

مجموعه استانداردهای رسانه های ترویجی

شماره ۲

## استاندارد تولید

پوستر

## تعریف

- ❖ پوستر، یک رسانه دیداری است که مشتمل بر یک پیام خاص در حیطه علوم کشاورزی و محیط زیست روستایی است که با توجه به سواد بصری مخاطبان طراحی تولید می شود.
- ❖ پیام پوستر به دو صورت دیداری (بصری) و نوشتاری تهیه می شود.

- ۱- پیام دیداری (تصویری): که اصل و بنای پوستر را تشکیل می دهد. به این معنی که بدون هیچگونه مطلب یا پیام نوشتاری، پیام مورد نظر را به مخاطبان منتقل کند.
- ۲- پیام نوشتاری: تنها به عنوان مکمل و اطمینان از درک کامل پیام توسط مخاطبان درج می گردد. پیام نوشتاری در تعدادی جمله یا عبارت اندک (بین یک تا حداکثر ۴ جمله یا عبارت) تهیه می گردد.

## هدف

- ❖ هدف از طراحی و انتشار پوستر، انتقال یک پیام اضطراری و مهم و یا تأثیر گذاری عمیق و مثبت بر بینش، دیدگاه و رفتار مخاطبان به منظور جلب توجه برای رعایت کردن یک موضوع خاص و گرویدن مؤثر آنان در اجرای آن می باشد.
- ❖ هدف پوستر مشتمل بر دو طبقه عمده زیر است:
  - ۱- هدف آموزشی: ارائه یک پیام آموزشی اضطراری برای به کارگیری آن توسط مخاطبان (که بیشتر در حیطه شناختی قرار دارد).
  - ۲- هدف ترویجی: ارائه یک پیام برای تغییر باور، نگرش و گرایش مخاطبان نسبت به موضوعی خاص (این پیام بیشتر در حیطه عاطفی و بینشی قرار دارد).

## مخاطبان

- ❖ مخاطبان پوستر عموماً کشاورزان و بهره برداران و سایر دست اندرکاران بخش کشاورزی هستند. بدیهی است این مخاطبان را می توان در گروههای هدف زیر طبقه بندی کرد"

- ۱- کشاورزان خرده پا (باغداران، زنبوران، پرورش دهندگان ماهی و آبزیان، صنعتگران روستایی، دامداران؛ مرتعداران، جنگل نشینان، گندمکاران و امثال آن)
- ۲- زنان روستایی و عشایری
- ۳- جوانان و نوجوانان روستایی
- ۴- کارکنان و کارگران تشکلهای، تعاونیها و مراکز تولید صنعتی و نیمه صنعتی
- ۵- مصرف کنندگان محصولات کشاورزی (اعم از روستایی و شهری)
- ۶- گروههای پیشرو (کشاورزان پیشرو، مروجان داوطلب، رهبران محلی و ...)

## ماهیت پیام

❖ ماهیت پیام هر پوستر (اعم از آموزشی و ترویجی) به نوع نیاز مخاطبان بستگی دارد:

- ۱- پوستر آموزشی (که پیام آن بر اساس نیازسنجی از مخاطبان انتخاب و طراحی می شود).
- ۲- پوستر ترویجی (که پیام آن بر اساس سیاستها و برنامه های توسعه بخش کشاورزی توسط مسئولان دفاتر و مدیریتهای معاونت ترویج و نظام بهره برداری در مرکز و استانها پیشنهاد می شود).

## اصول طراحی

❖ در طراحی پوستر باید نکات ذیل مورد توجه قرار گیرد:

- ۱- هدف آموزشی یا ترویجی پوستر، مشخص و روشن باشد.
- ۲- پیام پوستر در راستای تحقق هدف آموزشی یا ترویجی آن باشد.
- ۳- پیام پوستر بسیار مختصر و اندک باشد.
- ۴- عنوان پوستر ساده باشد (۴ تا ۶ کلمه کافی است).
- ۵- پیام و عنوان پوستر یک عبارت کامل باشد. (به یک یا دو کلمه یا جمله و عبارت ناقص اکتفا نشود).
- ۶- عناصر پوستر (طرح؛ تصویر، رنگ، ترکیب و ...) در جهت انتقال صحیح و سریع پیام پوستر تنظیم شود.
- ۷- ترکیب بندی، رنگ، تصویر و ... جالب و جذاب و زیبا باشد
- ۸- طراحی به شیوه ای انجام شود که بیننده بی سواد پیام پوستر را به راحتی درک کند

# انواع

❖ پوسترها با توجه به هدف، به دو دسته تقسیم می شوند:

- ۱- پوستر ترویجی (با هدف ترویج یک موضوع جدید برای تغییر در رفتار و نگرش مخاطبان نسبت به آن موضوع)
- ۲- پوسترهای آموزشی (با هدف انتقال یک پیام آموزشی برای ارتقاء سطح دانش و آگاهی مخاطبان)

## ساختار و محتوا

الف : محتوا

❖ محتوای پوستر در واقع پیام تصویر و نوشتاری آن است. که نوشتار به منظور تکمیل، ترمیم و کمک به انتقال محتوای تصویر ارائه می شود.

