



مقطع تحصیلی: کاردانی  کارشناسی  رشته: روابط عمومی ترم: ۲... سال تحصیلی: ۱۳۹۸ - ۱۳۹۹  
نام درس: ارتباط تصویری ..... نام و نام خانوادگی مدرس: شایما گلچین.....  
آدرس email مدرس: ..... تلفن همراه مدرس: ۰۹۱۲۳۳۶۱۶۹۴.....

جزوه درس: ارتباط تصویری ..... مربوط به هفته : دهم   
text: دارد  ندارد  voice: دارد  ندارد  power point: دارد  ندارد   
تلفن همراه مدیر گروه : ۰۹۱۲۴۰۵۸۷۲۰

بسمه تعالی

ارتباط تصویری



دانشگاه جامع علمی کاربردی

عنوان تحقیق: پوستر

استاد: سرکار خانم گلچین

درس: ارتباط تصویری

تهیه کنندگان: محمد طاهری - حمیدرضا معتمد



## مهمترین وظیفه پوستر ؟

- برحسب موضوع پوستر دارای مخاطب خاص یا عام است. ولی مهمترین وظیفه آن جذب مخاطب است که نقش اصلی را در این میان رنگ و فرم پوستر ایفا می کند در هنگام طراحی یک پوستر باید در مرحله اول موارد استفاده آن مورد نظر قرار گیرد .
- امروزه اکثر ارتباطات روزمره وابسته به تبلیغات است ، تبلیغاتی همگانی و موثر در زندگی ، تبلیغاتی برای به جریان افتادن و پیشرفت ارتباطات ، عرصه خدمات و کالاها و ... ، تبلیغاتی برای فراخوانی ، هشدار دادن ، باز داشتن ، تشویق و ترویج کردن ، ... و مؤثرترین ابزار تبلیغاتی که می تواند جوابگوی تمامی این مسائل شود پوستر است ، که در دید همگان عرضه می شود و به دلیل قابلیت و گنجایش موارد بیشتری که در مورد موضوع دارد بیشتر مورد استفاده قرار می گیرد .

## رسالت پوستر

- از نظر تبلیغات پوستری موفق تر است که با متنی کوتاه ، خلاصه و گویا پیام اصلی را برساند. این متن هر چه کوتاه تر و گویاتر باشد ، نتیجه بهتر خواهد بود. علت این امر نیز به رسالت اصلی پوستر که نصب در خیابان ها و معابر پر رفت و آمد است باز می گردد. چون اولین هدف آن کشاندن رهگذران به سمت خود و دومین هدف آن گذاردن تاثیر در ذهنشان است.
- پس باید به گونه ای از ترکیبات بصری ( همچون رنگ ، خطوط و ... ) استفاده کرد که نگاه بیننده پس از دیدن پوستر ، جذب آن شده و بر روی شعار مورد نظر ثابت بماند.
- بهترین محل برای نصب پوستر میدان دید-افق دید- رهگذران است. اگر پوستری را بالاتر نصب کنیم کمتر دیده می شود .
- به جهت بزرگی اندازه ، برای بهتر دیده شده باید کمی از پوستر فاصله گرفت. پس کوچه های باریک و تنگ مکان مناسبی برای نصب نیست.



