



فنی و حرفه‌ای

bazartvto.ir

ماهنامه بازار فنی و حرفه‌ای
شماره اول - شماره اول - مرداد ۱۳۹۴
تیراژ: ۶۵۰۰ نسخه

همراه با دفترهای:

منابع دستر

صنعت
و فناوری اطلاعات

بهداشت و زیبایی

روان‌شناسی
بازاریابی و تبلیغات

پوشاک و طراحی مد



مقام معظم رهبری (مدظله العالی):
آموزش های فنی و حرفه ای
باید توسعه یابد.



حیات ماه

قال الصادق (ع):

«خف الله كاتك تراه و إن كنت لا تراه فإله يراك»

امام جعفر صادق (ع): چنان از خدا بترس که گویا او را
می بینی و اگر تو او را نمی بینی او تو را می بیند.

اصول کلی: ج ۲، ص ۱۱۰

فهرست مطالب:

- **بیانگزار**
سخن سردیس ۲-۳
- **اخبار روز**
شهادت خیری رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه ای ۴
- سفارتی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی ۵
- برگزاری جلسه کارگروه های کلان کشور ۶
- آموزش های تخصصی در هنرستان ها بیشتر می شود ۷
- **مصاحبه**
مصاحبه با نرغز عروبه پیشانی ۸-۱۰
- **مقاله**
آموزش های فنی و حرفه ای: پارادایم بی بدیل در عصر پست مدرنیسم ۱۱-۱۲
- **دفتر اول (مضامین صنعتی)**
چرم - هنر صنعت فراموش شده ۱۳-۱۴
- **دفتر دوم (صنعت و فناوری اطلاعات)**
معرفی نرم افزار استوری لاین ۱۵-۱۶
- **دفتر سوم (بهداشت، زیبایی و ایمنی)**
ویژگی ها و زیبایی پوست ۱۷-۱۸
- **دفتر چهارم (روان شناسی، آثار آفرینی و بازیگری)**
نگاهی روان شناسانه به تبلیغات ۱۹-۲۰
- آداب نام بردن ما برای مسوولان ارشد آفرین بوده است ۲۱-۲۲
- **دفتر پنجم (پوشاک، طراحی و تولید)**
آموزش ترنس لباس با زیپ و قف ۲۳-۲۴
- تاثیر مد در لباس جوانان و نوجوانان ۲۵-۲۶
- اصول استفاده از رنگ در طراحی لباس ۲۷-۲۸
- لباس و پوشش ترنس ها: از گذشته تا حال ۲۹-۳۰



ماهنامه بازار فنی و حرفه ای
سال اول - شماره اول - مرداد ۱۳۹۹
بها ۲۰۰۰ تومان

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

علی شجاعی
وزیر نظارت شورای سیاستگذاری
علی شجاعی - حمید رضا شاهپور - ابوالکلام جلالی - مسیوبه رحیمی
مرتضی پنهانی - جهان دوستی - جعفر پورمحمدی - عباس پورفرخی
نعمه محمدی

صواری

امید سلیمی بنی

همکاران این شماره:

رحیم کریمی - فاطمه باستانی - فرزانه کاشی - منوچهر شاهپوری
آرزو پورسودر - امیرعباس خدیری - اندر ادانی تهرانی
خدیجه مکریمی مقدم - مهدی رهنایی
کر افیگ

حمید سلیمی بنی

لیتوگرافی - چاپ و توزیع:

تکلی آفرینان باستان ۰۲۱-۶۶۵۶۶۶۶۶

امور آگهی ها:

زهره آریابورد ۰۲۱-۶۶۵۶۶۶۶۶

امور مشترکین:

مسعود علی شیرزاد ۰۲۱-۶۶۵۶۶۶۶۶

مدیر اجرایی:

امیر کشانی ۰۲۱-۶۶۵۶۶۶۶۶

نشانی دفتر ماهنامه:

بهارستان - ضلع شمال شرقی مجلس شورای اسلامی
مایلان مجاهدین اسلام - بخش کوچه آملی - پلاک ۲۲۶ - واحد ۳

دورنگار:

۰۲۱-۶۶۵۶۶۶۶۶

سایت:

bazarfytvto.ir

پست الکترونیک:

info@bazarfytvto.ir

سامانه پیام کوتاه:

۵۰۰۰۳۳۳۳۳



ماهنامه بازار فنی و حرفه ای: اصلاح مطالب از آفرین
آثار از مسئولیت دفتر ماهنامه مسئولیت نمی گرداند.
جهت بررسی تبلیغات با ما تماس بگیرید. توزیع تبلیغات رایگان است.

شرکت بازرگانی Nazgol Beauty مجیک بیوتی (نازگل)

برگزار کننده کلیه همایش ها ، سمینارها و سمپوزیوم های تخصصی

در رشته های مراقبت زیبایی

کلاسهای گروهی و انفرادی با تضمین فراگیری مهارت

با مدرک رسمی و معتبر

تجهیز کننده کلیه آرایشگاه ها و آموزشگاه های مراقبت زیبایی به

جدیدترین وسایل روز و پیشرفته در عرصه سلامت، بهداشت و زیبایی

وارد کننده دستگاه های جدید میکروپیگمنتیشن، لیزرهای IPL، فراکشنال Fractional و تکنولوژی R.F

بامدیریت سرکار خانم میرمجیدی ۰۶۶۲ ۰۳۱۷ ۰۹۱۲

۰۴ ۰۵۱ ۳۷ ۸۸ www.Nazgolbeauty.com

سخن مدیر مسئول

سلام

ها با مراکز و کارآموزان آموزش مهارتی . بازار فنی و حرفه ای از رویکرد جدید آموزش های بازار محور و تولید محور حمایت خواهد نمود . دست تمامی تلاشگران و فرهیختگان این عرصه که فعالانه، هوشیارانه و هوشمندانه با نواندیشی و نوآوری در اندیشه ارتقاء مهارت ترویج روحیه ی کار آفرینی را به گرمی می فشاریم و امیدواریم با تدبیر، تتبع، تعمق و تفحص و با قابلیت های بالقوه و توانمندی های منابع انسانی، افق روشنی در تحقق چشم انداز آینده ی ایران پدیدار نماییم . هم چنان پذیرای اندیشه های ناب و خلاقانه ی شما هستیم . اهدافتان پایدار و گام هایتان استوار باد .

علی شجاعی

ششم مرداد ماه ها همیشه برایمان رنگ و بوی دیگری نسبت به باقی ایام سال داشته . یک روز خاص در تقویم . هر ساله به گرمای مرداد ماه که می رسیم شور خاصی در خانواده بزرگ فنی و حرفه ای پدید می آید . گویی تمام این خانواده بزرگ از سرتاسر ایران عزیز گرد هم می آیند تا پاس بدارند روز ملی کارآفرینی و آموزش های فنی و حرفه ای را .

اما در این سال همدلی و همزبانی ، بسی خوشحال و مفتخریم که در اولین شماره از نشریه «ماهنامه بازار فنی و حرفه ای» را تقدیم شما عزیزان می کنیم .

تقدیم شما سکان داران آموزش های فنی و حرفه ای ، شما عزیزی که با دستان مهربانتان مأمنی می سازید سرشار از اخلاص ، شما برگزیدگانی که در کلاس ایثار درس سخاوت می دهید ، شما گرامیانی که سعادتمندان دنیا و آخرتید ، شما خوبانی که انسانیت را تفسیر می کنید و در صفحه ی دلهایتان وفاداری و از خود گذشتگی را رقم زده اید و در راه اعتلای فرهنگ مهارت آموزی و کار آفرینی گام بر می دارید .

«بازار فنی و حرفه ای» در راستای همت والای شما و در جهت رشد و ارتقاء کیفیت اطلاع رسانی و جذب مخاطب با بکارگیری روشهای نوین تبلیغات، ایجاد امکان نیازسنجی ، معرفی تجهیزات جدید و تجهیزات کمک آموزشی و معرفی توانمندی فنی و حرفه ای (تمامی بخش ها دولتی و خصوصی) به سان کودک نوسرسته ای گام بر می دارد .

« بازار فنی و حرفه ای » سعی دارد مخاطبان خود را نسبت به تازه های علوم و مهارت آشنا سازد و به عنوان یک رسانه پلی باشد بین بازارهای اقتصادی ، صنعتی و دانشگاه



درنشست خبری رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه ای تشریح شد :

برنامه های سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور در سال ۱۳۹۴



وی روزهای هفته مهارت را به ترتیب روز نخست به نام مردم، امام، رهبری و شهدا، روز دوم مربی، نخبگان مهارتی، اشتغال پایدار، روز سوم زنان، مهارت و تدبیر، تعالی سبک زندگی، روز چهارم که همزمان با روز ملی مهارت است کارآفرینی و ترویج آموزش های فنی و حرفه ای، روز پنجم توسعه بخش خصوصی، اقتدار ملی، توسعه پایدار، روز ششم دانشگاه، صنعت، افزایش توان ملی و روز هفتم به نام عدالت آموزشی، امید و مهارت، افق چشم انداز ۱۴۰۴ نامگذاری شده است.

نام عدالت آموزشی، امید و مهارت، افق چشم انداز ۱۴۰۴ نامگذاری شده است.

رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور از اعزام ۱۷ نفر از تیم ملی مهارت کشورمان برای شرکت در چهل و سومین مسابقات جهانی مهارت که ۲۱ مرداد ماه آغاز و تا ۲۴ مرداد ماه امسال ادامه دارد، به برزیل خبر داد.

وی با بیان اینکه تیم ملی مهارت کشورمان ۱۷ مرداد ماه سال جاری به کشور برزیل اعزام می شود افزود: تیم اعزامی مهارت کشورمان برای شرکت در چهل و سومین مسابقات جهانی مهارت در ۱۴ رشته فردی و سه رشته تیمی رقابت خواهند کرد.

دکتر کورش پرند عناوین رشته ها را مکاترونیک (تیمی دو نفره)، الکترونیک، رباتیک (تیمی دو نفره)، آکواترونیک (تیمی دو نفره)، تهویه و تبرید۶، جواهرسازی، فناوری اتومبیل، مدیریت شبکه، کاربرد IT در تجارت، طراحی صفحات وب، مهندسی طراحی مکانیک، تأسیسات الکتریکی، جوشکاری و فناوری طراحی گرافیک (شرکت کننده زن) عنوان کرد.

رئیس سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور با اشاره به اینکه مسابقات جهانی مهارت هر دو سال یکبار برگزار می شود، بیان داشت: برگزیدگان چهل و سومین مسابقات جهانی مهارت از بین برگزیدگان چهاردهمین و پانزدهمین مسابقات ملی مهارت انتخاب شده اند.

برنامه های سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور در سال ۱۳۹۴ در نشست خبری به مناسبت بزرگداشت ۶ مرداد ماه؛ روز ملی کارآفرینی و آموزش های فنی و حرفه ای تشریح شد. دکتر کورش پرند، معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی و رئیس این سازمان در نشست خبری که در راستای بزرگداشت ۶ مرداد ماه؛ روز ملی کارآفرینی و آموزش های فنی و حرفه ای در محل این سازمان برگزار شد، به تبیین برنامه های هفته مهارت، مهم ترین برنامه سند تحول مهارت این سازمان در سال ۹۴، اعزام تیم ملی مهارت کشور مان به چهل و سومین مسابقات جهانی مهارت و ... پرداخت.

دکتر کورش پرند با اشاره به هفته ملی مهارت که از سوم تا نهم مرداد ماه به عنوان هفته مهارت نام گذاری شده است، بیان داشت: برای هفته آینده برنامه های متنوعی از سوی سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور در نظر گرفته شده است.

وی روزهای هفته مهارت را به ترتیب روز نخست به نام مردم، امام، رهبری و شهدا، روز دوم مربی، نخبگان مهارتی، اشتغال پایدار، روز سوم زنان، مهارت و تدبیر، تعالی سبک زندگی، روز چهارم که همزمان با روز ملی مهارت است کارآفرینی و ترویج آموزش های فنی و حرفه ای، روز پنجم توسعه بخش خصوصی، اقتدار ملی، توسعه پایدار، روز ششم دانشگاه، صنعت، افزایش توان ملی و روز هفتم به

علی ربیعی ، در جمع کارکنان سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور :

امسال به فنی و حرفه ای دل بسته ام



شعاری که من چند ماهی هست می دهم «اشتغال بزرگ، بنگاه کوچک» است و خدا را هم سپاسگزارم که این شعار را مقام معظم رهبری هم تأکید کردند.

می دهد که وزارت خانه تعاون، کار و رفاه اجتماعی در زمره وزارت خانه هایی است که در زندگی مردم تأثیر دارد، فعالیت های مثبتی شناسایی شده اند؛ بالاخره اشکال هم داریم و نقد می شویم؛ اما اگر امروز از مردم سنجش کنند در باره فعال ترین وزارت خانه ها، بطور طبیعی وزارت امور خارجه در زمره وزارت خانه های برتر بوده است. وزارت خانه ی ما هم در زمره وزارت خانه هایی است که از نظر مردم خوب کار می کند. این نتیجه کار شماسست، افکار عمومی نسبت به وزارت خانه ما تغییر کرده است. خانواده سازمان آموزش فنی و حرفه ای در حوزه بچه های بی سرپرست خوب کار کرده است، اعضای خانواده شما درحوزه افراد از کار افتاده و آسیب های اجتماعی هم خوب کار کرده است. خدا را شکر می کنیم و در سال ۱۳۹۴ امیدواریم اگر سنجشی در پایان سال انجام شود، این بار این سنجش درباره اشتغال و تولید ملی باشد و انسان های امیدوار و ماهر برای ایفای نقش های اجتماعی بزرگ شکل بگیرند.

من در سال ۱۳۹۴ به سازمان آموزش فنی و حرفه ای دل بسته ام و فنی و حرفه ای را در کانون جهت گیری خودم قرار داده ام. آغاز سال ۱۳۹۴ در اولین جلسه شورای مشاوران اقتصادی ر رئیس جمهور که بحث توسعه منابع انسانی خواهد بود، درباره گرایش به اشتغال بارو یکرد توسعه منابع انسانی بحث خواهد شد و موضوع فنی و حرفه ای هم مطرح خواهد شد، ما باید فنی و حرفه ای را به گفتگوی اجتماعی تبدیل کنیم، ما باید نگرش به اشتغال را عوض کنیم، نگرش به اشتغال وقتی عوض شود، انسان ها در مورد اشتغال طور دیگری می اندیشند.

علی ربیعی ، وزیر کار و امور اجتماعی در جمع کارکنان سازمان و آموزش و فنی و حرفه ای کشور گفت : یکی از برنامه های بلند پروازانه یا یکی از آرمان های دست یافتنی من بسیار مرتبط با فعالیت های سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور است. باید با برنامه ریزی درست بتوانیم از این ظرفیت سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور به طور کامل استفاده کنیم. البته من واقعا فکر می کنم این ظرفیت برای کل دولت هم هنوز خیلی ناشناخته است. ظرفیت هایی که ما در این سازمان داریم به اعتقاد من هنوز شناخته نشده است. شعاری که چند ماهی هست که من این شعار را می دهم «اشتغال بزرگ، بنگاه کوچک» است و خدا را هم سپاسگزارم که این شعار را مقام معظم رهبری هم تأکید کردند.

بحث من همین به اصطلاح اشتغال بزرگ در شرکت های کوچک و بنگاه های کوچک و متوسط بود؛ یا حتی از آن پایین تر «بنگاه های خرد» بود، این یک نظر مشترک و طرح و ایده مشترک بود. من به خاطر زحمات و نقش موثر شما همکارانم در سازمان آموزش فنی و حرفه ای به شما تبریک می گویم.

مادر سال ۱۳۹۳ موفق شدیم که طرح های اشتغالی، که به بعضی از آنها اشاره شد را، روش کارمان بگیریم، طرح های پشتیبان و طرح تکاپو روش کار قرار گرفت. ما معتقدیم که این طرح ها با کارهای کارشناسی بسیار عمیقی همراه بوده است ، به طوری که یک ریال هم پول در آن به هدر نرفته است. ما خوشبختانه در حوزه توسعه کار آفرینی و اشتغال هم موفقیت هایی را بدست آورده ایم. می خواهم به همه این تبریک را بگویم که سنجش افکار عمومی توسط یک یا دو دستگاه معتبر انجام شد، این سنجش ها نشان

برگزاری جلسه اعضای کارگروه ها و کمیته های کانون انجمن های صنفی آموزشگاه های فنی و حرفه ای کشور



به گزارش روابط عمومی کانون کشور، مهندس بدیعی ریاست کانون کشور در این جلسه ضمن تفسیر و تبیین اهداف کامل کارگروه ها و کمیته ها نقطه مطلوب هر کارگروه و با اشاره به روشهایی که می تواند در نیل به اهداف کارگروه ها و مطلوب واقع گردد به ایراد سخن پرداخت.

قاسمی دبیر کانون کشوری در حاشیه این جلسه به بازار فنی و حرفه ای در خصوص شکل گیری کانون کشوری گفت: در اجرای ماده ۱۳۱ قانون کار جمهوری اسلامی ایران و آیین نامه انجمن های صنفی و کانون های مربوطه و به منظور حفظ حقوق و منافع مشروع و قانونی و بهبود وضع اقتصادی کارفرمایان آموزشگاههای فنی و حرفه ای (که به موجب ماده ۱۱۱ قانون کار جمهوری اسلامی ایران تاسیس می شوند) که خود متضمن حفظ منافع جامعه نیز می باشد کانون انجمن های آزاد فنی و حرفه ای کشور تشکیل گردیده است.

وی در اولویت های هیئت مدیره، اهتمام برای تحقق رسالت های اساسی و پیگیری برنامه های کلان و برون سازمانی کانون در سال ۹۴، بهسازی تشکیلات و ساختار سازی عمودی و افقی کانون، تدوین راهکارها و تشکیل نهادهای توسعه اخلاق حرفه ای و تزکیه درون صنفی نظیر شورای انتظامی مرکزی و زیر مجموعه های استانی مربوطه را بر شمرد.

قاسمی در پاسخ دستاوردهایش «خصوصی سازی آموزش های فنی و حرفه ای» که در خرداد ماه سال ۹۳ در برج میلاد تهران با حضور وزیر محترم تعاون، کار و رفاه اجتماعی و نیز ریاست محترم سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور و رئیس مجتزم مجلس شورای اسلامی برگزار گردید گفت که این مهم در راستای سیاست های کلی اصل ۲۴ می باشد. نکته قابل توجه این است در سال جاری سازمان آموزش فنی و حرفه ای قریب به ۴۸۰۰ مربی پیمانی را استخدام می نماید که گسترش بدنه بخش دولتی سازمان نه تنها با همایش مذکور بلکه با سیاستهای کلی اصل ۴۴ مغایر می باشد. وی در خصوص بحث مالیات آموزشگاه ها افزود: با توجه به اینکه نمایندگان مجلس شورای اسلامی در نشست علنی (یکشنبه ۲۵ اسفند ۹۲) در جریان بررسی لایحه اصلاح قانون مالیات های مستقیم با بند ۳۵ این لایحه مبنی بر اینکه درآمد حاصل از آموزشگاه فنی و حرفه ای آزاد از پرداخت مالیات معاف شود، موافقت کردند، کانون کشوری تقاضای تسریع در ابلاغ این قانون به دولت محترم می باشد.

در ادامه مهندس قاسمی در مورد انتظارات کانون کشوری بر سه طرح پیشنهادی را که مختصرا شامل بیمه موسسین آموزشگاههای آزاد-مکلف نمودن دستگاههای دولتی در جهت استفاده از خدمات آموزشگاههای آزاد فنی و حرفه ای و نیز ارائه تسهیلات کم بهره جهت خرید مکان را توسط مجلس شورای اسلامی و ترجیحا با درج در برنامه ششم توسعه، تاکید کرد.



