



ĪPAŠI AIZSARGĀJAMO DABAS TERITORIJU VIENOTAIS STILS

PAMATPRINCIPI INFORMĀCIJAS SAGATAVOŠANAI STENDU INFORMĀCIJAS PLANŠETĒM

Informācija un tās izvietošana

Pirms informācijas izvietošanas vēlams konkretizēt aizsargājamās dabas teritorijas mērķauditoriju, izvēlēties piemērotāko vietu stendam un izveidot uzmetumu, ko pēc testēšanas var labot, papildināt, uzlabot.

Kā noteikt mērķauditoriju?

Nosakot aizsargājamās teritorijas mērķauditorijas, jāņem vērā, ka nepastāv “visi, jebkurš”. Katrai apmeklētāju grupai ir sava specifika un motivācija, kāpēc šie cilvēki ieradušies konkrētajā vietā. Katra konkrētā vieta piesaista noteiktu auditoriju, ko apvieno interese par šo objektu. Interese ir galvenais dzinulis, tāpēc izvietotajai informācijai tā ir jāpastiprina un ideālā variantā jāveicina intereses noturība un vēlme apmeklēt aizsargājamo dabas teritoriju vēlreiz.

Mērķauditoriju var noteikt ar anketēšanas, aptaujas, viesu grāmatas, intervēšanas vai novērošanas palīdzību. Vidējais rādītājs liecinās par aizsargājamās dabas teritorijas caurmēra apmeklētāju. Piemēram, ja dabas objektu pārsvarā apmeklē dabas zinātnieki, arī izvietotajai informācijai jābūt zinātniskai. Ja objektu pārsvarā apmeklē bērni, informācija nedrīkst būt sarežģīta un apjomīga tajā drīzāk jāizmanto spēles vai atklājumu elementi. Ja lielākā apmeklētāju daļa interesējas par konkrētiem objektiem teritorijā, izvietotajai informācijai jāfokuss uzmanība uz tiem, vienlaikus izraisot interesi arī par citiem.

Mērķauditorijas noteikšana nav vienas dienas darbs. Protams, var teorētiski definēt vēlamo, bet atbilstība reālajam stāvoklim šajā gadījumā nav garantēta. Turklāt mērķauditorijas var mainīties teritorijas pastāvēšanas laikā, mainoties mērķiem darbā ar sabiedrību. Tāpēc ir ieteicams periodiski veikt situācijas pārbaudi, piemēram, izmantojot anketēšanu. Tāpat, sadarbojoties ar apmeklētājiem, tos iespējams iesaistīt izveidoto informatīvo materiālu testēšanā un nepieciešamības gadījumā mainīt, precizēt, papildināt.

Kur izvietot stendus?

Novietojot informācijas stendus, ieteicams ņemt vērā šādus nosacījumus:

- stendam jāatrodas vietā, kur tas piesaista uzmanību;
- stendam jāatrodas vietā, kurai garām virzās lielākā apmeklētāju daļa;
- stendam jāatrodas vietā, kur pie tā var pulcēties lielāka cilvēku grupa un netraucēti iepazīties ar informāciju;
- taku vai maršrutu sākumpunktos;
- ne pārāk saulainā un ne pārāk noēnotā vietā.

Kāpēc vajadzīgs uzmetums?

Pirms informācijas izvietojšanas ieteicams izstrādāt uzmetumu, ko pēc tam pārbauda, izmantojot dažādus kritērijus. Uzmetums palīdz novērtēt:

- vai teksts un ilustrācijas papildina cits citu;
- vai ir izmantoti apmeklētājiem atbilstoši līdzekļi;
- vai ir piemērots burtu lielums, teksta izvietojums un daudzums, rindkopu garums utt.;
- vai teksts ir pietiekami viegli uztverams.

Uzmetuma testēšana palīdz novērst nepilnības un uzlabot informācijas materiālu.

