

استراتيجية التعلم الخدمي واثرها على تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف
(دراسة من واقع السوق المصري)

**Service learning Strategy and its Impact on Skills Development Packaging
Design (A Study From The Reality of The Egyptian Market)**

أ.م.د/ أميرة عبد الله عبد الحميد قطب

أستاذ مساعد بقسم التصميمات المطبوعة - تخصص تصميم واتصال جرافيكى كلية الفنون الجميلة - جامعة
الإسكندرية

Assoc. Prof. Amira Abdalla Abdelhamed Kotb

Associate Professor - Graphic Communication - Graphic Department Faculty of Fine
Arts - Alexandria University

amira.kotb@alexu.edu.eg

الملخص

عد استراتيجية التعلم الخدمي (SL) Service learning Strategy نهج تعليمي يجمع بين الدراسة الأكاديمية واحتياجات المجتمع الحقيقية للوصول معا لإيجاد الحلول المختلفة، وذلك من خلال دعم الطلاب بخطة تعليمية ديناميكية لتطوير وتعزيز قدرتهم على حل المشاكل التصميمية الحقيقية بالإضافة إلى الشعور بالمسؤولية المدنية والمواطنة تجاه مجتمعهم. هدف البحث إلى التعرف على أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف، كذلك تقصي درجة استمرارية أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفنون الجميلة بجامعة الإسكندرية وفارس بعد إنتهاء تطبيقها بشهر على الأقل، وطُبق هذا البحث على عينة مكونة من (٢٢) طالبًا وطالبة بالفرقة الثالثة بواقع (١١) طالبًا وطالبة من كل قسم علمي، وفي التحليل الإحصائي للبيانات اعتمدت الباحثة على اختبار ويلكوكسون وحجم التأثير، وكشفت نتائج البحث عن وجود أثر دال إحصائيًا لاستراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف، كذلك كشفت نتائج البحث عن استمرارية الأثر الدال إحصائيًا لاستراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفنون الجميلة بجامعة الإسكندرية وفارس بعد إنتهاء تطبيقها بشهر، وتم مناقشة النتائج وتفسيرها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، كما تم تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات البحثية.

الكلمات المفتاحية

التعلم الخدمي، تصميم عبوات التغليف، استدامة العبوة

Abstract

The service-learning strategy is an educational approach, which combines both academic study and community needs to improve design solutions by providing the students with an educational plan to develop their skills in solving real design problems as a way of contributing to their community and society.

This Research aimed at identifying the impact of the service learning strategy in developing packaging design skills, as well as to investigate the degree of continuity of the impact of the service learning strategy in developing packaging design skills for students of fine arts at the Universities of Alexandria and Pharos, at least one month after its application has been completed. Research was applied on a sample consists of (22) male and female students in the third year. In the statistical analysis of the data, the researcher depended on the Wilcoxon test and the size of the effect. The results of the research revealed that there was a statistically significant effect of the service learning strategy in developing packaging design skills, the continuity of the statistically significant effect of the service-learning strategy in developing the

skills of designing packaging among students of fine arts at the Universities of Alexandria and Pharos one month after the end of its application. The results were discussed and interpreted in the light of the theoretical framework and previous studies. In the light of the research results, some educational recommendations and research suggestions were presented.

Keywords

Service Learning ،Packaging Design ،Sustainable packaging

المقدمة

اهتمت الجامعات والمؤسسات الأكاديمية باستراتيجيات التعلم الخدمي SL في مختلف التخصصات باعتباره شكلاً من أشكال التعليم التجريبي الذي يشارك فيه الطلاب لتلبية احتياجات المجتمع وتؤكد بعض التعريفات على أن التعلم الخدمي يجب أن تكون جزءاً من المنهج الأكاديمي لنقله من النظرية للتطبيق بمشاركة كلا من الإشراف الأكاديمي والطلاب والمجتمع الصناعي مما يقلل من التفكير النمطي ويعزز من التفكير النقدي وإشراك الطلاب في صنع القرار وقد يكون أكثر تنظيماً واستدامة من أي أنشطة تدريسية أخرى (1) ، ويحدث ذلك على مدار الفصل الدراسي مما يجعل التعلم هادفاً وعملياً، فهو يعد من أفضل الممارسات والخطط لمواجهة تحديات العصر حيث يعمل على تعزيز بيئة تعليمية نشطة وذلك من خلال مشكلة تصميمية مجتمعية محددة لاسيما في مجال تصميم عبوات التغليف ونظراً للحاجة الملحة لتعزيز القدرة التنافسية للقطاعات الصناعية المصرية والدعم الشامل للتنمية الاقتصادية فقد جاءت المبادرات المختلفة من القطاع الصناعي تحت إشراف أكاديمي في التخصص الجرافيكي لتشجيع قدرات الشباب المصري في تصميم واستدامة عبوات التغليف وتحفيز الأفكار الجديدة والمبتكرة.

مشكلة البحث

وجود فجوة بين الممارسات الأكاديمية وما يدرسه الطلاب من مشاريع عملية وبين ما يحدث من مشكلات تصميمية داخل المجتمع وذلك نتيجة الاعتماد على صور التعلم النمطية والبعيدة عن استراتيجيات التعلم الخدمي التي من شأنها حل المشكلات المجتمعية الواقعية وخاصة في مجال تصميم عبوات التغليف .
بناءً على ما تقدم من الترسخ النظري والميداني تحددت مشكلة البحث من الحاجة إلى تقصي أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفنون الجميلة. ومن ثم يمكن تحديد مشكلة البحث في الإجابة على السؤالين الآتيين:

س١- ما أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفنون الجميلة بجامعتي الإسكندرية وفارس.

س٢- ما درجة استمرارية أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفنون الجميلة بجامعتي الإسكندرية وفارس بعد إنتهاء تطبيقها بشهر على الأقل.

أهداف البحث

- التعرف على أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفنون الجميلة بجامعتي الإسكندرية وفارس.
- تقصي درجة استمرارية أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفنون الجميلة بجامعتي الإسكندرية وفارس بعد انتهاء تطبيقها بشهر على الأقل.

أهمية البحث

تظهر أهمية البحث الحالي من خلال النقاط التالية:

- 1- قد تسهم نتائج البحث في إحداث نقلة نوعية في مهارات تصميم عبوات التغليف؛ وذلك ب تكرار تطبيقه لتحقيق أهدافه.
- 2- قد يلفت البحث نظر السادة المتخصصين في مجال التصميم والاتصال الجرافيكي إلى أهمية الاستفادة من استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات فنية ذات قيمة مختلفة لدى الطلاب.
- 3- يتيح البحث الفرصة للطلاب لاختيار وإعادة تصميم العبوة برؤية مستحدثة وفقاً لمتطلبات ومعايير محددة.
- 4- قد يعزز البحث أطر التعاون بين القطاعين الصناعي والأكاديمي في مصر وذلك بهدف زيادة القدرة التنافسية الصناعية عن طريق التطوير في إعادة تصميم العبوات واستدامتها.
- 5- قد يحسن البحث مستوى الأداء الابتكاري والمهاري لدى الطالب من خلال إعادة تصميم العبوات التي تعد جزءاً من استراتيجية العلامة التجارية الشاملة للمؤسسة وتعمل على تلبية أهداف العملية التسويقية.
- 6- قد يدعم البحث الأفكار المتميزة في مجال تصميم التغليف وتحويلها لنماذج قابلة للتطبيق من خلال التواصل بين الطلاب ومنظمات سوق العمل.
- 7- قد يؤثر البحث العديد من الأفكار البحثية الجديدة والمرتبطة بمتغيراته لدى الباحثين في تخصص التصميم والاتصال الجرافيكي.

فروض البحث

- 1- توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطي رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف لصالح القياس البعدي.
- 2- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطي رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية في القياسين البعدي والتتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف.

منهج البحث

اعتمد هذا البحث على المنهج شبه التجريبي والتصميم التجريبي ذي المجموعة الواحدة One- Group Pretest- Posttest Design، ويوضح (شكل 1) التصميم التجريبي للبحث



حدود البحث

○ الحدود الزمنية

تم التطبيق في الفترة الزمنية من 2019/2/11 إلى 2019/5/11 ولمدة ١٤ أسبوع بواقع محاضرتين أسبوعياً.

○ الحدود المكانية

تم التطبيق بكلية الفنون الجميلة- قسم التصميمات المطبوعة جامعة الإسكندرية، وكلية الفنون والتصميم- قسم الجرافيك جامعة فاروس بالإسكندرية).

○ الحدود الموضوعية

تم الاقتصار في المرجعية الموضوعية للبحث على استراتيجية التعلم الخدمي ومهارات تصميم عبوات التغليف.

مجتمع وعينة البحث

○ مجتمع البحث: تكون مجتمع البحث من جميع الطلاب بكلية الفنون الجميلة جامعة الإسكندرية وطلاب الفنون والتصميم بجامعة فاروس للعام الجامعي 2020/2019.

○ عينة البحث: تكونت عينة البحث من عدد (٢٢) طالباً وطالبة بالفرقة الثالثة بواقع (١١) طالباً وطالبة بكلية الفنون الجميلة- قسم التصميمات المطبوعة جامعة الإسكندرية، وعدد (١١) طالباً وطالبة بكلية الفنون والتصميم - قسم الجرافيك جامعة فاروس بالإسكندرية).