مدیرکل دفتر آموزش های فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش:

آموزش های تخصصی در هنرستان های کشور بیشتر می شود

حسینی مقدم از فعالیت ۷ هزار و ۱۰۰ هنرستان در سطح کشور خبر داد و خاطر نشان کرد: نزدیک ۴۰ درصد از دانش آموزان مقطع متوسطه دوم در هنرستان های فنی و حرفه ای و کار دانش در سال تحصیلی ۹۳۹۴- مشغول به تحصیل بودند.



رشته ها مشترک است «طراحی، عکاسی و چاپ دستی» است. وی ادامه داد: آثار هنرآموزان «دبیران فنی» طرح درس برتر بود که در مبانی هنرهای تجسمی نیز آثار هنری ۹ نفر برگزیده شده است که از سه نفر به صورت برگزیده تقدیر خواهد شد.

حسینی مقدم از فعالیت ۷ هزار و ۱۰۰ هنرستان در سطح کشور خبر داد و خاطر نشان کرد: نزدیک ۴۰ درصد از دانش آموزان مقطع متوسطه دوم در هنرستان های فنی و حرفه ای و کار دانش در سال تحصیلی ۹۳۹۴- مشغول به تحصیل بودند. مدیرکل دفتر آموزش های فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش گفت: اسناد بالادستی این وزارتخانه را مکلف کرده است تا سهم آموزش های فنی و حرفه ای به عدد ۴۸.۲۶ درصد برسد که در حال حاضر بیش از هشت درصد با این رقم فاصله وجود دارد.

حسینی مقدم یادآور شد: باید در پنج سال آینده و در برنامه ششم توسعه بتوانیم سهم آموزش های فنی و حرفه ای و کار دانش را به عدد تعیین شده ارتقا دهیم. وی افزود: هدف از آموزش در هنرستان ها یادگیری کارکردن است تا ارتباط بین مغز و دست را برقرار کنند چرا که ۷۴ درصد مشاغل در جامعه با دست انجام می شود.

حسینی مقدم تاکید کرد: دانش آموخته های رشته های نظری بعد از اخذ مدرک تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد، وقتی وارد بازار کار می شوند و در رشته های فنی و حرفه ای دوره های متناسب بازار کار را می گذرانند.

وی ادامه داد: دانش آموزان هنرستان ها پس از فارغ التحصیلی جرات کار در بازار کار را دارند.

مدیرکل دفتر آموزش های فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش با بیان اینکه این دستگاه تعلیم و تربیت متولی ایجاد شغل نیست، گفت: آموزش و پرورش در صدد آشناکردن دانش آموزان با شغل های موجود در جامعه است.

مدیرکل دفتر آموزش های فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش گفت: از سال آینده ساختار آموزش متوسطه تغییر می کند و مدت تحصیل در هنرستان ها سه ساله خواهد شد که با این اقدام بخش آموزش های تخصصی در این مدارس بیشتر می شود. به گزارش مرکز اطلاع رسانی و روابط عمومی وزارت آموزش و پرورش به نقل از استان زنجان، سید محسن حسینی مقدم در حاشیه افتتاح نمایشگاه آثار شانزدهمین جشنواره هنرهای تجسمی کشور افزود: این نمایشگاه آثار هنرجویان رشته های هنری در هنرستان های فنی و حرفه ای کشور است.

مدیرکل دفتر آموزش های فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش با اشاره به اینکه در این هنرستان ها نزدیک به ۳۰۰ هزار دانش آموز مشغول تحصیل هستند، یادآور شد: از این تعداد ۱۷۴ هزار نفر در رشته های خدمات و نزدیک به ۷۴ هزار نفر نیز در رشته های هنری تحصیل می کنند.

وی گفت: شانزدهمین جشنواره هنرهای تجسمی کشور با هدف معرفی و شناساندن رشته های هنری هنرستان های کشور برگزار شده است.

حسینی مقدم، فراهم شدن زمینه رقابت سازنده بین هنرجویان و به نمایش گذاشتن خلاقیت های هنرآموزان و هنرجویان را از دیگر اهداف برگزاری این جشنواره بیان کرد.

وی ادامه داد: از مهر سال گذشته هفت هزار و ۶۰۰ اثر هنری از دانش آموزان و هنرآموزان استان ها به دبیرخانه شانزدهمین جشنواره هنرهای تجسمی کشور ارسال و یک هزار و ۵۰ اثر در مرحله اول انتخاب شد.

مدیرکل دفتر آموزش های فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش با تاکید بر اینکه دآوری این جشنواره به صورت اینترنتی بود، گفت: در مرحله دوم از یک هزار و ۵۰ اثر ۱۰۸ اثر برگزیده کشوری شد که روز چهارشنبه صاحبان این آثار به صورت عملی در حضور داوران ارزیابی و نفرات اول تا چهارم تجلیل می شود. حسینی مقدم افزود: آثار ارسال شده در رشته های هنری گرافیک، انیمیشن، پویا نمایی، نقشه کشی و معماری، صنایع دستی، نقاشی و طراحی و دوخت و سه درسی که بین همه



بانو علویه بهشتی :

برادر مظلومم گفت : آموزشگاهت سذگری است برای جوانان

■ مصاحبه : سمیرا تاج الدین

■ عکس : محمد قنبری جلال

بر آن شدیم در آستانه هفته ملی مهارت و کارآفرینی و جهت آشنایی با فعالیت های یکی از اعضای این خانواده به خدمت بانو علویه بهشتی ، خواهر شهید بهشتی به عنوان یکی از مدیران پیشکسوت آموزشگاه های فنی و حرفه ای و همچنین یکی از فعالان تشکل های صنفی برویم .

بارونی گشاده در دفتر کار خود به گرمی پذیرای ما شد و با صعه صدر به تمامی سوالات ما پاسخ گفت .

دریک کلام

مشکل

آموزشگاه های

فنی حرفه ای

نبود

کار آموز است

اگر نسل جوان

در مملکت

ساخته شد

همه چیز

درست می شود

* ضمن تشکر از اینکه پذیرای ما بودید لطفا بفرمایید در چه رشته هایی دارای آموزشگاه می باشید و چند سال مشغول به این کار هستید .

با سلام و تبریک هفته مهارت به همه تلاشگران آموزش های فنی و حرفه ای بنده فعالیت خودم را از سال ۴۳ آغاز کردم و در سال ۵۹ مجوز آموزشگاه اردیبهشت را در رشته های طراحی دوخت و صنایع دستی گرفتم .

* سرکار خانم بهشتی حتما در این مدت افراد زیادی توسط شما مهارت طراحی دوخت و صنایع دستی را فراگرفته اند . آیا تعداد آنها را حدودا می دانید و آیا کارآموزان شما پس از پایان دوره باز هم با شما در ارتباط هستند .

بله تعداد زیادی را در این سالها آموزش داده ام که قابل شمارش نیستند و ه کجا که در مراسم های مختلف شرکت می کنم تعدادی هستند که میگویند در آموزش های ما شرکت داشتند . من در این مدت با ذوق و عشق به جوانان و مردم به این کار مشغول بودم .

* حاج خانم بهشتی ، می دانیم که شما یکی از هیئت موسس و رئیس انجمن صنفی آموزشگاه های فنی و حرفه ای شهر اصفهان هستید . برای ما از نحوه شکل گیری این انجمن و فعالیت های آن بگویید .

انجمن صنفی اصفهان در سال ۱۳۸۲ با همت تعدادی از عزیزان آموزشگاه دار در جهت حل مشکلات و پیگیری موارد دغدغه آموزشگاه ها به شکل ترکیبی با حضور اکثریت آموزشگاه های شهر اصفهان شکل گرفت و اکنون که چهارمین دوره آن می باشد فکر کنم مامنی برای آموزشگاه ها بوده و در یک فضای تعامل با مسئولین فنی حرفه ای کمتر مشکلی آموزشگاه ها با اداره فنی و حرفه ای داشته اند که حل نشده باشد .

* اگر پرسند که حاج خانم بهشتی و هیئت همراه ایشان در چهار دوره حضور خود در انجمن صنفی اصفهان چه دستاوردی برای آموزشگاه ها داشته اند؟ چه پاسخ خواهید گفت؟

من باید بگویم بخشی از مشکلات منطقه ای بوده و بخشی باید در حد کلان و کل کشور حل می شده که کانون کشور با حمایت کانون های استانی و انجمن های آموزشگاه ها دستاوردهای خوبی در هیئت نظارت مرکزی داشته اند .

من بخاطر فراوانی عملکرد صرفا به لیست آنها بسنده می کنم .
تغییر آئین نامه و امکان گزینش و انتخاب مربی توسط خود آموزشگاه دار ، شیوه نامه مدیر ، امکان نرخ گذاری توسط کانون استان به پیشنهاد انجمن ، حضور نمایندگان آموزشگاه ها در هیئت نظارت ، تدوین کتب مجموعه سئوال و حل شدن مشکل منابع ، برگزاری دوره های ارتقاء مهارت مربیان در رشته های گوناگون ، شرکت در ده ها نمایشگاه و معرفی توانمندی آموزشگاه ها ، برگزاری جلسات متعدد با مسئولین کشوری و استانی ، شکل گیری طرح معافیت مالیاتی که بزودی ابلاغ و از سال آینده عملیاتی می شود ، حذف رشته های موازی با آموزشگاه ها به لطف مدیریت اداره کل فنی و حرفه ای استان ، با وجود این فکر می کنم هنوز همکاران خدوم من در آموزشگاه ها دارای مشکلات فراوانی هستند که نگاه ویژه و همدلی مسئولین خصوصا نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی را در رفع آن می طلبد .

* سرکار خانم بهشتی به لیست بلند بالایی اشاره نمودید که حتما برای انجام هر کدام شما و دیگر همکارانتان چه در سطح شهر اصفهان و چه در کانون کشور زحمات بسیاری کشیده شده است که باید خدا قوت و دست مرزاد گفت . اما فرمودید همچنان مشکلات فراوانی گریبانگیر همکاران آموزشگاه دار تان است . ممکن است این مشکلات را نام ببرید .

بله ، من اگر بخواهم دریک کلام مشکل آموزشگاه های فنی حرفه ای را نام ببرم باید از نبود کار آموز بگویم . بسیاری از آموزشگاه های ما در چند سال اخیر اقتصاد مقاومتی را در آموزشگاه های خود تجربه نموده اند . بخشی از همکاران ما مجبور به تعطیلی واحد آموزشی خود نموده اند و بخش اعظمی هم بدون



آموزش‌های فنی و حرفه ای ، پارادیمی بی بدیل در عصر پسا صنعتی

■ حمیدرضا خانبور

مدیرکل آموزش فنی و حرفه ای استان تهران



شایستگی هاست . لذا کمیسیون اروپا ، قابلیت اشتغال را ویژگی فردی صرف تعریف نکرده ، بلکه آن را اصل اساسی آموزش فنی و حرفه ای دانسته و آن را به تقاضای اقتصادی برای کارگرانی ربط داده که دانش و مهارت‌ها را برای کمک به اقدام ایمنی برای رقابت پذیری دارند . این تعریف همچنین با استراتژی اشتغال که شورای اروپا اتخاذ کرده مطابقت دارد . یعنی بر چهار ستون قرار دارد ، قابلیت اشتغال ، کارآفرینی ، انعطاف پذیری و فرصت های برابر .

این توقع که افراد خواهان آموزش می شوند باید با فرصت‌های آموزش مناسب ، مطابقت داشته باشد و این امر به طور ضمنی بر توسعه سیستم‌های آموزش فنی و حرفه ای اشاره دارد .

از سوئی با توجه به پدیده ای به نام تجاری نمودن آموزش (commercialization of education) ، بازاریابی در حیطه آموزش و به خصوص آموزش‌های مهارتی که فازی ، سفارشی و تقاضا محور می باشند از اهمیتی فراوان برخوردار است . در سیاست‌گذاریهای اقتصادی نیز می توان به مدد آموزش‌های مهارتی ، نه تنها ، اضافه بار مالی دولت را تقلیل ، بلکه دولت را از فریگی به سوی چابکی و کوچک سازی در استفاده از نیروی انسانی ، رهنمون ساخت . در این راستا و با عنایت به اسناد بالادستی مانند اصل ۴۴ قانون اساسی و توجه به خصوصی سازی ، قانون برنامه پنجم توسعه و بهبود فضای کسب و کار و ابلاغ برنامه ششم توسعه که در فصل علم و فناوری ، توجه به افزایش سهم آموزش‌های مهارتی

امروزه با توجه به دنیای پسا صنعتی ، اقتصاد کار و شغل‌های جدیدی که محصول پارادیم‌های نوین صنعتی می باشند ، بذل توجه به نیروی ماهر از اصولی است که در تمامی اسناد و چشم اندازهای توسعه ای کشورها قابل رصد و تعقیب است . بنابراین یکی از مهمترین پرسش‌های ضروری در مورد آموزش ، مربوط به قابلیت‌هایی است که قرن ۲۱ می طلبد ، اما پیش بینی قابلیت‌ها به دلیل تغییرات جامعه و توسعه فناوری دشوار است ، بسیاری ادعا می کنند که نیاز است افراد جوان ، برای جامعه در حال تغییرات ساختاری در بازار کار آمادگی کسب کنند . برای آندسته از تحصیلات آموزش‌های فنی و حرفه ای که هدفشان آماده سازی جوانان برای بازار کار در آینده است ، این موضوع حیاتی است . انواع مهارت‌ها نیز بسیار گسترده و متنوع هستند و با عباراتی نظیر مهارت‌های گسترده ، قابلیت‌ها ، امادگی‌ها ، کفایت‌ها و گرایش‌ات ذهنی ، توصیف می شوند . کارفرمایان ، مستمراً به دنبال کارکنانی هستند که علاوه بر مهارت‌های عملی سطح بالا و تخصص فنی ، با مهارت‌های گسترده تر نظیر حل مساله ، کارهای گروهی ، انعطاف پذیری و کارآفرینی آشنا باشند . بنابراین از فراز فوق مشخص می گردد قابلیت و اشتغال دو داده و کلید واژه اساسی در آموزش های مهارت محور می باشند . قابلیت اشتغال ، به عبات دیگر ، توانائی پیدا کردن شغل ، بهره برداری از مهارت‌های ضروری و شاغل ماندن ، نه تنها بعد اصلی شهر وندی فعال نیست ، بلکه پیش نیاز اصلی برای اشتغال کامل و ارتقای

آنکه توجیه اقتصادی در ادامه فعالیت داشته باشند صرفاً بخاطر عرق خود و تعلق خاطر به اهداف والای سازمان فنی و حرفه ای به کار خود ادامه می دهند . بیمه نیز یکی از انتظاراتی است که همکاران ما سالهاست در انتظار حمایت مسئولین در این خصوص است .

ما می گوییم آموزش های مهارتی می تواند مشکل بیکاری را حل نماید

* به نظر شما راه چاره برای حل مشکل آموزشگاه‌ها چیست؟

من فکر می کنم باید از آموزش‌های پراکنده که توسط مراکز غیر مجاز انجام می شود که بعضاً فاقد ارزش مهارت آموزی هستند جلوگیری شود . باید بخشی از امکانات آموزشی آموزشگاه ها به شکل خرید خدمات بکار گرفته شود . و دولت و مجلس باید با نگاه ویژه از آموزشگاه ها حمایت نماید .

* حاج خانم ! چرا فکر می کنید دولت و مجلس باید نگاه ویژه به آموزشگاه های فنی و حرفه ای داشته باشند؟

ببینید یکی از بزرگترین مشکلات روز کشور ما اشتغال است . ما می گوییم آموزش های مهارتی یکی از مواردی است که می تواند این مشکل را حل نماید . آموزش مهارتی یا منجر به ایجاد اشتغال می گردد ، یا ارتقاء شغلی فرد میشود و یا تثبیت شغل افراد ، این در حالی است که مهارت آموزی باعث کاهش آسیب های اجتماعی نیز میشود . شما کمتر فردی را که دارای مهارت باشد پیدا می کنید که بیکار باشد . حال وقتی بنا به آمار موجود بیش از ۷۰ درصد آموزش های مهارتی توسط بخش خصوصی که همان آموزشگاه های فنی و حرفه ای باشد انجام میپذیرد آیا نباید انتظار نگاه و حمایت ویژه داشت ؟ ما برای کار آفرینان بسته های حمایتی متعدد قرار می دهیم حال برای کسانی که کار آفرین تربیت میکنند نباید حمایت ویژه انجام دهیم .

* با تشکر از شرکت شما در گفتگو با نشریه بازار فنی و حرفه ای صمیمانه در پایان ضمن گرامیداشت یاد و خاطره شهید عزیز دکتر بهشتی می خواهیم که ما را با یکی از خاطرات ایشان مهمان نماید .

برادرم شهید مظلوم بهشتی زمانی که من آموزشگاهم را فعال کردم به من گفت سعی کنید این مکان یک سنگر باشد برای خدمت مردم بخصوص نسل جوان ، چرا که اگر نسل جوان در مملکت ساخته شد همه چیز درست می گردد . و سعی کنید آموزش شما دانش همراه بینش باشد . دانش بدون بینش هیچ اثری در جامعه ندارد و این همراهی این دو است که می تواند موثر باشد .



در نظام آموزشی کشور در آن برجسته می نماید ، رسالت آموزش های فنی و حرفه ای را مشاهده نمود . با استناد به فرازهای مذکور ، سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور به طور اعم و اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان تهران به طور اخص ، توجهی خاص را به خصوصی سازی و شاخص های مرتبط با آن مانند برون سپاری و افزایش کیفی - کمی آموزشگاههای آزاد را جهت اشتغال مولد از خود نشان داده اند ، به طوری که در سال ۱۳۹۳ ، بالغ بر سه هزار آموزشگاه آزاد را در استان تهران شاهدیم . از سوئی همانطور که عنوان شد در سیاستگذاریهای اقتصادی دولت و ملزومات آن مانند اقتصاد مقاومتی ، توجه به این بخش ضرورتی انکار ناپذیر است ، چراکه آموزش مهارتی ، زیرساختی اساسی برای خیز و توسعه همه جانبه است . به طور مثال می توان به ارتباط متقابل یارانه ها و آموزش های مهارتی اشاره نمود . یارانه ها را باید به سمت تولید و بهره وری سوق داد . در اینجا حضور آموزشهای فنی و حرفه ای در سامانمند و جهت دار نمودن یارانه های پرداختی مهم می باشد . دقیقه حائز اهمیت ، جرح و تعدیل سیاست پرداختی یارانه ها در یک بازه زمانی دراز مدت و جایگزینی آن با ابزار تولیدی است که باید در اختیار افراد قرار داد ؛ چراکه با آموزشهای مهارتی

که سازمان آموزش فنی و حرفه ای بال موثر آن می باشد ، می توان مردم را در فرایند تولید ، مولد ساخت . باید عنوان نمود که اهمیت آموزشهای مهارتی در افزایش تولید بهره وری واضح است چرا که جامعه صنعتی امروزی در یک سطحی از صنعت قرار دارد که با جوامع سابق به طور کلی تفاوت دارد . بدین سبب باید گفت که اگر در برنامه های توسعه اقتصادی و صنعتی کردن کشور ، ضرورت آموزش فنی کارگران و ارتقاء سطح مهارت افراد چنانکه باید مورد توجه قرار نگیرد توسعه صنعتی و پیشرفت تولید در سطح خواهد ماند و نیازمندیها به قدرتهای بزرگ صنعتی باقی خواهند ماند . برای برون رفت از این وضعیت یعنی رسانیدن سطح تولید و اقتصاد کشور به کشورهای بزرگ صنعتی ضرورت ایجاد می نماید که اولاً نیروی انسانی مورد نیاز صنایع در مدت کوتاهی تامین می شود . ثانیاً برنامه های آموزشی براساس نیازهای موردی صنایع تنظیم می گردد و ثالثاً تمام کارگران شاغل امکان تطبیق مهارتهای خود را با تکنولوژی جدید که پیوسته در حال پیشرفت و تکامل است را داشته باشند . از سه دلیل فوق می توان استنتاج نمود که اقتصاد کلان یک کشور از آیشخور اقتصاد مهارتی ارتزاق می کند و اقتصاد مهارتی با تاکید بر مهارت کلیه شهروندان یک اقتصاد از زیر و ریشه دار را برای سیاستگذاری اقتصادی کشور فراهم می نماید . فناوری وابسته به علوم مرتبط با مهارت های علمی ، نگرش ها ، فهم و دانش وابسته به زندگی اجتماعی ، اقتصادی و شغلی می باشد و این یکی از دلایل اصلی است که چرا آموزش های فنی و حرفه ای به صورتی یکپارچه در تمامی سطوح آموزشی حضوری فعال دارد . بنابراین ، مهارت موتور رشد توجه اقتصادی و اجتماعی هر کشوری می باشد و آموزش های فنی و حرفه ای دارای نقش کلیدی برای آموزش نیروی کار ماهر و کارآفرینی مورد نیاز برای تغییر نیروی کار در فناوری ها ، بنابراین می توان دغدغه آموزش های فنی و حرفه ای را کسب دانش و مهارت برای دنیای کار برای افزایش فرصت ها و توانمند سازی مضاعف و مولد ، توسعه اجتماعی و اقتصادی دانش بنیان و جریان به شدت گذرای محیط کار نامید . در سطوح دیگر کنش گری در عرصه های مختلف ، باید به ارتباط متقابل شاخه های اجتماعی کارآفرینی با آموزشهای فنی و حرفه ای اشاره نمود .

