع الأردني، والمركز الأردني للتصميم بجامعة اليرموك ودعم برنامج الوكالة الدولية للتنمية USAID وبرنامج

وقد استغل الاحتفال باليوم العالمي الأول للتصميم الصناعي لإطلاق حملة ثقافة تصميم التغليف في الأردن التي أطلق عليها اسم Pack Me Design Culture

التحديات التي تواجه المنتج الأردني في الأسواق المحلية والدولية، وإيجاد السبل المناسبة لتحسين التنافسية. تضمنت موضوعات تلك الورش قيمة التصميم الصناعي وعملياته، ودور التسويق والتصميم في إدارة الأعمال، وعمليات التصميم، والتغليف الأقل، والتصميمات الإبداعية بموازات محدودة، وجودة المنتج والهوية والعلامة التجارية، والابتكار والاستعانة بالمصادر الخارجية، وأفضل الممارسات والمعايير الدولية، والتعليم وصناعة التغليف، وربط الطلبة بالأعمال، وموضوعات مناسبة أخرى. وقد نظمت تلك الورش في برنامج زمني امتد من 10 حزيران حتى 24 أيلول، 2008 التي كان من المقرر أن تنتهي بتقديم الفائزين في جائزة التصميم الوطني الأردني التي يمنحها المركز الأردني للتصميم بجامعة اليرموك أول مرة في سنة 2008.

جائزة التصميم الوطني الأردني تمثل الحدث الرابع الذي نظمه المركز الأردني للتصميم بدعم من برنامج سابق في سنة 2008. إنها جائزة تقام كل سنتين وتهتم بمواهب التصميم الشابة والواعد، والمصممين الممارسين والمبتكرين، وكذلك الأعمال والصناعات الأردنية التي تعتمد التصميم في نشاطاتها. وتقوم على تحكيمها لجنة مستقلة أولى تتألف من مربّي التصميم، والمصممين الممارسين الرواد، ورجال أعمال بارزين مهمتها اختيار قائمة قصيرة من الأسماء المرشحة للفوز، ثم تقوم لجنة تحكيم دولية باختيار الفائزين الثلاثة بالجائزة من القائمة، وبعد ذلك يجري التصويت على الفائز الأول والثاني.

فقد أنشأت هذه الجائزة للاعتراف بالإنجازات الاستثنائية لتحسين التصميم وتأكيد أهميته وزيادة الوعي بتلك الإنجازات الدائمة. وبتأكيد ترويج أفضل ممارسات التصميم الاحترافي، تشترط الجائزة في العمل الفائز أن يتسم بالمواصفات الآتية: (1) تقديم إسهامات ذات دلالة

سابق SABEQ للتنمية الاقتصادية. أمّا الدافع الرئيس لهذا الحدث، بحسب تفسير دانا منصور Dana Mansour نائب مدير بعثة الوكالة الدولية للتنمية، فهو الاعتقاد أن "التنافسية والإنتاجية يمكن زيادتهما بشكل كبير إذا التزم الصناعيون والمنتجون في تضمين التصميم في عملياتهم الإنتاجية" (هزايمة، 30 حزيران، 2008). أمّا المنتجات التي اهتمت بها الحملة، فهي: المنتجات الغذائية، والصيدلانية، ومنتجات البحر الميت، والفواكه والخضروات الطازجة، والأثاث، وقطاعات أخرى فضلاً عن صناعة التعبئة والتغليف.