## اصول و قواعد کلی طراحی پوستر

پوستر تلفیقی است از هنر گرافیک و هنر تبلیغات است، هر چند که این دو در موازات و کنار هم، همواره حرکت نموده اند و مکمل یکدیگر هستند. پوسترها طراحی های گرافیکی هستند که جهت تبلیغات، طراحی و منتشر می شوند. در تعریف جزئی تر پوسترها برای اطلاع رسانی مطلب، رویداد یا موضوع خاصی به کار برده می شود و چون در زمان و مکان خاصی و برای مقصود خاصی در همان زمان و مکان طراحی می شود، اثر آن گذرا و ناماندگار است. مخاطبان پوسترها عامه مردم هستند و هر پوستر طیف و گستره فراوانی از جمعیت را مخاطب قرار می دهد. توسط المانها و تصاویر مستقیم یا غیر مستقیم ارتباط بصری، برای انتقال مفاهیم خاص به بیننده برقرار می کنند. حیطه طراحی پوستر از تخیل طراح آغاز می شود و تا تصاویر، فرم ها و رنگ و خط ها در آن ادامه می یابد. اولین پوسترها بر روی چوب طراحی می شدند و تاریخ شروع و ابداع پوستر به اواخر قرن نوزده میلادی در انگلستان باز می گردد.

## المان های تشکیل دهنده پوستر

طراحی های گرافیکی از سه المان ثابت: **رنگ، فونت و فرم** تشکیل می شوند. پوستر نیز از طرح گرافیکی دیگر مستثنی نمی باشد.

**رنگ:** باید در استفاده از رنگ در پوسترها، مفاهیم رنگ ها را نیز در نظر گرفت. از آنجا که پوسترها وسیله تبلیغات هستند، انتخاب رنگها می تواند در اثربخشی آن یا موفقیت اطلاع رسانی آن سهم قابل توجهی داشته باشد. بهتر است بیش از سه رنگ مهم و اصلی، در طرح چشم نوازی نکند. یعنی پوستر بر پایه سه رنگ که درجه اهمیت آنها نیز با هم یکسان نیست، طراحی شود. از میان این سه رنگ، می بایست یک رنگ بار و سنگینی بیشتری داشته و رنگ دیگر در رتبه دوم از نظر اهمیت باشد و رنگ آخر در جایگاه سوم اهمیت قرار گیرد. بدین ترتیب حال و هوای اصلی تبلیغات یا اطلاع رسانی پوستر شما مشخص می شود. استفاده از رنگ های زیاد، به جز موارد خاص، حس شلوغی و درهمی را منتقل می کند و تاثیر گذاری کمتری خواهد داشت.





## المان های تشکیل دهنده پوستر

طراحی های گرافیکی از سه المان ثابت: **رنگ**، **فونت** و **فرم** تشکیل می شوند. پوستر نیز از طرح گرافیکی دیگر مستثنی نمی باشد.

**رنگ:** باید در استفاده از رنگ در پوسترها، مفاهیم رنگ ها را نیز در نظر گرفت. از آنجا که پوسترها وسیله تبلیغات هستند، انتخاب رنگها می تواند در اثربخشی آن یا موفقیت اطلاع رسانی آن سهم قابل توجهی داشته باشد. بهتر است بیش از سه رنگ مهم و اصلی، در طرح چشم نوازی نکند. یعنی پوستر بر پایه سه رنگ که درجه اهمیت آنها نیز با هم یکسان نیست، طراحی شود. از میان این سه رنگ، می بایست یک رنگ بار و سنگینی بیشتری داشته و رنگ دیگر در رتبه دوم از نظر اهمیت باشد و رنگ آخر در جایگاه سوم اهمیت قرارگیرد. بدین ترتیب حال و هوای اصلی تبلیغات یا اطلاع رسانی پوستر شما مشخص می شود. استفاده از رنگ های زیاد، به جز موارد خاص، حس شلوغی و درهمی را منتقل می کند و تاثیر گذاری کمتری خواهد داشت.

## المان های تشکیل دهنده پوستر

رنگ های گرم به دلیل تاثیری که بروی بیوشیمی بدن می گذارد (افزایش هیجان و ضربان نبض) در پوسترهای خوراکی بیشترین استفاده را دارند و رنگ های سرد به دلیل تاثیر متقابل آن با رنگ های گرم، احساس آرامش و اطمینان را به بیننده منتقل کرده و در پوسترهای تبلیغاتی بیمه و بانک ها و ... کاربرد و اثر بخشی بیشتری خواهند داشت.