إجراءات البحث

استخدمت الباحثة مجموعة من الإجراءات البحثية المتكاملة وهي:

- 1- إجراء عرض وتفسير للإطار النظري للبحث حيث تناولت الباحثة استراتيجية التعلم الخدمي ومهارات تصميم عبوات التغليف.
- 2- إجراء عرض لبعض الدراسات والبحوث السابقة والتي تناولت استراتيجية التعلم الخدمي ومهارات تصميم عبوات التغليف.
- 3- إعداد الجانب التدريسي القائم على استراتيجية التعلم الخدمي.
- 4- القياس القبلي لمهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب المجموعة التجريبية.
- 5- تقديم الجانب التدريسي القائم على استراتيجية التعلم الخدمي لطلاب المجموعة التجريبية.
- 6- القياس البعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب المجموعة التجريبية.
- 7- القياس التتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب المجموعة التجريبية.
- 8- التحليل الإحصائي للبيانات المستخلصة من التجربة الميدانية للبحث.
- 9- استخلاص النتائج وتفسيرها.
- 10- تقديم المقترحات والتوصيات في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث.

مصطلحات البحث**التعلم الخدمي Service Learning**

ظهرت تعريفات ومفاهيم حول التعلم الخدمي منذ أواخر التسعينات ١٩٧٩، فهو أحد أنواع التعلم التجريبي حيث يجمع بين النظرية والتطبيق ويعزز الخبرات التعليمية للطلاب من خلال تطبيق المهارات والمعارف الأكاديمية لمعالجة قضايا وتحديات

المشاكل الواقعية واستخدام النتائج للتحسين والاستدامة لتلبية احتياجات المجتمع . (2) يعرف المجلس القومي لقيادة الشباب بمدينة نيويورك National youth leadership council بأنه محتوى تعليمي ديناميكي يقوم بتعزيز النتائج الأكاديمية والمدنية لإحداث تغيير ذي مغزى ومشاركة الطلاب في صنع القرار حيث يؤدي إلى المنفعة المتبادلة بين متلقى الخدمة وهي المؤسسات المجتمعية والقطاع الأكاديمي المتمثل في الاشراف الأكاديمي والطلاب. (3)

تصميم عبوات التغليف Packaging Design

يعد تصميم العبوات محور أساسي في إستراتيجية العلامة التجارية الشاملة للمؤسسة فهو يقدم صورة تستهدف المستهلكين الذين يبحثون عن الجودة والأمان والموثوقية سواء من الناحية التصميمية المرئية أو من الناحية الهيكلية ،فالتغليف يسمى البائع الصامت "silent salesman" (4) وهو عبارة عن:

- ركيزة تتضمن اتصالاً مطبوعاً ولها أهمية وظيفية مثل الاحتفاظ بمحتويات العبوة وحمايتها من التلف أو التغيرات في درجة الحرارة أو الضوء.
 - يساعد التصميم الجيد للتغليف على تعزيز التعرف على العلامة التجارية للمؤسسة واتخاذ قرارات الشراء.
 - يصل لجمهور أوسع من أي شكل من أشكال الإعلان وإنشاء علاقات طويلة الأمد مع العملاء ويثير الإحساس بالانتماء.
- تعد العلامة التجارية هي الميزة الأكثر أهمية لتسويق المنتجات، حيث أن التغليف يجب أن يساهم في تقديم تجربة استهلاكية مميزة، من خلال دراسة الإستراتيجيات التسويقية، وما تستطيع أن تقدمه للمستهلك؛ لذلك يعد جودة تصميم العبوة محور رئيسي لإستراتيجية تسويق شاملة ومتطورة من حيث الجانب الجمالي والوظيفي. (5)

استدامة العبوة Sustainable Packaging

من ضمن مفاهيم الاستدامة والأكثر شيوعاً المعروف باسم تقرير Brundtland، الذي نشر في عام ١٩٨٧ بواسطة لجنة الأمم المتحدة العالمية للبيئة والتنمية حيث تتطلب التنمية المستدامة اتباع نهج متكامل يأخذ في الاعتبار الاهتمامات البيئية إلى جانب التنمية الاقتصادية. (6)

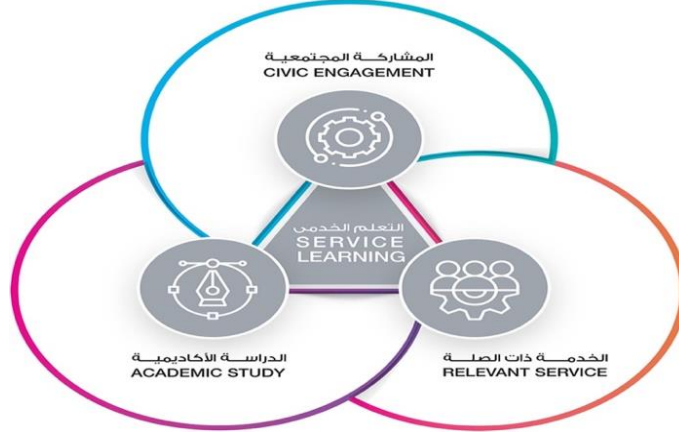
يتطلب تصميم عبوات مبتكرة مستدامة استخدام الموارد الطبيعية المطلوبة لمواد التعبئة والتغليف الخاصة بالمنتج حيث ان القدرة على تلبية احتياجات المجتمع المستمرة تتوقف على حماية البيئة، وعلى الصعيد الآخر يقوم المستهلكون بشكل متزايد بإعطاء الأولوية لمواد التعبئة والتغليف الصديقة للبيئة في قرارات الشراء الخاصة بهم بالإضافة إلى العلامات التجارية ومدى قدرتها على تجاوز التغيير وتعزيز الارتباط بالمنتج بمرور الوقت. (7)

دراسة استطلاعية لبعض المؤسسات الجامعية الدولية للتعرف على أهمية التعلم الخدمي The Importance of Service Learning

تؤكد العديد من المؤسسات الجامعية والمجتمعات الأكاديمية على أهمية التعلم الخدمي من أجل تحفيز واستدامة التجارب التي يتم إجراؤها، حيث يساعد هذا النهج الفعال على التفكير المنهجي والنقدي وحل المشكلات، مما يوفر فرصاً للطلاب لوضع المفاهيم والنظريات موضع التنفيذ بالتعاون مع شركاء المجتمع تحت إشراف أكاديمي . يدعم التعلم الخدمي أحد الأهداف الأساسية لجامعة واين ستيت Wayne State University ثالث أكبر جامعة في ميشيغان (8) من خلال مشاركة الطلاب المدنية لتعزيز المواطنة وتسهيل دمج أعضاء هيئة التدريس في البحث والخدمة بالطرق التي تلبى احتياجات المجتمع وتعزز الأهداف التعليمية بالإضافة إلى تطوير شراكات متبادلة المنفعة بين الجامعة والمجتمع لتحسين المناخ الاجتماعي والاقتصادي

Assoc. Prof. Amira Abdalla Abdelhamed Kotb . Service Learning Strategy and its Impact on Skills Development (Packaging Design) A Study From The Reality of The Egyptian Market)

والثقافي لجنوب شرق ميشيغان. أيضا اعتمدت جامعة تكساس بالولايات المتحدة الأمريكية Texas A&M International University-TAMIU في رؤيتها على ثلاث ركائز أساسية للتعليم الخدمي (شكل ١) بهدف ان يكون مشروع التعلم الخدمي وثيق الصلة ومفيدًا لكل من الجامعة والمجتمع و ناتجًا عن الحوار والمفاوضات المشتركة لإعداد الطلاب لأدوار قيادية في دولة تتزايد تعقيدًا وتنوعًا ثقافيًا ووطنياً وعالمياً في الفنون والعلوم. (9)



شكل (2) رسم توضيحي لأهم ركائز التعلم الخدمي

تؤكد الركائز الأساسية للتعلم الخدمي على النشاط التعليمي القائم على الخبرة المباشرة مما يسمح للطلاب التفكير في الأنشطة الخدمية المختلفة والمشاركة في التخطيط والتنفيذ والتقويم وتحسين مهارات التحليل من خلال المشاركة المجتمعية الفعالة بين القطاع الأكاديمي والصناعي وخصوصا في مجال التعبئة والتغليف. دعت أهمية تصميم أغلفة العبوات إلى إنشاء مؤسسات ومجتمعات تصميمية في مختلف أنحاء العالم من أجل إعادة تصميم العلامات التجارية الراكدة ، وتوسيع خطوط إنتاج العلامات التجارية الحالية ، وتصميم العلامات التجارية للمنتجات الجديدة. تعددت المنصات الالكترونية Platforms للمجتمعات التصميمية والخاصة بقطاع التعبئة والتغليف لدعم اهتمامات مصممي فنون التغليف وتوفير فرص التواصل ، وخلق الوعي العام بالمهنة ، وجعل تصميم العبوات موجهة نحو المستهلك وصادقة . ومن أهم تلك المنظمات :

The Package Design Council (United States)

The Design Council (United Kingdom)

