

ده قانون ساده برای تهیه پوستر مطلوب

غلامحسین حق نیا

پوسترها جزء کلیدی ارتباط علمی و عنصر مهمی در زندگی علمی افراد بشمار می روند. اگرچه پوسترها می توانند مطالب علمی را با کیفیت خوب انتقال دهند ماهیت آنها با ارائه شفاهی و یا مقالات چاپ شده متفاوت است و از این رو باید به آن توجه ویژه داشت در واقع پوسترها تصویری از کار پژوهشی ما هستند که هدف آن پیوند دادن همکاران از راه گفتمان درباره کار پژوهشی آنهاست. اگر چنانچه صاحب پوستر حضور فیزیکی نداشته باشد باید خواننده را به یادگیری بیشتر در مورد آن تشویق کند. بسیاری از همکاریهای دراز مدت در مقابل تابلوهای پوستری آغاز شده است. آنچه که به دنبال این مطالب ملاحظه می فرمایید ده قانون ساده است که می تواند بازده فرایند زمان بر تهیه و ارائه یک پوستر موثر را به حداکثر برساند، با این امید که مورد استفاده قرار گیرد.

قانون ۱: هدف را تعریف کنید

بسته به وضعیت و ماهیت کار ارائه شده هدف تغییر می کند. برخی پوسترها به گونه ای طراحی می شوند که برای استفاده های مکرر به کار روند. از برخی دیگر یکبار در همایش استفاده می شود و سپس به دیوار آزمایشگاه یا راهرو ساختمانها تبعید می شوند. پیش از آنکه پوستر خود را تهیه کنید به پرسشهای زیر پاسخ دهید: چه انتظاری از شخص عبور کننده مقابل پوستر خود دارید؟ آیا می خواهید مطالبی را از آن فرا گرفته و بعداً کار مشابهی برای خود انجام دهید؟ آیا انتظار همکاری با دیگران دارید؟ همه موارد گفته شده یا هیچکدام از آن بلکه نظر دیگری دارید. از این رو پوستر خود را بر همان مبنا شکل دهید.

قانون ۲: توجه بازدید کننده را در ۱۰ ثانیه جلب کنید.

در بعضی همایشها صدها پوستر ارائه می شود. ضرورت دارد که برای جلب توجه بکوشید تاثیرهای نخستین پوستر شما و تا حدی کمتر آنچه را که در مقابل پوستر خود ایستاده اید و می گوئید از اهمیت زیادی برخوردار است. همانند این است که در یک آسانسور قرار گرفته باشید و قبل از خارج شدن تنها چند ثانیه فرصت دارید تا علاقه مخاطب را نسبت به موضوع مورد نظر خود زیاد کنید. موضوع اصلی این است که شما باید کار خود را مشابه یک کالا به فروش برسانید.

قانون ۳: عنوان مهم است

عنوان پوستر راه مناسبی برای عرضه و فروش کار علمی شما است. شاید تنها چیزی باشد که شرکت کننده ها در همایش پیش از رسیدن به پوستر شما آنرا می بینند. عنوان باید آنان را برای آمدن و دیدن پوستر شما علاقمند کند. عنوان باید به گونه ای باشد که یک پرسش قطعی را مطرح کند، حدود و میدان مطالعه را تعریف نماید، یا به یافته های جدید اشاره داشته باشد. مهمتر از همه اینکه عنوان باید تا حد امکان کوتاه و قابل درک برای گستره وسیعی از شرکت کنندگان باشد. عنوان کار شما معادل سرتیتر روزنامه است کوتاه، دقیق و تاثیر گذار

قانون ۴: صرف پذیرش پوستر بی ارزش است

پذیرش پوستر خود را به عنوان تضمین و حمایت از کار خود تلقی نکنید در بسیاری همایشها هزینه ها را خود شرکت کنندگان می پردازند. بسیاری از شرکت کننده های همایش که با پول گرانت حضور می یابند دلیل شرکت خود را با حضور فیزیکی باید توجیه کنند. از این رو پوستر ارائه می کنند. به گفته دیگر پذیرفته شدن پوستر شما دلیل تضمین یا حمایت و تایید از آن نیست. به منظور دریافت تایید از همتایان خود

کار علمی ارزشمندی انجام دهید و آن را به نحو مطلوبی به صورت پوستر ارائه دهید.

قانون ۵: بسیاری از دستور عمل های نوشتاری برای یک مقاله خوب در پوستر هم قابل استفاده است.

مخاطبان خود را تشخیص داده و حدود و عمق مطالب مناسب را به آنها ارائه دهید. پوستر نیز همانند چکیده در یک مقاله باید حاوی نکاتی مانند انگیزه، فرضیه ای که قرار است آزمون شود، نتایج اصلی، و نتیجه گیری باشد.

قانون ۶: پوسترهای خوب از مشخصه های منحصر به فردی برخوردارند که در مقاله ها دیده نمی شود.

مطالبی که در یک مقاله وجود دارد به مراتب بیشتر از آن است که در پوستر ارائه می شود. پوستر عصاره و تقطیر کار پژوهشی است. با این حال جریان منطقی و پیام اصلی آن نباید گم شود.

