

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooon.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

تأثیر محیط بر خلاقیت کودکان

بعضی از محیط‌ها برای یادگیری، انگیزه‌ای بسیار جالب هستند و برخی دیگر بهترین و مؤثرترین وسایل را به فراخور استعداد افراد دربردارند.

عوامل سازنده محیط برای کودک عبارتند از: فضای کافی برای فعالیت، وسایل بازی مناسب، دوستان مهربان، آموزش و راهنمایی و وظایفی که به آنها محول می‌کنیم و در حیطه توانایی آنهاست.

برای اینکه یک وسیله به بهترین وجه ممکن طراحی شود باید تا حد امکان با مکان استفاده محصول آشنا بوده و خصوصیات آن را مشخص کنیم تا در انتخاب فرم، عملکرد، جنس و مسایل دیگر مربوط به طراحی محصول مواردی برگزیده شوند که بیشترین سازگاری با محیط و عناصر وابسته به آنها از جمله اشیاء پیرامون محصول و استفاده گر را داشته باشد.

تشریح خصوصیات محیط استفاده:

اتاق کودک به واسطه استفاده‌ای که از آن می‌شود، دارای خصوصیات خاصی است که در اینجا به بررسی آن می‌پردازیم:

- ۱- اتاق کودک، اتاقی است که در حدود ۱۲ متر یا حدود ۲*۳ محسوب می‌شود.
- ۲- دمای اتاق همواره متعادل است و از سرد و گرم شدن بیش از حد آن جلوگیری می‌شود.
- ۳- حتی الامکان آفتاب گیر انتخاب می‌شود و نور خورشید به داخل اتاق می‌تابد.
- ۴- کودک در اتاق خود احساس آرامش کرده و آنجا را حیطه قلمرو خود می‌داند.
- ۵- در اتاق وی، معمولاً انواع و اقسام اسباب بازیها مشاهده می‌شود.

۶- رنگ اتاق کودک معمولاً با دیگر اتاق‌ها متفاوت است و با توجه به جنسیت کودک،

دیوارها رنگ آمیزی می‌شوند.

۷- لوستر، تابلوها و وسایل فانتری و کودکانه در اتاق وی استفاده می‌شود.

۸- والدین سعی می‌کنند، حتی الامکان وسایل اتاق کودکشان قابل شستشو باشد.

تأثیرات محیط بر محصول:

□ تأثیرات بصری:

- چهار گوش بودن اتاق و صاف بودن دیوارها

- ابعاد اتاق کودک

- وجود وسایل فانتری و کودکانه در اتاق کودک

- رنگ اتاق

□ تأثیرات فیزیکی و شیمیایی:

- ایجاد ضربه به محصول از جانب کودک یا حین حمل و نقل

باید توجه داشت که این محصول توسط گروه سنی ۴ تا ۶ سال استفاده می‌شود و این گروه

مایل به حرکت، جنبش و بازی می‌باشند، در نتیجه ممکن است محصول با صدماتی روبه رو

شود.

- رطوبت

این محصول معمولاً سر و کاری با محیط مرطوب ندارد و قابلیت شستشوی محصول بستگی به جنس آن دارد.

- مواد رنگی (ابزارهای کار و نقاشی)

خود مواد رنگی و ابزارهای نقاشی، کاردستی و خمیر بازی نیز می توانند عاملی برای آلودگی و آسیب رسی به محصول باشند.

- دستهای آلوده کودک:

کودکان به علت شیطنت و کنجکاوی غالباً آلودگی های مختلفی را از طریق دستهای خود به محصول منتقل می نمایند. این آلودگی ها به طور عمده شامل آلودگی های خوراکی و غیر خوراکی است. آلودگی های خوراکی مانند شکلاتها معمولاً ذرات چربی و نشاسته بر محصول باقی می گذارند که معمولاً به وسیله آب و مواد شوینده قابل نظافت است ولی آلودگی های غیر خوراکی می تواند شامل موارد مختلفی از جمله آلودگی های شیمیایی باشد.

از دیگر عوامل محیطی تاثیر گذار بر محصول می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- گرد و غبار

- تابش احتمالی نور خورشید

- گرما

تأثیرات محصول بر محیط:

هر محصولی که در محیط و مکان مخصوص به خود قرار می گیرد، تاثیراتی هم از لحاظ فرمی و بصری و هم از لحاظ فیزیکی و شیمیایی بر محیط خواهد داشت. نادیده انگاشتن این تاثیرات باعث می شود که طرح یا محصول مورد نظر، آن طور که باید موفق به نظر نرسد. این تاثیرات در مورد اجزاء مختلف یک محصول نیز مشاهده می شود، به طوری که یک طرح از نظر فرم و به طور کلی عناصر بصری باید هماهنگی داشته باشد.

این تاثیرات بدین شرحند:

- تاثیرات فرمی و بصری (ایجاد فضاهای مختلف محیطی بر اساس فرم محصولات در محیط

استفاده)

- ایجاد فضاهای بصری مختلف بر اساس فرم محصولات (بزرگ یا کوچک جلوه دادن فضا

و محیط)

- ایجاد حس آرامش، ترس، اضطراب و ... بوسیله فرم محصولات

- ایجاد محیطی باز یا خفه به وسیله رنگ محصول

- تغییر دادن احتمالی مسیر رفت و آمد افراد خانواده در اتاق کودک

- تاثیرات فیزیکی و شیمیایی (صدمه زدن به کف پوش اتاق به وسیله پایه های محصولات،

احتمال آسیب دیدن دیوارهای مجاور محصول در صورت بروز ضربه های احتمالی)

- تاثیرات اجزاء محصولات بر یکدیگر (تخریب و استهلاک قطعه‌ای به وسیله قطعات دیگر،

خراب شدن سریعتر یک قطعه نسبت به قطعات دیگر، هماهنگی عناصر بصری اجزاء با

یکدیگر)

لازم به ذکر است که بررسی قابلیت تعمیر پذیری (Repair)، قابلیت ساخت مجدد

(Remanufacture) قابلیت بازیافت (Recycle) و قابلیت استفاده مجدد (Reuse) در

محصول نیز حائز اهمیت است.

نتیجه گیری:

در طراحی محصول مورد نظر، نکات زیر در رابطه با تاثیرات متقابل محیط و محصول بر

یکدیگر و تاثیرات اجزاء محصول بر هم حائز اهمیت است:

- توجه به محیط قرارگیری محصول (اتاق کودک) در رابطه با استفاده گر (کودک)

(هماهنگی ابعاد و اندازه و شکل ظاهری محصول با محیط استفاده)

- از لحاظ جنس مقاوم در برابر ضربات وارده، رطوبت و تابش نور خورشید.

- تا حد امکان، حداقل آسیب را به محیط استفاده وارد آورد (نداشتن لبه‌های تیز).

- تا حد امکان، قطعات کمترین آسیب را نسبت به هم وارد آوردند.

آنالیز بازار:

در این بخش محصولات موجود مشابه شناسایی و مشخصات آنها با یکدیگر مقایسه شده

است.

این نمونه‌ها شامل نمونه‌های داخلی و خارجی می‌باشد.

نتیجه گیری:

با مقایسه نمونه‌ها مشخص می‌شود که اکثر آن‌ها در فرم مستطیل (با لبه‌های نرم) و متریال

چوب یا پلاستیک و رنگهای شاد مشترک هستند.

با توجه به بررسی نمونه‌های موجود، رعایت نکات زیر جهت به وجود آوردن محصول

جدید لازم است:

- قیمت مناسب محصول

- افزایش طول عمر محصول با کاربرد جنس مناسب

- تبدیل اجزاء به یکدیگر با اتصالات ساده و کار آمد

- دوام مناسب قطعات

- زیبایی مجموعه

- در نظر گرفتن نیازها و خصوصیات کودک

برای بازاریابی و فروش این محصول از بین سه گرایش بازار که عبارتند از:

۱- گرایش محصول ۲- گرایش فروش ۳- گرایش بازاریابی

باید از گرایش بازاریابی استفاده نمود.