کارآفرینی اجتماعی فرآیندی است که در آن شهروندان و موسسات برای پیشبرد راه حل ها در خصوص مشکلات اجتماعی در میدان بازی ، کنش گری می کنند . این مشکلات اجتماعی شامل فقر ، تخریب محیط زیست ، بیمهاری ، فساد و بی مهارتی در آموزش می باشد . به عبارتی کارآفرینی اجتماعی ، فرآیند تعقیب راه حل های ابداعی برای مشکلات اجتماعی در پرتو آموزش شهروندان و گروههای هدف خاص می باشد . از سوئی کارآفرینی اجتماعی ارتباطی عمیق با فلسفه تغییر دارد و کارآفرینی اجتماعی از دل تغییرات اجتماعی بیرون می آید ، بنابراین نیاز است که

موج های دموگرافیک را در کلان شهرها به جهت مهارت و یابی مهارتی شهروندان کنترل نمود . مطالب مذکور ، فراتر از تعاریف کلاسیک و نظری کارآفرینی اجتماعی از منظری سیاستگذارانه ، یک راهکار مهارتی از تعمیق کارآفرینی اجتماعی در لایه های آسیب پذیر غیر مهارتی جامعه از تبدیل ایده به محصول و فروش ان که منجر به خروجی مولد و ارزش افزوده است را ارائه می دهد که رکن اساسی آن آموزش و مهارت افزائی گروههای هدف کارآفرینی اجتماعی است و در این راستا با استفاده از مدل اجرایی آموزشهای محصول محور که فرآیندی از آموزش ، بازاریابی و فروش محصولات است را مبنای کار خود قرار می دهد . (این مدل ، عناصر مختلف یک زنجیره محصول از نیروی انسانی تا بازاریابی و فروش را شامل می شود) . متغیر دیگر که باید مورد مذاقه قرار می گیرد بذل توجه به پدیده محیط زیست و توسعه پایدار است که از ارکان کارآفرینی اجتماعی است و در این راستا با استعانت از اقتصاد سبز و رشته های سبز که اشتغال فراوانی را به همراه دارد ، کارآفرینی اجتماعی را به اقتصاد سبز پیوند می دهد ، پیوندی که سیلابس های مهارتی آن با آموزش های فنی و حرفه ای محقق

ماه نامه «بازار فنی و حرفه ای» ضرورتی انکار ناپذیر در حوزه آموزشهای مهارتی است ، باید عنوان نمود که آموزشهای فنی و حرفه ای ، عامل اصلی خیز کشورها به سوی توسعه می باشد و غفلت از این موضوع ، هر کشوری را دچار انبوه نیروی انسانی غیر ماهر می کند که پیامدهای منفی مترتبی را بر سیاستگذاران عرصه اشتغال ، اقتصاد و نهادهای اجتماعی کشور می نماید

می شود . بنابراین کارآفرینی اجتماعی ، سیاستی اجتماعی است که با اقتصاد ، فرهنگ و اشتغال ارتباطی چندسویه دارد که زیربنای متغیرهای مذکور ، سازه های آموزشی و مهارتی شهروندان می باشد چراکه در راهبرد مذکور ، بنگاه اجتماعی ، تجارت پویایی با اهداف اجتماعی است که انتفاع آنها در برگیرنده انتفاع اجتماع است ، به طوری که مراکز آموزش محصول محور که کارکردهای اجتماعی ، اقتصادی و فرهنگی دارند را در ذیل بنگاه های اجتماعی تعریف می شود .

در پایان علاوه بر تبریک به مناسبت انتشار ، ماه نامه «بازار فنی و حرفه ای» که ضرورتی انکار ناپذیر در حوزه آموزشهای مهارتی است ، باید عنوان نمود که آموزشهای فنی و حرفه ای ، عامل اصلی خیز کشورها به سوی توسعه می باشد و غفلت از این موضوع ، هر کشوری را دچار انبوه نیروی انسانی غیر ماهر می کند که پیامدهای منفی مترتبی را بر سیاستگذاران عرصه اشتغال ، اقتصاد و نهادهای اجتماعی کشور می نماید ، بنابراین ، آموزشهای فنی و حرفه ای ، پارادیمی در میدان آموزش است که محتاج بذل توجه و تعاملی نهادین بین نهادهای دولتی و بخش خصوصی می باشد .



ای در بین مردم برخوردار نموده است. لذا هنرمندان در رشته صنایع دستی با ابتکارات و خلاقیت های خود چرم را به گونه ای که در تصاویر دیده می شود ارائه کرده اند که می توان مشاغل گوناگونی، حتی مشاغل خانگی ایجاد نمود و جزء محصولات صنایع دستی حائز اهمیت در سطح ملی و بین المللی و صادرات به بازار عرضه کرد.

احیاء و زنده نگهداشتن صنایع دستی ایرانی، اشتغال زایی در جهت بهبود وضع اقتصادی کشور، معرفی هر چه بیشتر هنر ایرانی در سطح جامعه

بین المللی، رونق مشاغل خانگی جهت رفاه حال مردم و شادابی و سلامت خانواده ها را می توان از چشم اندازها و افق های این هنر و حرفه دانست. وسایل منزل مانند کیف، کفش، لباس، دکوراسیون منازل و نماهای داخلی ساختمان، درب ها، تزئینات و... که هر کدام از این شاخه ها را می توان به عنوان کسب و کاری مطمئن و درآمد زا در نظر داشت.



چرم، هنر صنعت فراموش شده

■ آرزو پریسوز

کارشناس صنایع دستی، طراحی و دوخت

با توجه به ارزش و تاریخچه دیرینه ای که چرم در دنیا دارد و از دیرباز از پوست حیوانات چرم تهیه می شده و جزء منابع طبیعی محسوب می شود، در تهیه پوشاک، کیف، کفش، صنایع دستی و... قرار گرفت و کلیه اقشار از این محصول طبیعی و حتی مصنوعی آن استفاده بهینه ای نمودند. از این رو چرم به علت قدمت، طبیعی بودن و اثر هنرمندان ما روی آن ارزش خود را حفظ نموده و جایگاه ویژه





دفتر دوم صنعت و فناوری اطلاعات



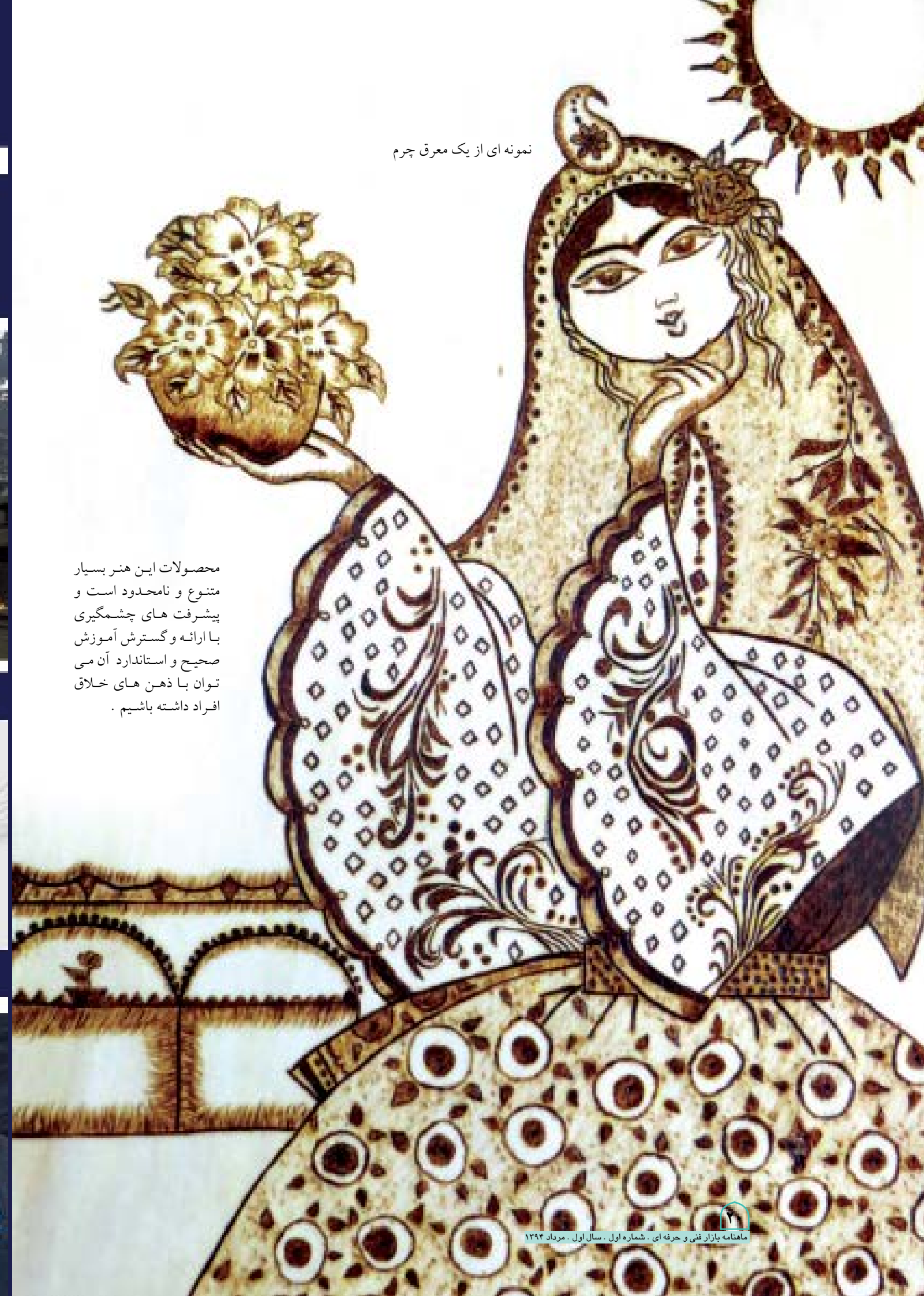
www.parspal.com



نمونه ای از یک معرق چرم



محصولات این هنر بسیار
متنوع و نامحدود است و
پیشرفت های چشمگیری
با ارائه و گسترش آموزش
صحیح و استاندارد آن می
توان با ذهن های خلاق
افراد داشته باشیم .





یکی از امکانات مفیدی که Articulate Storyline در اختیار شما قرار می دهد، توانایی طراحی نمونه سوال و ایجاد کوئیز در اسلاید شوها می باشد.

قابلیت های کلیدی نرم افزار Articulate Storyline:

طراحی و ایجاد دوره های آموزش الکترونیکی کارآمد ، حاوی قالب های آماده برای ساخت اسلاید شو ، وجود شخصیت های جذاب و متفاوت ، استفاده از آبجکت های متفاوت برای ایجاد محیط تعاملی ، امکان قرار دادن امتحان و نمونه سوال ، پشتیبانی از Drag و Drop ، پشتیبانی از فرمت های فلش و آچ تی ام ال ، ایجاد کوئیز و قرار دادن نمونه سوال و ...



با بررسی هایی که از سال ۸۷ تا کنون روی نرم افزارهای مختلف تولید محتوا انجام داده ایم . به این نتیجه رسیده ایم که یکی از بهترین نرم افزارهای تولید محتوا (اگر بهترین نباشد) نرم افزارهای شرکت Articulate هستند که دو محصول آخر آن یعنی Storyline و Studio 13 تمامی ویژگی های فوق را دارند چرا که :

اولا: هر کس با پاور پوینت کار کرده باشد به دلیل مشابهت محیط کار به راحتی می تواند کار با آن را یاد بگیرد و از تایپ مستقیم فارسی پشتیبانی می کند. (اکثر نرم افزارهای تولید محتوای دیگر با فارسی نویسی مشکل دارند)

ثانیا: ابزارهای تعاملی مانند دکمه ، Hotspot, Drag & Drop و Trigger ... را دارا می باشد که به راحتی می توان کار با آن ها را بدون کد نویسی فرا گرفت.

ثالثاً: قابلیت ایجاد بانک سوالات با امکان انتخاب تصادفی سوالات شامل بیش از ۱۰ نوع سوال مختلف و امکان تخصیص نمره، تعیین زمان برای آزمون، نمایش نتیجه، مرور آزمون و قابلیت شرکت مجدد در آزمون را دارد.

رابعاً: قابلیت تولید خروجی exe برای دیسک سخت و CD و خروجی برای اینترنت و نیز IPAD را دارد.

علاوه بر موارد فوق شرکت مربوطه دارای وب سایت و چند وبلاگ و انجمن فعال می باشد که کاربران می توانند با داشتن دانش زبان انگلیسی، آموزش های مربوطه را مشاهده کرده، پرسش های خود را مطرح و در مباحث شرکت کنند.

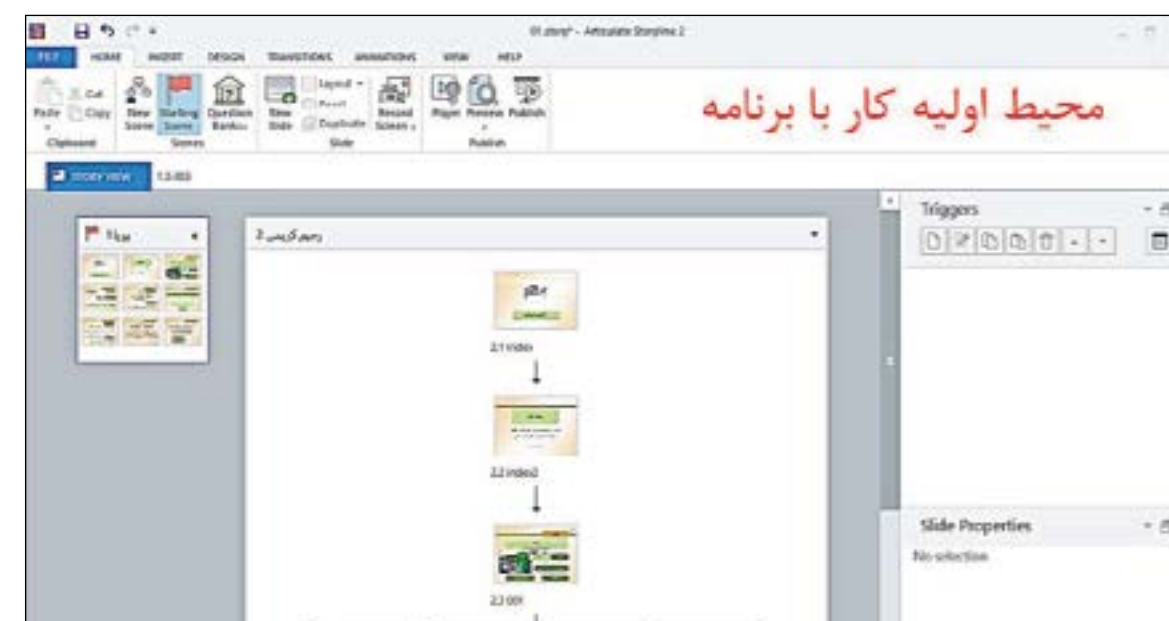


■ رحیم کریمی

معرفی نرم افزار استوری لاین

نرم افزار طراحی و ساخت دوره های آموزشی تعاملی با قابلیت ساخت آزمون و بازی های آموزشی

Articulate Storyline به شما در ایجاد دوره های آموزش الکترونیکی کمک می کند. این نرم افزار برنامه ای مفید و ساده برای مبتدیان می باشد و در عین حال ویژگی های قدرت مندی را برای متخصصین این زمینه فراهم می کند. برای ساخت اسلاید شو از دوره های آموزش الکترونیکی تعاملی توسط این نرم افزار، می توانید از قالب های آماده موجود در برنامه استفاده کنید و در صورت لزوم به سفارشی سازی و تغییر تنظیمات و ویژگی های قالب انتخابی پردازید. علاوه بر این شما می توانید برای جذاب تر نمودن آموزش، از کاراکترهای کارتوننی طراحی شده و موجود در نرم افزار استفاده کنید.





شرکت نوآوران خلاق صدرا به شماره ثبت ۳۵۹۴۵ از سال ۱۳۸۹ فعالیت خود را در زمینه خدمات کمک آموزشی آغاز نموده است. این شرکت با سابقه فعالیت در زمینه آموزش و داشتن کادر آموزشی متخصص، با هدف ارتقا سطح دانش، مهارت های عمومی، ترویج دانش روز دنیا، کمک کردن فاصله بین کشورهای توسعه یافته و ساختن کشوری صنعتی شروع به فعالیت نموده است.

شرکت نوآوران خلاق صدرا با به کار گیری بسته های آموزشی آریانا با هدف آموزش علم ریاضیات، پرورش خلاقیت و نوآوری قابلیت آموزش در تمامی مدارس دولتی و غیر دولتی کشور را دارا می باشد.

این مجموعه با هدف گسترش علم ریاضیات، اقدام به اعطای نمایندگی به آموزشگاه های فنی و حرفه ای فعال در سطح کشور می باشد.

از جمله فعالیت های این شرکت:

- تأسیس آموزشگاه چپستار ریاضیات صدرا با مجوز رسمی از سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور با هدف آموزش ریاضیات در مقاطع مختلف تحصیلی
- تجهیز آزمایشگاه ها و کارگاه های مدارس به وسایل و تجهیزات کمک آموزشی
- راه اندازی سالن شگفتی های علوم با هدف آموزش مهارت های ذهنی و عملی و خلاق
- ویژه تمامی مقاطع سنی به خصوص کودکان، نوجوانان و جوانان
- برگزاری اردوهای دانش آموزی علم تا عمل با هدف آشنایی دانش آموزان با مهارت های فنی و به کار گیری آن در شاخه های مختلف علمی، اتوماسیون صنعتی، ریاضیات و ...

محصولات شرکت



کنترل از راه دور F کانال، ریموت کنترل F کانال برای راه اندازی و کنترل ربات بدون نیاز به سیستم هوشمند سازی بود. این کنترل قابلیت راه اندازی چهار موتور DC را به صورت همزمان دارد. حداکثر برد دید مستقیم آن ۴۰ متر می باشد.