JPDA - Japan Package Design Association

جمعية تصميم العبوات اليابانية JPDA - Japan Package Design Association

تأسست ١٩٦٠ بهدف المساهمة في تطوير الصناعة من خلال التواصل مع الأعضاء وغير الأعضاء من الطلاب والمتخصصين . في عام ٢٠١٨ ، أصدر مكتب براءات الاختراع الياباني التابع لوزارة الاقتصاد والتجارة والصناعة تقريراً بعنوان "الإدارة المبنية على التصميم Design-Driven Management" ، والذي أوضح فيه أهمية التصميم الذي يساهم في الترويج للعلامة التجارية والابتكار. من ضمن أهداف جمعية تصميم العبوات اليابانية إقامة الأنشطة التي تدعم التعاون مع القطاع الأكاديمي والتي من ضمنها ورشة عمل في جامعة تايوان للفنون ٢٠١٧ كمشروع تبادل ثقافي دولي يربط الطلاب بالشركات من خلال مسابقة تصميم تستهدف الطلاب الآسيويين وكيف يمكن الاهتمام بالثقافة اليابانية من خلال إعادة تصميم عبوات التغليف ، حيث قدم الطلاب أفكار إبداعية وأجروا بعض التغييرات المبتكرة على المنتجات والحصول على نماذج بالأحجام الطبيعية للعبوة Prototypes تحت إشراف أكاديمي. (10)



شكل (3) النشاط المنهجي بجامعة تايوان للفنون بالتعاون مع جمعية تصميم العبوات اليابانية 2017

الدراسات السابقة Previous Studies

1 - دراسة بحثية بعنوان " مراحل التعلم الخدمي وتطبيقه في دورة تصميم العبوات بمجال تصميم الاتصال المرئي

بجامعة بئرا المسيحية اندونيسيا وتأثيرها على الأعمال الصغيرة"

Process of Service Learning Implementation in Packaging Design Course at Visual Communication Design of Petra Christian University Indonesia and The Impact to Micro Businesses) 11(

تهدف الدراسة إلى أهمية التعلم الخدمي كنوع من أساليب التعلم في دورة تصميم التعبئة والتغليف ومشاركة الطلاب في النهوض بالمشروعات الصغيرة وإجراء دراسة ميدانية حقيقية من خلال التعلم الفعلي لهذه الخدمة تحت إشراف أكاديمي. وقد نتجت عن الدراسة الأثر الإيجابي لأسلوب التعلم الخدمي على المجتمع الإندونيسي وعلى وجه الخصوص الشركات الصغيرة والمشاركة الفعالة الحقيقية للطلاب من خلال التنفيذ المباشر لتصميم العبوات ، بدءًا من مرحلة قبل التصميم وهي الملاحظة والبحث واختيار المنتج والمراقبة واختيار الأعمال الصغيرة ومساندة أصحاب المصلحة للمساعدة في تصميم التعبئة والتغليف ، ثم المرحلة الثانية وهي عملية التصميم ، وتشمل تصميم العبوات وطباعة النموذج الأولى ثم المرحلة الثالثة ما بعد التصميم والذي يشتمل على التقديم والعرض وبيع المنتج بتصميم التغليف الجديد.



شكل (4) معرض التعبئة والتغليف - تصميم الطلاب لمنتجات الصناعات الصغيرة ومتناهية الصغر - اندونيسيا - 2006

2دراسة بحثية بعنوان " تعزيز تعلم تصميم العبوات من خلال برامج التعلم الخدمي"

(12) Enhancing the Learning of Packaging Design Through Service -Learning Programs
تهدف الدراسة إلى تصميم برنامج للتعلم الخدمي في الفترة (2006- 2018) بهدف جودة تعلم تصميم العبوات مقارنة بالبرامج النمطية للتعلم وذلك بانتقال الطلاب من التعلم السلبي إلى التعلم النشط لحل مشكلات التصميم الحقيقية. علاوة على ذلك ، ساهم الطلاب في معالجة الاحتياجات أو القضايا الحقيقية المرتبطة بتصميم التعبئة والتغليف وإشراكهم في صنع القرار وقد نتجت عن الدراسة: إيجابية برنامج التعلم الخدمي والذي أعطى الطلاب القدرة لإنشاء تصميمات تغليف فريدة ومبتكرة وأنيقة وحديثة ، لكن التصميمات كانت باهظة الثمن ومعقدة التنفيذ. ومع ذلك ، فإن برنامج S-L أعطى الطلاب الفرصة

للتعامل مع عملاء حقيقيين في حين ابتكر الفصل العادي تصميمات كانت في الغالب افتراضية . أيضا مساعدة الطلاب في تصميم عبوات المنتجات للصناعات الصغيرة في المناطق الحضرية مثل سورابايا وسيدوارجو بمساعدة مركز التواصل المجتمعي بقسم تصميم الاتصالات المرئية بجامعة البترا المسيحية ،سورابايا – إندونيسيا (شكل 5).



شكل (5) معرض وبيع تصميمات التغليف لطلبة كلية الفنون والتصميم بجامعة البترا - اندونيسيا

مقترح خطة تدريسية للتعليم الخدمي تجاه تصميم المحتوى البصري لعبوات التغليف من واقع السوق المصري

تم وضع مقترح لنهج تعليمي تعاوني ينقل طلبة الفرقة الثالثة بكليات الفنون بالإسكندرية (كلية الفنون الجميلة جامعة الإسكندرية تخصص تصميم واتصال جرافيكى وكلية الفنون والتصميم جامعة فاروس بالإسكندرية تخصص جرافيك) خارج الفصل الدراسي للعمل على حل مشكلة تصميمية لإعادة التصميم المرئي للعبوات من واقع السوق المصري وذلك بالتعاون المجتمع الصناعي وتشجيع قدرات الطلاب وتحفيز الأفكار المبتكرة في مجال تصميم واستدامة عبوات التغليف. ونظرًا للتأثير الهائل الذي يمكن أن يحدثه التغليف ، فقد أصبح للعلامات التجارية تأثيراً كبيراً على المجتمع حيث يستخدم الشكل البنائي للعبوة لسرد المفهوم الذى تسعى إليه العلامة التجارية، فيسمح للطلاب بدرجة كبيرة من الحرية في تصميم عبوات التغليف ،للاوصول لما هو أبعد من مجرد حماية للمنتج وتسهيل توزيعه المادي، كما يقوم الطلاب تحت إشراف أكاديمي بالتنسيق مع المراكز المتخصصة بوزارة التجارة والصناعة ومديري العلامات التجارية لتحديد مواصفات العبوة ؛ بحيث يتمكن الطلاب من تطوير وتعزيز التغليف الفني للعبوات.

المرحلة الأولى : تم إطلاع الطلاب على افضل الممارسات Best Practices في مجال تصميم التعبئة والتغليف للتعرف على أهم معايير نجاح تصميم العلامات التجارية

- الرؤية Vision
- الأصالة Authenticity
- المرونة Flexibility
- الاستدامة Sustainability



شكل (6) بعض من معايير نجاح تصميم هوية العلامة التجارية

الرؤية Vision

تتطلب الرؤية تقديم الأفكار الغير تقليدية والتي تدعمها المنظمات التي لديها القدرة على تخيل ما لا يتمكن الآخرون من رؤيته.



شكل (7) إعادة تصميم هوية التغليف للعلامة التجارية Nuts.com

يتضح من (شكل 7) رؤية مبتكرة لإعادة تصميم هوية وتغليف جديان لمتاجر التجزئة Nuts.com خاصة لكل أنواع المكسرات والتي تم تأسيسها في عام ١٩٢٩ - نيوجيرسي ، طلبت الشركة من Pentagram (13) وهو استوديو تصميم متعدد التخصصات الذي قام بتصميم هوية جديدة 1999 الذي ساعد في ترسيخ Nuts.com كعلامة تجارية مميزة ويتضح ذلك من المعالجات الرسومية والخطوط اليدوية التي أظهرت المنتج برؤية مبهجة وعززت الروابط بينها وبين المستهلك .

الأصالة Authenticity

تتطلب الأصالة معرفة ماهية المؤسسة لبناء علامة تجارية مستدامة وحقيقية وتكون متسقة مع قيم المجتمع وثقافته والسوق المستهدف.

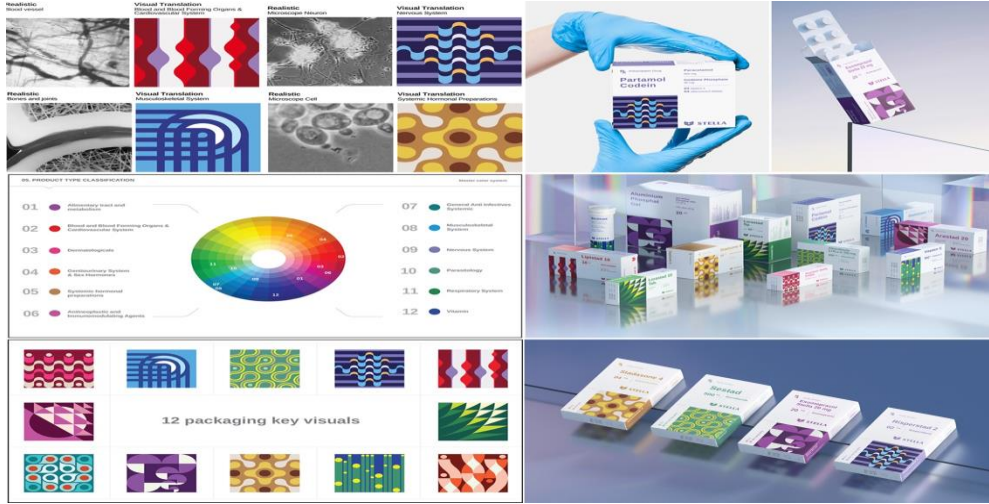


شكل (8) التصميم المرئي لعبوات فواكه مجففة لمنتج فيتنام فيتنام التقليدي

يتضح من (شكل 8) تصميم تغليف منتج فيتنامي Xuân Khúc وهو مجموعة هدايا خاصة من أربع فواكه تقليدية مجففة (14) ، اعتمد التصميم على أفكار تتميز بالأصالة من خلال تراث تبت التقليدي The Traditional Tet Heritages ، حيث يعكس التقاليد والثقافات الفيتنامية والتي تمثل جاذبية المرأة الفيتنامية وجمال الربيع وآلات الموسيقى إلى جانب الإلهام من أسلوب آرت ديكو ، لا سيما في الرسوم التوضيحية التجريدية البسيطة والهندسية.