این گرایش عبارت است از تعیین نیازها، خواسته‌ها و ارزش‌های بازار هدف و تطبیق سازمان در جهت ارضاء آنها به گونه‌ای مؤثرتر از سایر رقبا. در این حالت برای فروش باید مسائل زیر را مفروض نمود:

۱- گروه اصلی یعنی کودکان کاملاً ارضاء شود.

۲- برنامه دقیق برای آگاهی از خواسته‌ها تدوین شود، چه از لحاظ فیزیکی و چه از لحاظ روانشناسی.

۳- با ارائه کیفیت مناسب محصول گروه دوم استفاده‌گر (والدین) نیز در اختیار گرفته شود.

محیط بازاریابی محصول:

محیط بازار مناسب برای این محصول به دلایل زیر بیشتر شمال، شمال غرب، شرق و تا حدودی مرکز پایتخت یعنی تهران است.

۱- رفاه مالی مناسب جهت خرید محصولات رفاهی و تزئینی

۲- سطح فرهنگی و تحصیلی مناسب والدین و در نتیجه اهمیت نقاشی کودکان

عوامل اجتماعی بازار هدف:

انواع عوامل اجتماعی بر بازار هدف تاثیر می‌گذارد. فرهنگ یکی از این عوامل مهم

می‌باشد. در هر ناحیه از ایران فرهنگ‌ها و الگوهای متفاوتی موجود است. فرهنگ این

محصول در بازار معمولاً بستگی به کمکی دارد که این محصول در بالابردن انگیزه و تشویق

خلاقیت کودک دارد. چنانچه ارتباط بین هنر و پیشرفت کودک با محصول مشخص باشد خانواده‌ها با رقبت بیشتری محصول را خریداری می‌کنند.

سواد نیز یکی از عوامل بسیار مهم است. پدر و مادرهای تحصیل کرده از این محصول استقبال بیشتری می‌نمایند.

استراتژی بازاریابی هدف:

۱- بازاریابی یکسان و انبوه

با متعادل ساختن قیمت محصول می‌توان بخش عمده کودکان تهران و مراکز استانها را

تحت پوشش قرار داد؛ در این حالت باید سطح قیمت را کاهش داد.

۲- بازاریابی تمرکزی

می‌توان با در نظر گرفتن گروه کودکان مرفه، فقط بر روی این گروه تمرکز پیدا کرد؛ در این حالت باید کوشید تا تمام نیازهای این گروه برآورده گردد.

آنالیز کارکرد عملی:

الف) آنالیز کارکرد جسمی (ارگونومی):

در این آنالیز، محصول موجود به طریق زیر مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد:

۱- آماده سازی (قبل از استفاده):

۱-۱- نشستن روی صندلی

۱-۲- بیرون کشیدن میز

۲- کار (هنگام استفاده):

۲-۱- گذاشتن کاغذ بر روی میز

۲-۲- برداشتن ابزار نقاشی

۲-۳- نقاشی کردن

۳- کار پس از استفاده (جمع آوری):

۳-۱- جمع کردن ابزار نقاشی و کاغذ

۳-۲- هل دادن میز به داخل (جای گذاری)

۳-۳- پایین آمدن از صندلی

کودکان در هنگام نشستن وضعیت های بدنی گوناگون را به خود می گیرند. برای ارزیابی

تناسب کودک با میز و صندلی که از آن استفاده می کند لازم است که کودک دارای

وضعیت بدنی نشان داده شده در شکل زیر باشد.

این امر مستلزم رعایت هفت معیار است:

الف- کف پاها بر روی زمین

ب- فضای کافی بین پشت پاها و لبه جلویی نشیمنگاه وجود داشته باشد.

ج- هیچ گونه فشاری از طرف قسمت جلوی نشیمنگاه به سطح خلفی ران وارد نیاید.

د- فضایی کافی بین سطح بالایی ران و سطح زیرین میز برای حرکت آزادانه پاها وجود

داشته باشد.

ر- آرنج‌ها هنگامی که باز و عمودی هستند تقریباً در ارتفاع سطح رویی میز قرار گیرند.

و- تکیه‌گاهی مستحکم در ناحیه کمری و زیر تیغه‌های شانه وجود داشته باشد.

ز- فضائی کافی بین تکیه‌گاه پشت و سطح نشیمنگاه برای حصول اطمینان از حرکت آزادانه کفل موجود باشد.

توصیه‌های ارگونومی:

- نشستن حالت کاملاً فعالی است که باید دقیقاً مکانیزم‌های آن را شناخته و تاثیرات

فیزیولوژیکی بدن را با آن بررسی کرد، تا مطلوبترین سطح ارتفاع نشیمنگاه بدست آید. یکی

از عوامل مهم در طراحی صندلی رعایت میزان ارتفاع آن می‌باشد، زیرا اگر این اندازه

نامناسب باشد عوارض عدیده‌ای را برای انسان در بر خواهد داشت.

چنانچه در شکل بالا ملاحظه می‌گردد؛ اگر ارتفاع نشیمنگاه صندلی بلند باشد پاها آویزان

گشته فشار زیادی روی رگهای خونی و اعصاب رانها وارد می‌کند.

برای رفع این عیب یا باید ارتفاع صندلی قابل تنظیم باشد و یا زیر پای مناسب داشته باشد. از

طرفی فشار ناشی از لبه جلوی صندلی نیز قابل بررسی است. اگر لبه‌های جلو صندلی سفت

باشد به نسوج فشار می‌آورد و برخلاف استخوان ران جریان خون را پایین می‌آورد، که سبب

خواب افتادگی پاها و یا درد شدید می‌شود.

- شکل زیر مربوط به درازا و ارتفاع صندلی است. اگر سطح نشیمن‌گاه صندلی کوچک

باشد، زیر رانها حمایت نمی‌شود و فشار روی بافتهای دیگر زیاد شده باعث ناراحتی در کوتاه

مدت می گردد و اگر سطح نشیمنگاه بزرگ باشد فرد برای استفاده پستی بالاجبار طول لازم

برای رسیدن به پستی را با دادن زاویه زیادتر به بدن و پاها جبران می کند.

در نتیجه به مرور با زاویه دار شدن مرکز ثقل، بدن فرد به طرف جلو سر می خورد که نشستن او را دچار اختلال می کند.

نیازهای ایمنی:

گروه استفاده گر مورد نظر بعلت شرایط خاص رفتاری دارای رفتارهای پیش بینی نشده هیجانی، نامتعادل، تند و سریع و... می باشند. آنها به هر چیزی که دسترسی پیدا کنند آن را وسیله مناسبی برای بازی می بینند و این طرز تفکرشان کاملاً مغایر با تفکر و انتظار بزرگسالان است.

کودکان به علت حرکت های زیاد بدنی، تلاش و عدم تعادل درست در بسیاری از موارد نمی توانند متعادل بر روی صندلی قرار گیرند. کودکان هنگام نشستن بر روی صندلی حرکت هایی مانند حرکت صندلی به جلو و عقب بر روی پایه، بلند شدن، تکان دادن دست و پا، از خود نشان می دهند که با تلفیق شدن با اعمال دیگر مانند نوشتن، نقاشی کردن و بازی کردن، تعادل کودک را بر روی صندلی بر هم می زنند. لذا تعادل فرم و طرح از جهت ایستایی و محکم بودن اجزاء طرح بسیاری ضروری به نظر می رسد.

لازم به توضیح است که حوادث معمولاً به دلیل در اختیار قرار دادن وسایل نامتناسب با گروه سنی کودکان یا استفاده غلط از آنها پیش می آید. باید در نظر بگیریم که میزان رشد جسمانی

و ذهنی بچه‌ها بسیار متفاوت است؛ لذا با توجه به شناختی که از کودک داریم باید وسیله‌ای

در اختیار او قرار دهیم که متناسب با توانایی‌ها و نیازهایش باشد. لذا در طراحی وسایل

کودکان رعایت نکات زیر ضروری می باشد:

۱- در طراحی محصول برای کودک باید لبه‌ها و گوشه‌های تیز و خطرناک را حذف کرد.