Informācijas teksta raksturojums

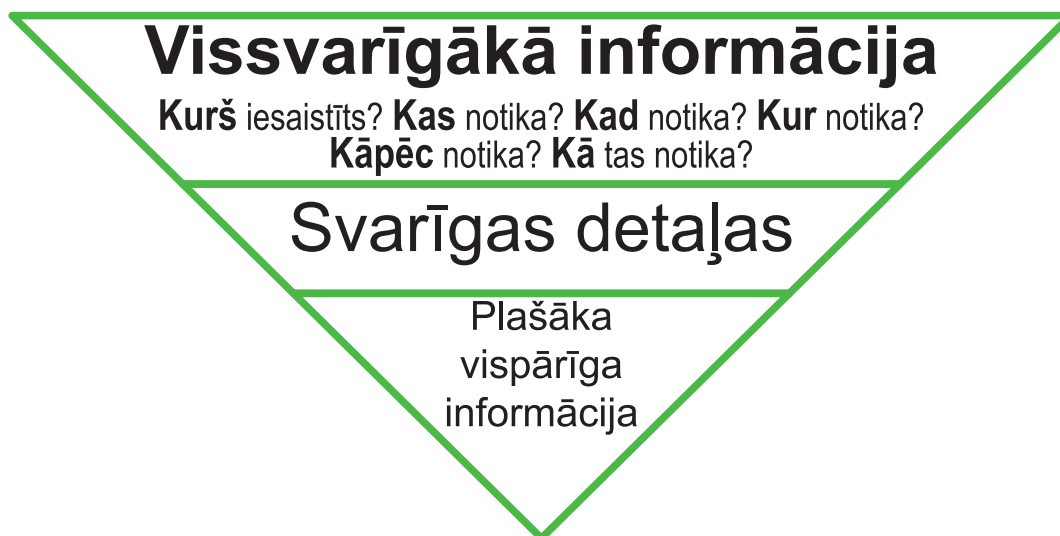
Jāņem vērā, ka informācijas stends ir pirmais, kas sagaida aizsargājamās dabas teritorijas apmeklētājus, sniedz ievadinformāciju un rosina izpētīt. Savukārt stājpunktu stendi pievērš apmeklētāju uzmanību konkrētam objektam, ko teritorijas veidotāji vēlas izcelt.

Tekstam ir jābūt skaidri saprotamam, mērķauditorijai atbilstošam. Jāņem vērā, ka apmeklētājs nav ieradies, lai ilgi lasītu informāciju pie stenda, bet gan lai iegūtu nepieciešamās ziņas. Tāpēc vispirms ir skaidri jādefinē galvenā tēma, par ko informē stends vai stājpunkta stends.

Teksta apjoms un struktūra

Teksta apjomam uz stenda nevajadzētu pārsniegt 50% procentus no virsmas laukuma. Pārējo laukumu aizpilda ar vizuālo materiālu un kartēm, kas ilustrē tekstu un padara to vieglāk uztveramu.

Teksta strukturēšanā izmantojama informācijas svarīguma piramīda, t.s. apgrieztā piramīda.



Informatīvā teksta apgrieztā piramīda

Šo metodi pamatā izmanto ziņu un rakstu sagatavošanā plašsaziņas līdzekļos. Informācijas stendu tekstu veidošanai var izmantot šos pašus principus. Ja iecerētais teksta apjoms pārsniedz vēlamo, ar apgrieztās piramīdas metodi strukturēts teksts ļauj atbrīvoties no nesvarīgākās informācijas, kas izvietota teksta beigās. Tā, noņemot mazsvarīgo informāciju, tiek sasniegts vēlamais teksta apjoms. Pētījumi liecina, ka, piemēram, lielākā daļa avīžu lasītāju vispirms aplūko virsrakstus. Ja tie ir rosinoši, tiek izlasīta pamatinformācija, kas atrodas teksta sākumā. Ja šī informācija ir radījusi interesi, tiek lasīta arī papildinformācija, taču parasti visu informāciju izlasa tikai neliela auditorijas daļa. Ņemot to vērā, teksts jāizvieto tā, lai apmeklētājam pietiekamas informācijas iegūšanai būtu nepieciešams pēc iespējas īsāks laiks, t.i., svarīgākā informācija atrastos teksta sākuma daļā.