المرونة Flexibility

يتطلب الابتكار أن تكون العلامات التجارية مرنة لدعم القدرة التنافسية في المجتمع الصناعي بالإضافة إلى تصميم هوية فعالة تضع المؤسسة في طور التغيير والنمو في المستقبل ونظام جيد يحتضن تطور استراتيجيات وأساليب التسويق.



شكل (9) التصميم المرئي للنظام المرن لـ ١٢ فئة من منتجات الأدوية لشركة Stella- فينتام

يوضح (شكل 9) تصميم نظام ديناميكي مرن لـ 12 فئة من عبوات الأدوية لشركة Stella Pharm وهي واحدة من الشركات الفيتنامية لتصنيع الأدوية الرائدة الآن، حيث قامت بتطوير هوية العلامة Bratus وهي منصة مسؤولة عن تصميم علامات تجارية واستراتيجية مقرها في فينتام. (15) احتاجت Stella التي تأسست ٢٠٠٠ إلى حضور قوي للعلامة التجارية، فقد تم تطوير وتصميم أنماط بصرية باستخدام الصور المجهرية التي تعكس كل فئة بصرية رئيسية مفهوم أنظمة الأعضاء البشرية: المفاصل والعظام، والخلايا، والميكروبات، والجهاز المناعي، والكروموسومات الجينية، والجهاز العصبي، والمعدة، وتوضح المنتجات كيف تساعد في علاج الأمراض مما يسهل على الصيدلانية التصنيف وتمييز الجرعات المختلفة، علاوة على ذلك تعمل شبكة التخطيط المنتظم على تعزيز المرونة عند تطبيقها على أحجام فئات المنتج المختلفة، إلى جانب التمييز اللوني لكل فئة، مما أدى التطوير الفعال إلى إتاحة الفرص للشركة لاقتحام أسواق التصدير العالمية.

الاستدامة Sustainability

تعمل العلامة التجارية المعروفة والمألوفة على ثقة وطمأنة المستهلكين وتصمد بالتزامها نحو قيمة استدامة التصميم والتنفيذ على المدى الطويل، فبمرور الوقت تكون قادرة على تجاوز المتغيرات.




شكل (10) التصميم المرئي لمنتج Primal - اسفنجات طبيعية صديقة للبيئة وقابلة للتحلل

يوضح (شكل 10) تصميم عبوات صديقة للبيئة Sustainable Packaging لمنتج اسفنجيات طبيعية قابلة للتحلل (16). ارتبط مفهوم شعار Primal بالمعنى الرمزي والدلالي للمحتوى، اعتمد التصميم المرئي للعبوات علي المعالجات الرسومية التي تم استلها عناصرها من الطبيعة في الحلول الجرافيكية لفئات المنتج المختلفة، وقد تم تنفيذها بتقنية الطباعة البارزة Linocut حيث تضفي إحساسًا بالمغامرة والمرح الذي يعكس مفهوم العلامة التجارية ويعتمد فكرة التصميم على أن الحيوانات والطيور والحياة البحرية والنباتات ستكون ممتنة للإنسانية لاستخدامها مواد قابلة للتحلل بيولوجيًا وصديقة للبيئة. تم تصميم نظام الألوان لكل عبوة بما يتوافق مع ألوان المنتج داخل العبوة. ونظرًا لأن المستهلكين أصبحوا أكثر تأثرًا بالمنتجات الصديقة للبيئة، يبحث المصنعون في جميع أنحاء العالم عن طرق لاستخدام المواد التي لها تأثير أقل ضررًا على البيئة حيث نشهد زيادة مطردة في الإقبال على البدائل الصديقة للبيئة والقابلة للتحلل البيولوجي للتغليف.

المرحلة الثانية : مبادرة برنامج الابتكار التابع لمركز تحديث الصناعة Creative Hub Egypt بالتعاون مع غرفة صناعة الطباعة والتغليف المصرية Printing Industries Chamber

مركز تحديث الصناعة أنشأ بموجب القرار الجمهوري رقم ٤٧٧ لسنة ٢٠٠٠ ويختص بإعداد وتنفيذ برنامج تحديث الصناعة المصرية؛ وذلك بهدف زيادة القدرة التنافسية عن طريق تحسين وتطوير أداء القطاع الصناعي المصري، كما يختص بتقديم الدراسات واقتراح السياسات اللازمة لتحقيق الأهداف. وفي ضوء رسالة مركز تحديث الصناعة فهو يسعى لتعزيز أطر التعاون بين القطاعين الصناعي والأكاديمي في مصر من خلال المساعدات الفنية والمعلوماتية للسوق وبالتالي الحفاظ على اندماجهم مع القيم المحلية بالإضافة إلى إنشاء وإدارة منصة توفر الروابط بين المبدعين والشركات المصرية وتعزيز أهمية التصميم الإبداعي في التنمية الاقتصادية وخلق فرص عمل.

جاءت مسابقة PackDesigner 2019- Student Innovation كمبادرة من برنامج الابتكار بمركز تحديث الصناعة وغرفة صناعات الطباعة والتغليف (مرفق 1) ورواد النيل بجامعة النيل الأهلية بالتعاون مع البنك المصري لتنمية الصادرات بهدف تحفيز الأفكار والحلول المختلفة الإبتكارية لطلبة الكليات الفنية المتخصصة تحت إشراف أكاديمي لتصميم واستدامة العبوات في قطاع التعبئة والتغليف من واقع السوق المصري.

<p>4. يجب تحميل التصميمات بشكل منفصل. الحد الأقصى للتصميمات المقدمة من كل طالب 10 مشاريع.</p> <p>5. سيتم استبعاد المشاركات التي تنتهك أو تمسّ حقوق الملكية (بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الحقوق التعاقدية وحقوق المستخدم وحقوق النشر وحقوق التصميم وجميع حقوق الملكية الفكرية الأخرى).</p> <p>6. لا يوجد رسوم اشتراك في المسابقة.</p> <p>7. على المشاركين في المسابقة عدم الإشارة إلى أسماءهم أو أي علامة تكشف هويتهم إلا في الغانات الخاصة بالبيانات الشخصية.</p> <p>8. يجب تعبئة طلب التقديم من خلال الرابط التالي فقط وليس بأي وسيلة أخرى: https://forms.gle/kHZ7ukg6aDr8btmv7</p> <p>آخر موعد للتقديم: 01 - 08 - 2019</p> <p>#creativehubegy #IMC #packdesigner2019 #studentsinnovation #Printing_packaging_chamber #nilepreneurs #EBE #UNIDO #liban_pack #messedusseldorf #AHK #goodluck</p> <p>للاستفسارات يرجى الإتصال: 01275229933 أو إرسال رسالة على الماسنجر.</p> 	<p>Creative Hub Egypt June 4, 2019</p> <p>يتشرف مركز تحديث الصناعة وغرفة صناعات الطباعة والتغليف ومبادرة رواد النيل بالتعاون مع البنك المصري لتنمية الصادرات بإطلاق النسخة الأولى من مسابقة PackDesigner 2019 - Student Innovation Arab Student Starpack Award والتي تشرف على تنظيمها منظمة لبنان باك بالتعاون مع منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO منذ عام 2002. وقد جاءت هذه المسابقة كمبادرة لتشجيع قدرات الشباب المصري في مجال التصميم وتعزيز القدرة التنافسية للقطاعات الصناعية المصرية والدعم الشامل للتنمية الاقتصادية المصرية.</p> <p>تهدف المسابقة إلى فتح فرصة واسعة للطلبة المصريين لتصميم مواد التغليف والتعبئة لمختلف المنتجات المصنعة محلياً ومختلف الشركات، وذلك في مختلف قطاعات الصناعة المصرية على سبيل المثال لا الحصر شركات (فينوس للمنتجات الورقية - لاكتوبل - نيل كو للألبان - نمبر وان كارفور) وللمتقدم الحرية في اختيار منتجات تصميمه وسوف تقوم لجنة تحكيم من كبار الأكاديميين والفنيين في هذا المجال باختيار أفضل التصميمات وفقاً لمعايير ثابتة.</p> <p>إرشادات التقديم:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. أن يكون المتقدم أحد طلبة الكليات الفنية المصرية. (فنون جميلة، فنون تطبيقية، تربية فنية، هندسة) 2. المشاركة على أساس فردي أو جماعي، علماً بأن قيمة الجوائز لن تختلف للإشتراك الفردي أو فريق جماعي. 3. يمكن للطلاب تقديم تصميمات متعددة في أحد فئات المسابقة الثلاث أو جميعها <ul style="list-style-type: none"> - Visual Packaging Category - Structural Packaging - Save the Food <p>4. يجب تحميل التصميمات بشكل منفصل. الحد الأقصى للتصميمات المقدمة من كل طالب 10 مشاريع.</p>
--	---

شكل (11)