۲- در طراحی وسایل مخصوص کودک باید از تعداد خطوط عمود بر هم کاست و بیشتر

در لبه‌ها از خطوط منحنی استفاده کرد.

۳- صاف کاری و قسمتهای چوبی و فلزی میز و صندلی باید طوری باشد که در لباس و بدن

کودک آسیب، زخم یا بریدگی ایجاد نکند.

۴- اتصالات میز و صندلی باید کاملاً محکم و ثابت باشد، تا در اثر حرکت و جنب و جوش

کودکان از هم جدا نشود.

۵- مواد انتخاب شده نمی‌بایست خطرات برق گرفتگی و یا احتراق داشته باشد.

۶- از مواد سمی که برای کودک خطر آفرین می‌باشد در طراحی محصول نباید استفاده کرد.

نیازهای بهداشتی:

از آنجایی که گروه استفاده‌گر کودکان ۴-۶ سال می‌باشند و این گروه نسبت به بقیه

گروه‌های انسانی آسیب پذیرتر هستند، لذا بایستی موارد بهداشتی در مورد آنان کاملاً رعایت

گردد.

به خصوص در انتخاب مواد و مصالحی که در ساخت تجهیزاتی مانند میز و صندلی مورد

استفاده قرار می گیرند، باید توجه خاصی مبذول داشت. بدین ترتیب که در انتخاب مواد

نکات زیر رعایت گردند:

۱- ایجاد آلرژی و حساسیت نکند، زیرا کودکان دارای پوستهای نسبتاً حساس هستند.

۲- بوی نامطلوب نداشته باشد.

۳- مواد و مصالح انتخابی در اثر مرور زمان ورقه ورقه یا پوسته و تجزیه نشود.

۴- جاذب گرد و غبار نباشد؛ مانند بعضی از پلاستیکها که به طور دائم غبار و پرز را به

علت ایجاد بار الکتریکی جذب می کنند.

۵- به راحتی قابل شستشو و تمیز کردن باشد که این امر هم از لحاظ مواد ساخت و هم از

جهت فرمی می بایستی رعایت گردد.

۶- مواد باید طوری انتخاب گردد که در هنگام نشستن، کودک عرق نکند و محیط نامناسب

بهداشتی ایجاد نشود.

آنترپومتری:

علم آنترپومتری یکی از شاخه های فعال علم ارگونومی است که نه تنها به بررسی و تفحص

و برآورد ابعاد و اندازه ها و زوایای حرکتی اندامها و اعضاء وارگانهای وجود انسان در

رابطه با سیستم های مرتبط کاری و زندگی می پردازد، بلکه میزان انحرافات این اندازه ها و

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooon.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

مقدار اختلاف ابعاد و زوایای مختلف اعضاء بدن انسان را در بین گروه‌های سنی، نژادها و

قوم‌های متعدد مورد بررسی قرار می‌دهد.

از موارد مهم آنترپومتری در طراحی میز و صندلی تناسب صندلی با میز است. اگر

اندازه‌های مختلفی از میز و صندلی تعریف شده است صرفاً برای جوابگویی به تناسب‌های

بدنی متفاوت کودکان است؛ به طوری که از نشستن کودکان کوچکتر بر روی صندلی‌های

بزرگ و بر عکس جلوگیری شود. برای اطلاع بیشتر از اندازه‌های آنترپومتریکی کودکان ۴

تا ۶ سال که در طراحی و ساخت محصول جدید حائز اهمیت است به جداول () و () مراجعه

شود.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید

یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جنسیت	دختر	پسر	پسر	پسر	دختر	پسر	پسر	دختر	پسر	دختر	پسر	پسر	دختر	دختر
طول قد	۱۰۳	۱۱۰	۱۰۷	۹۹	۱۱۰	۱۱۰	۱۱۰	۱۰۶	۱۱۰	۱۰۲	۱۱۱	۱۰۶	۱۰۰	۱۰۸
ارتفاع چشم	۹۳	۹۶	۹۵/۵	۸۷	۹۸	۹۸	۹۷	۹۶	۱۰۲	۹۰	۱۰۲	۹۶	۸۸/۵	۹۷
ارتفاع شانه	۸۰	۹۰	۸۲	۷۶	۸۳	۸۵/۵	۸۲	۸۱	۷۹	۸۵	۸۵	۹۱	۷۶	۸۲
ارتفاع آرنج	۵۹	۶۷	۶۳	۵۹	۶۳	۶۵	۶۲	۶۹	۶۲	۶۲	۶۴	۶۹	۵۷	۶۲
ارتفاع نشسته	۵۸	۶۲	۶۲	۵۸	۶۳	۶۳	۶۴	۶۰	۵۶	۵۶	۵۹	۶۰	۵۶	۶۰
ارتفاع چشم (نشسته)	۴۸	۴۸	۵۰/۵	۴۶	۵۱	۵۱	۵۵	۴۸	۴۴	۵۰	۵۰	۵۰	۴۴/۵	۴۹
طول طفل، زانو	۳۵	۳۸	۳۶	۳۶	۴۱	۴۱	۳۸	۴۰	۳۹	۴۱	۴۱	۴۳	۳۸	۴۳
ارتفاع زانو	۲۹	۳۵	۳۰	۲۷	۳۳	۳۳	۳۱	۳۰	۳۱	۳۱	۳۲	۳۶	۳۰	۳۰
ارتفاع رگبی	۲۷/۵	۲۸	۲۷	۲۴	۲۷	۲۷	۲۷	۲۷	۲۵	۲۶	۲۶	۳۰	۲۷/۵	۲۹
پهنای دست	۵/۴	۶/۵	۶	۵/۵	۶/۳	۶	۶	۶	۵/۵	۶	۶	۶/۵	۵/۵	۵/۵
حدسترسی بالای سر	۱۲۳	۱۳۶	۱۲۵	۱۱۵	۱۳۳	۱۲۹	۱۲۸	۱۲۴	۱۲۴	۱۳۴	۱۳۴	۱۳۷	۱۱۴	۱۳۰

آنترپومتری کودکان ۵-۴ سال

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooch.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جنسیت	میانگین	انحراف معیار SD	SD جامعه	صدک ۵	صدک ۵۰	صدک ۹۵
طول قد	۱۰۵/۵	۳/۶۰	۳/۵۲	۹۹/۵۹	۱۰۵/۵۵	۱۱۱/۵۰
ارتفاع چشم	۹۴/۲	۳/۸۵	۳/۷۶	۷۸/۸۴	۹۴/۲	۱۰۰/۵۶
ارتفاع شانه	۸۲/۸	۴/۳۶	۴/۲۵	۷۵/۶۱	۸۲/۸	۸۹/۹۹
ارتفاع آرنج	۶۳/۳	۳/۵۸	۳/۴۹	۵۷/۳۸	۶۳/۳	۶۹/۲۱
ارتفاع نشسته	۶۰/۰۵	۲/۷۲	۲/۶۵	۵۵/۵۵	۶۰/۰۵	۶۴/۵۴
ارتفاع چشم (نشسته)	۴۸/۷۷	۳/۰۶	۲/۹۸	۴۳/۷۲	۴۸/۷۷	۸۳/۸۲
طول کفل، زانو	۳۹/۳۵	۳/۳۴	۳/۲۸	۳۵/۴۹	۳۹/۳۵	۴۳/۲۱
ارتفاع زانو	۳۱/۸	۲/۴۸	۲/۴۲	۲۷/۷۰	۳۱/۸	۳۵/۹۰
ارتفاع رگبی	۲۷/۴۷	۱/۶۶	۱/۶۲	۲۷/۷۴	۲۷/۴۷	۳۰/۲۱
پهنای دست	۵/۶۸	۰/۳۸	۰/۳۷	۵/۲۲	۵/۸۶	۶/۴۹
حددسترسی بالای سر	۱۲۶/۵۵	۶/۵۵	۶/۳۸	۱۱۵/۷۵	۱۲۶/۵۵	۱۳۷/۳۵