Informācijas daudzums

Arī informācijas daudzumam jābūt pārdomātam. Parasti stendu veidotāji cenšas ievietot pēc iespējas vairāk informācijas, taču tas nav vēlams. Ir jāizvērtē mērķauditorijas zināšanas un jāsniedz tikai tā informācija, kas varētu viest skaidrību, papildināt esošās zināšanas un vērst uzmanību uz kaut ko. No vienas puses cilvēki dodas uz aizsargājamām dabas teritorijām atpūsties un gūt baudījumu nevis kļūt par staigājošām enciklopēdijām. No otras puses apmeklētājiem parasti vispār nav zināšanu vai ir trūcīgas priekšzināšanas par konkrēto aizsargājamo teritoriju. Tāpēc sniedzamās informācijas daudzums ir jālīdzsvaro. Tomēr katrā konkrētā gadījumā tas var būt atšķirīgs. Jāpievērš uzmanība arī tam, lai informācija uz stenda nedublētu ziņas uz stājpunktu stendiem pie dabas objektiem.

Teksta saturs un uzrunas forma

Pirmais, ko ierauga apmeklētājs pieejot pie stenda, ir virsraksts. Virsrakstam jābūt ieinteresējošam, intriģējošam un uzrunājošam. Virsrakstā var ietvert aicinošu pamatinformāciju, piemēram, „**Iepazīsti noslēpumaino purvu pasauli!**”. Vai jautājuma formā „**Kādus noslēpumus glabā purvs?**”.

Strukturējot tekstu, var paredzēt arī vietu apakšvirsrakstam, kurā ietver svarīgāko informāciju.

Informācijas tekstam jābūt lasītājam viegli uztveramam un uzrunājošam. Galvenais - jāuzrunā draudzīgā un vienkāršā valodā kā līdzīgā ar līdzīgu. Kopā brīnīties, kopā uzdot jautājumus un meklēt atbildes. Apmeklētājiem patīk viņiem saprotami salīdzinājumi, stāsti, leģendas, noslēpumi utt. Tomēr informācijai jābūt zinātniski korektai. Arī aicinājums uz aktīvu darbību nepaliks bez atbildes, ja tiks izteikts rosinošā un pozitīvi uzmundrinošā formā.

Ieteicams radīt apmeklētājos izjūtu, ka viņi ir gaidīti, sniegt informāciju par teritoriju, aicināt ievērot aizliegumus un noteikumus, paskaidrojot to iemeslus. Vēlams izmantot ilustrācijas un kartes, kas var labāk pastāstīt par teritoriju nekā teksts bez ilustrācijām. Noteikti jānorāda informācija par aizsargājamās teritorijas apsaimniekotājiem un kontakttālrunis.

Tekstā ieteicams lietot darbības vārdus īstenības izteiksmes darāmās kārtas tagadnes formā, kas pastiprina realitātes un aktīva procesa izjūtu. Vēlams veidot īsus teikumus un nelielas rindkopas, lietot vienkāršus, visiem saprotamus vārdus, izvairoties no svešvārdiem. Vārdu skaitam teikumā nevajadzētu pārsniegt 20, rindkopai nevajadzētu būt garākai par desmit rindām.

Teksta uztvere

Teksta uztvere ir saistīta ar daudziem aspektiem. Tā atkarīga no uzrunas formas, teksta struktūras, ilustrācijām, informācijas rakstura, emocionālajiem marķieriem, grafiskā noformējuma utt. Visi šie aspekti ir jāskata kopumā. Lai noteiktu informācijas uztveramību pēc atsevišķiem raksturlielumiem, var izveidot aptaujas anketu. Tomēr ir arī vienkāršāks veids.