نص مسابقة PackDesigner 2019- Student Innovation

المرحلة الثالثة : مسارية إعادة تصميم عبوات التغليف من واقع السوق المصري ضمن استراتيجية التعلم الخدمي



شكل (12)

تخطيط لمسارية التصميم المرئي للعبوات ضمن استراتيجية التعلم الخدمي ووفقا لمبادرة مركز تحديث الصناعة

أولا .. تحديد الاحتياجات Identify The Needs

- اعتمدت أولى مراحل خطة التعلم الخدمي من خلال مسابقة PackDesigner 2019 على فئة التصميم المرئي للعبوات Visual Packaging Category من ضمن ثلاثة فئات للمسابقة وهي فئة التغليف الهيكلي Structural Packaging Category وفئة حفظ الطعام Save the Food Category، وقد تم اختيار الفئة الأولى الخاصة بالتصميم المرئي للعبوات وفقا لمجال التخصص، اعتمدت فكرة الجانب التطبيقي على تلبية الاحتياجات الجمالية والوظيفية لتصميم المحتوى البصري لبعض عبوات التغليف من مختلف قطاعات الصناعات المصرية ووفقا للجوانب الاقتصادية للمؤسسة المنتجة، وتحديد الأهداف وعلاقتها بالمنهج الدراسي والجدول الزمني 14 أسبوع خلال الفصل الدراسي الثاني، وطبيعة المشاركة من خلال تحديد احتياجات السوق المصري بقطاع التعبئة والتغليف، ومشاركة مجموعة من الطلاب من الفرقة الثالثة - 11 طالب من كلية الفنون الجميلة - تخصص تصميم واتصال الجرافيك - قسم التصميمات المطبوعة جامعة الإسكندرية من خلال المقرر الدراسي تبيوجرافي 2، و11 طالب من كلية الفنون والتصميم - قسم الجرافيك جامعة فاروس بالإسكندرية من خلال المقرر الدراسي تقنيات فن التغليف 2 من بين 300 طالب متقدم للمسابقة من كليات الفنون على مستوى جمهورية مصر العربية.

ثانيا إجراء البحث Initial Research

واجه الطالب عدة أسئلة أثناء اختياره لعبوة التغليف من واقع السوق المصري لإعادة تصميمها : ما الضرورة التي يتطلبها هذا التغيير ؟ ما العناصر التي يجب أن تبقى للحفاظ على قيمة العلامة ؟ هل يجب أن يكون التغيير تطوريا أم جذريا ؟ فكان لابد من تعريف وفهم المشكلة عن طريق جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول المنتج ودراسة متطلبات قطاعات السوق Market Segments والفئة المستهدفة لمساعدة الطلاب في اتخاذ القرار وذلك من خلال الاجتماع التعريفي للمسابقة بمركز تحديث الصناعة (شكل 13) والتي تهدف إلى التشبيك بين الجامعات والكليات الفنية والمجتمع الصناعي لتعزيز دور التصميم الصناعي المصري، وتأتي قوة هذه المسابقة كونها مدعومة من عدة جهات دولية لها ثقل في بيئة دعم رواد الأعمال ومجتمع صناعة الطباعة والتغليف مثل منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO والمنظمة العالمية للتغليف. وبناء عليه قام المركز بتوفير نماذج من منتجات المصانع الراغبة في التطوير من الناحية البصرية والبنائية مع كامل البيانات الخاصة بالمنتج من مقاسات واشتراطات بالإضافة إلى مادة العرض التي توضح كافة التفاصيل الخاصة بالمسابقة واقسامها وشروط التحاق الطلبة بها والفترة الزمنية الخاصة بالتعاون بين كافة الأطراف للبدء في إتخاذ إجراءات التنفيذ وتحديد مسارية العمل .



شكل (13) الاجتماع التعريفي بالمسابقة بمقر مركز تحديث الصناعة وعرض نماذج من منتجات المصانع الراحبة في تطوير الناحية البصرية والبنائية لعبوات التغليف الخاصة بمنتجاتها

ثالثا مراحل التصميم Design Process

تم التعاون بين الطلاب والإشراف الأكاديمي لتطوير الفكرة التصميمية للمنتج الذي تم اختياره، يدرك الطلاب في هذه المرحلة أن حل المشكلات المرئية هو جوهر تصميم العبوات سواء تصميم منتج جديد أو تحسين مظهر منتج موجود بالفعل، فالهدف ليس مجرد إنشاء تصميمات جذابة بصرياً، فلابد ان تحقق بشكل نوعى نتائج قابلة للتسويق. فللعامة التجارية ثلاث وظائف أساسية (17) Brands Have Three Primary Functions:

- **الاستكشاف Navigation** : تساعد العلامة المستهلكين على الاختيار من بين مجموعة واسعة من الخيارات.
 - **تقليل مخاطر اتخاذ القرار Reassurance** : تساعد العلامة على نقل القيمة الجوهرية للمنتج بحيث يطمئن المستهلك إلى أنهم أجرا الاختيار الصحيح.
 - **تعزيز الارتباط بينها وبين المستهلك Engagement** : تستخدم العلامة لغة بصرية مميزة ومجموعة من الروابط للتعريف بنفسها امام المستهلك.
- بعد اختيار الطالب لإحدى العبوات من واقع السوق المصرى يتم تحديد مواصفات العبوة وإعادة رسم الأفراد الخاص بها ودراسة التصميم البنائي لها، ثم يقوم بدراسات متعددة لإعادة تصميم شعار منتج العلامة التجارية وإعداد الرسوم الجرافيكية لتصميم العبوة الخاصة بالمنتج .

- مقترحات إعادة تصميم شعار منتج العلامة التجارية Brand Logo Design

يحدد الطالب أحد الأنواع المختلفة لشكل الشعار باعتباره احد اهم عناصر العلامة التجارية وفقاً للمعايير الجمالية والوظيفية والذي يخدم الاحتياجات الخاصة للشركة المنتجة.

الشعار المعتمد على الحروف Wordmarks/Logotype



شكل (14)

بعض من المقترحات التصميمية للطلاب لإعادة تصميم الشعارات النصية لمنتجات من واقع السوق المصري

الشعار المصور Pictorial Marks



شكل (15)

بعض من المقترحات التصميمية للطلاب لإعادة تصميم الشعارات المصورة لمنتجات من واقع السوق المصري

الشعار الديناميكي Dynamic Logo

يمتلك الشعار الديناميكي المرن القدرة على تغيير شكله، لونه وصياغته، بالإضافة إلى التكيف مع السياق الذي يستخدم فيه ليعطي العديد من الانطباعات لدى المستهلك وفقاً لمتطلبات العلامة التجارية لتحقيق المرونة في التسويق مما يساعد على التمييز بين فئات المنتج المختلفة.



شكل (16)

بعض من المقترحات التصميمية للطلاب لتصميم الشعار الديناميكي لفئات المنتج المختلفة

- مقترحات تصميم المعالجة الجرافيكية في المحتوى البصري للعبوة Visual Packaging

يتطلب التفكير في التصميم المرئي للعبوات (الشكل، التوكويد اللوني، الأرجنوميكس) والرؤية الشاملة التي سيكون عليه بجانب عبوات التغليف للمنتجات المنافسه.



شكل (17)

مقترح التصميم المرئي للنظام الديناميكي لفئات عبوات المنتج المصري (بريما) لإحدى الطالبات



شكل (18)

مقترح إحدى الطالبات للتصميم المرئي للنظام الديناميكي Dynamic System والتميز اللوني للفئات الثلاث لمنتج لينو (مكرونه الشوفان)

رابعاً. النموذج الأولي Prototype

تم تنفيذ نموذج مبدئي لمخرجات مرحلة التصميم وهي عبارة عن نماذج أولية لإنشاء عينات ملموسة يمكن التفاعل معها واختبارها من قبل الخبراء في مجال التعبئة والتغليف والتعرف على الإمكانيات الفنية والتكنولوجية لتصميم وطباعة العبوات الورقية وتقوم ما تعلمه الطلاب وإجراءات التعديلات للتصميم الهيكلي والمرئي قبل مرحلة الاشتراك في مسابقة 2019 .PackDesigner



شكل (19)

ورشة عمل للطلاب بحضور خبير من غرفة صناعة الطباعة والتغليف تحت إشراف أكاديمي للتعرف على الإمكانيات الفنية والتكنولوجية لتصميم وطباعة العبوات الورقية

خامساً.. التقييم والنتائج Evaluation and Results

تم تقييم الأعمال التصميمية مرفق (5) من جهة خبراء في قطاع التعبئة والتغليف وفقاً لمعايير فئة التصميم المرئي للعبوات بمسابقة 2019- Student Innovation PackDesigner :

- الأصالة والاختلاف Originality & Differentiation

- التكوين العام General Composition

- تصميم النمط الطباعي والرسوم Typography and Illustration

- قابلية المستهلك للمنتج Appeal to the Consumer

- التمييز اللوني للعبوة Use of Color

أسفرت المسابقة عن فوز 5 طلاب من قسم التصميمات المطبوعة كلية الفنون الجميلة جامعة الإسكندرية و 3 طلاب من قسم الجرافيك كلية الفنون والتصميم جامعة فاروس بالإسكندرية من بين 300 طالب متقدم على مستوى جمهورية مصر العربية.