ورشّة عمل التصميم والابتكار هي الحدث الثالث الذي أقيم بمناسبة إطلاق الشركة الأردنية لتطوير المنتجات Design Jordan في فندق المريديان بعمان في 10 تموز، 2008. وكان المتحدث الرسمي لهذا الحدث هو دان بوكن DanBuchan، الخبير في التطبيق الفاعل للتصميم في المنظمات ذات الحجم المختلفة لتحقيق الأهداف التجارية. ضم الحضور عدداً كبيراً من المصممين المحترفين، وطلبة التصميم، وندويين عن القطاعات الصناعية والتجارية المختلفة، وممثلين عن المؤسسات الحكومية ذات العلاقة. قدم بوكن عدداً من الحالات الدراسية التي بيّنت قيمة التصميم وتأثيره في تطوير المنتج، وكذلك تأثير الوقت، والتكلفة، والعلم، والتكنولوجيا، والإبداع، والابتكار، والمخاطر في إنتاج التصميم الجيد. كما أكد أيضاً، إسهام المصممين المبتكرين في إكساب منظماتهم القدرة التنافسية العالية.

وتقديرًا لاستجابة المشاركين الإيجابية، قررت سابق SABEQ منسقة حملة التغليف Pack Me وشركاؤها تنظيم سلسلة من ورش العمل والمناسبات التي قد توجد مسرحاً لتفاعل المصممين المحترفين وتبادل الأفكار والطلول. وذلك بهدف استكشاف "قدرات شركات التصميم الأردنية، وتحديد المواهب المحلية"، وتناول

الفاعل بين المنظمات وعامة الناس بكفاءة واقتصاد. وفي الحقيقة تؤكد مدخلاتهم عائدات استثمارية أعلى بسبب قدراتهم في تقديم الإسهامات الإيجابية للتخطيط الاستراتيجي، ووضع معايير جديدة لثقافة التصميم التي تشجع الابتكار. وبذلك فالمصممون الصناعيون الذين تعدُّ قدراتهم ومصادرهم ضرورية للتنمية المستدامة في قطاعي الصناعة والأعمال بحاجة للتنظيم في مؤسسات أو جمعيات مهنية احترافية. إن مثل تلك الجمعيات، بالنسبة إلى هانس دهلينجر HansDehlinger (2007) "سيكون لها مهمة محددة، وسوف تقيم نشاطات محكومة بالقانون والدستور، وسوف تكون متحدتاً باسم المصممين المحترفين، وتقدم خدمات لأعضائها وممن لهم علاقة بها، بما في ذلك عامة الناس والمجتمع" (تقرير غير منشور قدم لمركز التصميم الأردني، 2007). وللسير على خطى الجمعيات الاحترافية المنظمة مثل نقابة المهندسين الأردنيين، يعدُّ تأسيس جمعية للمصممين الأردنيين أمراً أساسياً لنشوء ثقافة تصميم صناعي واعدة من خلال تعاون المهارات الاحترافية المتقدمة وتعاونها المهني المؤسس.

إن الاعتراف المهني أمر لا بد منه على المستويات الحكومية جميعها، والأعمال، والصناعة، والتعليم، وتحديد المجتمع. لأن الاعتراف يمكن الموهوبين والمحترفين ويمنحهم الفرص المناسبة للتعبير عن رؤيتهم والمساهمة الإيجابية في التنمية الاقتصادية. وعليه فإن الهوية الفردية والأمان المهني الذي توفره الجمعيات المهنية يمكن المصممين من استخدام مهاراتهم بكفاءة أفضل محاولة لمواجهة التحديات المستقبلية وترك البصمات المميزة في عالم سريع التغير.

في الصناعة، والأعمال، والثقافة الأردنية من خلال تحسين نوعية الحياة، وتحسين صورة الوطن، وعرض الجهود المشتركة الفاعلة ذات الشراكة القوية، والمساهمة بزيادة الاستثمارات الصناعية والثقافية المستدامة (2) يستخدم وسيلة لتحقيق الإنجازات الاحترافية، وزيادة الوعي بين صانعي القرار وعامة نحو الابتكار والحلول المجدية، وترويج الروابط التشاركية المفيدة بين الناس، والصناعة، والأعمال لدعم النمو والنجاح في مناحي الحياة اليومية جميعها.