**فونت:** فونت ها نیز مانند سایر المانهای پوستر باید با دقت انتخاب شود و با هدف و موضوع پوستر باید متناسب با آن استفاده شوند. پر واضح است در پوستر یک رویداد تاریخی، استفاده از فونت های مخصوص همان زمان جالب تر و مناسب تر می باشد، یا بهتر است در پوستر یک رویداد یا تولید محصول کودکان، از فونتهای کودکانه یا فانتزی استفاده گردد. هرگز نوشته های پوستر را ساده ننویسید. هرچقدر پوستر شما ساده باشد، نوشته های آن نباید ساده و شبیه کلمات کتاب یا مجله باشد. هر خلاقیتی که می توانید بروی فونت ها و نوشته اعمال کنید تا نوشته های پوستر شما شبیه کتاب داستان نباشد!



## ویژگی های یک پوستر موفق

**سادگی در پوستر:** سادگی مقوله است که در اغلب محصولات گرافیک جهت سرعت بخشیدن به درک مفهوم استفاده می کنیم. در پوستر نیز سادگی را با استفاده اعمال خساست در استفاده از فرم و رنگ ایجاد می کند. پرهیز از سادگی سبب بروز گنگی و پیچیدگی در پوستر می گردد.

**گویایی در پوستر:** گویایی یعنی با نگاه اولیه به پوستر، کلیت موضوع را دریافت کنیم. یعنی فضای پوستر نباید بی ربط از موضوع آن باشد.

**جذابیت رنگی در پوستر:** پوستر باید جذاب باشد تا بتواند قابلیت جلب توجه کنندگی را در بر بگیرد. شاید مهم ترین فاکتور جذابیت در پوستر رنگ باشد. طراح پوستر در حیطه موضوع مورد نظر به خوبی می بایست رنگهای جذاب را شناسایی و در پوستر به کار برد.

## ویژگی های یک پوستر موفق

**انتخاب کادر مناسب:** انتخاب کادر مناسب می بایست پیش از طراحی پوستر صورت پذیرد. کادر عمودی کادری است خبری و هر چه کادر باریکتر باشد خبر تند و تیزتر به مخاطب منتقل می شود یا به تعبیری دیگر رسمی ترین و با سلابت ترین کادر در پوستر، کادر عمودی است. کادر افقی کادری است آرام و ساکن که عجله ای برای انتقال پیام ندارد. مضامین داستان گونه، مذهب و طبیعت را می توان در غالب این کادر در نظر گرفت. کادر خشتی یا مربع کادری است دوستانه، این کادر برای موضوعاتی همانند صلح، آشتی و کودکان مناسب است.

**هماهنگی بین عناصر:** عدم پراکندگی فرم و عناصر پوستر به نحوی که طرح واحدی را تداعی کنند.



## ویژگی های یک پوستر موفق

**ترکیب بندی مناسب فرم و رنگ در پوستر:** قرارگیری مناسب عناصر ما در کادر پوستر نیازمند آشنایی طراح با شناخت کادر مناسب است.

شناخت کادر یعنی ترکیب بندی به جا و مناسب فرم در کادر به نحوی که یک طرح واحد را تدائی کرده و چشم نواز باشد. گروهی از رنگها در کنار یکدیگر جلوه ای زیبا و مناسب دارند. طراح با علم رنگ شناسی خود می بایست به درستی رنگهای مورد نیاز طرح را انتخاب کند.

**خلاقیت در طراحی پوستر:** بدین معناست که طرح ما حاکی از ایده ای مبتکرانه و خاص بوده و مخاطب را پس از دریافت آن ایده به وجد آورد. این ایده مبتکرانه عامل جذابیت را در پوستر تقویت کرده و باعث ماندگاری آن می گردد.

