

تعریف

یک رسانه **Static** (static) دیداری است که معمولاً از جنس کاغذ یا مقوا و در قطع های بزرگ برای نصب در مکان های عمومی بر روی دیوار یا بیل بوردهای تبلیغاتی تهیه می گردد. در طراحی پوستر برای انتقال و تبلیغ یک پیام یا ایده از امکانات بصری چون عکس، نقاشی و تکنیک های گرافیکی در حجم زیاد و از متن و نوشته به میزان کمتری استفاده می شود.

محاسن

۱. می تواند مخاطب وسیعی را پوشش دهد.
۲. می تواند گروه های خاص چون افراد بی سواد و کودکان را مخاطب قرار دهد.
۳. هزینه زیادی برای تهیه آن مورد نیاز نیست.

معایب

۱. تعداد پیام هایی که توسط آن منتقل می شود محدود است.
۲. امکان تعامل مخاطب با محتوا و فرم پیام وجود ندارد.

مشخصات مورد ارزیابی در پوستر

ارزیابی محتوا

a- بررسی دقت (Accuracy)

- متن پیام ارائه شده، منطبق بر معتبرترین منابع علمی باشد و تهیه کنندگان آن از اعتبار علمی لازم برخوردار باشند.

b -عدم تناقض (consistency)

- محتوی پیام تا چه حد با اهداف و موضوع مربوطه هماهنگ می باشد . تا چه میزان یکدستی و یکپارچگی در ارائه مطالب وجود دارد.
- تا چه میزان در محتوی پیام از تناقض با منابع معتبر پرهیز شده است.

c -شفافیت (clarity)

- ساده بودن و قابل فهم بودن پیام توسط ارزیاب سنجش می شود.
- در متن پیام ارائه شده در پوستر تا چه میزان از کلمات تخصصی - علمی، ادبی نامانوس استفاده شده است ، هرچه تعداد این کلمات بیشتر باشد، امتیاز کمتری به پوستر مذکور تعلق خواهد گرفت.

d -متناسب بودن بامخاطب (Relevancy)

- ۱ - محتوای پوستر هر چقدر با خصوصیات دموگرافیک (سن، جنس، شغل، سطح مواد) و فرهنگی مخاطبان تناسب داشته باشد امتیاز بیشتری خواهد گرفت.
- ۲ - توسط ارزیاب مانند سؤال فوق ارزیابی خواهد شد.

e- جذابیت (clarity)

جذابیت مطالب عنوان شده در پوستر با توجه به جذابیتی که برای جمعیت مورد نظر خواهد داشت توسط ارزیاب بررسی خواهد شد.

g- مقبولیت (credibility)

تولیدکنندگان پوستر تا چه میزان از نظر علمی- اجتماعی و فرهنگی مورد قبول مخاطب می باشند که توسط ارزیاب سنجیده می شود.

ارائه کننده گان پوستر تا چه میزان از نظر علمی- اجتماعی و فرهنگی مورد توجه و قبول جمعیت مخاطب می باشند که توسط ارزیاب سنجیده می شود.

ساختار پوستر**a- طراحی پوستر:**

میزان استفاده خلاقانه طراح یک پوستر از قابلیت های بصری مرتبط با موضوع از اهمیت زیادی برخوردار است شخص ارزیابی کننده باید تجربه کافی جهت ارزیابی این معیار را داشته باشد.

- در طراحی پوستر تا چه میزان اصول زیبایی شناختی (از قبیل ترکیب رنگ) کمپوزسیون (Composition) مناسب، رنگ پس زمینه، فونت های مناسب با پس زمینه و زیبا و... استفاده شده است . تشخیص این مساله احتیاج به ذوق و تشخیص هنری دارد.
- در طراحی پوستر تا چه حد از امکانات بطور مناسب از قبیل: فکر، طراحی گرافیکی زیبا، جداول و نمودار استفاده شده است.

پوستری که در یک نگاه مخاطب را جذب می کند میتواند پیام خود را بهتر منتقل کند. این جذابیت به مسائل مهمی از قبیل استفاده درست از رنگ ها، طراحی کلی پوستر، ابزارهای بصری و تکنیکهای گرافیکی بستگی دارد.

- هماهنگی و تناسب رنگ: رنگ یکی از اجزاء مهم در طراحی هر رسانه می باشد در پس زمینه پوستر بهتر است از رنگ های مات یا خاکستری استفاده شود که با عکسهای بکاررفته تناقض داشته باشند (یکی روشن و دیگری تیره). رنگهای شاد و زنده برای حاشیه ها و نیز تاکید بر موضوعات بکار می روند. در استفاده از رنگها برای تهیه پوستر باید بسیار دقیق بود چرا که استفاده از رنگهای مختلف می تواند سردرگم کننده باشد.

b- متن پوستر

- فونت های خوانا و زیبا، حتی الامکان باید نوع فونتها خوانا و فاقد پیچیدگی باشد ، در کل متن یک پوستر حداکثر از ۳-۲ فونت باید استفاده شود . فونتهایی چون Arial، Helvetica و Times برای این منظور مناسب هستند.

- اندازه فونتها ترجیحاً باید بصورت زیر باشد :

عنوان : از فاصله ۴/۵ الی ۵ متری خوانا باشد (سایز ۷۲)

سرفصلها : از فاصله ۳ متری خوانا باشد (سایز ۴۸)

متن پوستر: از فاصله ۱/۵ متری خوانا باشد (سایز بیشتر از ۱۸)

- تقسیم فضاهای موجود: فضای یک پوستر ایده آل باید به شکل زیر تقسیم شود:

❖ ۲۰-۳۰٪ فضاهای خالی

❖ ۴۰-۵۰٪ فضای گرافیکی

❖ ۲۰-۳۰٪ برای متن پوستر

c- کیفیت تهیه پوستر:

پوستر را می‌توان از نظر کیفیت تولید کاغذ یا کیفیت چاپ مورد نظر قرار داد.

خلاقیت (creativity):

تاچه میزان از الگوهای خلاق درتهیه پوستر استفاده شده و تا چه میزان متفاوت بودن پوستر با نمونه های مشابه محسوس است و چه میزان این تفاوت این پوستر را نسبت به دیگر پوسترها جذاب کرده است.

اجرا (performance)

با توجه به تعداد مخاطبین تیراژ تا چه حد این جمعیت را پوشش می دهد.

- مکان های انتخاب شده برای نصب پوستر تا چه حد می تواند یا توانسته است جمعیت مخاطب را پوشش دهد.
- زمان انتخاب شده برای توزیع پوستر چقدر متناسب با پیام ارائه شده درپوستر می باشد ودر این زمان چه میزان از جمعیت مخاطب در دسترس می باشند که این سه جنبه توسط ارزیاب سنجش می گردد.

ارزیابی (Evaluation)

برنامه ای که برای ارزیابی پوستر در نظر گرفته شده است آیا ابزارهای سنجش را برای نشان دادن رسیدن به هدف آموزشی پیام را دارا است و تاثیر پیام را بر مخاطبین از نظر تغییر دانش، نگرش، رفتار را می سنجد که این مسائل را ارزیاب سنجش خواهد کرد.