يجوز لطلبة التصميم في الجامعات الأردنية وغيرها، وكذلك للمصممين المحترفين الذين يعملون في الشركات الأردنية، وللمصممين المحترفين الأردنيين الذين يعملون في شركات خارج الأردن، والصناعات والأعمال الأردنية التي تستخدم التصميم في نشاطاتها وأعمالها، والباحثين في التصميم وترويجه التقدم للجائزة. وتشمل الجائزة مجالات التصميم التي تعكس أكثر اتجاهات التصميم تطوراً. ولأسباب مادية وإدارية فقد اقتصررت الجائزة الأولى على مشاريع التخرج لطلبة التصميم في الجامعات الأردنية بهدف تشجيع المصممين الشباب والقادمين الجدد وترويج أعمالهم على المستوى الوطني، وكذلك الاعتراف بجهود الجامعات الأردنية التي تعلم التصميم، وتعميق مفهوم التصميم الجيد والعظيم لدى عامة الناس، واختصاراً، تتمثل الفكرة الرئيسة لهذه الجائزة في تشجيع مهارات التصميم الإبداعية لجيل المصممين الشباب ونشرها محلياً وإقليمياً.

الاستنتاج

ينبغي الاعتراف بأن المصممين المحترفين هم مصدر كبير لنجاح الأعمال في الوقت الحاضر. وفي حال تزويدهم بالمهارات اللازمة، فإنهم يضمنون الاتصال

- Corporate Magazine, Issue44. pp. 58 - 61
13. Webster's New Dictionary of Synonyms. (1984). USA: Merriam-Webster Inc.
 14. Webster's New Twentieth Century Dictionary 2nd Edition. (1983). USA: Simon and Schuster
 15. Zec, P. (2000). Good Design. Essen, Germany: Design Zentrum Nordrhein Westfalen Edition.
http://icsid.org/events/event_archive/articles570.htm(Accessed 11:07 am, August 3, 2008).
- المراجع:**
1. Best, K. (2006). Design Management: Managing Design Strategy, Process and Implementation. Switzerland: AVA Publishing SA.
 2. Choi, W. (12. 2007). Decoding Design-Driven Innovation: IDSA RISD Presents Seminar with Harvard Prof. IDSA, Design Perspectives, Volume 25, Issue 10. VA: Dulles.
 3. Drenttel, William. (2008). http://powerofdesign.aiga.org/content.cfm/drenttel_helfand, (accessed 3:53, August 23, 2008).
 4. Formosa, D. (May 2008). Avoiding Crashes: Older Drivers and Sports Cars. Courtesy of Design For All Newsletter May 2008, Vol-3, No-5. Icsid e-newsletter: <http://www.icsid.org>
 5. Fraquelli, Roberto. (May 15 – 17, 2007). Design Process. Submitted to the Conference of Design Challenge: Managing Creativity, Innovation, and Entrepreneurships. The Jordanian Design Centre of Yarmouk University
 6. Freeze, K.(2008).http://www.dmi.org/dmi/html/education/seminars/dlseries_marshall.htm,(Accessed on May 6, 2008).
 7. Hazaimh, H. (June 30, 2008).USAID official underlines 'design' as the key word for enhancing local packaging industry. Jordan Times.
 8. Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. (1995). Consumer Behavior, International edition, 8th Edition. USA, Forth Worth: The Dryden press, 951 ps.
 9. Jones, C., J. (1981). Design Methods: Seeds of Human Futures. New York: John Wiley and Sons.
 10. Khdairi, G. (2005). Managing innovations in Engineering Industries. BookSurge, LLC.
 11. Sato, S., (March 2010). Mainstreaming Design: Faster and For Keeps. DMI News & Views, March 2010 edition, http://www.dmi.org/dmi/html/publications/news/news_s.htm (Accessed 10:22 PM, March 5, 2010)
 12. Steityeh, Zaina. (August 2008). Designing the Future. Jordan Business: Jordan's Premier