آنتروپومتری کودکان ۴-۵ سال

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید

یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جنسیت	دختر	پسر	دختر	دختر	پسر	دختر	پسر	پسر	دختر	دختر	دختر	پسر	دختر	پسر
طول قد	۱۱۲	۱۰۶	۱۱۲	۱۰۵	۱۲۷	۱۱۲	۱۱۲	۱۱۲	۱۱۳	۱۱۱	۱۱۶	۱۲۵	۱۱۴	۱۱۸
ارتفاع چشم	۱۰۱/۵	۹۴	۱۰۱	۹۲	۱۱۳	۹۲	۱۰۴	۱۰۲	۹۹	۱۰۵	۱۰۱	۱۱۸	۹۹	۱۰۶
ارتفاع شانه	۹۰	۹۲	۹۰	۸۳	۹۸	۸۹	۸۸	۸۹	۹۲	۸۹	۹۲	۱۰۷	۹۲	۹۳
ارتفاع آرنج	۶۷	۶۷	۷۰	۶۱	۷۳	۶۶	۶۵	۶۶	۶۸	۷۰	۶۷	۷۵	۶۸	۷۰
ارتفاع نشسته	۵۷	۶۵	۶۲	۵۷	۶۶	۶۲	۶۳	۶۲	۶۲	۵۹	۶۰	۶۷	۶۰	۵۹
ارتفاع چشم (نشسته)	۴۸	۵۳	۵۱	۴۴	۵۲	۵۲	۵۲	۵۲	۴۸	۴۶	۴۹	۵۵	۴۵	۴۷
طول کفل، زانو	۴۱	۴۲	۴۲	۳۸	۴۷	۴۱	۳۸	۴۱	۴۲	۴۳	۴۳	۴۷	۴۳	۴۳
ارتفاع زانو	۳۳	۳۳	۳۳	۳۱	۳۶	۳۴	۳۴	۳۴	۳۵	۳۶	۳۶	۳۷	۳۵	۳۶
ارتفاع رگبی	۲۹	۲۹	۲۸	۲۷	۳۱	۲۹	۲۹	۲۹	۳۰	۳۱	۲۸	۳۲	۳۰	۳۱
پهنای دست	۶	۶/۵	۵/۵	۵/۵	۷	۶	۶	۶	۶	۶/۵	۶	۷/۵	۷	۶/۵
حد دسترسی بالای سر	۱۲۵	۱۳۴	۱۳۴	۱۲۷	۱۵۳	۱۳۷	۱۳۷	۱۳۸	۱۳۷	۱۴۵	۱۳۶	۱۵۵	۱۳۴	۱۴۵

آنترپومتری کودکان ۶-۵ سال

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooch.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

جنسیت	میانگین	انحراف معیار SD	SD جامعه	صدک ۵	صدک ۵۰	صدک ۹۵
طول قد	۱۱۴/۷۸	۵/۶۷	۵/۵۵	۱۰۵/۴۳	۱۱۴/۷۸	۱۲۴/۱۴
ارتفاع چشم	۱۰۳/۰۹	۵/۷۵	۵/۶۳	۹۳/۵۹	۱۰۳/۰۹	۱۱۲/۵۸
ارتفاع شانه	۹۱/۷۸	۴/۸۸	۴/۷۷	۸۳/۷۲	۹۱/۷۸	۹۹/۸۳
ارتفاع آرنج	۶۸/۶۵	۳/۰۱	۲/۹۴	۶۳/۶۹	۶۸/۶۵	۷۳/۶۲
ارتفاع نشسته	۶۱/۳۵	۲/۹۹	۲/۹۳	۵۶/۴۱	۶۱/۳۵	۶۶/۲۹
ارتفاع چشم (نشسته)	۴۹/۴۶	۳/۳۵	۳/۲۸	۴۳/۹۳	۴۹/۴۶	۵۴/۹۸
طول کف، زانو	۴۲/۶۱	۲/۳۹	۲/۳۴	۳۸/۶۷	۴۲/۶۱	۶۴/۵۵
ارتفاع زانو	۳۴/۳۹	۱/۷۲	۱/۶۸	۳۱/۵۵	۳۴/۳۹	۳۷/۲۳
ارتفاع رگبی	۲۹/۷۸	۱/۳۵	۱/۳۲	۲۷/۵۶	۲۹/۷۸	۳۲/۰۰
پهنای دست	۶/۲۸	۰/۵۱	۰/۵	۵/۴۳	۶/۲۸	۷/۱۲
حد دسترسی بالای سر	۱۳۹/۱۵	۷/۲۰	۷/۰۴	۱۲۷/۲۷	۱۳۹/۱۵	۱۵۱/۰۴

آنترپومتری کودکان ۶-۵ سال

عملکرد ارگونومیکی رنگ:

عملکرد ارگونومیکی رنگ با ملاک‌هایی همچون دستیابی به ایمنی، شرایط دید خوب، دوام و بقای ظاهری محصول و توجه به ماهیت کالا مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به نظر می‌رسد که عملکرد ساختاری رنگ، عملکرد ارگونومیکی آن را نیز شامل می‌شود، اما واقعیت این است که تاثیرات ساختاری رنگ برای دستیابی به اهداف ارگونومیکی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

عملکرد ارگونومیکی رنگ در مطالعات بسیاری مورد تحقیق قرار گرفته است. همچنین رنگ به عنوان یک ابزار کاهش کنتراست روشنی بین یک منبع نوری و محیط اطراف آن، مورد مطالعه قرار گرفته است. از رنگ می‌توان به عنوان یک ابزار کنترل و توزیع یکنواخت نور در یک اتاق بهره جست. جنبه‌های مطرح در عملکرد ارگونومیکی رنگ عبارتند از:

الف- ایمنی:

ایمنی را می‌توان با انتخاب صحیح رنگ به منظور افزایش قابلیت دیده شدن اجزایی که پتانسیل خطر دارند، فراهم کرد. با قرار دادن اجزای متحرک و خطرناک در کانون توجه (به وسیله رنگهای روشن و زنده) این امر تحقیق پیدا می‌کند؛ به گونه‌ای که همواره این قطعات با محیط اطراف خود کنتراست ایجاد کنند.

ب- قابلیت دیده شدن:

در کارهای ظریف که شناسایی و تشخیص دقیقی را می طلبد، کنتراست روشنایی در سطح کار باید به حداکثر میزان خود برسد و در محیط اطراف سطح کار به حداقل این میزان. مثلاً در مورد مطالعه یک کتاب روی میز، لازم است که در سطح کتاب، بیشترین کنتراست را داشته باشیم؛ اما این کنتراست بین صفحات کتاب و سطح میز باید به حداقل برسد. به همین دلیل میزها باید دارای سطح نسبتاً روشنی باشند.

ج- دوام و بقای ظاهری محصول:

اکثر کالاها در معرض عوامل آلوده کننده بسیار قرار دارند و این در حالی است که شرایط جوی (آب و هوایی) نیز در ظاهر کالا بی تاثیر نیست. ظاهر محصول در اثر تماس با این آلوده کننده ها کثیف و خراب می شود. چنانچه نتوان از آلوده شدن کالاها به وسیله این عوامل جلوگیری کرد، سه استراتژی در انتخاب رنگ این کالاها وجود دارد که با گزینش صحیح می توان تا حد زیادی تاثیرات این عوامل آلوده کننده را کاهش داد.

این سه روش عبارتند از:

۱) رنگی را انتخاب کنیم که با رنگ عوامل آلوده کننده سازگار باشد. در اینجا هدف این است که ظاهر کالا، مستعمل به نظر نرسد.