شكل (20) صور من بعض أعمال الطلاب الفائزين في مسابقة 2019- Student Innovation PackDesigner

أيضا شارك الطلاب الفائزين في المسابقة ضمن 35 طالب فائزين على مستوى جمهورية مصر العربية بالدورة التدريبية المقدمة كمنحة لهم بجامعة النيل الأهلية Boot Camp لمدة 8 أيام مع أساتذة متخصصين في التعبئة والتغليف والتسويق وإدارة الأعمال (مرفق 2).

المعسكر التدريبي Packaging Design Boot Camp

شارك الطلاب الفائزون في حضور ورش عملية ومحاضرات علمية متخصصة تضمنت الجانب التصميمي والجانب التقني وإدارة الأعمال متمثلة في :

- صناعات التغليف - نظريات اللون والتصميم والتجهيزات الطباعية
- اعتبارات هامة في إنتاج وتطوير عبوات التغليف، عمليات ما بعد الطبع ودورها في تعزيز الأداء الوظيفي للعبوات، الأنواع المختلفة للبطاقات اللاصقة المستخدمة في مجال التغليف.
- مقاسات الورق والكرتون وطرق تقسيمه، الطباعة الفلكسو والجرافير، الطباعة الرقمية.
- تأمين التغليف، إضافة القيمة للتغليف، أحدث اتجاهات وتطورات التغليف وبعض الإحصاءات.
- Design Thinking for Packaging, Prototyping and Business Models, Storytelling



شكل (21) بعض من صور الدورة التدريبية بجامعة النيل الأهلية Boot Camp لمدة 8 أيام مع أساتذة متخصصين في مجال التعبئة والتغليف والتسويق وإدارة الأعمال

تم إخطار الطلاب الفائزين بالمسابقة بعد مشاركتهم ومناقشة أعمالهم من خلال خبراء متخصصون في مجال التعبئة والتغليف والتسويق وإدارة الأعمال بالمعسكر التدريبي بجامعة النيل الأهلية Packaging Design Bootcamp، وذلك بإعداد عرض تقديمي يقوم به كل طالب وتقييم ما إذا كانت الرؤية الجديدة للحلول التصميمية لها القدرة على المساهمة في تلبية احتياجات السوق المصري امام لجنة تقييم من غرفة صناعة الطباعة وممثلين عن مبادرة رواد النيل بجامعة النيل الاهلية.



شكل (22) عرض تقديمي لإحدى الطلاب عن تصميم عبوات المنتجات الخاصة بالشركات التي تم طرح منتجاتها

(إعادة تصميم تغليف منتج سباركل)

يكتسب الطالب مهارات العرض الفعال من خلال العرض التقديمي والموضح به متطلبات لجنة التقييم التي تم إخطارها للطلاب

- التصميم قبل وبعد المعسكر التدريبي Your Design Before and After Boot Camp Instructors Guide Lines
- مفهوم التصميم The Concept Behind Your Design
- استفادة السوق من التصميم The Market Benefit from your Design



شكل (23)

عرض تقديمي لإحدى الطلاب عن تصميم عبوات المنتجات الخاصة بالشركات التي تم طرح منتجاتها (إعادة تصميم تغليف المنتج المصري واش هاند)

من ضمن نتائج جلسات لجنة التقييم للتصميمات التي تم عرضها

- التأكيد على تلبية احتياجات السوق المنغيرة طول فترة حياة المنتج في السوق
- مواجهة مرحلة الانحدار للمنتجات الحالية
- تكوين صورة ذهنية جديدة تجاه المؤسسة
- المحافظة على الموقع التنافسي في السوق
- اشباع حاجة المستهلكين وتكوين رغبة للاستمرار.

استكمالاً للتعاون المشترك بين كلية الفنون الجميلة جامعة الإسكندرية وكلية الفنون والتصميم جامعة فاروس ومركز تحديث الصناعة في مجال تصميم منتجات الشركات المصرية والذي كان ناجحاً بصورة كبيرة في مسابقة Student- 2019 PackDesigner Innovation تحت اشراف اكايمي والتي نجحت في التشبيك بين 10 طلاب و 6 مصانع ،فضلا عن دعوة مركز تحديث الصناعة لمشاركة الطلاب وعرض اعمالهم التصميمية للمنتجات المصرية (مرفق 3) بفعاليات معرض Pacprocess- Proceeding & Packaging والذي اقامته شركة معارض دوسلدورف والشركة الدولية للمعارض وشركة كونسبت للمعارض وإدارة المؤتمرات بمركز مصر للمعارض الدولية .



شكل (24)

عرض لأعمال الطلاب الفائزين ضمن فعاليات معرض Pacprocess- Proceeding & Packaging

المعالجات الإحصائية للبحث

اعتمدت الباحثة في التحليل الإحصائي للبيانات للتأكد من صحة فروض البحث من عدمها على الأساليب الإحصائية الآتية:

- 1- اختبار "ويلكوكسون" Wilcoxon حيث يُعد اختبار "ويلكوكسون" لعينتين غير مستقلتين بديلاً لنظيره من الاختبارات الأطفالة مثل اختبار "ت" لعينتين غير مستقلتين، في حال عدم تحقق الافتراضات اللازمة لإجراء اختبار "ت" لعينتين مرتبطتين (20).
- 2- حجم التأثير مربع إيتا (η^2) للتعرف على حجم تأثير استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف طلاب المجموعة التجريبية، وتتراوح قيمة حجم التأثير من (صفر- 1)، حيث يري كوهين Cohen (1988) أن:

✓ في حالة "مربع إيتا" $\eta^2 \leq (0,1)$ يكون حجم التأثير ضعيف.

✓ وفي حالة مربع إيتا $\eta^2 \leq (0,3)$ يكون التأثير متوسط.

✓ أما في حالة مربع إيتا $\eta^2 \leq (0,5)$ يكون التأثير مرتفع. (21)

وقد استخدمت الباحثة في التحليل الإحصائي للبيانات حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 20) وذلك لأجراء المعالجات الإحصائية.

عرض النتائج وتفسيرها

- 1- اختبار صحة الفرض الأول: " توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين القبلي والبعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف لصالح القياس البعدي".

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار ويلكوكسون لحساب دلالة الفروق بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين القبلي والبعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف.

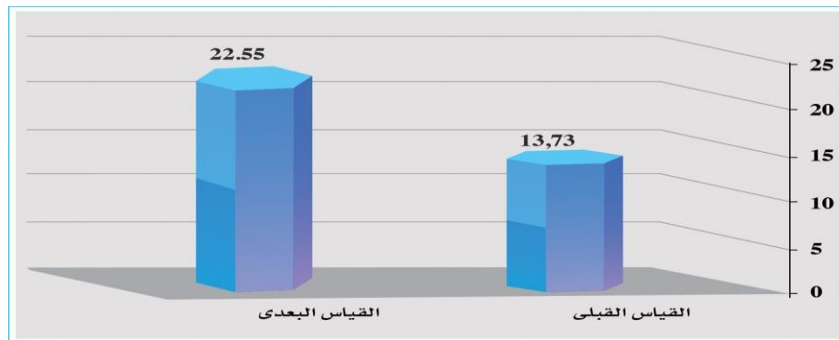
كما استخدمت الباحثة حجم التأثير (η^2) للتعرف على حجم تأثير استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف طلاب المجموعة التجريبية

والنتائج يوضحها جدول (١):

جدول (1) نتائج اختبار ويلكوكسون وقيمة حجم التأثير لدلالة الفروق بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين القبلي والبعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف (ن=٢٢)

المتغيرات	نوع القياس	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	توزيع الترتب	العدد	متوسطات الترتب	مجموع الترتب	قيمة "Z"	مستوى الدلالة	حجم التأثير (η^2)	
										القيمة	الدلالة
مهارات تصميم عبوات التغليف	القبلي البعدي	13.73 22.55	2.14 2.28	السالبة	0	0	0	4.115	0.01	.620	مرتفع
				الموجبة	22	11.5	253				
				المتعادلة	0						

يلاحظ من جدول (1) أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين القبلي والبعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف (الأصالة والاختلاف - التكوين العام- النمط الطباعي والرسوم - قابلية المستهلك للمنتج - استخدام الهوية اللونية) لصالح القياس البعدي، حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (٤,١١٥) وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١). ويوضح شكل (24) الأعمدة البيانية لمتوسطى درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين القبلي والبعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف.



شكل (25) الأعمدة البيانية لمتوسطى درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياس القبلي والبعدي لمهارات تصميم عبوات التغليف

وعن حجم تأثير (η^2) استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف (الأصالة والاختلاف - التكوين العام- النمط الطباعي والرسوم- قابلية المستهلك للمنتج- استخدام الهوية اللونية) لدى طلاب المجموعة التجريبية؛ يلاحظ من جدول (1) أن حجم تأثير استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب المجموعة التجريبية بلغ (٠,٦٢٠) وهو حجم تأثير مرتفع، أى أن نسبة التباين في مهارات تصميم عبوات التغليف والتي ترجع لاستراتيجية التعلم الخدمي هي (٦٢%).

2- اختبار صحة الفرض الثاني: " لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين البعدي والتتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف".