ب : ساختار

❖ ساختار پوستر در واقع قرار گرفتن محتوای تصویر و نوشتاری در پوستر است. باید ساختاری انتخاب شود که حجم اصلی پوستر (لااقل سه چهارم سطح پوستر) را تصویر و حداکثر یک چهارم آن را نوشتار تشکیل دهد.

❖ در یکی از گوشه های بالا یا پایین پوستر می بایست، عبارت : معاونت ترویج و نظام بهره برداری و در ذیل آن واحد منتشر کننده پوستر (دفتر برنامه ریزی رسانه های ترویجی با مدیریت ترویج استان) بسیار ضعیف که چشم را به خود جلب نکند، آورده شود.

## مشخصات فنی

در تهیه پوستر مشخصه های ذیل باید رعایت شود:

- ۱- قطع پوستر؛ می تواند از یکی از چهار قطع (۴۵\*۳۰، ۴۵\*۴۵، ۵۰\*۶۰، ۷۰\*۵۰ سانتیمتر) انتخاب شود.

- ۲- چاپ پوستر؛ به صورت افست یا سیلک و در بیش از دو، سه یا چهار رنگ انجام می شود.
- ۳- شمارگان پوستر؛ می بایست در سطوح ملی (لااقل ۱۰/۰۰۰ نسخه) و در سطوح استانی (لااقل ۳۰۰۰ نسخه) باشد.
- ۴- پیام نوشتاری؛ باید با حروف درشت، خوانا (غیر دکوراتیو) درج شود و تصویر را زیاده از حد تحت تأثیر قرار ندهد.
- ۵- پیام تصویری؛ از آنجا که سواد بصری در جنبه های گرافیک و هنرهای ترسیمی در نزد روستاییان بزرگسالان پایین می باشد و درک پیام عکس (واقعیت) در آنها تقویت یافته است. باید پیام تصویری پوستر بر اساس عکسهای واقعی بیان شود.

## انواع از نظر سازمان تولید

- ❖ پوستر آموزشی یا ترویجی از نظر سازمان تولید به دو دسته تقسیم می شوند:
- ۱- پوسترهای در سطح ملی : این پوسترها توسط دفتر برنامه ریزی رسانه های ترویجی (اداره تدوین متون) برای مخاطبان آن در سراسر کشور تهیه و منتشر می شود.
- ۲- پوسترهای در سطح استانی: این پوسترها توسط مدیریت ترویج و مشارکت مردمی هر استان برای مخاطبان ساکن آن استان برای مخاطبان ساکن آن استان تهیه و منتشر می شود.
- ❖ تفاوت این دو نوع پوستر ، صرفاً در نوع پیام آنها می باشد. پیام پوستر ملی، پاسخگوی نیاز عموم مخاطبان در سراسر کشور و پیام پوستر استانی ویژه استانی ویژه گروهی از مخاطبان کشور (ساکن در استان ذیربط) است. سایر اجزاء استاندارد در هر دو نوع پوستر یکسان است.
- ❖ در پوستر های استانی، ساختار پوستر بومی شود، یعنی در طراحی آن از مؤلفه های فرهنگی و اکولوژیکی منطقه استفاده شود.

## کنترف کیفیت

❖ دفتر برنامه ریزی رسانه های ترویجی (اداره تدوین متون) مسئول ارزیابی تولیدات نوشتاری استانهاست . از این رو، هنگامی که یک پوستر مجوز انتشار خواهد گرفت که ارزیابی نسخه ارژینال (برای کنترف کیفیت) از سوی اداره مزبور اعمال شده و تأییدیه لازم را صدر کرده باشد.

این استاندارد در ۱۰ فصل توسط دفتر برنامه ریزی رسانه های ترویجی تهیه شده است. که از آذر ماه ۱۳۸۱ تا اطلاع ثانوی اداره تدوین متون و مدیریتهای ترویج و مشارکت مردمی استانها مکلف به رعایت آن در فرایند تولید پوستر های آموزشی و ترویجی می باشند.