۲) رنگی را انتخاب کنیم که حتی اگر با عوامل آلوده کثیف شد، ظاهر آن همچنان مورد پذیرش باشد. در اینجا می توان از رنگ های خاکستری و سبز تیره استفاده کرد.

۳) رنگی را انتخاب کنیم که با کوچکترین آلودگی، ظاهری ناخوشایند پیدا کند تا استفاده کننده را وادار سازد که آن را تمیز کند یا مراقبت بیشتری در نگهداری کالای خود اعمال نماید.

ضمناً تنها شرایط تعمیر و نگهداری کالا در تعیین رنگ محصول دخیل نیستند، بلکه عواملی مانند آسیب‌های احتمالی حین حمل و نقل، جابه‌جایی‌ها، یا زمانی که کالا در انتظار فروش است، تماماً از جمله عواملی هستند که در گزینش رنگ کالا باید مورد توجه قرار گیرند.

د- هویت و شناسایی:

گروهی از رنگ‌ها تنها با بعضی از محصولات همراه هستند یا به عبارت واضح‌تر، بعضی از رنگ‌ها به صورت استاندارد شده مختص کالاها و محصولات خاصی هستند. بنابراین دلایل تجاری، این امر برای شناسایی سریع و هویت بخشیدن به این دسته از کالاها الزامی است.

ه- سازگاری:

رنگ یک محصول باید با محیط فراگیرنده آن سازگار باشد. در پاره‌ای از موارد، این امر بدان مفهوم است که محصول در محیط اطراف خود حل شود و جزئی از بافت فضای اطراف خود به حساب آید. در پاره‌ای دیگر، منظور این است که محصول به طور کامل و مشخص، از محیط اطرافش قابل تفکیک باشد. باید توجه کرد که تمایل عمومی در رنگ آمیزی محصولات بسیار مرغوب، به سمت رنگ‌های روشن و در تاسیسات تولیدی مدرن به سمت تنوع رنگ است، چه در بعد معماری و چه در بعد تجهیزات. برای انتخاب رنگ

محصول، کم و کیف محلی که محصول در آنجا مورد استفاده قرار می گیرد (از نظر رنگ، درجه حرارت، نورپردازی و شرایط آب و هوایی) نیز مطرح است. رنگ‌های روشن نور و گرما را منعکس می کنند، در حالی که رنگ‌های تیره عامل جذب این ها هستند. به عنوان یک نکته راهنما باید یاد آور شد که از انعکاس شدید نور روی سطوح محصولات اجتناب شود، چرا که این انعکاس موجب بر هم زدن راحتی و راندمان کاری می شود.

و- تعمیر و نگهداری:

بسیاری از جنبه‌های مطرح کاربرد رنگ و تاثیر آن در تعمیر و نگهداری، همان جنبه‌هایی هستند که در عملکرد روزانه تجهیزات، با آنها مواجه می شویم. با استفاده از کدبندی رنگ می توان عملکرد خاصی برای قطعات تعریف کرد، یا اینکه نحوه باز و بسته کردن یک محصول را کنترل کرد. در مورد قطعات حساس و مهم، علاوه بر این ها طراحی قطعه نیز باید به گونه ای باشد که امکان اشتباه بسته شده یا اشتباه عمل کردن آنها وجود نداشته باشد.

ب- آنالیز فنی:

در محصول مورد بررسی پیچیدگی خاصی از نظر مکانیزم و اتصالات دیده نمی شود. قرارگیری میز در پیکره به صورت کشویی و با حرکت بر روی ریل داخلی انجام می گیرد. در بررسی اتصالات، نتایج زیر حائز اهمیت است:

- به دلیل این که قطعات برای مدت طولانی باید به یکدیگر متصل باشند، بنابراین باید از

نوعی از اتصال استفاده کرد که در طولانی مدت پاسخگو بوده و در اثر عوامل و شرایط

مختلف آسیب کمتری دیده و مقاومت بیشتری داشته باشد.

- تا حد امکان اتصالی ساده باشد که در کنار محکم بودنش در صورت خرابی یا شکستن یا

هر دلیل دیگر، کاربر و یا استفاده کننده که در منزل و بدون تخصص است بتواند آن را

تعویض کند.

- در بازار فعلی موجود باشد تا برای تهیه مجدد آن در صورت بروز مشکل با مشکلات

دیگری روبه‌رو نشویم.

آنالیز کارکرد زیبایی شناسی (استتیک):

در آنالیز استتیک کلیه روابط روحی و احساسی موجود بین انسان و محصول مطرح می‌باشد؛

یعنی حس ایجاد شده از لحاظ خوشایندی و ناخوشایندی، لذت بردن، کنجکاوی، رضایت

خاطر و ... که در ارتباط با استفاده از محصول در استفاده گر ایجاد می‌شود و مهمترین

ارتباط، ارتباط بصری با محصول است.

در نمونه مورد بررسی (شکل) عناصر گشتالت عبارتند از:

فرم غالب: مستطیل رنگ غالب: رنگ چوب بافت غالب: صیقلی مات

جنس غالب: چوب

در مورد ساختمان گشتالت، می توان گفت که وجود تعادل و تقارن در نمونه موجود منجر به نظمی ساده شده است.

گشتالت در محصول:

عناصر بصری به خودی خود فاقد تحرکند ولی می توانند نیروهای ذهنی بیننده را برانگیزند و باعث القای حالتی نظیر حرکت، تعادل یا عدم تعادل گردند. برای القای صحیح باید به یک تمامیت تصویری برسیم و محصول بتواند پیام های خاص خود را ارائه نماید. مهم ترین این پیام ها عبارتند از:

۱- تشویق به نقاشی و برانگیختن شوق از طریق ترکیبات رنگی و شکلی مناسب

۲- زیبایی و توجه به علائق کودکان

۳- کشش بصری و جلب نگاه

ایجاد حرکت بصری در محصول:

تجربه انسان در رابطه با حرکت به وسیله قوه بینایی ایجاد می گردد و چگونگی مواد را ارزیابی می کند و سنگینی و سبکی اشیاء در رابطه با شکل، از اندازه و رنگ آنها سنجیده می شود.

به طور کلی استفاده از عناصر حرکتی، پویایی محصول را افزایش می دهد. یک حرکت بصری کلی در محصول می تواند یکنواختی و سنگینی محصول را کم کند.

ریتم در محصول:

ریتم در محصول می تواند بار دیداری محصول را برعهده بگیرد. ریتم را می توان در تمام

عناصر دو بعدی و سه بعدی محصول دخالت داد. ریتم نباید یکنواخت باشد چرا که برای

کودکان خسته کننده خواهد بود.

انرژی تصویری محصول:

در هر یک از سطوح و احجام انرژی ناپیدایی وجود دارد که انرژی تصویری محصول در

نظر گرفته می شود؛ ولی این انرژی واقعیت نداشته و فقط حس می شود.

- محصول به شکل مربع دارای جلوه ای کاملاً ایستا و متعادل است (ایستایی + تعادل).

- محصول به شکل مستطیل نیز علاوه بر انرژی های مربع دارای نوعی انرژی طولی است که

در آن جهت و کشش ایجاد می کند (پویایی + تعادل).

- در دایره تمام نیروها از محیط آن به طرف مرکز در جریان است و یا از مرکز به طرف

محیط دایره حس می شود (تعادل + حرکت).

می توان با توجه بر بررسی های بالا، مهمترین شکل برای قالب اصلی محصول را شکل

مستطیل پیشنهاد داد، چرا که حرکت و کشش را داراست ولی می تواند تعادل نیز ایجاد کند.

در واقع به دلیل جذابیت فرم های فضایی برای کودکان، ترکیبی از مستطیل و منحنی در

محصول پیشنهاد می شود.

در طراحی محصولات برای کودکان باید لبه‌های تیز و خطرناک را به طور کلی حذف کرد. از تعدد خطوط عمود بر هم کاست و بیشتر از خطوط منحنی و لبه‌های موج استفاده کرد.