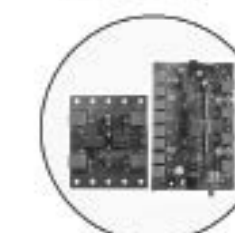
کنترل سیم دار: این کنترل قابلیت راه اندازی انواع ربات های حرکتی با دو موتور DC را دارد.



بازوی صنعتی



طراحی بدنه و Platform ربات



بسته آموزشی الکترونیک ربات: این بسته آموزشی محصول منحصر به فرد شرکت نوآوران خلاق صدرا برای هوشمند سازی و کنترل ربات ها بدون نیاز به برنامه نویسی می باشد. این مجموعه بر اساس عملکرد رایج محصولات کنترل صنعتی این امکان را به کار آموزان می دهد تا به آسانی و بدون احتیاج به برنامه نویسی ربات خود را هوشمند سازند.

محصولات آریانا

شرکت نوآوران خلاق صدرا با همکاری شرکت فن آوران آریانا موفق به ساخت اولین مجموعه ساخت فلزی خود در قالب "مکانیک آسان شده" با نام آریانا شده است. این مجموعه کوچک شده ای از سازه های شبیه سازی شده مدرن و صنعتی برای همه گروه های سنی است.

در عصر حاضر لازم است مهارت هایی کسب کنید که این امر را می توان با آموزش جذاب در قالب ساخت سازه های صنعتی به دست آورد. بسیاری از مشاغل حال حاضر نیازمند درک صنعتی اولیه هستند.

بسته آموزشی آریانا با اخذ مجوز از دفتر تکنولوژی آموزشی و کمک آموزشی سازمان آموزش کشور به شماره ۲۴۹۳۲ در قالب مکانیک طراحی شده و می توان علوم مختلف از جمله فیزیک، ریاضیات، مکانیک و تکنولوژی را به سادگی به کار آموزان آموخت.

این بسته آموزشی با داشتن کتاب آموزشی همراه با سر فصل های عملی و منطقی با اهداف کتاب های درسی گامی نو در آموزش مشاغل جدید برای گروه های سنی مختلف می باشد و قابل استفاده در رده های سنی مختلف از دبستان تا دانشگاه و حتی صنعت را پوشش می دهد.

نرم افزار شبیه سازی سه بعدی Virtual Mec



در دنیای پیشرفته صنعتی امروز داشتن و استفاده کاربردی از نرم افزار های شبیه سازی باعث رشد خلاقیت و نوآوری در افراد متخصص خواهد شد. بر این اساس شرکت نوآوران خلاق صدرا پیشگام در ارائه خدمات کمک آموزشی اقدام به ترجمه و آموزش نرم افزار طراحی سه بعدی سازه های صنعتی محصول کمپانی Metakus نموده است.

این نرم افزار یک ابزار بسیار پیشرفته برای طراحی می باشد و گروه های سنی متفاوت - دانش آموزان مدارس - کار آموزان فنی حرفه ای - دانش جویان رشته ریاضیات - مکترونیک - ماشین ابزار - مکانیک - طراحی صنعتی - هنر - هنر های تجسمی با تهیه این نرم افزار می توانند تمامی سازه های خود را شبیه سازی کنند.

محیط این نرم افزار به دلیل دارا بودن ویژگی های سه بعدی چنان پویا به نظر می رسد که گویی در هنگام شبیه سازی مدل ها با اشیا واقعی سر و کار دارید.

در این کتاب مباحث مختلف به صورت کامل کاربردی و قدم به قدم آموزش داده می شود.

با این نرم افزار شما نیاز به قطعات ندارید و می توانید مدل های شرکت های Metakus - Merkun - Meccano را بسازید.

این نرم افزار بیش از ۵۰۰ قطعه مکانیکی را پشتیبانی می کند تا شما بتوانید با خلاقیت خود هر مدلی را طراحی کنید.

آزمایشگاه

آموزشگاه چپستار ریاضیات صدرا توسط شرکت نوآوران خلاق صدرا با مجوز رسمی از سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور تأسیس گردیده و در زمینه های ذیل فعالیت می نماید.

- آموزش تخصصی ربات های مسیر یاب، مین یاب، امدادگر، فوتبالیست و ...
 - آموزش و راه اندازی بازوهای صنعتی (ارتباط ربات با صنعت)
 - ارائه مدرک بین المللی از سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور
 - مشاوره تخصصی در زمینه اجرای پروژه های دانشجویی و صنعتی
 - معرفی کار آموزان و دانشجویان برجسته به منابع مرتبط
 - آماده سازی کار آموزان جهت شرکت در مسابقات ملی مهارت، جشنواره خوارزمی، مسابقات بین المللی ریاضیات (IRANOPEN) و دانشگاه صنعتی امیرکبیر
 - برگزاری دوره های آموزشی نرم افزار های فنی و مهندسی در زمینه الکترونیک مکانیک، برنامه نویسی، ریاضیات و اتوماسیون صنعتی
- این آموزشگاه آماده همکاری با کلیه ارگانه ها، کارخانجات و موسسات جهت آموزش کارکنان می باشد.

مسابقات و جشنواره ها

امروزه برگزاری مسابقات گوناگون یکی از بهترین راهکارها جهت بالابردن انگیزه یادگیری در سطوح مختلف سنی می باشد. پشتوانه علمی، دقت، پشتکار، کار گروهی از عناصر برجسته پیروزی در میدان مسابقه است. یک رقابت سالم و مهیج عرصه ای است برای فراگیران تا توانایی های خویش را در مساف با هم سن و سالان خویش ارزیابی نمایند.

در این راستا شرکت نوآوران خلاق صدرا جهت فراگیری مهارت های ریاضیات در طول سال تحصیلی و در معرض آزمایش گذاردن این مهارت ها، آشنایی با ایده های جدید و کسب تجربه برای شرکت در مسابقات رسمی کشوری و بین المللی اقدام به برگزاری سالانه جشنواره ربات های آموزشی در میان کار آموزان مقاطع مختلف تحصیلی از تمامی نمایندگی های فعال خود در مراکز استان ها می نماید.

در طراحی عناوین و موضوعات مسابقات سعی گردیده تا این رقابت ها حتی الامکان مشابه و مرتبط با رقابت های معتبر داخلی و بین المللی مانند خوارزمی، رویکوب مسابقات ملی مهارت و ... باشد و از این رهگذر تجربه ارزشمندی برای شرکت کنندگان علاقمند برای ادامه در مدارج بالاتر فراهم آید.

همچنین این مجموعه سالانه دوره های آموزشی ویژه مسابقات رسمی و کشوری برگزار کرده و هر ساله سرپرستی و هدایت تیم هایی از دانشگاه ها و دبیرستان های گوناگون جهت شرکت در لیگ های مختلف مسابقات را بر عهده دارد.

از جمله دستاوردهای حضور در این مسابقات کسب دو مقام کشوری و جهانی در مسابقات IRANOPEN، کسب ۵ مقام اول در ششمین المپیاد کشوری ربات آموزشی، کسب رتبه اول در جشنواره دانش آموزی تهران و دریافت رتبه برتر در جشنواره چابرین جهان و جشنواره خوارزمی توسط کار آموزان این مجموعه می باشد.



■ مهندس مهدی رضایی ، آموزشگاه تاسیسات گستران

فناوری های سیستم های حرارتی خورشیدی

خورشید، گوی غول پیکر درخشانی در وسط منظومه شمسی و تأمین کننده نور، گرما و انرژی های دیگر زمین است. تقریباً تمامی منابع انرژی زمین به خورشید تأمین می گردد. فقط انرژی اتمی، انرژی داخل زمین و آن قسمتی از انرژی جذر و مد که به وسیله نیروی جاذبه ماه می باشد، به وسیله خورشید تأمین نمی شود.

انرژی خورشید به واسطه واکنش های ترکیبی اتمی در اعماق هسته آن تأمین می شود. در یک واکنش ترکیبی، دو هسته اتم با یکدیگر همراه شده و هسته ای جدید را به وجود می آورند.

ترکیب هسته ای در مرکز خورشید به دلیل دما و تراکم فوق العاده زیادی می تواند صورت پذیرد. از آنجایی که بار ذرات مثبت است، تمایل به دفع یکدیگر دارند، اما دما و تراکم هسته خورشید به قدری زیاد است که می تواند آن ها را در کنار یکدیگر نگه دارد.

رایج ترین ترکیب هسته ای در مرکز خورشید، زنجیره پروتون-پروتون نام دارد. این فرآیند زمانی انجام می گیرد که ساده-ترین شکل از هسته ای هیدروژن (دارای یک پروتون) در کنار هم قرار می گیرند. نخست، هسته ای متشکل از دو ذره به وجود می آید، سپس هسته ای با سه ذره و در نهایت هسته ای با چهار ذره شکل می گیرد. در این فرآیند همچنین یک ذره الکتریکی خنثی به نام نوترینو پدیدار می گردد.

هسته نهایی شامل دو پروتون و دو نوترون است که در واقع هسته هلیوم می باشد. جرم این هسته به مقدار بسیار اندکی کمتر از جرم چهار پروتونی است که هسته از آن تشکیل شده است. جرم از دست رفته به انرژی تبدیل شده است. این مقدار از انرژی به کمک فرمول مشهور فیزیکدان آلمانی، آلبرت اینشتین، $E=mc^2$ قابل محاسبه است. در این معادله c, m, e به ترتیب معادل انرژی، جرم و سرعت نور می باشند.

خورشید کره ای است که به طور کامل از گاز تشکیل شده و بخش بیشتر این گاز، از نوعی می باشد که به نیروی مغناطیسی حساس است که دانشمندان به آن پلاسما می گویند.

شعاع خورشید (فاصله بین مرکز تا سطح آن) حدود ۶۹۵۵۰۰ کیلومتر که تقریباً ۱۰۹ برابر شعاع زمین است. دمای سطح خورشید ۵۸۰۰ کلوین و دمای هسته خورشید بیش از ۱۵ میلیون کلوین می باشد.

میانگین چگالی آن حدود ۹۰ پوند در هر فوت مکعب و یا ۱۰۴ گرم در هر سانتی متر مکعب می باشد. این مقدار تقریباً معادل ۱۰۴ برابر چگالی آب و کمتر از یک سوم میانگین چگالی زمین است.

بیشتر اتم های خورشید، مانند اغلب ستارگان، اتم های عنصر شیمیایی هیدروژن می باشند. بعد از هیدروژن، عنصر

هلیوم در خورشید بسیار یافت می شود و بقیه جرم خورشید از اتم های هفت عنصر دیگر تشکیل شده است. به ازای هر ۱ میلیون اتم هیدروژن در کل خورشید، ۹۸۰۰۰ اتم هلیوم، ۸۵۰ اتم اکسیژن، ۳۶۰ اتم کربن، ۱۲۰ اتم نئون، ۱۱۰ اتم نیتروژن، ۴۰ اتم منیزیم، ۳۵ اتم آهن و ۳۵ اتم سیلیکون وجود دارد. بنابراین حدوداً ۹۴ درصد از اتم ها، هیدروژن و حدود ۰.۱ درصد اتم-هایی غیر از هیدروژن و هلیوم می باشند.

و اما از لحاظ جرمی هیدروژن که سبک ترین عنصر است ۷۳.۴۶ درصد، هلیوم ۲۴.۸۵ درصد، اکسیژن ۰.۷۷ درصد، کربن ۰.۲۹ درصد، آهن ۰.۱۶ درصد، گوگرد ۰.۱۲ درصد، نئون ۰.۱۲ درصد، نیتروژن ۰.۰۹ درصد، سیلیکون ۰.۰۷ درصد و منیزیم ۰.۰۵ درصد از کل جرم خورشید را به خود اختصاص داده اند.

طبق برآوردهای علمی در حدود ۴.۵ بیلیون سال از تولد این گوی آتشین می گذرد و تا ۵ میلیارد سال آینده همچنان می توان آن را به عن وان یک منبع عظیم انرژی به حساب آورد. در هر ثانیه تقریباً ۱۰۱ در ۱۰ به توان ۲۰ کیلووات ساعت انرژی از خورشید ساطع می شود.

تنها یک دو میلیاردم این انرژی به سطح بیرونی جو زمین برخورد می کند.

این انرژی معادل ۵.۱ در ۱۰ به توان ۱۸ کیلووات ساعت در سال است.

به دلیل بازتاب، تفرق و جذب توسط گازها و ذرات معلق در جو تنها ۴۷ درصد از این انرژی به سطح زمین می رسد.

بدین ترتیب انرژی تابیده شده به سطح زمین، سالانه حدوداً معادل ۷ در ۱۰ به توان ۱۷ کیلووات ساعت است.

* فناوری های سیستم های حرارتی خورشیدی

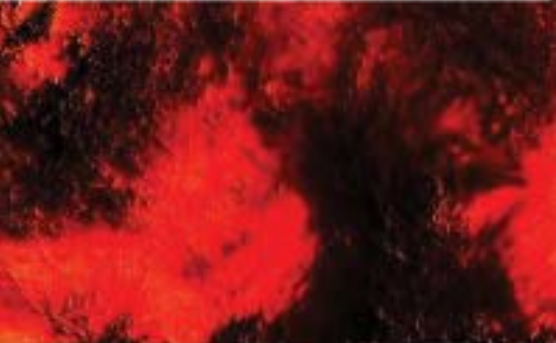
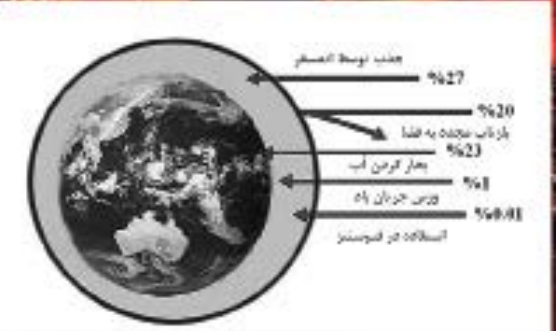
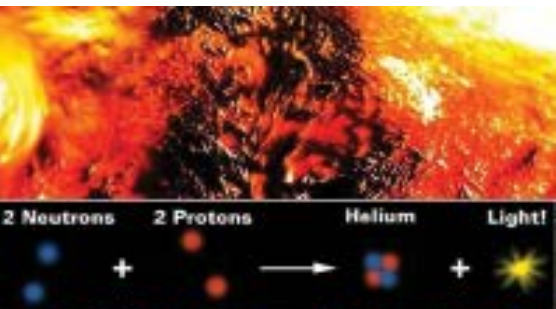
سیستم های حرارتی خورشیدی شامل سیستم هایی می شود که بر پایه گردآورنده های حرارتی با دمای پایین عمل می نمایند. این سیستم ها از منبع خورشیدی برای مصرف نهایی حرارتی استفاده می کنند، که خود شامل ۲ گروه: گردآورنده های تخت (کلکتورهای تخت) و گردآورنده های با تمرکز کم (کلکتورهای متمرکزکننده) می شوند.

سیستم های حرارتی دارای یک بخش ذخیره هستند تا حرارت خورشید را برای استفاده در شب ممکن نمایند. اکثر سیستم های حرارتی خورشیدی برای گرمایش آب به طور تجاری، استخرهای شنا یا آب مصرفی خانه های ویلائی، آپارتمانی و هتل ها و ... استفاده می شوند. همچنین بخش بزرگی از تقاضا برای گرمایش فضای ساختمان و برای تأمین انرژی مدارهای پمپ حرارتی جذبی و نظایر آن به منظور تأمین سرمایش فضای ساختمان ها نیز به کار می رود. برخی مفاهیم اولیه در سیستم های حرارتی به شرح زیر می باشد:

سیال عامل: در اغلب سیستم ها، حرارت جذب شده توسط کلکتور برای اینکه به نقاط دیگر منتقل شده و مورد استفاده مناسب قرار گیرد، به یک سیال انتقال حرارت که ممکن است روغن، آب، هوا و ... باشد، منتقل می شود. این سیال را، سیال عامل می نامند.

سطوح جاذب: سطوح تیره دارای قابلیت جذب بهتر اشعه های تابیده شده خورشید هستند. در سیستم های خورشیدی، جایی که نور خورشید تابیده شده یا متمرکز می شود، سطوح جاذب در معرض آن قرار می گیرند. این سطوح با روش های مختلف صنعتی ساخته می شوند که بتوانند حداکثر جذب انرژی حرارتی را داشته باشند.

سیستم ذخیره حرارتی: برای اینکه در طول شب یا در ساعات ابری بتوان از انرژی خورشید استفاده نمود، لازم است مقداری از انرژی حرارتی خورشید در منابعی ذخیره شود. در آبگرمکن های خورشیدی از مخازن ذخیره آب گرم استفاده می شود و در سیستم های نیروگاهی، انرژی حرارتی در مخازنی که حاوی روغن و شن هستند، ذخیره می شود تا در هنگام عدم تابش خورشید، مورد استفاده قرار گیرد.





دفتر سوم بهداشت و زیبایی ، امینه



ای ساخته می شود. این کلکتور اولین بار در سال ۱۹۵۹ توسط دکتر Harry Tamason برای بام خانه ای در مریلند ساخته و نصب شد. در این نوع کلکتورها آب از لوله ای در قسمت فوقانی، بر روی شیارهای صفحه کنگره ای می چکد. آب در حین عبور با جذب حرارت از صفحه تیره رنگ کنگره ای گرم شده و در پایین جهت مصرف و یا ذخیره در یک ناودانی جمع می شود.

(۲) کلکتور با هوا: که یکی دیگر از گردآورنده هایی هستند که در آن ها از هوا یا گاز به عنوان سیال برای انتقال حرارت استفاده می شود. نگهداری آسان و عدم یخ زدگی هوا از مزایای این نوع کلکتورها نسبت به دیگر انواع مایعی آن هاست. به علاوه در این نوع گردآورنده ها هوای گرم مستقیماً وارد ساختمان یا محفظه ذخیره می شود.

از معایب آن می توان به موارد زیر اشاره کرد:
(۱) مشکل گرم کردن آب مصرفی به وسیله هوای گرم تولید شده.
(۲) لزوم ساخت و نصب کانال هایی با سطح مقطع مناسب که فضای زیادی از ساختمان را اشغال می کند.

(۳) احتیاج به هوارسان با قدرت الکتریکی لازم برای انتقال هوای گرم از کلکتور به محل ذخیره.
(۴) کلکتور با مایع: که در این نوع کلکتور، سیال عامل یک نوع مایع مثل آب، روغن و یا مایعی با نقطه انجماد پایین انتخاب می شود، زیرا که یخ زدن آب در کلکتور و خوردگی از مشکلات اساسی در این نوع گردآورنده هاست. سیال عامل از قسمت پایین وارد و هنگام عبور از لوله های صفحه جذب کننده، گرم شده و از قسمت فوقانی با پمپ یا بدون آن به طرف مخزن ذخیره، جریان پیدا می کند. یک نوع از این کلکتورهای مایع، متشکل از چندین لوله گرمایی است که هر کدام از آن ها شامل یک لوله شیشه ای، صفحه جاذب و لوله گرمایی می شود. برای جلوگیری از اتلاف حرارتی از روی سطح جاذب و حفظ خواص اپتیکی لایه برگزیده خوابانده شده بر روی سطح جاذب، داخل لوله شیشه ای خلاء ایجاد شده است.