## ویژگی های یک پوستر موفق

**اجرای مناسب در پوستر:** اجرای مناسب در طراحی پوستر بدین معناست که طرح نهایی عاری از ضعف و اختلال در اجرا بوده و ایده پوستر به نحو شایسته اجرا شده باشد. بعد از فاکتور خلاقیت، مهم ترین فاکتور اجرای مناسب است. توضیح اینکه طراح گرافیک در واقع طراح ایده است و بهتر است که اجرای اثر نیز برعهده خود او باشد. باید این جمله را به خاطر سپرد: یک پوستر که ایده ندارد اما دارای اجرای مناسب و حرفه ای است به مراتب بهتر است از پوستری که ایده ای مناسب دارد، اما اجرای آن ضعیف است. بنابراین طراح گرافیک می بایست با انواع تکنیک ها و نرم افزارهای مختلف اجرایی آشنا باشد.

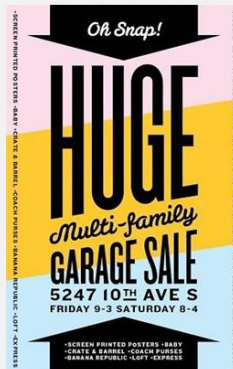


## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



**۱- رنگ پوستر تبلیغاتی** باید در مخاطب ایجاد انرژی کند. رنگ پوستر تبلیغاتی یکی و شاید اصلی ترین وجه طراحی هستند. رنگ در مخاطب شما ایجاد انرژی می کند و موجب بروز یک رفتار خاص در او می شود و در صورت استفاده صحیح، می تواند چشمان او را خیره کند. با توجه به موضوع طراحی، رنگ ها می توانند کاملاً جسور، نامحسوس و یا رومانسیک باشند. در این مثال، فستیوال موسیقی ساوانا یک پوستر تبلیغاتی بسیار ملایم و مهربان ارائه کرده که در آن از رنگ های بهاری استفاده شده است. با دیدن این پوستر مخاطب متوجه می شود یک کنسرت در فضای باز اجرا خواهد شد.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



**۱-۲** ایده بعدی استفاده از قطعه های رنگی است. (به این معنا که رنگ ها با هم، مرز مشخص دارند و داخل هم نرفته اند.) برای این کار باید از دو چیز مطمئن شد:

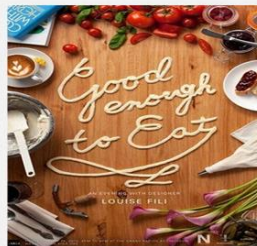
- ✓ اول اینکه رنگ هایی که کنار هم استفاده می کنید، هماهنگی لازم را داشته باشند
- ✓ مطلب بعدی این که ترکیب این رنگ ها بتواند جلب توجه زیادی را برای پوستر تبلیغاتی ایجاد کند.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



۱-۳ یک کار خلاقانه دیگر می تواند این باشد که از رنگ های محدود استفاده کنید. در پوستر روبرو می بینید که با استفاده از رنگ های سیاه و قرمز، توانسته یک تضاد فوق العاده قوی ایجاد کند.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



۲-۲ در دو تصویر روبرو، به خوبی قابل مشاهده است که طراح تا حد زیادی از موضوع غذا، الهام گرفته است. این تصاویر، تصاویر کاملاً موفق بوده اند و هدف آن ها این بوده است که مشتری، پیش از سفارش غذا، بتواند طعم غذای این رستوران را بچشد.



## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده

### ۳ پوستر تبلیغاتی باید سلسله مراتب بصری

داشته باشد.



یک پوستر تبلیغاتی باید سریعاً جلب توجه کند و مخاطب آن بتواند در سریع‌ترین فرصت ممکن آن را بخواند. شما باید اطلاعات را از لحاظ اهمیت دسته‌بندی کنید. اگر متن شما خیلی کوتاه است، دنبال تصاویر و گرافیک برجسته و ساده باشید. اما اگر متن شما زیاد است، تمرکز خود را روی متن بگذارید و آن را از لحاظ اهمیت، اولویت‌بندی کنید.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده

### ۱-۵ گزیده گویی در پوستر تبلیغاتی؛ اجزای اضافی باید حذف شوند

گاهی اوقات هر چه کمتر توضیح بدهید، بهتر است و می‌تواند برای مخاطب جذاب‌تر باشد.