عملکرد ساختاری رنگ:

عملکرد ساختاری رنگ، آن دسته از تواناییهای رنگ است که به شناخت محصول کمک می‌کند. بر طبق این تعریف رنگ ابزاری است قابل کنترل و پیش‌بینی، که ساختمان یک محصول را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

بعضی‌ها عملکرد ساختاری رنگ را توانایی بیان فرم و تفکیک سطوح تعریف کرده‌اند و این در حالی است که تعریف دیگری هم بدین شرح ارائه شده است: عملکرد ساختاری رنگ، توانایی تاکید بر ساختاری سه بعدی اشیاء یا توانایی تصحیح تناسب ناموزون، از طریق تغییر فرم و جابه‌جایی کانون توجه در محصول است.

احساسهای بعدی را که می‌توان از طریق عملکرد ساختاری رنگ بدست آورد عبارتند از:

الف- کانون توجه:

با ترکیب بندی رنگ‌ها به گونه‌ای که رنگ مورد نظر، خود را از زمینه‌ای که در آن قرار دارد جدا سازد، می‌توان توجه افراد را به سمت آن محصول هدایت کرد. این مهم با استفاده از رنگ‌های قوی و روشن (زنده) که با محیط اطراف خود کنتراست ایجاد می‌کنند تحقق می‌یابد. اگر زمینه نیز دارای رنگ‌های روشن و قوی باشد، باید چاره دیگری جست. در این

مورد، استفاده از نوارهای رنگی فلورسنت یا حتی ایجاد کنتراست سیاه و سفید توصیه می‌شود. همواره باید بخاطر داشت که کلید کانون توجه، ایجاد کنتراست است.

ب- تفرق و تجمع:

با به بکارگیری مناسب رنگ‌ها، می‌توان قطعات مجزای یک محصول را به گونه‌ای رنگ آمیزی کرد که از نظر بصری محصول فرمی واحد را القا کند، یا برعکس قطعات بیش از آنچه که هستند مجزا از یکدیگر به نظر برسند، این موارد در القای مفاهیم «سادگی» و «پیچیدگی» محصول تاثیر به سزایی دارد.

یکی از مفیدترین روشهایی که برای تفرق سطوح (القای تعداد قطعات و در نتیجه پیچیدگی محصول) و همچنین تجمع سطوح (القای یکپارچگی قطعات و در نتیجه سادگی محصول) کاربرد دارد، به ترتیب؛ قوت بخشیدن و ضعیف کردن خط مرزی بین دو سطح رنگی است، با قوت بخشیدن به حد فاصل بین دو سطح، به تفرق سطوح (پیچیدگی محصول) و با ضعیف کردن حد فاصل بین دو سطح، به تجمع (سادگی محصول) می‌رسیم.

ج- تناسب و تعیین وضع:

تناسب بصری یک محصول را می‌توان با تجزیه بصری محصول به سطوح رنگی، تغییر داد. در مورد تعیین چگونگی قرارگیری محصول نیز همین اصل صادق است. یعنی می‌توان با یک سطح رنگی، حس عمودی یا افقی بودن محصول را القاء کرد. با طرحهای رنگی می‌توان از نظر بصری، فرم را تغییر داد. این مورد در تکنیکهای استتار کاربرد فراوان دارد.

بررسی تاثیرات بصری رنگ در محصول:

یکی از عوامل مهم در انتخاب محصول رنگ است و همچنین یکی از موارد مهمی که کودکان با آن در ارتباطند رنگ محصولات است.

رنگ همیشه وسیله‌ای برای بیان ارتباط و احساسات بوده و هست؛ به طوری که می‌توان با زبان رنگ‌ها صحبت کرد. در مورد رنگ‌های مختلف می‌توان بسیار سخن گفت ولی موضوعی که بیشتر مورد نظر است محتوای روانی آنهاست.

همه مردم تمایز بین رنگ‌های گرم (قرمز، نارنجی، زرد) و رنگ‌های سرد (سبز، آبی) را می‌دانند. از نظر روانی این دو گروه رنگی، عمیقاً با هم تفاوت دارند.

رنگ‌های گرم تحریک کننده، سبب فعالیت، جنب و جوش، الهام کننده روشنایی و شادی، زندگی و مولد حرکت هستند. در حالی که رنگ‌های سرد، برعکس حالتی منفعل، ساکن، بی حرکت و تلقین کننده غم و اندوه دارند.

زرد رنگی است با توان پرتو افکنی زیاد و بیشتر پرتوهای دریافنی را بازتاب می‌کند پرتوهای بازتابی آن به مثابه نیروهای نادیدنی هستند، که به چشم بیننده فرو می‌روند و او را از خود می‌رانند و نمی‌گذارند از حدی فراتر رود و خود را به زرد نزدیک کند. این چنین زردی بیننده را تهدید می‌کند. نارنجی نیز چنین خصیصه‌ای دارد؛ لیکن با شدتی کمتر.

رنگ زرد ترش است و نمودار ترشی‌های متفاوت. همچنین این رنگ نمودار طبیعت انسان‌های پر حرارت کاری و کمی تند خواست. علاوه بر این با صداهای موسیقی همبستگی

و هماهنگی دارد. زرد یکدست نشاط آفرین است. همچنین، بی خوابی، بیداری، هیجان،

اضطراب و تلاطم فکری می آفریند. رنگ زرد از لحاظ شکل با مثلث هماهنگ است.

آبی بر عکس انسان را به سوی دقیق شدن در بی نهایت سوق می دهد و هر قدر روشن باشد،

انعکاس موجی خود را بیشتر از دست می دهد، تا آنجا که به آرامی و خاموشی رنگ سفید

می رسد.

آبی رنگی است آرام و درون گرا و بیننده را به سوی خود می کشد. رنجها را درون خود نرم

می سازد و به خواب می برد. آبی حرکت درون گرا دارد و به همین دلیل از شکل های

هندسی با دایره هماهنگی دارد. طعمش به مثابه آب است.

قرمز، رنگ گرم و منبسط است. قرمز رنگی زنده و در عین حال مصمم به نظر می رسد و

بسته به اینکه چه رنگی به آن اضافه شود انعکاس های مختلفی پیدا خواهد کرد. قرمز طعم

شیرین دارد و تونالیت های آن شیرینی های مختلف.

سبز رنگی است میانه و معتدل با ویژگی های تاریک - روشن همسنگ خاکستری میانه. سبز

رنگ تعقل، تفکر و آرامش است. طعم رنگ سبز نه شیرین است و نه شور و ترش و نه تلخ.

طعم رنگ سبز مانند میوه نارس است. سبز رنگ صبر و شکیبایی و بردباری و پایداری است.

رنگ مورد استفاده در محصولات کودکان:

کودک اصولاً با رنگ ارتباط قوی دارد. کودکان کمتر از بزرگسالان مرزهای رنگی را تشخیص می دهند و حتی ممکن است رنگ قرمز و نارنجی را جزو یک گروه بدانند، در نتیجه تمایل به استفاده از رنگ های درخشان و واضح دارند.

کودکان تا دوره نوجوانی علاقه وافری به استفاده از رنگ دارند. معمولاً رنگ هایی که به کار می گیرند رنگ هایی زنده با کنتراست هایی درخشان است. در واقع می توانیم از رنگ هایی با تونالیته های قوی برای رنگ آمیزی محصول استفاده نماییم.

رنگ های مناسب برای رنگ محصول رنگ های اصلی (زرد - آبی - قرمز) و کنتراست آنها و همچنین رنگ های ثانوی (ترکیب دو رنگ اصلی) می باشد. کنتراست سه رنگ از این دو گروه نیز به نظر ترکیب مناسبی می آید.

رنگ از عوامل مهم در طراحی محصول برای کودک بوده و تاثیرات زیادی بر روی رفتار و حرکت و حالات روانی کودک می گذارد. رنگ ها باعث شادی، تحرک یا حتی آرامش در کودک می شوند. رنگ های مورد علاقه کودکان، رنگ های اصلی (قرمز، زرد، آبی) و رنگ های سبز و نارنجی و صورتی است.