ادامه مطلب در شماره بعد

گردآورنده ها: به صورت تخت یا دارای انحنا می باشند. گردآورنده سخت: گردآورنده های تخت از جذب حرارت خورشید توسط یک ورقه فلزی تیره که حرارت را توسط یک سیال جاذب حرارت (مثل آب یا هوا) منتقل می کند استفاده می کنند. کلکتورهای تخت، پرتوهای تابش مستقیم و پراکنده خورشید را جمع آوری می کنند و احتیاج به سیستم ردیابی ندارند. این کلکتورها اتلاف حرارتی زیادی دارند و با وجود سطح جاذب بزرگ تر، دمای پایین تر و حرارت کمتری تولید می کنند. همچنین برای گرم کردن آب و هوا مناسب هستند و هزینه کمتری نسبت به دیگر متمرکز کننده ها دارند.

یک کلکتور تخت شامل اجزاء زیر می باشد:
(۱) صفحه شفاف که ممکن است یک یا چند لایه شیشه و یا پلاستیک شفاف باشد.
(۲) لوله ها و یا گذرگاه هایی برای عبور سیال انتقال حرارت.

(۳) صفحه جاذب که می تواند صاف، موج دار، شیاردار باشد که معمولاً به رنگ تیره بوده و لوله ها و گذرگاه ها به آن متصل می شوند.

(۴) مینیولید یا هدرهایی برای عبور و تخلیه سیال ناقل حرارت که معمولاً در قسمت بالا و پایین کلکتور نصب شده اند.

(۵) عایق بندی دستگاه برای کاهش اتلاف حرارتی که معمولاً اطراف و پشت کلکتور و لوله ها را شامل می شود.
(۶) قاب مخصوص که اجزاء کلکتور را در خود جای داده و آن ها را از غبار و رطوبت و دیگر عوامل خارجی مصون می دارد.

کلکتورهای تخت از نظر نوع سیال عامل، ساختمان و عملکرد به ۳ دسته تقسیم می شوند که عبارتند از:

(۱) کلکتور با آب چکه: که از صفحات فلزی تیره رنگ کنگره



■ فاطمه باستانی ، کارشناس مراقبت و زیبایی

ویتامین ها و زیبایی پوست

زندگی سالم وضوح وضعیت کلی سلامتی فرد را بهبود می بخشد. این امر پوست را نیز شامل می شود که ارگان منحصر به فردی در بدن انسان است. اصطلاح زندگی سالم شامل فعالیت جسمانی، ساعات خواب منظم، رژیم غذایی سالم و متعادل، وضعیت روانی و عاطفی سالم است.

فعالیت جسمانی سلامت را ارتقاء می بخشد. در حین فعالیت جسمانی جریان خون در پوست افزایش می یابد که رنگ قرمز گلی ایجاد می کند. در دراز مدت این امر ظاهر پوست را بهبود می بخشد. یک شب بی خوابی نیز باعث قرمزی چشم ها و ایجاد حلقه های تیره اطراف آن می شود. این امر در دراز مدت سبب آسیب تجمعی به ظاهر پوست می شود.

کمبودهای تغذیه ای با بیماری های پوستی ارتباط تنگاتنگ دارند، و ممکن است خود را به شکل ضایعات پوستی مختلف نشان دهند که عبارتند از: فقدان سایر ویتامین ها، پروتئین ها، اسیدهای چرب و عناصری که مقدار آن ها در بدن ناچیز است مثل آهن و روی. هر چند بیماری فقط در صورت فقدان خیلی شدید ظاهر می شود، منطقی است که کمبود جزئی و پایدار ممکن است منجر به تخریب تجمعی شود و باید از آن اجتناب کرد.

ویتامین ها مواد آلی هستند که وجود آن ها برای عملکرد طبیعی بدن ضروری است. این مواد به طور مستقیم در تشکیل ساختمان بافت های بدن حضور ندارند و همچنین منبع تولید

انرژی در بدن محسوب نمی شوند، اما برای فعالیت آنزیمی و واکنش های بیوشیمی درون بدن به آن ها نیاز داریم. هر روزه نقش ویتامین ها در درمان و جلوگیری از بیماری های پوستی بیش تر شناخته می شود. بهترین زمان برای مصرف ویتامین ها صبح می باشد.

از ویژگی های مهم ویتامین ها نقش آنتی اکسیدانی آن ها و افزایش مقاومت بدن در برابر بیماری ها از شمار ضایعات سرطانی و پیش سرطانی پوست می باشد.

چکیده:

پوست انسان بافتی زنده است و برای تداوم حیات نیاز به مصرف مواد غذایی و همچنین اکسیژن دارد. مواد غذایی شامل ویتامین ها، پروتئین ها، قندها، اسیدهای چرب و عناصر دیگر است. ویتامین ها نقش عمده ای در زیبایی پوست دارند. ویتامین C برای تولید کلاژن حیاتی است و کمبود آن باعث بیماری اسکوری می شود. ویتامین A در درمان آکنه و پیش گیری از پیری پوست استفاده می شود.

کمبود ویتامین B3 باعث بیماری پلاگر می شود. ویتامین B12 مانع از تیره شدن پوست می شود. فقدان ویتامین H باعث عفونت های زیرجلدی پوست می شود. فقر ویتامین F باعث پیدایش بیماری مثل آگزما، سبور، جوش، کورک، پسوریازیس و غیره می شود. استفاده از سبزی های تازه، غلات، گوشت، جگر، ماهی و ... در برنامه های غذایی باعث تأمین نیاز بدن به

این ویتامین ها می شود و از شبکه ها، ماهیچه ها، استخوان ها، عصب، رگ های خونی و هر چیز دیگر در داخل بدن محافظت می کند.

مقدمه:

پوست نقش بسیار مهمی در زیبایی هر فرد ایجاد می کند و به همین دلیل نام پوست و زیبایی اغلب در کنار هم برده می شوند. پوست بزرگترین اندام و اولین لایه دفاعی بدن می باشد و دارای ۳ بخش است که هر یک دارای اجزاء خاص و نقش خاص خود می باشند.

اپیدرم خارجی ترین لایه پوست می باشد. لایه میانی درم و لایه داخلی هیپودرم می باشد. هر شخص ممکن است نوع خاصی از پوست را دارا باشد. پوست خشک، پوست چرب، پوست مختلط، پوست حساس، پوست معمولی. هر یک از انواع پوست در صورت داشت امراض درمان های خاص خود را دارند.

عوامل زیادی در زیبایی، شادابی و جوان تر ماندن پوست موثر است. مثل نور آفتاب، آلودگی هوا، سیگار، رژیم های غذایی نامناسب، فعالیت های جسمانی، خواب منظم و کمبود مواد غذایی به خصوص آنتی اکسیدان هایی مانند ویتامین C و E.

در یک رژیم غذایی متعادل باید ۱۰ تا ۱۵ درصد انرژی از پروتئین ها، ۵۰ تا ۶۰ درصد از مواد قندی و ۲۵ تا ۳۵ درصد از چربی ها تأمین شود. البته این میزان ممکن است در شرایط ویژه ای تغییر نماید.

ویتامین A: از ویتامین A و مشتقات آن به صورت خوراکی و یا موضعی در درمان آکنه، بسیاری از ضایعات پوستی و پیش گیری و درمان پیری پوست و ... استفاده می شود. این ویتامین در کبد ذخیره می شود و با افزایش سن ذخیره آن هم افزایش می یابد و با افزایش میتوز سلولی موجب تسریع ساخت لایه های جدید اپیدرم و لایه برداری پوست می شود. این ویتامین با ترکیب سنتز کلاژن نقشی مؤثر در کاهش چین و چروک پوست دارد و پوست را سالم و سفت نگه می دارد. منابع غذایی آن شامل جگر، تخم مرغ، لبنیات، روغن ماهی و بعضی از مواد غذایی حاوی بتاکاروتن که در سبزی های تازه، هویج و میوه ها به فراوانی وجود دارد که در بدن به ویتامین A تبدیل می شوند.

ویتامین C: وجود ویتامین C برای تولید کلاژن بسیار حیاتی است. کلاژن ماده ضروری پیوند بافت و نگه دارنده ی پوست است که بدون آن بدن فرو می پاشد. چون این پروتئین باعث نگه داری اسکلت بدن ما، چسباندن ماهیچه ها به استخوان ها و نگه داری پوست و انحنای بدن در جای خودشان می باشد. ویتامین C، همچنین در مداوای التهاب، نقش شگفت انگیزی دارد.

ویتامین C از تولید ماده ای شیمیایی به نام آراشید و نیک اسید، که باعث التهاب پوست می شود جلوگیری می کند و باعث تعویض تأثیر آراشید و نیک اسید می شود و آن را به ماده ای بی ضرر تبدیل می نماید. آسیب های آراشید و نیک اسید فقط به بافت ریه خلاصه نمی شود. این ماده در ایجاد بیماری پسوریازیس و میکرواسکارها، که خود عوامل به وجود آورنده چین و چروک هستند، نقش مهمی دارد.

کمبود شدید ویتامین C سبب اسکوروی می شود. این بیماری با علائمی نظیر خون ریزی زیر پوست، تورم و خون ریزی لثه ها که در نهایت منجر به ریزش دندان ها می شود و نیز اختلال در توانایی ترمیم زخم ها تظاهر می کند.

اکثر مواد غذایی خصوصاً میوه ها و سبزیجات تازه دارای ویتامین C هستند. از جمله انگور، نارنج، گریپ فروت، پرتقال، لیموترش، توت فرنگی، اسفناج، کلم، سیب زمینی، جعفری، شلغم، رازیانه فلفل، کلم بروکسل، کرفس و ...

ویتامین D: به جذب کلسیم و فسفر کمک می کند. این ویتامین در پوست از تبدیل پیش سازهای خود بر اثر اشعه فرابنفش آفتاب ساخته و ذخیره می گردد که از ویژگی های منحصر به فرد پوست است. برای دفع چین و چروک های پوست و سفید شدن مو، جوش های صورت و خشکی پوست ویتامین D توصیه می شود. این ویتامین در ماهی، کره، تخم مرغ و جگر وجود دارد. شیر نیز از موادی است که حاوی ویتامین D می باشد و ضد ترک است.

ویتامین B1: از ویتامین های ضروری و حیاتی می باشد. برای بهبود ماهیچه، پوست و مو مفید است. این ویتامین در فرایند رشد و همچنین عملکرد دستگاه عصبی عملکرد زیادی دارد و کمبود آن منجر به بیماری بری بری می شود.

به فراوانی در قارچ، غلات، جگر، گوشت، قشر رویی دانه برنج، برگ های سبز، مخمر آبجو، تخم مرغ، شیر، ریشه و غده های زیرزمینی، شیرگاو نجوشیده، اسفناج و هویج موجود است. ویتامین B2: باعث پایین آمدن میزان اسیدهای چرب می شود. ضد چربی مو و برای نرمی رگ های خونی، ضد سلولیت و ضد آکنه است. در رشد و نمو بدن خردسالان و جوانان مفید است و در متابولیسم قندها مؤثر است. اثرات مفید دیگر در پوست بدن و مخاط ها دارد. کمبود ویتامین B2 باعث تیره رنگ شدن پوسن بدن و شکنندگی ناخن ها و موهای سر می شود.

از این ویتامین برای درمان بعضی از بیماری های پوستی مانند سبوره استفاده می شود. سبوره به ازدیاد فعالیت غدد چربی در پوست سر و صورت است که بر حسب نوع ترشح، باعث پیدایش بعضی از بیماری های پوستی، جوش غرور جوانی، ریزش مو، آگزما و غیره می شود. منابع مهم این ویتامین در خمیر ترش (مایه خمیر) مخمر آبجو، شیر خشک، گردو، عسل، اسفناج، سفیده تخم مرغ، خربزه، دل و قلوه و جگر می باشد. نیاز روزانه بدن به این ویتامین ۳ میلی گرم می باشد.

ویتامین B6: نقش مهمی در متابولیسم مواد پروتئیک، سنتز اسیدهای چرب از پروتئین ها، ساختن گلبول قرمز و تغذیه سلول های پوست، از بین بردن خشکی مو و چاق کننده است. کمبود این ویتامین در کودکان باعث علائمی مثل تشنج، کم خونی و درد دست و پامی شود و همچنین باعث ضایعات پوستی و درماتیت می شود.

از این ویتامین برای درمان فعالیت غدد چربی در پوست سر و صورت که باعث بروز جوش و دانه های غرور جوانی و ریزش مو می شود، استفاده می شود. این ویتامین در مخمر آبجو، دانه گندم و برنج، ذرت، جو، جو دو سر، جوانه گندم، آرد گندم، کلم، سیب زمینی، نخود سبز، لوبیای سبز، اسفناج، پرتقال، گلابی، موز، جگر گوسفند و گوساله، ماهیچه گوشت مرغ، ماهی، قارچ، زرده تخم مرغ، شیر مادر و شیر گاو وجود دارد.

میزان نیاز روزانه به این ویتامین ۲ میلی گرم است. افرادی که تخت درمان با بعضی از داروها (مثل داروهای ضد سل) هستند، باید میزان بیش تری از این ویتامین را دریافت کنند.

ویتامین B3: کمبود این ویتامین باعث ایجاد بیماری پلاگر می شود. بیش تر در افرادی که دچار سوء تغذیه شدید هستند و یا در نوشیدن مشروبات الکلی زیاده روی می کنند و یا دچار اختلالات روانی اند، دیده می شود. سه علامت مهم تشخیص این بیماری عبارتند از: درماتیت، اسهال و زوال عقل. علائم پوستی به صورت لکه های قرمز و پوسته دار و علائمی شبیه آفتاب سوختگی است. این بیماری از شمار امراض پوستی است که شناخت آن بسیار مهم است و خیلی سریع در عرض یک یا دو روز با درمان مناسب، بهبود می یابد. منابع مهم این ویتامین در تن ماهی، جگر و مرغ و برنج قهوه ای می باشد.

ویتامین B12: علائم پوستی مهم در کمبود این ویتامین، تیره شدن پوست است که به ویژه در شیارهای کف دست و انگشتان و برآمدگی های پشت مفاصل دست مشاهده می شود. همچنین شیارهای تیره رنگ ممکن است بر روی ناخن ها ظاهر شود. ویژگی مهم دیگر زبان پر رنگ و قرمز است.

این ویتامین از ترکیبات کبالت داری است که توسط میکروب های روده ای ساخته می شود. ولی از آن راه قابل جذب نیست. کبد می تواند میزان ویتامین B12 مورد نیاز را به مدت طولانی ذخیره کند. به همین سبب کمبود تغذیه ای آن کم مشاهده می شود و کمبود آن بیش تر در افرادی دیده می شود که ماده ای به نام فاکتور داخلی را در دستگاه گوارش خود ندارند و در نتیجه دچار کم خونی می شوند.

این ویتامین در جوانه گندم، مخمر مالت، برنج، ماهی، تخم مرغ، شیر و جگر یافت می شود.

ویتامین H یا بیوتین: ضد عفونت جلدی پوست است و فقدان باعث ایجاد ناراحتی های پوستی،

خشکی پوست و خستگی می شود. این ویتامین به مقدار کم در بافت های حیوانی و گیاهی مانند جگر، کلیه، لوزالمعده، شیر، تخم مرغ، مخمرها، بادام زمینی، قارچ، نخود، هویج، گوجه فرنگی و اسفناج وجود دارد.

ویتامین P: به سلامت و مقاومت عروق مویرگی کمک می کند. کمبود آن ممکن است سبب خون ریزی های زیر جلدی گردد. این ویتامین در مرکبات و برگ های سبز یافت می شود.

ویتامین E: ویتامین های گروه E جهت سلامتی دستگاه تناسلی لازم است. فقر ویتامین E سبب اختلالات سیستم تناسلی، نازایی، سقط های مکرر، اختلالات بینایی و ریزش مو می گردد. ویتامین E با نفوذ در لایه های سطحی پوست و اثر بر متابولیسم سلولی، عمل رادیکال های آزاد را در اکسیداسیون سلول ها خنثی کرده و مانع از تشکیل چین و چروک و پیری زودرس می شود. منابع این ویتامین در روغن جوانه گندم، زرده تخم مرغ، شیر و برخی از سبزیجات است. هرگز ویتامین E و آهن را با هم مصرف نکنید زیرا نمک آهن، ویتامین E را از بین می برد.

ویتامین F: در تأمین تعادل مواد چرب در رژیم غذایی نقش عمده ای به عهده دارد. فقر ویتامین F باعث پیدایش بیماری های پوستی مختلف مثل آگزما، سبوره، جوش، کورک، پسوریازیس و غیره می گردد.

ویتامین F در تأمین سلامت بدن و شادابی آن مؤثر است و از آن ویتامین و از روغن های محتوی اسیدهای چرب اشباع نشده مذکور، در تهیه کرم های حفاظتی پوست و تأمین سلامت و زیبایی آن استفاده می شود. این ویتامین در روغن های گیاهی و حیوانی یافت می شود.

ویتامین K: در این گروه موادی با اثر ضد خون ریزی وجود دارند و کمبود آن ها باعث خون ریزی در قسمت های مختلف بدن می شود که پوست نیز می تواند یکی از این محل ها باشد. در چنین وضعیتی باکوچکترین ضربه ای در زیر پوست خون مردگی ایجاد می شود.

ویتامین K1 و K2: جزء این گروه اند. ویتامین K1 نوع طبیعی ویتامین K است. فقدان آن در بدن باعث کم شدن پروترومبین در پلاسمای خون و کم شدن زمان انعقاد آن می شود. نیاز روزانه بدن حدوداً ۲ میکروگرم بر حسب هر کیلو وزن بدن می باشد که از طریق مصرف غذاهای حاوی گیاهان سبز، کلم، اسفناج، یونجه، و همچنین زرده تخم مرغ و سنتز آن ها در روده تأمین می شود.

ویتامین K2 دارای اثر ضد خون ریزی ولی ضعیف تر از ویتامین K1 است و به طور طبیعی توسط باکتری های روده ای ساخته می شود.

نتیجه گیری:

مراجعه به پزشک برای درمان امراض پوستی در بیش تر موارد خسته کننده و طولانی می باشد و پرداخت مبالغی هنگفت برای تهیه داروها را به دنبال دارد و نیز استفاده از ماسک های مختلف برای رفع مشکلات پوستی اغلب با نتیجه دلخواه همراه نیست و باعث ناامیدی می شود. بنابراین پیش گیری از به وجود آمدن امراض پوستی با تغذیه مناسب امری ضروری است. بهتر است سعی کنیم با استفاده از رژیم غذایی مناسب که میزان نیاز بدن به مواد مغذی را فراهم می کند و از سلامتی جسمی و روحی و همچنین سلامت پوست برخوردار باشیم.

منابع:

- کتاب راهنمای آرایش و مراقبت از پوست (علم زیبایی). مؤلفان: دکتر آوی شای، دکتر هوارد هایباخ، دکتر رابرت باران. مترجمان: دکتر ماندانا عطارزاده، دکتر بهرنگ عجم حسنی. انتشارات ققنوس، چاپ دوم.
- کتاب درمان چین و چروک. دکتر نیکلاس پرکین. ترجمه دکتر قاسم اصلانی. ویراستار: گلی نژادی. انتشارات: نشر ثالث، چاپ دوم.
- کتاب فنون آرایش و زیبایی، تألیف و ترجمه: فاطمه باستانی. انتشارات: نقش آفرینان بابکان. چاپ اول.
- کتاب پوست و مو. جلد اول: مراقبت از پوست. مؤلف: دکتر محمود شیرعلی (قمشه ای). انتشارات: موقی. چاپ دوم.
- کتاب سلامت و زیبایی پوست و مو. تألیف: شهناز چوپانکاره. انتشارات: کیهان اندیشه. چاپ اول.
- کتاب راز زیبایی و جوانی پوست با ورزش های صورت. تألیف: نسرين تک زارع و دکتر علی رضا تک زارع. انتشارات پیک ایران. چاپ چهارم





تاریخچه میکروپیگمنتیشن

میکروپیگمنتیشن که گاهی آن را آرایش دائم نیز می نامند به تزریق رنگدانه های طبیعی به سطحی ترین لایه درم پوست است که بدون خونریزی می باشد و طی فرایند اکسیده شدن به رنگ طبیعی در خواهد آمد ، اطلاق می گردد. این علم جهت زیبایی و یا رفع عیوب بکارگرفته شده است و چنین عملیات باستانی آسیایی ، امروزه مورد علاقه کل دنیا است . نیازی که منجر به تولد آرایش دائم گردید نیاز به طرحها و الگوهای خطی بوده و با بکارگیری سیستم های ایمن رو به گسترش است . به عنوان مثال در کشوری چون ژاپن خالکوبی روی بدن افراد خلافکار انجام می شود و یا در برخی از کشورها نماد پیامها و یا نشانهای قومی و قبیله ای است . کاربرد میکروپیگمنتیشن در دو حوزه زیبایی و ترمیمی پزشکی بسیار وسیع می باشد .