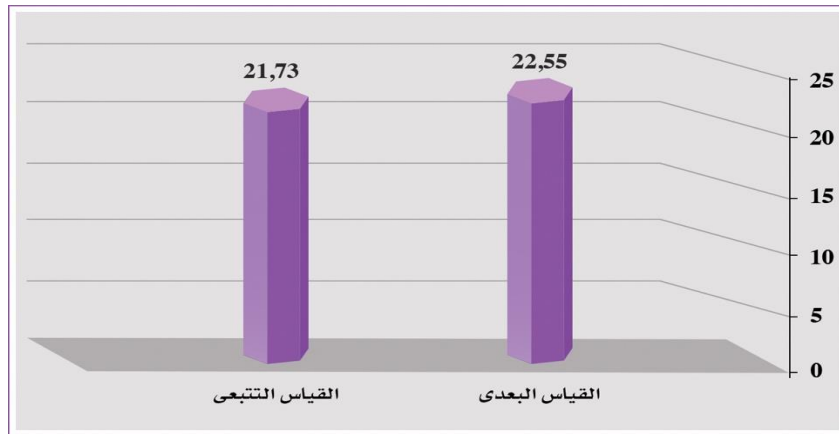
ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار ويلكوكسون لحساب دلالة الفروق بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين البعدي والتتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف، والنتائج يوضحها جدول (2)

جدول (2) نتائج اختبار ويلكوكسون وقيمة حجم التأثير لدلالة الفروق بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين البعدي والتتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف (ن=٢٢)

المتغيرات	نوع القياس	المتوسط الحسابى	الإحراف المعيارى	توزيع الرتب	العدد	متوسطات الرتب	مجموع الرتب	قيمة "Z"	مستوى الدلالة
مهارات تصميم عبوات التغليف	البعدي	22.55	2.28	السالبة	9	11.17	100.5	1.151	غير دالة
				الموجبة	8	6.56	52.5		
				المتعادلة	5				

يلاحظ من جدول (2) أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطى رتب درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين البعدي والتتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف (الأصالة والاختلاف - التكوين العام- النمط الطباعي والرسوم- قابلية المستهلك للمنتج- استخدام الهوية اللونية)، حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (١,١٥١) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

ويوضح شكل (25) الأعمدة البيانية لمتوسطى درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياسين البعدي والتتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف.



شكل (26)

الأعمدة البيانية لمتوسطى درجات طلاب المجموعة التجريبية فى القياس البعدي والتتبعي لمهارات تصميم عبوات التغليف

الاستنتاجات:

1- تتمتع استراتيجية التعلم الخدمي بالأثر الدال إحصائياً في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الجامعة.

- 2- يستمر الأثر الدال إحصائيًا لاستراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الجامعة بعد انتهاء تطبيقها.
- 3- اكتساب الطلاب مهارات التحليل النقدي والتفكير المنهجي وحل المشكلات واتخاذ القرار من خلال ربط أهداف المنهج الدراسي بالمشاكل التصميمية الحقيقية داخل المجتمع المصري.
- 4- تعزيز الشعور بالمسؤولية والمواطنة لدى الطلاب من خلال العمل التعاوني.
- 5- استدامة تصميمات العبوات والهوية المؤسسية من خلال تفعيل اتفاقية تعاون بين مركز تحديث الصناعة وكلية الفنون الجميلة جامعة الإسكندرية.

توصيات البحث Research Recommendations

من خلال التاصيل النظرى لمتغيرات البحث ونتائجه توصى الباحثة بما يلى:

- 1- توعية السادة المتخصصين في مجال التصميم والاتصال الجرافيكى إلى أهمية استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية المهارات الفنية للطلاب.
- 2- العمل على تفعيل دور كليات الفنون من خلال المساهمة في عملية التنمية الصناعية وذلك بالاعتماد علي تطبيق معايير التصميم والابتكار الأكاديمية المعتمدة والتي تراعي احتياجات الأسواق المحلية والدولية.
- 3- وضع خطط منهجية مدروسة لربط اهداف ومخرجات التعليم والتعلم بالمشاكل التصميمية الحقيقية داخل المجتمع المصري.
- 4- تعزيز الهوية المصرية في تصميم المنتجات المحلية من خلال إقامة ملتقيات توظيفية وبحثية بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني لتشجيع الطلاب في مجال تصميم العلامات التجارية والهوية المؤسسية وفقا لمعايير وآليات سوق العمل واستدامة التصميم والتقنيات والتكنولوجيا المستحدثة مما يساعد على الدعم الشامل للتنمية الاقتصادية المصرية.
- 5- إجراء المزيد من الدراسات الوصفية والتجريبية، التي تتناول استراتيجية التعلم الخدمي؛ لتحقيق مزيد من الفهم لطبيعتها المتغيرات وأهميتها في مجال الفنون الجميلة.
- 6- توجيه أنظار السادة مخططى ومطوري المناهج والمقررات الدراسية لطلاب كلية الفنون الجميلة إلى أهمية اعتماد استراتيجية التعلم الخدمي ضمن استراتيجيات التدريس المتبعة في مختلف المقررات تبعًا لطبيعتها.
- 7- تعزيز أطر التعاون بين القطاعين الصناعي والأكاديمي في مصر وذلك بهدف زيادة القدرة التنافسية الصناعية عن طريق التطوير في إعادة تصميم العبوات واستدامتها.

البحوث المقترحة

إن نتائج البحث الحالي تثير أسئلة أكثر مما تجيب؛ لذا فمن المستحسن إجراء البحوث التالية:

- 1- إعادة تطبيق هذا البحث لاستجلاء أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات تصميم عبوات التغليف لدى طلاب الفرق الدراسية المختلفة.
- 2- بحث أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات الإبداع الفني لدى طلاب الفنون الجميلة.
- 3- بحث أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تنمية مهارات التصميم الفني لدى طلاب الفنون الجميلة.
- 4- بحث أثر استراتيجية التعلم الخدمي في تحقيق نواتج التعلم المستهدفة بتخصص التصميم والاتصال الجرافيكى بكلية الفنون الجميلة.

المراجع

1-Barbara Jacoby: *Service Learning Essentials - Questions, Answers, and Lessons Learned*, 1st Edition , John Wiley & Sons, Inc, San Francisco, 2015.

<https://www.amazon.com/Service-Learning-Essentials-Questions-Jossey-bassEducation/dp/1118627946?asin=1118627946&revisionId=&format=4&depth=1>

2-Heinz Reinders. *Service Learning – Theoretische Überlegungen und empirische Studien zu Lernen durch Engagement*. Beltz Juventa, 2016.P26

3-<https://www.nylc.org/page/SLCHome2023#>

4-https://www.enkoproducts.com/articles/why-packaging-is-important/#content_9

5-Marianne Rosner Klimchuk and Sandra A. Krasovec: *Packaging Design_ Successful Product Branding From Concept to Shelf*, Second Edition, John Wiley & Sons, 2012.P47

6-<https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability>

- 7- Alina Wheeler: *Designing Brand Identity-an essential guide for the whole branding team*, simultaneously, Canada, 2013.P46
- 8-<https://communityengagement.wayne.edu/service-learning>
- 9-<https://www.tamtu.edu/engagement/slc/index.shtml>
- 10-https://www.jpda.or.jp/en/event_reports/527.html
- 11-Listia Natadjaja: *Process of Service Learning Implementation in Packaging Design Course at Visual Communication Design of Petra Christian University Indonesia and The Impact to Micro Businesses*, Nirmana, VOL.8, NO. 1, January 2006.P21-28
<http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=DKV>
- 12-Listia Natadjaja and Elisabeth Christine Yuwono: *Enhancing the Learning of Packaging Design Through Service -Learning Programs*, Michigan Journal of Community Service Learn, VOL.25, Issue 2. 1, January 2019.-P133-151
https://www.researchgate.net/publication/336118613_Enhancing_the_Learning_of_Packaging_Design_through_Service-Learning_Programs
- 13- <https://www.pentagram.com/work/nutscom/story>
- 14- <https://www.behance.net/gallery/75700793/Xuan-khuc>
- 15- <https://bratus.co/sectors/pharmaceuticals/stella-pharm/>
- 16-<https://thedieline.com/blog/2021/5/21/eco-friendly-and-biodegradable-natural-sponges-from-primal?>
- 17- Alina Wheeler: *Designing Brand Identity-an essential guide for the whole branding team*, simultaneously, Canada, 2013.P2
- 18- Gavian Ambrose and Paul Harris: *The Fundamentals of Graphic Design*, AVA Publishing, London, 2009.
- 19- Kevien Budelmann, Yang Kim and Curt Wozniak: *Essential Elements for Brand Identity- 100 Principles for Designing Logos and Building Brands*, Rockport Publishers, USA, 2013.
- 20-Alaam,Salah Aldin Mahmoud, *Alasaleb alehsaiya alestedlalya alparmetreya wa allaparmetrya fe tahlel bayanat albohous alnafsy wa altarbawaya wa alegtma3ya.alkahera* :dar alfekr alaraby,2010. P258
- صلاح الدين محمود علام، الأساليب الإحصائية الاستدلالية البارامترية واللابارامترية في تحليل بيانات، البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠١٠.
- 21- Corder, egory W., and le I. Foreman. *Nonparametric Statistics For Non-Statisticians: A Step-by-Step Approach. Oboken (N.J.): Wiley-Blackwell, 2009. P59*



مرفق (1)



مرفق (2)



مرفق (4)

مركز تحديث الصناعة
INDUSTRIAL MODERNIZATION CENTRE

الأستاذة الدكتورة / دينا مطور – صعيدة كلية الفنون الجميلة جامعة الإسكندرية.