Ir izveidots vispārējs rādītājs jeb t.s. teksta uztveramības koeficients (TUK), pēc kura var noteikt informācijas uztveramības pakāpi.

Kā aprēķināt TUK?

TUK aprēķins tiek veikts šādi:

1. Izskaitiet tekstā vārdus (A).
2. Izskaitiet teikumus (B).
3. Izdaliet A ar B un jūs iegūsiet vidējo teikuma garumu (VTG).
4. Izskaitiet vārdus, kuros ir vairāk par sešiem burtiem (C).
5. Izdaliet C ar A un reiziniet rezultātu ar 100. Tā jūs iegūsiet garo vārdu procentuālo daudzumu (GVD).
6. Saskaitiet VTG un GVD, noapaļojiet to līdz veselam skaitlim, un jūs iegūsiet TUK.

TUK skaitlis	Uztveres pakāpe
līdz 24	ļoti viegls
25-34	viegls
35-44	vidēji grūts
45-54	grūts
55 un vairāk	ļoti grūts

Teksta uztveres grūtības pakāpei, ja aizsargājamā dabas teritorija ir paredzēta masveida apmeklējumiem, nevajadzētu būt “**grūts**” vai “**ļoti grūts**”. Taču arī “**ļoti viegls**” teksts var kaitēt informācijai, padarot to bērnišķīgu un vienkāršotu. Katrā atsevišķā gadījumā ir jāizvērtē mērķauditorija un jāpiemēro tai informācijas uztveres grūtības pakāpe.

Ļoti viegli uztverams teksts ar īsiem teikumiem un vienkāršiem vārdiem ir piemērots bērnu auditorijai. Ja konkrētos objektus galvenokārt apmeklē ar dabas zinātnēm saistīti cilvēki, viegls teksts viņiem var šķist infantils. Zinātniekiem piemērots vidēji grūts vai grūts teksts.

Grafiskais noformējums

Informācijas planšetes izveidē jāievēro vairāki grafiskā noformējuma noteikumi, kas atvieglo informācijas uztveri:

- ilustrējošā materiāla un karšu izmantošana rada iespēju vieglāk nodot apmeklētājiem nepieciešamās ziņas;
- tekstam nevajadzētu aizņemt vairāk par 50% no stenda laukuma;
- teksta izvietojumam jābūt sabalansētam ar ilustrējošo materiālu;
- nepārtraukta lielo burtu izmantošana un kursīvs traucē uztvert tekstu;
- attālums starp rindiņām jāsaprot ar burtu lielumu (ja burtu lielums ir 14 punktu, atstarpei starp rindiņām jābūt 15 punktu lielai). Jo lielāki burti, jo lielāks attālums starp rindiņām;
- vienas teksta slejas platumam nevajadzētu pārsniegt 35 rakstu zīmes;
- attēliem jābūt pietiekami lieliem, lai tos varētu saskatīt vismaz no 5 m attāluma.

Noteiktam attālumam piemērots burtu lielums:

Lielums	Attālums
12 pt	45 cm
18 pt	70 cm
24 pt	90 cm
28 pt	1,15 m
36 pt	1,35 m
48 pt	1,8 m
60 pt	2,3 m
72 pt	2,75 m

Šie noteikumi jāņem vērā, arī izvietojot informāciju uz stājpunktu stendiem. Stājpunktu stendi pievērš apmeklētāju uzmanību apskates objektam, sniedzot informāciju, ieintriģējot, iesaistot u.tml. Katrā atsevišķā gadījumā aizsargājamās teritorijas apsaimniekotājiem jāizvēlas konkrētajam objektam vai teritorijai vispiemērotākais paņēmieni.