حوزه زیبایی شامل : آرایش دائم لب ، چشم ، ابرو و سایه زنی ها با انواع تکنیکهای تخصصی و حرفه ای می باشد .
حوزه پزشکی ترمیمی شامل : رفع اسکارها ، ایجاد و رفع عیوب هاله های سینه ، پاک کردن های ایمن تاتو ، ایجاد رشته های مو مانند بروی سر .

تفاوت این علم جدید با خالکوبی های گذشته در چیست ؟

تفاوتی که در این روش علمی جدید با روش سنتی قدیمی دیده میشود ابتدا در امکانات و وسایل بکارگرفته شده و همچنین تکنیکهای صحیح اجرایی می باشد . به عنوان مثال در گذشته خالکوبی بسیار ساده انجام میشد و از ابتدایی ترین ابزارها برای طراحی چهره و بدن استفاده می گردید . ابزارهایی مثل چوب ، استخوان ، دندان حیوانات ، خار ، تیغ ماهی و در کشورهای مانند ژاپن و مالزی از سوزنهای کوتاه برای رنگ دهی در قومهای بومی آن مناطق استفاده میشد یا شانه های سوزن مانند بلندی که با کشیده شدن روی پوست ایجاد خطوط سایه مانند می کرد که با پیشرفت علم این رشته هریک از این ابزار تغییر شکل و مجهز تر و ایمن تر گردید که نمونه ای از آن همان سوزنهای شانه ای بلند امروزه کوتاه تر شده و به نام سوزنهای فلت جهت ایجاد همان سایه زنی ها بکار می رود .

اولین قومی که با پختن پوست با یک رشته دود اندود اقدام به

میکروپیگمنتیشن



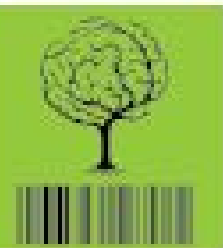
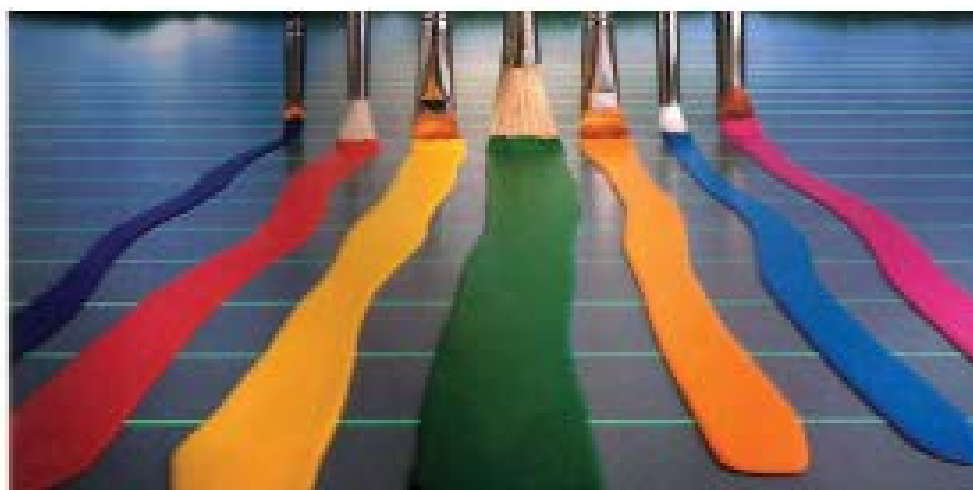
■ فرزانه کابلی ، کارشناس مراقبت و زیبایی

خالکوبی می کردند اسکیموها بودند که به این روش کار اصطلاحا زخم زینتی می گفتند و ماندگاری این روش بسیار زیاد بود . اروپائیان برای اولین بار سوزنهایی را به آسیا آوردند که در تصویر سازی دقت بیشتری داشت . در سال ۱۹۷۰ اولین وسایل و رنگهای آرایش دائم عرضه شد و در سال ۱۹۹۰ دستگاهها ترقی و پیشرفته شدند و تا به امروز این تغییرات و پیشرفتها بسیار چشمگیر بوده بطوری که جایگاه خوبی در جامعه پیدا نموده است . اجرای صحیح آرایش دائم می تواند بسیاری از مشکلات زیبایی که افراد با آن درگیر هستند برطرف نماید از جمله ناقرنکیها ، سوختگیها ، رنگ مردگی ها و

در ایران نیز با توجه به اینکه این رشته قدمت دیرینه دارد و همیشه مورد استقبال بوده و امروزه با ورود و پیشرفت مهارت های تخصصی و وسایل پیشرفته و نظارت سازمانهای مربوطه بخوبی در حال اجراست . چیزی که در این رشته مهارتی حائز اهمیت می باشد اجرای این کار توسط افراد مجرب و دوره دیده با بکارگیری بهترین روشها و ابزار های ایمن است تا با مواردی از جمله نارضایتی مشتری از بدرنگی ها بی رنگی ها و یا حتی بیماریهایی پوستی و عفونی مواجه نشویم . امید است با اطلاع رسانی و همکاری و نظارت سازمانهایی چون فنی و حرفه ای که مجری اعطا مدارک مهارتی و همچنین وزارت بهداشت و درمان افرادی لایق و آموزش دیده مشغول به فعالیت و گسترش صحیح این رشته مهارتی شوند و امنیت و اعتماد افرادی که نسبت به این رشته هنری زیبا علاقه مند هستند بیشتر گردد .

در حال حاضر مراکزی زیر نظر سازمان فنی و حرفه مشغول به آموزش افراد جهت گذراندن دوره های مهارتی این رشته می باشند از جمله این مراکز آموزشی ، مرکز آموزش قصر روشن است که با مدیریت سرکار خانم کابلی اولین مولف کتاب فنون آرایش دائم و مربی رسمی این رشته در کشور می باشد که با برگزاری دوره های مقدماتی و تخصصی این رشته در سطح کشور موفق به پرورش بیش از ۱۰۰۰ نفر نیروی مهارتی در رشته مذکور بوده است و کتاب جامع ایشان با بیش از ۶۰۰ تست جامع راهنمایی برای آرایشگران ، هنر جوان و مربیان داخل و خارج از کشور است .

دفتر چهارم روان شناسی ، کارآفرینی و بازاریابی





نگاهی روان شناسی به تبلیغات



■ امیر عباس صفری

درحالی که سعی دارد با سرعت هرچه تمام مسیر هر روزه اش را دربرزگراه طی کند ، به پیچ بزرگراه که می رسد. بی اختیار سرعتش را کاهش می دهد تا تصاویر زیبای دوربینهای فیلمبرداری کم حجم و زیبایی را ببیند که برپردهء بیلور نقش بسته است . هر روز بعد از آن پیچ دیگر در ابرها سیر می کند و روزی را تصور می کند که یکی از آن دوربینهای کوچک را داشته باشد تا بتواند لحظات شیرین زندگی اش را ثبت کند .

گرچه آن دوره گرد سالیان دورنیز با فریاد زدن و ایجاد هیاهو سعی داشت به نوعی تبلیغ کالای خود بپردازد ، اما همراه با رشد صنعت وافزایش تولید و تنوع بیشمار کالاها ، تبلیغات آنچنان دگرگون شده که بسیاری از علوم وفنون را درکنار هنرهای گوناگون به خدمت گرفته تا بیشترین و بهترین اثر را برجاگذارد . در این بین نقش روانشناسی در تبلیغات بیش از دیگر رشته های علمی است . در تبلیغ یک کالا تمامی تلاشها متوجه انسان است .

مخاطبی که از خلال حواس خود امور را درک و دریافت می کند وبه فرآیند سازی اطلاعات درمغز خود می پردازد. رفتاری هیجانی یا منطقی از اوسرمیزند و معطوف به هدفی خاص گرایش می یابد . پس می بینید که تمامی فرآیند ، روانشناختی است و مدیران تبلیغاتی موفق هستند . آنها در کار خود با پدیده هایی چون ادراک ، تمیز دادن ، تداعی

حافظه ، تصور ، هیجان و غریزه در ارتباطند که در واقع حوزه های علم روانشناسی است . اما همین جا باید گفته شود که یک مدیر تبلیغاتی موفق از سوی دیگر با قوهء تصور شگرف و حسن زیباشناسی در خور توجه ، همسنگ با هنرمندی است که به بهترین وجه تاثیر روانی مورد نظر را اعمال میکند .

ایجاد انگیزه

چرا باید کاری را انجام داد ؟ چرا باید این کالای خاص را تهیه کرد و نه دیگری را ؟ انگیزه ها ، جواب این چراها و پرسشهای مشابه هستند که در آن دلیل اجرای یک کار یا انتخاب مشخص میشود .

تمام دشواری کار تبلیغات در همین است که به مخاطب قبولانده شود به کالای مورد نظر احتیاج دارد و خواهان آن است . در یک کار تبلیغی ، مخاطب تحریک شده و با تاثیری که از آن کار تبلیغی در او ایجاد شده ، به برنامه ریزی برای خرید کالای مورد نظر می پردازد.

بسیار پیش می آید که تا قبل از اجرای یک کار تبلیغی ، مخاطبان نه احساس نیازی می کردند و نه به آن کالا و مورد استفاده آن فکر می کردند ، اما یک فعالیت تبلیغی موفق ، فکر مخاطبان را در جهت مورد نظر به فعالیت واداشته و انگیزه ای جدید در آنها شکل میدهد . از این پس ، مخاطبان تصور می کنند به کالای تبلیغ شده نیازمندند و یک « باید »

جدید در وجودشان شکل می گیرد .

معنای آشکار ، پیام پنهان

به راستی تبلیغات یک جادو است . کالایی شناسانده میشود که به منظور رفع یک نیاز اولیه یا ثانویه تولید شده است ؛ اگر کار به همین شناسایی ساده و مختصر ختم می شد ، تمامی عناوین تبلیغاتی به ذکر یک سطری نام و مشخصات کالا در جراید یا رسانه های دیداری ، شنیداری بسنده می کردند .

آراستن و استفاده از عناصر هنری برای شکل شدن موضوع تبلیغ ، هنوز در سطح آشکار است . امروزه با پیشرفت علم تبلیغات ، پیام پنهانی در لوای ظاهر آراسته تعبیه میشود که از خلال آن خرید کالای مورد نظر با ظرایف روانشناختی همراه است . ترسیم دنیای شیرین و تمام شدن غمها و غصه ها ، به اتمام رسیدن روزمرگی با خرید کالای مورد نظر ، دستیابی به تشخص و اعتبار ودستیابی به موقعیت اجتماعی برتر ، از پیامهای پنهانی است که روانشناسان تبلیغات در نگارش سناریوی یک کار تبلیغی مد نظر قرار میدهند .

شخص باید از دیدن یک تبلیغ شاد شود و احساس کند که با خرید آن کالا بر ضعفهایش فائق آمده و موجودی کاملتر خواهد شد .

معنای پنهان مناسب در ناهشیار مخاطب حک میشود و تا خرید انجام نشود ، دلمشغولی ادامه می یابد .

هیجان در برابر مناطق

یک مدیر تبلیغاتی ممکن است خیلی تابع هیجان نباشد اما خوب میداند که چگونه هیجان مخاطبان را برانگیزد و در مردم ایجاد علاقه کند .

فرآیند سازی اطلاعات در سطح مغز در دوسیستم هیجانی و منطقی انجام می شود . بین این دو سیستم ارتباطاتی وجود دارد و هیچ گاه نمی توان گفت که یک رفتار کاملاً هیجانی یا کاملاً منطقی بوده است . بسیار پیش می آید آنقدر هیجان زده میشویم که یک کار غیر منطقی انجام می دهیم و جالب آنکه بعد از متوجه شدن از هیجانی بودن رفتار خود ، چون دیگر رفتار انجام شده است به دنبال دلایلی منطقی در توجیه آن می پردازیم .

این تفکر هیجانی ، تصمیم گیری هیجانی بعد از آن و رفتار هیجانی متعاقب آن که دو را تکمیل می کند ، شدیداً مورد توجه روانشناسان تبلیغات است . شخص بدون دلیلی محکم انگیزه نمیشود ، تصمیم میگیرد که یک دو نیاز منطقی و مورد احتیاج را معطل بگذارد و به خرید چیزی بپردازد که باعث تشدید ضربان قلبش شده بود .

عناصر پیام

می گویند دشوارترین سناریو ، سناریوی یک کار تبلیغی

است . هر لحظه باید دقیقاً محاسبه شود . کالا باید در چندین ثانیهء طلایی معرفی شود . برای به کار بردن طنز ، یکی دو ثانیه بیشتر وقت ندارید . نباید بگذارید مخاطب یک پلک بزند . باید او را تحت تاثیر قرار دهید و میل خود را در او زنده کنید .

دروانشناسی تبلیغات ، عناصر پیام باید بر ناهشیار شخص اثر کند . پیام باید موجز و کوتاه باشد . هرگونه اطالهء کلام به ضد تبلیغات تبدیل میشود و شیرینی تاثیر را از بین می برد . علاو براین ، یک روانشناس تبلیغات به مطالعهء پخش یک پیام و دریافت آن پیام می پردازد . به این معنا که آیا همان معنا و اثری که مورد توجه سازندهء کار تبلیغی بوده است از سوی مخاطبان دریافت شده است یا نه . در این خصوص ، گرچه سازندهء یک تبلیغ ممکن است به حلاجی تمامی زوایای یک کار تبلیغی بپردازد و از نظر خودش همه چیز کاملاً در جهت هدف مورد نظر باشد ، اما گاه در بررسی بر روی طیف مخاطبان با استدلالها و توجیهاتی مخالف آنچه مورد نظر سازنده است ، رو به رو میشویم . از این رو ، قبل از پخش یک تبلیغی انجام مطالعات محدود میدانی لازم

است . در این مرحله سازندگان و مدیران تبلیغاتی گاه با تعابیری مواجه می شوند که اصلاً به آن فکر نکرده بودند .

کنترل افکار و اعتقادات

هنگامی که در روانشناسی اجتماعی ، به بحث رهبری می رسیم در آنجا صحبت از راههایی است که به وسیلهء آن با بهره جویی از هیجان افراد به کنترل افکار ودستکاری اعتقادات آنها پرداخته میشود . در همین جاست که جادوی تبلیغات به کار می آید و نظر و اندیشهء مخاطب را تعدیل وکنترل می کند و گاه تغییر میدهد . در این حال ، برانگیختن هیجان ، بریافت منطقی ذهن اثر می گذارد و با ایجاد اختلال در آن ، شخص بدون آنکه متوجه باشد ، در درستی یا نادرستی یک چیز ، تصمیم هیجانی می گیرد و مطابق آن عمل می کند و این همان چیزی است که جادوگر تبلیغات خواسته است . علاوه براین ، تبلیغات با یاری و کمک از مفهوم روانشناختی « پیش داوری » به بسیاری از عناوین تبلیغاتی شکل و جهت میدهد همانند تاکید برنظر مطلوبی که مردم به کالاهاى ساخت کشوری خاص یا شرکتي خاص دارند . توجه به نظر دانشمندان که پیش داوری خاصی را در مردم به وجود آورده اند و استفاده از نشانه ها و چهره هایی که جدای از موضوع تبلیغ ، احساس خوشایند یا ناخوشایندی را در بیننده ایجاد می کند ، همگی توجه به نقش پیش داوری در انتخاب و گزینش است و از یاد نبریم که گرچه شعارهای تبلیغاتی موجز و مناسبی مانند اینکه « جهانی فکر کنیم ، منطقه ای عمل کنیم » بسیار مهم است ، اما ما آدمیان بیشتر موجوداتی بصری هستیم .



■ اصغر امانی تهرانی . کارشناس گرافیک

مصرف‌کنندگان، نام‌های تجاری را بسیار دوست دارند، زیرا ارزش افزوده‌ای را در اختیارشان قرار می‌دهد. منظور، ارزشی علاوه بر محصول یا خدمات اصلی است که بعضاً به مهمترین انگیزه مصرف‌کنندگان برای خرید و یا استفاده از آن محصول تبدیل می‌شود. از این نقطه است که مفهوم «نام تجاری» دچار ابهام می‌گردد. قبل از هر چیز باید بدانیم این «ارزش» دقیقاً چیست؟

به عنوان مثال، ما از توانائی یک نام تجاری در اشاره به تعلق یک گروه یا موقعیت خاص، آگاهیم. علاوه بر این‌ها، این ارزش چقدر دقیق به نام تجاری افزوده و با آن تلفیق می‌شود؟ تبلیغاتچی‌های حرفه‌ای می‌گویند که آن تبلیغات است. مصرف‌کنندگان آگهی را دوست دارند، بنابراین نام تجاری را نیز دوست خواهند داشت. کارشناسان بازاریابی نیز معتقدند که توفیق و تجربه قبلی نشان تجاری، همه موضوع است.

پس راز ایجاد یک نام تجاری موفق چیست؟ قبل از پاسخ به این سوال، اجازه بدهید سه رویکرد رایج در توسعه علامت تجاری که توسط مدیران فروش با کمک آژانس‌ها و مشاورین تبلیغاتی و طراحان به کار می‌رود را مورد بررسی قرار دهیم. این نظریه‌ها بصورت گسترده منتشر شده‌اند، ولیکن از نظر تئوری خوب ایجاد نشده‌اند و به نظر من هنوز نام تجاری واقعا قدرتمندی را تولید نکرده‌اند.

آیا نام برند ما برای مجموعه ارزش آفرین بوده‌است؟

این سه نظریه عبارتند از: نشانه‌زیا، تثبیت آن، خلق شخصیت
به ظاهر، زیبایی علامت، به عاملی جهت تمایز تبدیل می‌شود. دست اندرکاران می‌گویند، خودمان «نام تجاری» را ایجاد می‌کنیم و این بدان معناست که یک نام و آرم انتخاب می‌کنیم، و در وضعیتی پیشرفته آنرا توسعه می‌دهیم. از آنجائیکه این «نشان» با آنچه رقبای ما ایجاد می‌کنند متفاوت است، مصرف‌کنندگان ما نیز تفاوت را درک می‌کنند. این نظریه ساده و خام است، برای افزایش اعتبار و باورپذیری، معمولاً با عواملی از دو رویکرد دیگر تلفیق می‌گردد. نظریه تثبیت نشان، ارزش‌های تجاری و سایر مفاهیم دلخواه را به نام، نشان یا نظریه اضافه می‌نماید. روند منطقی جریان به این صورت است: مشتری ارزشی را که برایش عزیز است در پیام ما می‌بیند و بلافاصله احساس می‌کند که این همان «نام تجاری» است که مناسب اوست.

شیفتگان طراحی «علامتهای احساسی» نام تجاری، مدعی‌اند که آنها به روشی تقریباً مشابه احساسات را به نام تجاری اضافه می‌نمایند. (به عنوان مثال، در تبلیغات، احساسات را بر می‌انگیزند) در نظریه سوم، خلق شخصیت برای نشان تجاری یا نظریه گولم، بازاریابان در جستجوی خلق یک هویت انسان‌گونه، دارای شخصیت (حتی کاریزما) هستند که از قابلیت ارتباط با مشتریان برخوردار است.