تحية طيبة وبعد،،،

في إطار التعاون المشترك بين مركز تحديث الصناعة وجامعة الإسكندرية في مجال تصميم منتجات الشركات المصرية والذي كانت بأكبرته متمثلة في مسابقة Pack Designer 2019 والتي أسفرت في نهايتها عن احتضان ٢٩ طالب في حضانة رواد النيل فضلا عن نجاح المسابقة في التشبيك بين ١٠ طلاب و ٦ شركات صناعية.

وبناء على ما سبق فإن المركز يتوجه لسيداتكم بالدعوة لمشاركة كلية الفنون الجميلة جامعة الإسكندرية في النسبة التالية من المسابقة Pack Designer 2020 والتي تم إطلاقها من خلال الصفحة الرسمية الخاصة بالصناعة ومنظمة الاسم الموحدة للتسمية الصناعية عرفة صناعات الطابعة والتلفظ. مبادرة رواد النيل، مركز تحديث الصناعة ومنظمة الاسم الموحدة للتسمية الصناعية حيث تم عرض منتجات الشركات المشاركة بالمسابقة والتحديات المطلوب العمل عليها. على أن يتم استقبال أصمّل الطلبة المتميزين من خلال رابط التقديم الذي المتاح على صفحة كريتيف هب إيجيبت. <https://www.facebook.com/Creativehubegy>

مع خالص الشكر،،،
د/ دينا مطور

١١٥ كورنيش النيل - مبنى اتحاد الصناعات - الدور الثاني، ١٤٧ - ١٤٦ - ١٤٥ - ١٤٤ - ١٤٣ - ١٤٢ - ١٤١ - ١٤٠ - ١٣٩ - ١٣٨ - ١٣٧ - ١٣٦ - ١٣٥ - ١٣٤ - ١٣٣ - ١٣٢ - ١٣١ - ١٣٠ - ١٢٩ - ١٢٨ - ١٢٧ - ١٢٦ - ١٢٥ - ١٢٤ - ١٢٣ - ١٢٢ - ١٢١ - ١٢٠ - ١١٩ - ١١٨ - ١١٧ - ١١٦ - ١١٥ - ١١٤ - ١١٣ - ١١٢ - ١١١ - ١١٠ - ١٠٩ - ١٠٨ - ١٠٧ - ١٠٦ - ١٠٥ - ١٠٤ - ١٠٣ - ١٠٢ - ١٠١ - ١٠٠ - ٩٩ - ٩٨ - ٩٧ - ٩٦ - ٩٥ - ٩٤ - ٩٣ - ٩٢ - ٩١ - ٩٠ - ٨٩ - ٨٨ - ٨٧ - ٨٦ - ٨٥ - ٨٤ - ٨٣ - ٨٢ - ٨١ - ٨٠ - ٧٩ - ٧٨ - ٧٧ - ٧٦ - ٧٥ - ٧٤ - ٧٣ - ٧٢ - ٧١ - ٧٠ - ٦٩ - ٦٨ - ٦٧ - ٦٦ - ٦٥ - ٦٤ - ٦٣ - ٦٢ - ٦١ - ٦٠ - ٥٩ - ٥٨ - ٥٧ - ٥٦ - ٥٥ - ٥٤ - ٥٣ - ٥٢ - ٥١ - ٥٠ - ٤٩ - ٤٨ - ٤٧ - ٤٦ - ٤٥ - ٤٤ - ٤٣ - ٤٢ - ٤١ - ٤٠ - ٣٩ - ٣٨ - ٣٧ - ٣٦ - ٣٥ - ٣٤ - ٣٣ - ٣٢ - ٣١ - ٣٠ - ٢٩ - ٢٨ - ٢٧ - ٢٦ - ٢٥ - ٢٤ - ٢٣ - ٢٢ - ٢١ - ٢٠ - ١٩ - ١٨ - ١٧ - ١٦ - ١٥ - ١٤ - ١٣ - ١٢ - ١١ - ١٠ - ٩ - ٨ - ٧ - ٦ - ٥ - ٤ - ٣ - ٢ - ١ - ٠

1195 Cornicho El Nil, Building of the Federation of Egyptian Industries, 2nd Floor, Cairo, Egypt
Tel.: 202.25770090 - 0800.462.0.462 Fax :+202.2577.2870 www.imc-egypt.org / Email: info@imc-egypt.org

مركز تحديث الصناعة
INDUSTRIAL MODERNIZATION CENTRE

الأستاذة الدكتورة / هنى ياسين – صعيدة كلية الفنون والتصميم جامعة فاروس.

تحية طيبة وبعد،،،

في إطار التعاون المشترك بين مركز تحديث الصناعة وجامعة فاروس في مجال تصميم منتجات الشركات المصرية والذي كانت بأكبرته متمثلة في مسابقة Pack Designer 2019 والتي أسفرت في نهايتها عن احتضان ٢٩ طالب في حضانة رواد النيل فضلا عن نجاح المسابقة في التشبيك بين ١٠ طلاب و ٦ شركات صناعية.

وبناء على ما سبق فإن المركز يتوجه لسيداتكم بالدعوة لمشاركة كلية الفنون والتصميم جامعة فاروس في النسبة التالية من المسابقة Pack Designer 2020 والتي تم إطلاقها من خلال الصفحة الرسمية الخاصة بالصناعة ومنظمة الاسم الموحدة للتسمية الصناعية عرفة صناعات الطابعة والتلفظ. مبادرة رواد النيل، مركز تحديث الصناعة ومنظمة الاسم الموحدة للتسمية الصناعية حيث تم عرض منتجات الشركات المشاركة بالمسابقة والتحديات المطلوب العمل عليها. على أن يتم استقبال أصمّل الطلبة المتميزين من خلال رابط التقديم الذي المتاح على صفحة كريتيف هب إيجيبت. <https://www.facebook.com/Creativehubegy>

مع خالص الشكر،،،
د/ هنى ياسين

١١٥ كورنيش النيل - مبنى اتحاد الصناعات - الدور الثاني، ١٤٧ - ١٤٦ - ١٤٥ - ١٤٤ - ١٤٣ - ١٤٢ - ١٤١ - ١٤٠ - ١٣٩ - ١٣٨ - ١٣٧ - ١٣٦ - ١٣٥ - ١٣٤ - ١٣٣ - ١٣٢ - ١٣١ - ١٣٠ - ١٢٩ - ١٢٨ - ١٢٧ - ١٢٦ - ١٢٥ - ١٢٤ - ١٢٣ - ١٢٢ - ١٢١ - ١٢٠ - ١١٩ - ١١٨ - ١١٧ - ١١٦ - ١١٥ - ١١٤ - ١١٣ - ١١٢ - ١١١ - ١١٠ - ١٠٩ - ١٠٨ - ١٠٧ - ١٠٦ - ١٠٥ - ١٠٤ - ١٠٣ - ١٠٢ - ١٠١ - ١٠٠ - ٩٩ - ٩٨ - ٩٧ - ٩٦ - ٩٥ - ٩٤ - ٩٣ - ٩٢ - ٩١ - ٩٠ - ٨٩ - ٨٨ - ٨٧ - ٨٦ - ٨٥ - ٨٤ - ٨٣ - ٨٢ - ٨١ - ٨٠ - ٧٩ - ٧٨ - ٧٧ - ٧٦ - ٧٥ - ٧٤ - ٧٣ - ٧٢ - ٧١ - ٧٠ - ٦٩ - ٦٨ - ٦٧ - ٦٦ - ٦٥ - ٦٤ - ٦٣ - ٦٢ - ٦١ - ٦٠ - ٥٩ - ٥٨ - ٥٧ - ٥٦ - ٥٥ - ٥٤ - ٥٣ - ٥٢ - ٥١ - ٥٠ - ٤٩ - ٤٨ - ٤٧ - ٤٦ - ٤٥ - ٤٤ - ٤٣ - ٤٢ - ٤١ - ٤٠ - ٣٩ - ٣٨ - ٣٧ - ٣٦ - ٣٥ - ٣٤ - ٣٣ - ٣٢ - ٣١ - ٣٠ - ٢٩ - ٢٨ - ٢٧ - ٢٦ - ٢٥ - ٢٤ - ٢٣ - ٢٢ - ٢١ - ٢٠ - ١٩ - ١٨ - ١٧ - ١٦ - ١٥ - ١٤ - ١٣ - ١٢ - ١١ - ١٠ - ٩ - ٨ - ٧ - ٦ - ٥ - ٤ - ٣ - ٢ - ١ - ٠

1195 Cornicho El Nil, Building of the Federation of Egyptian Industries, 2nd Floor, Cairo, Egypt
Tel.: 202.25770090 - 0800.462.0.462 Fax :+202.2577.2870 www.imc-egypt.org / Email: info@imc-egypt.org

مرفق (3)

استمارة التقييم

الدرجة	ضعيف	مقبول	جيد	جيد جدا	ممتاز	معايير التقييم
	1	2	3	4	5	
						الأصالة والاختلاف Originality & Differentiation
						التكوين العام General Composition
						تصميم النمط الطباعي والرسوم Typography and Illustration
						قابلية المستهلك للمنتج Appeal to the Consumer
						التمييز اللوني للعبوة Use of Color

مرفق (5)
استمارة التقييم

الدرجة	ضعيف	مقبول	جيد	جيد جدا	ممتاز	معايير التقييم
	1	2	3	4	5	
						الأصالة والاختلاف Originality & Differentiation
						التكوين العام General Composition
						تصميم النمط الطباعي والرسوم Typography and Illustration
						قابلية المستهلك للمنتج Appeal to the Consumer
						التمييز اللوني للعبوة Use of Color

مرفق (5)