یک کلمه تنها یا یک تصویر ساده، گاهی اوقات خیلی بیشتر از کلمات زیاد و تصاویر پیچیده می‌تواند با مخاطب ارتباط برقرار کند. به هیچ وجه نباید از تصاویر اضافه یا کلمات فقط برای زیاد کردن حجم کار استفاده کرد.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۹-۲ در طراحی پوستر تبلیغاتی با لایه ها بازی کنید

پوستر مناسبی ، با استفاده از سایه زیاد و بسیار قوی، یک فضای عمیق سه بعدی ایجاد کرده است. طرز قرار گرفتن نوشته ها در امتداد تصاویر مرتبط نیز هوشمندانه و جالب توجه است.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۱۰ ایجاد انرژی با استفاده از تاکید روی اجزا

وقتی شما از فونت ها و تصاویر هیجان انگیز استفاده می کنید، یک تاثیر جدی و واکنش فوق العاده در بیننده به جا می گذارید. با این کار باعث می شوید پیام شما با احساسات و انرژی مخاطب درگیر شود. گاهی اوقات استفاده از کلمات کم ، تاثیرگذاری را فوق العاده می کند.



## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۱۱ زاویه های مرسوم را بشکنید.

زندگی همیشه روی یک خط مستقیم حرکت نمی کند. نگاه از زاویه های مختلف می تواند یک پوستر تبلیغاتی را هیجان انگیز کند. زاویه نگاه عکس ها را تغییر دهید. از بالا و پایین عکس بگیرید. به جای آن که کلمات و جملات را خیلی صاف و مرسوم بنویسید، آن ها را بشکنید. روی قطر بنویسید و یا دایره ای بنویسید.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۱۲ شوخ طبعی را فراموش نکنید

هدف پوستر تبلیغاتی شما جدی است اما الزامی ندارد برای رسیدن به هدفتان از شوخی استفاده نکنید. با کلمات بازی کنید. تصورات دور از انتظار داشته باشید. طراح برای فستیوال دوچرخه این حالت خنده دار را انتخاب کرده است. این کار فکر مخاطب را درگیر می کند.





## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده

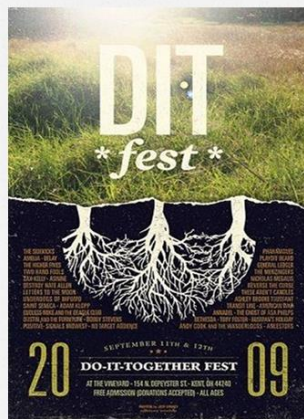
### ۱۳ رعایت تناسب در طراحی پوستر تبلیغاتی



استفاده از تقارن، محور و تکرار، برای چشم ها تناسب ایجاد می کند. رنگ، گرافیک و میزان متن باید در تناسب با هم باشند. تناسب به این معنا نیست که پوستر تبلیغاتی شما، حتما باید کاملا متقارن و روی محور باشد. تناسب به این معناست که یک طرف نباید بار و سنگینی بیشتری داشته باشد.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده

### ۱۴ استفاده از تصاویر برای اعتبار بخشیدن به پوستر تبلیغاتی



استفاده از یک تصویر زیبا و دراماتیک در پوستر تبلیغاتی می تواند پیام شما را به خوبی منتقل کند. تصاویر به محصول شما اعتبار می بخشند. آن ها می توانند محصولات شما را واقعی کنند و باعث می شوند مخاطب تا حدی کیفیت را ببیند. در تصویر زیر، طراح به خوبی از یک عکس برای رساندن مفهوم و ایجاد حس طبیعی در مخاطب استفاده کرده است.