این سه نظریه شرکتها را از مسیر خود منحرف کرده و باعث

شده است که پتانسیل واقعی را که در «نامهای تجاری» نهفته است را، از دست بدهند.

اما نظریه دیگری هم وجود دارد که شاید بتواند بسیار مثمر‌تر باشد و تحقیقات و تئوری روانشناسانه و جامعه‌شناسانه فعلی نیز آنرا به اثبات رسانده‌است.

منطق اولیه برای توسعه یک «نام تجاری» با «ارزش افزوده» به نحو شگفت‌انگیزی مشابه منطق توسعه محصول است. در هر دو مورد ما برای مشتری ابزار یا روشهایی را ارایه می‌کنیم تا بوسیله آن، کارهایی را که می‌خواهند انجام دهند

درک این نقطه که «مشتری چه می‌خواهد» بسیار حائز اهمیت است. به نظر من اگر مصرف‌کننده تصمیم بگیرد خوشحال باشد، استراحت کند، تفریح کند، خودشناسی خود را تقویت کند، در باره یک واقعیت به خیال‌پردازی روی آورد و یا هر کاربرد روانشناسانه دیگری، آن دقیقاً چیزی است که او می‌خواهد انجام دهد. مصرف‌کنندگان هنگام دستیابی به اهداف و مزایای احساسی، تجربی، روانشناسانه فردی و اجتماعی، دقیقاً به مانند زمان تلاش برای دستیابی به اهداف ملموس‌تر و عینی‌تر، هدفمند و مصمم هستند. «علامت‌های تجاری» توأم با «ارزش افزوده»، ابزاری برای کمک به مصرف‌کنندگان در دستیابی به این اهداف هستند. این ابزار، عوامل کمکی و به زبان دیگر، عوامل کمکی اجتماعی هستند.

یک نام تجاری بدون وجود یک سناریوی کاربردی متقاعدکننده، نام تجاری نیست. گرچه ممکن است در ظاهر امر، نام تجاری به نظر برسد. شاید دارای نام، لوگو و هویت تصویری و سبک تبلیغات باشد اما مصرف‌کنندگان خواهان آن نخواهند بود زیرا بی‌فایده است.

کلیه روشهای نوین و موفق در زمینه تولید محصولات و ارائه خدمات در مورد خلق «نام تجاری» نیز صدق می‌کند. پیش‌شرط موفقیت، فراهم آوردن چیزی است که مشتری بدان نیاز دارد اما امروز نمی‌تواند خیلی سریع به آن دسترسی داشته باشد زیرا دستیابی به آن مشکل، بسیار پیچیده، خسته‌کننده و آزادهنده و بسیار گران می‌باشد. براساس این نظریه، نامهای تجاری دارای هویت انسانی نیستند و خارج از فکر مصرف‌کننده‌ها وجود ندارند و فقط ابزار هستند، وسیله‌ای برای نیل به هدف، به همین سادگی.

احساسات را نمی‌توان به نامهای تجاری تزریق کرد، هنگامی باعث تحریک احساسات می‌شوند که به عنوان منبع چیزی سودمند تلقی شوند. احساسات مثبت نتایج مستقیم این پیش‌بینی‌هاست. استفاده از سمبل‌های گوناگون (نام، لوگو، نوع خط، نماد و غیره) به خودی خود دارای تاثیر کمی هستند. اهمیت آنها عمدتاً در نقش آنها به عنوان شناسایی‌کننده‌های مزایای از قبل پیش‌بینی شده «نشان» مورد توجه قرار می‌گیرد.

برای ایجاد «نام تجاری» ۱۰ روش متفاوت وجود دارد که برای خلق سودمندی و یا ناکارآمدی محصول یا خدمات به کار می‌آید:

۱)ایجاد یک ارتباط پیش بینی شده با یک سود قابل حصول

اساسی‌ترین مرحله ایجاد نام تجاری، خلق نقطه اتصال بین نام تجاری و دیگر مشخصات آن و یک سود منطقی است. این سود یا توسط خود محصول بدست می‌آید یا یا هر یک از اجزای بازاریابی. این اصل اساسی را از دست ندهید: نامهای تجاری موفق، نظیر شامپو «Pantene» (که قول درمان شش نشانه بیماری موی ناسالم را می‌دهد) در این سطح کار می‌کنند. در اینجا ارزش افزوده ناچیز اما دارای اهمیت است.

۲) شکل دهی یک زمینه ذهنی

زمینه ذهنی یک مفهوم یا یک اصل سازمان دهنده است که به مصرف‌کننده اجازه می‌دهد از طریق هدایت قصد قبلی یا برخی حقایق رایج دیگر، حقایق غیر مربوط (نظیر فعالیتهای گوناگون بازاریابی یک شرکت) را به یکدیگر متصل نماید. در این گونه موارد، سود اصلی نام تجاری برای مشتریان، در زمینه ذهنی ایجاد می‌شود. به عنوان مثال اگر در قلب منطقه مهتن نیویورک بطور اتفاقی وارد هتلی مانند هادیسن یا رویاتن شوید، به شما قول تفریح در تمامی سطوح داده می‌شود، اما اگر بدانید که در یک بوتیک هتل هستید، اقامت شما بطور کلی تجربه‌ای متفاوت



خواهد بود. اما بوتیک هتل مفهومی است که تفاوت‌های بین هتل‌های دیگر متعلق به یک زنجیره از هتل‌ها را به تصویر می‌کشد و یا گاهی این تفاوت‌ها بین اتاق‌های یک هتل واحد نیز وجود دارد. این زمینه ذهنی شما را به سوی پیدا کردن تفاوت‌ها هدایت می‌کند.

۳) هدایت یک تجربه

این امر ذاتاً یک اثر هیپنوتیزمی است که در برخی موارد به تسکین و القای روحی، مربوط می‌شود در اینجا، ایجاد نام تجاری، بوجود آوردن انتظاری در مشتری است که امکان تجربه‌ای غنی‌تر و ماورای آنچه محصول به تنهایی در اختیار قرار می‌دهد را فراهم می‌سازد.

۴) خلق نشانهایی که معرف خود باشند

در اینجا نام تجاری، سمبل یا فضایی ایجاد می‌کند که برای تمامی افراد بخوبی شناخته شده است و مصرف‌کننده را قادر می‌سازد تا به شناخت جدیدی از خود برسد و توسط وی برای ارتباطات درونی (جهت ایجاد انگیزه برای یک تلاش یا قدرتمند ساختن تصویر شخصی)، برای ارتباطات بین فردی (جهت خلق یک تأثیر مشخص) و ارتباطات عمومی (بروز موفقیت یا وابستگی) بکار می‌رود.

۵) خلاقیت در انتقال پیام

نام تجاری در این رویکرد، از سمبلی متفاوت و در عین حال شناخته شده، بهره می‌گیرد. چنین نشانی، مصرف‌کننده را قادر می‌سازد در بین نظرات، جالب توجه کرده و یا یک احساس بسیار ویژه از خود بروز دهد. غول بزرگ تجارت الماس، شرکت دبیرز با سود بردن از این حقیقت فیزیکی که الماس، نماد ماندگاری برای یک رابطه است، از آن به عنوان وسیله‌ای برای ابراز تعهد استفاده نمود. در سپتامبر ۲۰۰۳ این شرکت از معنی جدیدی برای انتقال پیام خود استفاده کرد، زنی با حلقه ازدواج در دست راست و به معنی استقلال و عدم نیاز به جنس مخالف. (برخلاف حلقه در دست چپ که اغلب سمبل تعهد است).

۶) ایجاد یک جایگاه اجتماعی/فرهنگی

گام بعدی ایجاد نام تجاری، ایجاد موقعیتی است که مصرف‌کنندگان بتوانند به عنوان راهنما از آن استفاده نمایند. این راهنما به آنان کمک می‌کند بفهمند در اطرافشان چه می‌گذرد

و به آنها اطلاع می‌دهد که کدامیک از روشهای رفتاری هنجار هستند و چه چیز باعث خوشحالتراشدن آنها می‌شود. هنگامی که شرکت اپل کامپیوترهای شخصی خود را نه تنها به عنوان ابزار کاری بلکه به عنوان وسیله‌ای برای خود ابرازی و خلاقیت به بازار ارائه نمود، خود را به عنوان چنین مرجعی مطرح کرد. (این نام تجاری رویکردی فرهنگی در ارائه طیف گسترده‌ای از وسایل برای مردم عادی به منظور خلاقیت‌هایشان را آغاز نمود.)

۷) در نظر داشتن اهداف بلند

نام تجاری ابزاری برای مصرف‌کننده ایجاد می‌کند که وی را قادر می‌سازد در زمینه اهداف متعالی و نیات والایی که خود به تنهایی قادر به نیل به آنها نیست به فعالیت بپردازد. فروشگاه بادی شاپ خرید را راهی برای کمک به حفظ محیط زیست و افراد نیازمند در سرتاسر جهان تبدیل کرد.

۸) خلق یک دوست شفیق

نام تجاری راهی است تا مشتری بواسطه آن به گونه‌ای رفتار نماید (حداقل در سطحی خیالی) که خود یا جسارت آنرا ندارد یا حاضر به پرداخت بهای آن نیست.

۹) ایجاد یک باشگاه عاطفی

با انتخاب سبک زندگی متمدن و امن، به عنوان انسان از بسیاری از امکانات خود چشم پوشی می‌نماییم. برای جلوگیری از زوال فیزیکی بدن‌هایمان به باشگاه ورزشی رفته و ورزش می‌کنیم که بدلیل روشهای زندگی، ما با چالشهایی که بدن‌هایمان قادر به مواجهه با آنها هستند روبرو نمی‌شویم. به همین ترتیب برای تمرین مهارت‌های عاطفی خود در اموری که در سبک زندگی ما، پذیرفته نیستند به تماشای فیلم می‌پردازیم.

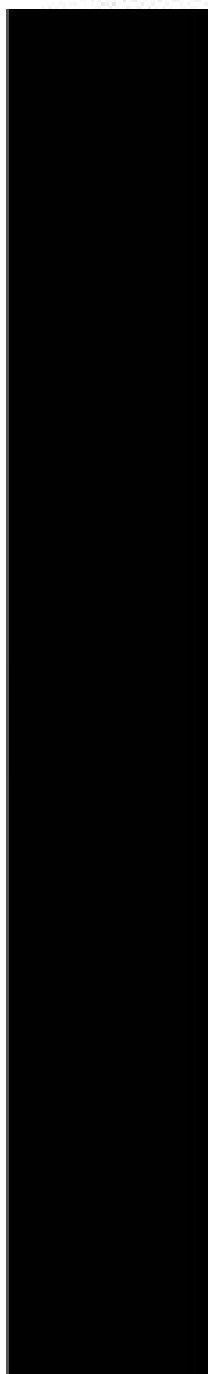
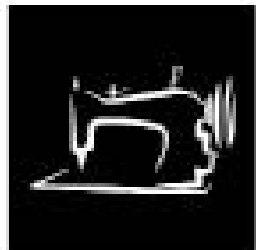
۱۰) امکان خیالبافی

مانند مورد پیشین، این نظریه خلق نام تجاری به مصرف‌کنندگان کمک می‌کند واقعیات بیرون را به موضوعات تخیلی تبدیل کنند. مصرف‌کنندگان درباره موضوعات مختلفی چون جاذبه جنسی، قدرت و سلطه، اهمیت، موفقیت، عشق فانی، خباثت و غیره به خیالبافی می‌پردازند. نام تجاری تیمبرلند به گونه‌ای برای مصرف‌کنندگان طراحی شده است که آنها درباره ماجراهای متهورانه در مقابل نیروهای طبیعت خیالبافی نمایند.

موارد مطرح شده فوق انواع گوناگون «ارزش افزوده» برای «نام تجاری» هستند. آنها روشهایی هستند که به خلق ارزشهای سودمند و موثر برای مشتریان منجر می‌شود و نیز راههایی که یک نام تجاری بتواند به آنچه شناخته شده، برسد. این ۱۰ نظریه باعث ایجاد وجه تمایز بین خلق استادانه نامهای تجاری و تقلید مبتدیانه می‌گردد.

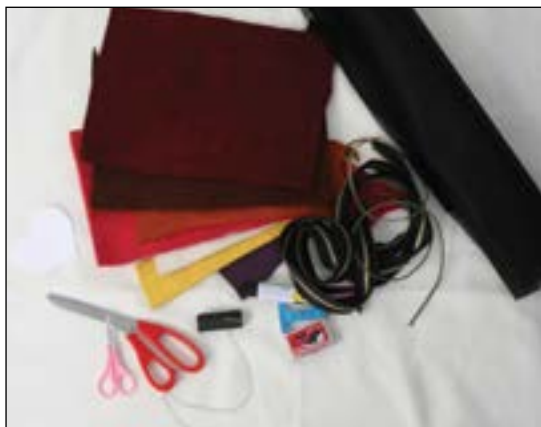
دفتر پنجم

یوشاک، طراح و دوخت



این شیوه یکی از پرفرمدارترین تزئینات در سال جاری است .

برای اینکه کار جلوه ی بیشتری به خود بگیرد میتوان از پولک، منجوق، سنگ های تزئینی، زنجیر و زیپ فلزی نیز استفاده کرد و یا اینکه با رنگ اکریلیک کار را رنگ آمیزی کرد .



آموزش تزئین لباس با زیپ ونمد

وسایل مورد نیاز

۱- زیپ با دندان های فلزی

۲-نمد طبیعی

۳-چسب آهن

۴- نخ و سوزن

۵-اورگانزا

۶-قیچی

۷-شمع

۸-الگو

ابتدا الگوی مد نظر را روی نمد کشیده و اطراف آن را با قیچی برش زده سپس آن را روی تکه ای از ارگانزا با چسب آهن میچسبانیم

زیپ فلزی را برش زده طوری که پارچه ی اطراف دندان های فلزی از آن جدا شود سپس با حرارت شمع یا فندک لبه های زیپ را شمع سوز کرده تا مانع ریش شدن آن شود

زیپ را لبه ی نمد برش خورده به سلیقه خود قرار میدهید و بین دندان ها را با نخ هم رنگ زیپ بست میزنیم طوری که زیپ به نمد و ارگانزا وصل شود و توجه داشته باشید که نخ شما از لبه ی کار بیرون نزنند . (میتوانید به سلیقه ی خود از چند ردیف زیپ استفاده کنید)

سپس مقداری از زیپ را به شکل حلزونی پیچیده و کنار طرح با بست ثابت کرد تا کار شما جلوه ی بیشتری بگیرد یا از سنگ و نگین نیز میتوان استفاده کرد همراه با کوک و کره ی تزئینی و یا نقاشی روی پارچه . پس از پایان کار طرح آماده شده را از ارگانزا جدا کرده و روی لباس به صورت بست بین دندان ها وصل میکنیم .

(در روش دیگر می توان ابتدا شکل را با زیپ ایجاد کرد مانند طرح یک پروانه یا سنجاقک سپس نمد را طبق شکل برش زده و با بست در جای خود وصل کرده)



آموزش تزئین لباس با زیپ ونمد

■ منیژه شاهپوری

کارشناس صنایع دستی، طراحی و دوخت

امروزه تزئین لباس، کیف، وسایلی مانند رومیزی، کوسن، سرویس اتاق خواب، آشپزخانه و پذیرایی توجه مردم را به خود جلب کرده است مخصوصاً نزد خانم های ایرانی که همه هنرمند و خلاق هستند و از وسایل گوناگون طبیعی و مصنوعی برای این هنر استفاده میکنند .

اما آنچه که امروزه در تزئین لباس به آن توجه بیشتری میشود استفاده از سنگهای طبیعی، چرم طبیعی، نخهای ابریشم طبیعی و پشمی است و عقیده این است که هرچه در طبیعت است به انسان انرژی مثبت می بخشد و ارزش بیشتری به لباس می دهد .

آموزش مادر این بخش تزئین لباس با نمد طبیعی که از پشم طبیعی به وجود آمده است و طی مراحل پشم طبیعی به نمد تبدیل میشود که جزء صنایع دستی می باشد و به حرفه ی نمد مالی معروف است چون همه ی کار به روش مالش پشم با دست انجام شده و پشم تبدیل به نمد می شود . سپس ضد عفونی و رنگ آمیزی می شود . که در پایان مناسب دوخت کیف، کفش، زیور آلات و تزئینات می باشد .





تاثیر مد و رنگ در لباس جوانان و نوجوانان

■ فخری نکویی مقدم

کارشناس طراحی و دوخت

مد در واقع نوعی تقلید است، یعنی تقلید ناشی از رقابت که رفته رفته برابری ایجاد می کند. به عقیده زیمل «مد هم میل به گرد هم آمدن و اجتماع با دیگران» را ارضاء می کند و هم میل به جدایی و ممتاز بودن از دیگران را. بسیاری از متفکران اسلامی از آثار روانی لباس سخن گفته اند، همان طور که حضرت علی علیه السلام می فرمایند: «لباس سفید غم و اندوه را می برد.» در دوران نوجوانی توجه به لباس و مد به نسبت شدید تر است. لباس برای نوجوانان حکم ورود او به دنیای فردا های اوست، زیرا در این سنین، دوران کودکی گذشته است و نوجوانان در پی معرفی خود به جامعه به عنوان یک فرد بزرگسال است و اولین روش می تواند تغییرات ظاهری، از جمله لباس باشد.

در این سن نوجوان به ظاهر خود توجه بسیاری نشان می دهد و به پوشیدن لباس هایی اهمیت می دهد که در میان همسالان خود محبوبیت دارند. نوجوان نه کودک است نه بزرگسال و همین نا ثباتی و سر در گمی شخصیتی بر همه ی عوامل زندگی او از جمله طرز پوشش تأ ثیر می گذارد، به طوری که خود نمی داند چه لباسی بپوشد که هم مناسب سنش باشد و هم او را ارضا کند.

دلایل توجه به لباس نوجوانان و مد

اگر نوجوان به ظاهر خود بیش از حد توجه نشان می دهد، اگر به پوشیدن لباس های عجیب و غریب علاقمند است، دلایل متفاوتی می تواند داشته باشد. یکی از دلایل آن این است

که از این طریق نوجوانان تجربه می کنند چه کسی هستند و می خواهند چگونه دیده شوند. البته پوشاک و مدل لباس برای هر فردی نقش نوعی علامت هویتی را ایفا می کند. با وجود این، از آنجا که نوجوانان در فرایند رشد و تحول هستند، در درجه ی اول طرز لباس پوشیدن آن هاست که تصور آنان را از خودشان نشان می دهد، لذا نوع پوشاک و لباس اهمیت بیشتری برای آن ها پیدا می کند.

گاهی منشأ این گونه رفتار حالت خود شیفتگی نوجوان است که در این سن به شدت ظاهر می شود. وابستگی به گروه همسالان نیز از جمله عواملی است که باعث پیروی آن ها از مد و توجه او به ظاهر می شود، چون وسیله ای برای هماهنگی و پذیرش در میان همسالان است.

نوجوانان می آموزند که طرز لباس پوشیدن نقش مهمی در روابط اجتماعی و ارزیابی و قضاوت دیگران در باره ی آن ها دارد، از این رو، طرز و مدل لباس برای همسالان و بزرگسالان نشانه ی مهمی است.