در انتخاب رنگ محصول توجه به نکات زیر نیز ضروری است:

- رنگ باید با بافت محصول ارتباط داشته باشد.
- رنگ باید با نوع مواد مصرفی در ساختمان محصول هماهنگی داشته باشد.
- رنگ باید با محل استفاده یا مصرف محصول مرتبط باشد.

نتیجه گیری:

۱- کودکان به طور طبیعی به فرم‌های مدور متمایل می‌باشند و از شکل‌های گوشه‌دار دوری می‌جویند، به طوری که در انتخاب اشیاء و اسباب بازیهای مورد نیاز خود این گرایش طبیعی را نشان می‌دهند؛ اما معمولاً در اثر آموزش خانواده و اجتماع، برخلاف میل طبیعی خود به سمت اشکال زاویه‌دار روی می‌آورند بدون اینکه ارتباط حسی با آن برقرار کنند. لذا با ارائه محصولی که خارج از چهارچوب متعارف جامعه است می‌توان به پویایی ذهنی آنان در بیان احساساتشان به محیط کمک نمود و از راکد بودن فکر جلوگیری به عمل آورد، زیرا از لحاظ روانشناسی نیز اشکال زاویه‌دار نشانه محدودیت است.

۲- کودکان از قدرت بیان زیادی برخوردار نیستند. آنها طبیعتاً عاشق رنگند و به طور خود انگیزه به آن واکنش نشان می‌دهند. کودکان به رنگ بیشتر از شکل واکنش نشان می‌دهند و با لذت تمام به آن دل می‌بندند. به تدریج که سن کودکان بیشتر و وابستگی آنها به امیال آنی‌شان کمتر می‌شود. بیشتر به انطباق تن می‌دهند و جاذبه درونی رنگ نیز برای آنها کمتر می‌شود.

کودکان کم سن و سال رنگهای درخشان قرمز، نارنجی، صورتی و زرد را ترجیح می‌دهند. با این رنگها احساسات درونی آنها رهایی می‌یابد.

آنالیز کارکرد سیستماتیک (\longleftrightarrow)

در آنالیز سیستماتیک، محصول در مجموعه اشیا و فضای فیزیکی پیرامون خود مورد بررسی قرار گرفته و ارتباط دو طرفه آن با هر یک از این اشیا و اجزای فیزیکی بررسی خواهد شد.

محصولات مرتبط با محصول:

به طور کلی دو گروه از محصولات با مبلمان کارهنری کودک در ارتباط هستند:

(۱) محصولاتی که داخل یا روی آن قرار می گیرد.

(۲) محصولاتی که در کنار یا در فضای اطراف محصول قرار می گیرد.

در مورد محصولاتی که در داخل یا روی محصول قرار می گیرند می توان به این موارد اشاره کرد:

ابزار نقاشی کودکان:

- کاغذ و مقوا - مداد سیاه و رنگی - مداد شمعی - پاستل - قلم مو - آبرنگ و

گواش - ماژیک - پاک کن - تراش

ابزارهای کاردستی کودکان:

- قیچی کاغذبری - مقواهای رنگی - چسب - خمیربازی

وسایل تجسم افکار و تخیلات کودکان به قلم مو و مواد رنگی منحصر نمی شود، بلکه هر

طریقی که کودک بتواند در بروز اندیشه های خود موفق بشود را شامل می شود.

مسلماً تمام این ابزارها را نمی توان در یک مجموعه قرارداد، ولی می توان از بین آنها بهترین موارد را انتخاب نمود.

نکاتی که در انتخاب وسایل نقاشی رعایت می شود عبارتند از:

۱- ابزارها به آسانی قابل استفاده باشند.

۲- کودک در انتخاب وسایل آزادی داشته باشد.

۳- وسایل با دوام مناسب تر است.

کودکان از بین ابزارهای نقاشی، کار کردن با گواش (یا آبرنگ) و مداد شمعی (یا پاستل) و

مداد رنگی را ترجیح می دهند، زیرا:

- گواش معمولاً به علت رنگمایه غلیظ خود و پوشش دادن کامل سطوح برای کودکان جذاب است و استفاده آسانی دارد.

- مدادهای شمعی دارای رنگ آمیزی های فراوان است و روی کاغذ اثر زیادی می گذارد و کار با آن آسان است.

- مدادهای رنگی نیز دارای رنگهای متنوع بوده و کاربری آسانی دارد.

از آن جا که محیط استفاده این محصول اتاق کودک است، محصولاتی که در کنار یا

فضای اطراف آن قرار می گیرند، تخت و کمد کودک، قفسه و دیگر لوازم اتاق کودک

می باشد. ابعاد استاندارد اتاق و تخت کودک می تواند در تعیین فضای مبلمان کار هنری

موثر باشد. هماهنگی محصول با عناصر اتاق کودک (بیشتر از لحاظ فرم و رنگ) حائز

اهمیت است. در صورتی که مبلمان کارهنگری متشکل از میز و صندلی باشد، باید ابتدا ارتباط دو طرفه‌ای بین این دو، چه از لحاظ فرمی و چه از لحاظ تناسب ابعاد وجود داشته باشد.

آنالیز ساختار:

در آنالیز ساختار، ابتدا گروه‌های ساختمانی محصول تعیین می‌گردند. گروه‌های ساختمانی بر اساس عملکرد معین می‌شوند.

تفکیک گروه‌ها:

۱- میز:

۱-۱- رویه میز (به عنوان بخشی از پیکره)

۱-۲- اتصال ریلی (حرکت میز به صورت کشویی بر روی ریل است)

۲- صندلی:

۲-۱- پشتی

۲-۲- نشیمن

۲-۳- پایه‌ها

۲-۴- اتصالات

هدف از بررسی گروه‌های ساختمانی، ابتدا نشان دادن گروه‌های ساختمانی تشکیل دهنده و شناسایی پیچیدگی آن می‌باشد، سپس بر اساس شناسایی اولیه و اطلاعات به دست آمده

می‌بایستی در صورت امکان، به ادغام یا کم نمودن قطعات و یا ترکیب نمودن گروه‌های ساختمانی با یکدیگر و در نتیجه کم کردن گروهی پرداخت.

در این مرحله می‌توان بهبود تکنولوژیکی تولید را مطرح ساخت. هدف طراح به حداقل رساندن ساختار تولید است، لذا آنالیز ساختار کمک بسیار مؤثری در پایین آوردن هزینه نهایی می‌کند.

در این بخش Modification (تغییر و تبدیل) یکی از منظورهای مورد نظر است.

آنالیز مواد و روش‌های ساخت:

در این بخش، ابتدا محصول از لحاظ مواد به کار رفته و روش‌های ساخت آن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

نمونه مورد بررسی (میز و صندلی)، دارای ساختاری چوبی است. در مورد روش تولید آن می‌توان به مراحل زیر اشاره کرد:

۱- اندازه‌گیری ۲- برش ۳- سمباده کاری ۴- چسباندن روکش ۵- پرداخت نهایی

اهمیت انتخاب ماده مناسب در محصول:

محصول از جهات مختلف می‌توان برای کودک جاذب و جلب توجه کننده باشد و کنجکاوی کودک را به خود بکشد.

هماهنگی ماده و رنگ و فرم محصول در جلب توجه کودک بسیار مهم است و در عین حال محصول باید بتواند خود را از ضربات و شیطنتهای کودک محفوظ نگه دارد.

ماده مناسب:

برای پیدا کردن ماده مورد نظر باید مسایل زیر را مورد نظر قرار داد:

۱- سبکی (وزن مناسب)

۲- روش تولید انبوه و سریع

۳- شکل پذیری

۴- رنگ پذیری

۵- مقاومت در برابر ضربه

در این جا به اختصار، دو متریال کاربردی (مناسب و متداول) در محصولات کودکان را

بررسی می کنیم:

- پلاستیک:

استفاده از پلاستیک ها در وسایل متعلق به کودک بسیار متداول بوده و در بعضی موارد، کل

یک وسیله از پلاستیک ساخته می شود.