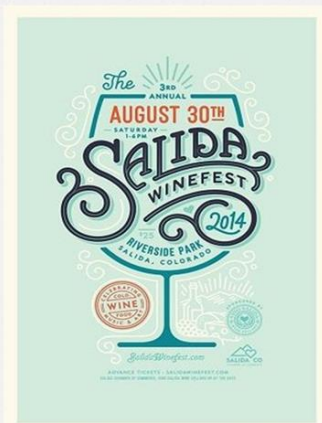
## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۱۶ طراحی غیر معمول پوستر تبلیغاتی

از فونت های غیر معمول استفاده کنید. تصاویر متضاد را در کنار هم قرار دهید. تصاویر و اطلاعات رو به گونه ای در کنار هم قرار دهید که یک چیز جدید خلق شود. در این تصویر، ابتدا ویالون به چشم شما می خورد یا یک مرد پایون زده؟

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۱۷ همسو بودن تمام اجزای گرافیکی

ابتدا تصمیم بگیرید که مخاطب قرار است به چه ترتیبی مطالب پوستر تبلیغاتی شما را بخواند. سپس برای دستیابی به این هدف، از رنگ ها، خطوط، ابعاد و میزان متن استفاده کنید و برایش یک مسیر مشخص قرار دهید. در این پوستر تبلیغاتی، دقیقاً همین اتفاق افتاده است. مخاطب مسیر خواندن متن را مانند مسیر خوردن نوشیدنی داخل لیوالتی می کند.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۱۸ اطلاعات متراکم و خوانا

خوانا بودن پوستر تبلیغاتی الزاما به این معنا نیست که مخاطب بتواند تمام مطالب روی پوستر را مطالعه کند. باید مطمئن شوید که مخاطب دقیقا متوجه تبلیغ شما شده است و می داند محصول، خدمات یا توصیه شما چیست. مطمئن شوید که از فاصله زیاد هم پوستر شما قابل فهم است.

در پوستر تبلیغاتی روبرو، اطلاعات بسیار زیادی درج شده و به گونه ای طراحی شده است که هم از راه بسیار دور و هم از نزدیک، معنا و مفهوم پوستر منتقل می شود.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده



### ۲۰ پوستر تبلیغاتی باید احساسات مخاطب

#### را به چالش بکشد

یک تک کلمه یا یک عکس تنها می تواند احساسات مخاطب را به چالش بکشد. احساس عشق، احساس خشم و یا حتی مرضی.

عکس یک زن در حال گریه کردن... عکس یک مرد در حال مرگ... کلمه آتش... بیننده کاملا احساساتی می شود و نیاز دارد بیشتر بداند!!!



## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده

### ۲۱ ایجاد یونیفرم برای رویدادهای مختلف



هنگامی که شما بیش از یک رویداد یا محصول دارید، طبیعتاً باید بیش از یک پوستر تبلیغاتی طراحی کنید. وقتی یک سری پوستر طراحی می کنید، بد نیست قالب یکسانی داشته باشید. به این معنا که تصاویر و رنگ ها می توانند تغییر کنند ولی پوستر دوم و سوم باید مخاطب را به یاد پوستر اول هم بندازد. این به معنای کپی نیست. به معنای ایجاد ساختار یکسان برای همه آن هاست. پوسترها هر کدام به صورت جدا باید دارای پیام باشند و وقتی در کنار هم قرار می گیرند هم معنا داشته باشند.

## انواع پوستر و نمونه کارهای طراحی شده

### ۲۴ شکستن اصول و قواعد طراحی

#### پوستر تبلیغاتی



محدودیت ها را از بین ببرید. از غیرممکن ها استفاده کنید. چیزهایی که در کنار هم جور نمی شوند را در کنار هم بیاورید. چیز جدید خلق کنید.