رنگ و زندگی

همان طوری که جهان و هستی را نمی توان بدون رنگ تصور کرد، زندگی و حیات شخصی و اجتماعی انسان ها را نیز نمی توان بدون رنگ تجسم کرد. شاید بتوان بدون رنگ ها زندگی کرد، اما روح و روان انسان ها خسته و بی رمق می شود. شاید در آن صورت هیچ تحول و تکاملی در فرایند حیات، زیبایی و زیبا

شناسی صورت نگیرد و جهان و زندگی انسان ها با تمامی تمدن و فرهنگ همچنان در بدو شکل گیری خود باقی بماند. اندیشمندان، هنرمندان و فلاسفه با شناخت رنگ ها، نقش و تأثیر شان را در زندگی اجتماعی و ذهنی انسان ها مطالعه و بررسی کرده اند.

رنگ و نقش آن در پوشاک

وقتی سخن از زیبایی به میان می آید ناخودآگاه رنگ نیز چگونگی و کیفیت اشیاء را از نظر زیبایی مشخص می سازد.

ما دنیا را بدون رنگ نمی توانیم تصور کنیم طبیعت و جهان پیرامون ما با رنگ هاست که زیبا می شود. زیبایی بدون رنگ و رنگ بدون زیبایی امکان پذیر نمی باشد و بی معنی و بی مفهوم خواهد بود. بنابراین دو عنصر مهم زیبایی و رنگ لازم و ملزوم یکدیگرند و با هم معنا و مفهوم پیدا می کنند. به گفته ی ایتن «رنگ خود زندگی» است، زیرا دنیای بدون رنگ همچون مرده است. رنگ ها به وسیله نور زاییده می شوند چون نور پدیده اولیه جهان می باشد. و روح دنیا از طریق رنگ هاست که آشکار می شود. همان طور که رنگین کمان و نور سپیده دم روح ما را تعالی می بخشد و تسکین می دهد و نشانی از صلح تلقی می شود.

تنوع و گسترش رنگ های موجود، به خصوص عرضه شدن رنگ های جدید موضوعی به نام هماهنگی رنگ ها را مطرح می کند. استفاده از رنگ ها باید به طریقی باشد که بین رنگ ها هماهنگی وجود داشته باشد. وقتی که مردم از هماهنگی رنگ ها صحبت می شود، در واقع، اثر کنار هم قرار گرفتن دو یا سه رنگ را ارزیابی می کنند. آزمایش و تجربه یا مجموعه های ذهنی رنگ نشان می دهد که قضاوت افراد در مورد هماهنگی و عدم هماهنگی رنگ ها با هم متفاوت است. در اصطلاح عام مجموعه ای از رنگ ها، زمانی هماهنگ نامیده می شود که از چند رنگ خویشاوندو یا از چند رنگ مختلف با درجه ی تیره - روشنی یکسان حاصل شده باشد. مجموعه های هماهنگ به نظر عام، آن هایی هستند که بدون کنتراست شدید در کنار هم قرار گرفته باشند. در نتیجه وجود هماهنگی یا ناهماهنگی به معیار خوش آمدن یا خوش نیامدن جذاب بودن یا نبودن بستگی دارد. چنین قضاوت هایی عاطفی یا شخصی است و عامل عینی ندارد. مفهوم هماهنگی رنگ بهتر است از قلمرو گرایشات ذهنی دور و به اصول عینی نزدیک شود.

بدین ترتیب، مشخص شد که رنگ البسه و پوشاک با شخصیت و طبقه ی افراد مرتبط نیست، به ویژه در گذشته وابستگی بیشتر بوده، در حالی که امروزه به دلیل تولید انبوه و پایین آمدن هزینه تولید رنگ ها، در مجموع بیشتر رنگ ها و ترکیب های آنان در اختیار همه افراد از هر قشر و طبقه ای قرار دارد.





اصول استفاده از رنگ ها در طراحی لباس

■ **فخری نکویی مقدم**

کارشناس طراحی و دوخت

در ایران، هر چقدر دلتان بخواهد خیاط داریم وهر کسی برای خودش خیاط آشنایی دارد که هرازچندگاهی چند دست لباس برایش می دوزد،جالب است بدانید که در کشورهای اروپایی مانند انگلیس، عکس آن است.

آنجا طراحان لباس زیادی در جامعهحضور دارند ولی کمترکسی فکر رفتن به خیاطی را به ذهن خود راه می دهد چون این کارهادر آن کشورها هزینه زیادی برمی دارد. در کشورهای اروپایی کسی مانند ما عادت نداردبرای یک مهمانی به بورس پارچه فروشی ها سر بزند و لباس دلخواهش را بدوزد.بد نیستعلم انتخاب رنگ در طراحی لباس را یاد بگیریم. در این صورت در لباس هایتان بیش ازپیش خواهید درخشید.

چشم نوازتر شوید:

انتخاب رنگ های مناسب برای لباس چیزی فراتر از سلیقه شخصی است. ممکن است متخصص طراحی لباس، ترکیب نارنجی و فیروزه ای را برای لباس بپسندد ولی پسند دیگران احتمالا چیزی دیگر است. چون متخصص طراحی لباس با آشنایی از رنگ ها، رنگ هایبیراکنار هم می چیند که باهم هماهنگ باشند. هماهنگی در رنگ لباس هایی که انتخاب می کنید مانند هماهنگی در نت های موسیقی است. همان طور که هماهنگی در نت های موسیقی میتواند آهنگی گوش نواز بیافریند، هماهنگی در رنگ بندی لباس می تواند شما را چشمنوازتر نشان دهد.

رنگ های گرم و سرد روشن یا تیره:

بسیار عالی است که شما از ترکیب رنگ ها در طراحی لباس تاناستفاده کنید. انتخاب رنگ های گرم و یا سرد، زنده یا کدر و مرده و یا روشن و یاتیره می تواند چهره شما را در لباس تان بسیار متفاوت جلوه دهد:

رنگ های گرم و سرد: قرمز، نارنجی، زرد، صورتی، قهوه ای را رنگهای گرم می دانند. این رنگ ها در لباس توجه برانگیزند. رنگ گرم خودنما است واحساسات را برمی انگیزد. ترکیب رنگ های گرم در کنار هم در سر تا پای شما، شما راجسور و غنی و زنده جلوه می دهد. پوشیدن این رنگ ها را به دختر خانم های جوان در مهمانی های دخترانه پیشنهاد می کنیم. برعکس طیف سبز تا بنفش که شامل آبی و سایهخاکستری است، رنگ های سردند.

مجموعه ای از رنگ های سرد احساس منفی را منتقل می کندولی همیشه هم این طور نیست. مجموعه ای از رنگ های سبز و آبی گاه احساس پاکیزگی راتداعی می کند.

رنگ های زنده و مرده: اگر شما گروهی از رنگ های زنده را چهگرم و چه سرد در کنار هم به کار ببرید، مانند این است که عده ای آدم جدی در محفلی همه با هم و درباره مطلب واحدی جر و بحث می کنند. کاربرد این رنگ ها در لباس بچه هاسلامت و شادابی آنها را نشان می دهد. رنگ های مرده را حتما در کنار یک رنگ زنده بهکار ببرید تا تاثیر مطمئن تری بگذارند.

رنگ های روشن و رنگ های تیره: رنگ های ملایم در طراحی لباسخانم ها، شخصیت ملایم تری را نشان می دهند. برعکس رنگ های روشن، رنگ های تیره مانندقرمز تیره، ارغوانی تیره، سبز تیره، آبی تیره، احساسی از بزرگی و قدرت را منتقل میکند که مناسب پوشاک مردانه و لباس های رسمی است.

استفاده از رنگ ها در طراحی لباس:

خیلی ها چون رنگ ویژه ای را دوست دارند بیشتر لباس ها یشان رادر آن مایه انتخاب می کنند ولی بد نیست اثر هر یک از رنگ ها را بشناسید، شایدنظرتان این بار که به خرید رفتید درباره رنگ لباس هایی که می خرید تغییر کرد:

قرمز: قرمز رنگ پر شور و نشاطی است. رنگ قلب و زیانه های آتش. قرمز نگاه را به طرف خود می کشاند. استفاده از رنگ قرمز برای پیراهن و رنگ سفیدبرای دامن شما را با نشاط تر و زنده تر جلوه می دهد. قرمز رنگ جوانی است و نوجوانانو جوانان می

توانند لباس ها و حتی کفش و کیف خود را در این مایه برگزینند. زرد: زرد رنگ اختطار است ولی نشانه توجه و شادمانی نیز هست. رنگ آفتاب و گل نرگس. فراموش نکنید اگر لباس هایی به رنگ زرد و خیلی درخشنده انتخابمی کنید، موجب خستگی چشم می شود. رنگ های لیمویی بهتر از رنگ زرد برای لباس جلوهدارند. اگر شما روسری زرد را انتخاب کرده اید، می توانید آن را با مانتویی مشکی ستکنید تا زیباتر شود.

سبز: سبز رنگ آرامش و درختان است. سبز بهار و طراوت را در ذهنتداعی می کند. شما می توانید گردنبندهای سبز را با کیف و یا کفش در این مایه ستکنید و بدرخشید.

آبی: آبی رنگ آسمان و دریاست. لباس های آبی هم مانند لباس هایسبز آرامش را القاء می کنند. اگر شما یک پیراهن یا روسری آبی روشن پوشید، جوان وپرانرژی به نظر می آیید، به همین دلیل است که از این رنگ در طراحی لباس های ورزشیزاد استفاده می شود. آبی سیر نشانه وقار است بنابراین گوشواره ها و گردنبندهایی ازاین رنگ شما را سنگین تر جلوه می دهد. آبی نشانه نظافت و پاکیزگی نیز هست، به همیندلیل است که بسیاری از دندانبزشکان و کادر بهداشتی از این رنگ در لباس هایشاناستفاده می کنند.

بنفش: بنفش رنگ دلغریبی است ،که از دیرباز رنگ ملکه ها بودهاست. بنفش ملایم در لباس های مهمانی و یا به عنوان روسری شما را رازگونه و جذابنشان خواهد داد.

قهوه ای: قهوه ای رنگ رسمی به شما می رود، به ویژه اگر اشیا ولباس های چرمی را در رنگ اصلی خود که قهوه ای است برگزینید، بسیار شیک و رسمی بهنظر خواهید رسید. رنگ قهوه ای برای محل کار و مکان های رسمی عالی است.

سفید: سفید، سمبل پاکی و بی گناهی و صلح است. قدرت سفید را بهعنوان یک رنگ کمکی دست کم نگیرید. آقایان اگر یک شلوار سفید و خانم ها اگر یک مانتوسفید در کمد لباس شان داشته باشند می توانند به راحتی آن را با هر پیراهن و روسریست کنند.

سیاه: سیاه رنگ شب و عزاست. ظاهر وزین رنگ سیاه آن را محبوبهنرپیشه ها و سیاستمداران ساخته است. اگر میل دارید که در یک مهمانی رسمی تر بهنظر بیایید، لباس هایی پوشید که از رنگ سیاه در آن استفاده شده است. رنگ سیاه شمارا لاغر تر نشان می دهد.





لباس و پوشش ترکمن ها؛ از گذشته تا حال

■ برگفته از: kachiran.ir

قان گل دلجه بازنویسی: شهروز اق آتابای

وشش و لباس ترکمن ها را در وهله اول می توان به دو دسته سنتی و امروزی تقسیم کرد. پوشش سنتی یا قدیم تا قبل از تلاش های رضاخان در جهت یکدست کردن شکل لباس در ترکمن صحرا - وکل ایران- استفاده می شد و پوشش جدید که تداول آن به دوره بعد از یکدست شدن شکل لباس مربوط بوده و تا حال حاضر تداوم دارد.

پوشش سنتی

لباس های ترکمنی از مواد گوناگونی چون ابریشم، پوست، کتان و پنبه فراهم می شد. البسه اصیل ترکمنی اعم از مردانه و زنانه از جنس ابریشم بود و لذا با توجه به اهمیت ابریشم، ارائه توضیحی مختصر در مورد تهیه و تولید آن ضروری می نماید. پرورش کرم ابریشم و تهیه پيله ابریشم بر عهده زنان بوده است. از نخ ابریشم پارچه های ابریشمی می بافتند که در دستگاه ساده ای به نام تارا (tara) عمل می آمد. بعد از تهیه ابریشم آن را بوسیله چرخ دستی تاب داده، با رنگهای طبیعی همچون قرمزی، انار، دانه، پوست انار، بویا، نیل و دیگر گیاهان صحرایی رنگزارنگ می کردند. این پارچه ابریشمین غالباً در عرض تقریبی نیم متر بافته شده، طول آن تا تمام شدن چله ادامه داشت.

لباس و پوشش ترکمن ها

لباس مردان

لباس های مردان را می توان در چهار قسمت تن پوش، شلوار، کلاه و کفش بررسی کرد.

الف) تن پوش ها

- دون (don):

لباس اصیل ترکمنی ردای بلندی بود که از ابریشم دوخته می شد و تا زیر زانوان می رسید و «دون» نام داشت. دون بنا به رنگ و نوع بافت بر دو نوع بود. اگر از ابریشم کاملاً قرمز رنگ دوخته می شد، «قیزیل دون» یا «قیرمیز دون» (Gyzyl/ Gyrgyz don) و اگر از ابریشمی دوخته می شد که رنگ آن متمایل به زرد بوده و بافت پارچه آن یکنواخت نباشد، -در واقع رنگارنگ و راه راه باشد- «قارما دون» (Garma don) نام داشت.

بر حاشیه دون نوارهای سوزن دوزی از نوع «آلاجا» (Alaja) (دو نخ تافته سیاه و سفید یا تیره و روشن) وجود داشت که به زیبایی این لباس می افزود. بر کمره دون کمربندی از شال (گاه آراسته به نقره) می بستند که به آن «قوشاق» (Guak) و یا «تیرمه شال» (Tirme) می گویند.

-چاکمن (Çäkmen)

بالاپوشی است بلندتر از کتھای کنونی که از کرک شتر تهیه می شود. چاکمن تهیه شده از کرک ظریف و مرغوب را «اینچه چاکمن» (inçe çäkmen) و چاکمنی را که از کرک زبر تهیه می شود «یوغین چاکمن» (Ýogyn) می نامند.

-ایچمک (Içmek)

یا پوستین که در هوای سرد استفاده می گردد و بنا به نوع پوستی که از آن تهیه می شد، انواع مختلفی داشت. پوست به کار رفته در

ایچمک دباغی شده و سپس با انواع مواد طبیعی به رنگ زرد در آورده می شود.

-کوینک (Köýnek)

که پیراهنی ساده و فاقد یقه بود و یا یقه ای کوتاه و مدور و بدون دکمه داشت با آستین هایی بلند که به جای دکمه، بندهایی در آن به کار می رفت. پیراهن دیگری نیز دوخته می شد که آن هم ساده، منتها دارای یقه کج یا کناری بود. این یقه با سوزن دوزی های مفصلی زینت داده می شد و سرآستینش نیز گلدوزی شده بود.

ب)شلوار

شلوار مردانه عبارت از تنبان گشادی بود که رشته ای پنبه ای لیفه آن را تشکیل می داد و سر آن راگاه با «هوتاز» (Hotaz) یا منگوله می آراستند. این شلوار «بالاق» (Balak) نام داشت.

ج)کلاه ها

-تلپک (Telpek)

کلاه پوستی با پشم های نسبتاً بلند که انواع گوناگون داشت که عبارتند از: -۱ دوومه تلپک -۲ بوخار تلپک -۳ شیپیرما تلپک

-بؤروک (Börük)

یا عرقچین که غالباً با نقوش گوناگون سوزن دوزی می شد و در برخی لهجه ها تاخیا (Tahýa) یا تایخا (Tayha) خوانده می شد.

د)کفش

-چکمه (çekme)

اصلی ترین پاپوش مردان چکمه های بلند چرمی با نوک برگردان بود. و در ترکمنی نیز «چکمه» نام داشت.

-چاریق (Çaryk)

چوپانان از پوست گاو چارقی تهیه می کردند که مخصوص استفاده در صحرا و خاک نرم بود.

-دولاق (Dolak)

پقبل از پوشیدن چارق پارچه ای دستباف دور پا تا ساق می پیچیدند که حکم محافظ و یا جوراب را داشت و «دولاق» نامیده می شد.

-چپک (Çeppek) یا یلکن (Yelken)

پاپوش تابستانی بود که از پوست شتر تهیه می شد و شبیه سرپایی های امروزی سبک و راحت بود.

زیور آلات و آرایش لباس های مردانه به تنوع و تعدد زیور زنان نبود و تنها منحصر به آرایش کمربند و کناره های «دون» و نیز سوزن دوزی «بوروک» بود.

لباس زنان

لباس های زنان ترکمن بسیار متنوع است. این نوع تنوع علت و فلسفه خاصی دارد که با دوره های سنی آنان مرتبط است. همچنین زنان و دختران ترکمن از لباس هایی با زیورآلات گوناگون استفاده می کنند که تنوع جالب توجهی دارد. ذیلاً به بررسی اجمالی پوشش زنان ترکمن در گذشته می پردازیم که به چهار قسمت تقسیم می شود:

الف)تن پوش ها

-کۆینک (Köýnek)

زنان ترکمن پیراهن های ابریشمین می پوشیدند که غالباً به رنگ قرمز بود و «قیرمیز کۆینک» (Gyrmyz K) نام داشت و در قسمت یقه و سر آستین سوزن دوزی می شد.

پیراهن سه قسمت داشت: ینگ (Ýeng) یا آستین، یان (Ýan) یا پهلوی و آشیری (A ыry) یا دامن بر روی پیراهن شال یا کمربندی بسته می شد. دختران از کمربندی آراسته به دانه های کوچک و ریز منجوق استفاده می کردند که «مونجوق قوشاق» (Monjuk Gusak) نامیده می شد.

ادامه در شماره بعد





نماینده رسمی و انحصاری محصولات GOOCHIE در ایران

شرکت بازرگانی فرداد دوست برتا (تایس فیس)



تولید کننده ی حرفه ای ماشین های آرایش دائم ، میکروپیگمنتیشن (تتو) ، قلم های پوستی (فرماین) ، پیگمنت های متنوع (رنگ دانه) درمانت Dermatest آلمان
ایسوزهای ریز سوزن (میکرونیادل) ، برای مجوزهای بهداشت اروپا (CE) ، ایسوز 9001

شرکت بازرگانی فرداد دوست برتا (تایس فیس)
+۰۲۱ ۸۸ ۹۹ ۳۴ ۰۳ www.goochie.com.cn
www.iran-niceface.com

Nice Face
Nice Face Group



انتشارات نقش آفرینان بابکان
Naghsh Afarinan - e - Babakan Publisher



ارسال رایگان

کتاب درسی و منابع تست آزمون فنی و حرفه ای

قابل استفاده برای مهارت آموزان ، کار و دانش
مقاضیان آزمون ادواری ، کارگران ساختمانی ، متقاضی بیمه

تهران ، خیابان رودکی ، ترسیده به ارومیه ، نبش کوچه بزرگی ، پلاک ۱۱

۰۲۱-۶۶۹۰۰۹۷۲-۶۶۵۶۵۶۰۳-۶۶۵۶۶۳۶۱

بخش آنلاین

WWW.TVTOBOOK.COM

آموزشگاه فنی و حرفه ای آزاد چیتا رباتیک صدرا



رباتیک صدرا پیشتاز و پرافتخار در آموزش و توزیع محصولات رباتیک

ARIANA ROBOT



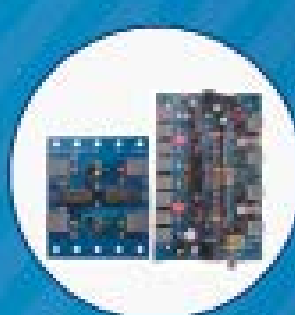
اعطای نمایندگی آموزش و فروش

محصولات رباتیک آریانا

تولید کننده در ایران

با مجوز از دفتر فناوری آموزشی و کمک آموزشی

تولید کننده محصولات منحصر به فرد رباتیک در ایران



WWW.SADRAROBOT.COM