پلاستیک ها برای مواردی که استحکام متوسط، قابلیت کم انتقال گرما و برق، تنوع رنگ و

سهولت تبدیل از ماده خام به محصول نهایی مورد نظر باشد، مناسب هستند. دو نوع

پلاستیک (ترموپلاست) که کاربرد بیشتری دارند:

□ پلی اتیلن سخت (HDPE):

فرم و رنگ طبیعی: دانه عدسی شکل، به رنگ شیری مات و قابل اختلاط و مصرف در رنگهای الوان.

خواص عمومی: سختی: متوسط. مقاومت حرارتی: متوسط. مقاومت الکتریکی: خوب.
لغزندگی و لیزی سطح خارجی: شبیه شمع. مقاومت در مقابل حرارت: تا 100. خواص
شیمیایی: مقاومت در مقابل اسیدها و بازها و الکل، عدم مقاومت در مقابل بنزین و مواد
سوختی. موارد مصرف: ظروف خانگی، اسباب بازی، جعبه حمل نوشابه، لوازم پزشکی و
صنعتی و ...

□ پلی پروپیلن (PP):

فرم و رنگ طبیعی: دانه عدسی شکل، به رنگ شیری مات و قابل اختلاط و مصرف در رنگهای الوان.

خواص عمومی: سختی: متوسط. مقاومت حرارتی: خوب. مقاومت الکتریکی: بسیار خوب.
لغزندگی و لیزی سطح خارجی: شبیه شمع. مقاومت در مقابل حرارت: تا 120. خواص
شیمیایی: مقاومت در مقابل اسیدها و بازهای رقیق، حلال در بنزین و بنزن و الکل. موارد
مصرف: ظروف خانگی، لوازم برقی، اسباب بازی، لوازم طبی و صنعتی و ...

- چوب:

چوب متریالی است که در ساخت مبلمان و در شاخه دکوراسیون کاربرد فراوانی دارد.

**جهت خرید فایل word به سایت www.kandooen.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید**

میزکار، میزبازی، وسایل بازی و تختخواب کودک بهتر است از مواد طبیعی تهیه شده باشند،

زیرا بچه‌ها به طور مداوم در تماس مستقیم با این وسایل هستند. اصولاً بچه‌ها زیاد عرق

می‌کنند و گاهی برای مدت طولانی تن خود را به وسایل می‌چسبانند. بنابراین؛ یکی از

جنس‌های خوب برای وسایل کودک، چوب است.

از خواص چوب می‌توان به این موارد اشاره کرد: مقاومت در برابر کشش و فشار، خاصیت

اکوستیک، عایق حرارتی و ...

چک لیست طراحی:

۱- تناسب فرم محصول با روحیات استفاده گر (استفاده از فرم های متنوع و خارج از

چهارچوب متعارف)

۲- امکان دسترسی کودک به بخش های مختلف محصول (طراحی مدولار)

۳- استفاده از ترکیبات رنگی مناسب (رنگ های شاد و درخشان) جهت برانگیختن شوق

کودک

۴- کشش بصری و جلب نگاه کودک با استفاده از ایجاد حرکت بصری، ریتم و انرژی

تصویری در محصول

۵- راحتی استفاده برای کودکان

۶- رعایت ایمنی کودک (عدم وجود لبه ها و گوشه های تیز و خطرناک)

۷- رعایت اصول ارگونومیکی در طراحی و ساخت محصول (تطبیق با ابعاد بدنی کودک ۴

تا ۶ سال)

۸- چند عملکردی بودن محصول (امکان بازی کردن و نگهداری وسایل کودک، علاوه بر

انجام فعالیت های هنری)

۹- ارضای حس مالیکت کودکان

۱۰- کمک به رشد شخصیت کودکان

۱۱- کمک به حس استقلال طلبی کودک

جهت خرید فایل word به سایت www.kandooen.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

۱۲- تشویق به رعایت نظم و ترتیب

۱۳- هماهنگی ابعاد و اندازه محصول با محیط استفاده (اتاق کودک)

۱۴- دارای دوام و استحکام کافی

۱۵- سهولت بهداشت و نظافت

۱۶- افزایش طول عمر محصول با کاربرد جنس مناسب

۱۷- رعایت اصول بهداشتی از لحاظ جنس مورد استفاده

۱۸- به صرف بودن اقتصادی

۱۹- سهولت تولید

۲۰- سهولت تعمیر پذیری

منابع و مأخذ:

۱- تشویق خلاقیت و تخیل در کودکان، دکتر برنات دافی، ترجمه مهشید یاسایی، نشر

ققنوس، ۱۳۸۱

۲- نگاهی دیگر (مجموعه مقالات دومین همایش سراسری کودک، مربی، خلاقیت)، ۱۳۸۱

۳- نقاشی کودکان، آنا الیوریو فراری، ترجمه عبدالرضا صرافان، انتشارات دستان، ۱۳۷۶

۴- رنگ، نوآوری، بهره‌وری. فرزانه کارکیا، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۷۵

۵- کاربرد رنگ در ارگونومی، تالیف محمد امین موعودی، انتشارات حس برتر، ۱۳۷۹

۶- انسان، آنترپومتری، ارگونومی و طراحی، استیفن فیزنت، ترجمه علیرضا چوبینه و محمد

امین موعودی، ۱۳۷۵

۷- عملیات روی پلاستیک‌ها، ۱- فونتن، ترجمه فیروز بروشکی، انتشارات افشار، ۱۳۷۶

۸- تکنولوژی مواد، احمد روشن بخش یزدی و محمد علی خواجه شرف آبادی.

۹- مبادی سواد بصری، دونیس. ا. داندیس، ترجمه مسعود سپهر، ۱۳۸۲

۱۰- طراحی و ارتباطات بصری. برونو موناری، ترجمه پاینده شاهنده.

۱۱- پرورش استعداد همگانی ابداع و خلاقیت، الکس. الف. اسبورن، ترجمه دکتر حسن

قاسم زاده، ۱۳۸۲

۱۲- رشد عقلانی کودک از دیدگاه پیازه، هربرت جینزبرگ، سیلویا لوپر، ترجمه دکتر

فریدون حقیقی، فریده شریفی.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoocn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۰۵۱۱ تماس حاصل نمایید

۱۳- طراحی سنتی، جان هسکت، ترجمه غلامرضا رضایی نصیر، انتشارات سمت، ۱۳۷۶،

۱۴- مهارت‌ها و توانایی‌های خلاقیت و راه‌های آزمون و پرورش آن، ترجمه حسن قاسم

زاده، نشر دنیای نو، ۱۳۸۲،

۱۵- خلاقیت و شیوه‌های پرورش آن، افضل السادات حسینی، ۱۳۸۱،

۱۶- کتاب کار کودک و مربی، جمع‌آوری عزیزه عسگری نیچه، تالیف دکتر فرخنده

مفیدی، انتشارات مدرسه، ۱۳۸۲.

جهت خرید فایل word به سایت www.kandoo.cn.com مراجعه کنید
یا با شماره های ۰۹۳۶۶۰۲۷۴۱۷ و ۰۹۳۶۶۴۰۶۸۵۷ و ۰۶۶۴۱۲۶۰-۵۱۱ تماس حاصل نمایید

Filename: Document1
Directory:
Template: C:\Documents and Settings\hadi tahaghoghi\Application
Data\Microsoft\Templates\Normal.dotm
Title:

Subject:
Author: H.H
Keywords:
Comments:
Creation Date: 4/11/2012 8:42:00 PM
Change Number: 1
Last Saved On:
Last Saved By: hadi tahaghoghi
Total Editing Time: 0 Minutes
Last Printed On: 4/11/2012 8:42:00 PM
As of Last Complete Printing
Number of Pages: 43
Number of Words: 5,367 (approx.)
Number of Characters: 30,593 (approx.)