پوسترها از فاصله ای معین دیده می شوند و صاحب آن نیز می تواند حضور داشته باشد. از پوسترها می توان کپی تهیه کرد و در اختیار علاقمندان قرار داد. عمدتاً عنوان ها و یا چکیده های پوستری برای چاپ در نظر گرفته می شوند و در گستره وسیعی توزیع می گردند. بسیاری از پوسترها را تنها یکبار خواهید دید از این رو کمال استفاده باید از آنها به عمل آید.

قانون ۷: الگو و فورمت دارای اهمیت است.

کپت ریچاردز موسیقیدان پاپ در مصاحبه ای با روزنامه اشپیگل اظهار داشت اگر شما یک نقاش هستید، مهمترین ابزار برای شما یک بوم (پارچه کتانی) برهنه است. یک هنرمند خوب هرگز همه فضای بوم خود را نمی پوشاند و مقداری از آن را خالی می گذارد. بوم من سکوت هست و بوم شما به عنوان ارائه دهنده پوستر نیز

فضای سفید و بدون نوشته است. چشم بیننده را از یک چارچوب مختصر به چارچوب دیگر به شیوه ای منطقی از آغاز تا انتها راهنمایی کنید. بر خلاف مقاله که به صورت خطی تنظیم شده و صفحه ها به ترتیب دنبال یکدیگر قرار می گیرند بیننده پوستر این آزادی را دارد که به صفحه های مختلف به صورت تصادفی توجه کند. خواننده را با کاربرد پیکان، شماره گذاری یا هر شیوه مناسب دیگر به گونه ای راهنمایی کنید که آنها را از یک مرحله به گونه ای منطقی به مرحله دیگر ببرد. تلاش کنید تا این راهنمایی را به صورتی غیر معمول و جلب کننده انجام دهید. به طراحی دیگر پوسترها توجه کرده و برخی موارد آنها را بکار ببرید. در پایان هیچگاه از فونت کوچکتر از ۲۴ استفاده نکنید و دقت کنید که نکات عمده پوستر در سطح ارتفاعی چشم قابل خواندن باشند.

قانون ۸: محتوا مهم است لیکن آنها را کوتاه و مختصر تهیه کنید

هر آنچه که روی پوستر وجود دارد باید پیامی را منتقل کند. نوشته باید با نرم یک گزارش علمی مطلوب مطابق داشته و روشنی، دقت بیان و صرفه جویی در کاربرد کلمات در آن رعایت شود. نکته آخر برای پوسترها به ویژه به سبب محدودیت جا دارای اهمیت است. گاهی یک تصویر بهتر می تواند بجای داده های پیچیده و نوشته های طولانی پیامی را القا کند. یک نمودار ممکن است گویاتر از صدها کلمه باشد. شکلها را به گونه ای تهیه کنید که هم به صورت سطحی و هم تفصیلی قابل دیدن باشند. برای مثال در یک جدول ممکن است هم دارای ردیفهای رنگین با فونت تیره مشخص برای نشان دادن مشارکت نسبی گروههای متفاوت باشد و هم مطالب و موارد کوچکتری که جزئیات بیشتر را برای علاقمندان نشان بدهند. برای پوستر خود نتیجه گیری خوب و روشنی ارائه کنید. این جایی است که بعد از چکیده چشم

بیننده را به خود می کشاند. آنها از این جا به نتایج می روند و به دنبال آن روشها را می بینند.

قانون ۹: پوستر نمادی از شخصیت شما است

پوستر رسانه ای است که با حالت خشک و بی روح مقاله تفاوت دارد. از آن به گونه ای استفاده کنید که بیننده را برای ملاحظه دقیق تر به سمت خود جلب کرده یا بخواهد با شما صحبت کند. همکاریهای علمی اغلب به دلایلی غیر از علاقه علمی مشترک و به عبارتی به صورت علاقه شخصی آغاز می شود. عکسی که از خود روی پوستر قرار می دهید به پیدا کردن شما در کنفرانس کمک می کند.

قانون ۱۰: تاثیر گذاری پوستر هم در خلال برگزاری و هم پس از آن

خواهد بود.

این موضوع به بر همکنش درست ارائه دهنده و بیننده نیاز دارد. با افراد ارتباط برقرار کنید. درگیری یک بیننده موجب می شود تا دیگران را نیز به سمت پوستر شما جلب کند. در یک زمان با همه بازدید کنندگان از پوستر خود ارتباط داشته باشید و با هر کدام تماس چشمی داشته باشید. به گونه ای رفتار کنید که هر کدام از شرکت کننده های علاقمند به سادگی بتوانند بعداً با شما تماس داشته باشند. نسخه هایی از مقاله های مربوطه و یا اندازه متعارف پوستر خود را برای توزیع آماده داشته باشید. برای کارهای پیشرفته تر می توانید پوستر را در شبکه کامپیوتری قرار دهید. آدرس الکترونی و مشخصات شخصی خود را به روشنی نمایش دهید. اگر برگه امضا مقابل پوستر خود قرار دهید می توانید در صورت نیاز با آنها تماس داشته باشید.