

## تأثیر طراحی گرافیکی بر آگاهی زیست‌محیطی در گردشگری پایدار

الناز ستاری دانش

کارشناس ارشد ناپیوسته گروه تحصیلی ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی ناصر خسرو، (غیرانتفاعی غیر دولتی)، ساوه، ایران.

### چکیده

مطالعه به بررسی نقش طراحی گرافیک در کمپین‌های آگاهی‌بخشی مرتبط با گردشگری پایدار و تأثیر آن بر موفقیت این کمپین‌ها در حفاظت از منابع طبیعی و اقتصادی کشورها را تحلیل می‌کند. به عنوان ابزاری مؤثر در ارتباطات شناخته می‌شود. نقش آن در افزایش آگاهی عمومی درباره گردشگری پایدار و حفاظت از محیط زیست به طور کامل بررسی نشده است. هدف اصلی، ایجاد یک مدل مفهومی که ارتباط میان طراحی گرافیک و محیط عمومی را تبیین کند و به افزایش آگاهی عمومی درباره اهمیت حفاظت از محیط زیست و بهبود تصویر مقاصد گردشگری کمک کند. فعالیت‌های گردشگری به طور مستقیم با محیط زیست مرتبط و افزایش آگاهی در میان گردشگران و ذینفعان درباره شیوه‌های پایدار برای حفظ منابع طبیعی ضروری است. روش‌شناسی، اثربخشی شاخص تحلیل طراحی گرافیک بصری در کمپین‌های آگاهی زیست‌محیطی، و ارائه نمونه‌ها و نتایج است. یافته‌ها به توسعه استراتژی‌های مؤثرتر در طراحی کمپین‌های بازاریابی و ارتقای کیفیت زندگی در مناطق گردشگری منجر و به درک بهتر از نقش طراحی گرافیک در حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی کمک کنند.

**واژه‌های کلیدی:** طراحی گرافیک، گردشگری پایدار، آگاهی‌بخشی، محیط زیست.

## مقدمه

عناصر طراحی گرافیک بصری نقش بسیار مهمی در کمپین‌های آگاهی زیست‌محیطی برای گردشگری پایدار در ایران دارند. این عناصر با ایجاد جذابیت بصری و استفاده مؤثر از نمادها، رنگ‌ها و تصاویر، به جلب توجه مخاطبان و انتقال پیام‌های کلیدی کمک می‌کنند. طراحی لوگوها و نمادها به‌ویژه حیاتی است؛ زیرا باید به سرعت ایده کمپین را منتقل کرده و در عین حال ساده و به‌یادماندنی باشند. انتخاب رنگ‌ها نیز باید به‌گونه‌ای باشد که نماد طبیعت و پایداری را به تصویر بکشد. علاوه بر این، همخوانی این طراحی‌ها با ارزش‌ها و فرهنگ محلی، موجب افزایش پذیرش و تأثیر مثبت آن‌ها بر جامعه هدف خواهد شد. در نتیجه، طراحی گرافیک بصری می‌تواند به ترویج رفتارهای مثبت نسبت به محیط زیست و تقویت گردشگری پایدار کمک کند (واورد-گوردی و مارین-رویج، ۱۴۰۱). طراحی مطالب تبلیغاتی و آگاهی‌بخشی باید به‌گونه‌ای خلاقانه و جذاب باشد که بتواند توجه مخاطب را جلب کند و کنجکاو او را برانگیزد. این مطالب باید شامل تصاویری باشند که زیبایی‌های طبیعی ایران و اهمیت حفاظت از آن را به تصویر بکشند. به‌علاوه، متون کوتاه و تأثیرگذاری که مخاطبان را به مشارکت در حمایت از گردشگری پایدار تشویق کند، باید در کنار این تصاویر قرار گیرد. همچنین، طراحی این مطالب باید به‌صورت دقتی انجام شود تا با کانال‌های ارتباطی مختلف، اعم از چاپی و دیجیتال، سازگاری داشته باشد. این رویکرد نه تنها به افزایش تأثیرگذاری پیام‌ها کمک می‌کند، بلکه موجب می‌شود تا اطلاعات به‌راحتی در دسترس مخاطبان قرار گیرد و آن‌ها را به عمل وادارد. در نتیجه، ترکیب زیبایی‌شناسی و پیام‌های مؤثر می‌تواند به ترویج گردشگری پایدار و حفاظت از محیط زیست در ایران کمک کند (بربا و همکاران، ۱۳۹۳).

عناصر طراحی گرافیک بصری ابزارهای قدرتمندی در کمپین‌های آگاهی محیطی برای گردشگری پایدار در ایران به شمار می‌روند، زیرا این عناصر نقش حیاتی در انتقال مؤثر و جذاب پیام کمپین دارند. طراحی مناسب می‌تواند به جلب توجه مخاطبان و ایجاد ارتباط عاطفی با آن‌ها کمک کند، به‌طوری‌که پیام‌های زیست‌محیطی به‌خوبی در ذهن آن‌ها ثبت شود. استفاده از رنگ‌ها، نمادها و تصاویر مرتبط با طبیعت و فرهنگ محلی باعث می‌شود که پیام‌ها نه تنها زیبا بلکه معنادار و یادآور اهمیت حفاظت از منابع طبیعی باشند. به علاوه، این عناصر می‌توانند به شکل‌گیری هویت بصری قوی برای کمپین کمک کرده و موجب افزایش شناسایی و تأثیرگذاری آن شوند. در نهایت، طراحی گرافیک بصری می‌تواند به ترویج رفتارهای مثبت نسبت به محیط زیست و تشویق مشارکت فعال در گردشگری پایدار منجر شود (تورافی، ۱۴۰۰).

در عصر مدرن، یکی از چالش‌های اصلی پیش روی کمپین‌های زیست‌محیطی، به‌ویژه در حوزه گردشگری، انتقال مؤثر پیام‌های آگاهی زیست‌محیطی است. این چالش از آنجا نشأت می‌گیرد که گردشگری به شدت به طبیعت و منابع طبیعی وابسته است و حفاظت از این منابع برای ادامه حیات صنعت گردشگری ضروری است. طراحی گرافیک بصری به‌عنوان ابزاری قدرتمند، نقش محوری در ایجاد آگاهی و تعامل مثبت نسبت به مسائل زیست‌محیطی ایفا می‌کند. استفاده خلاقانه از رنگ‌ها، تصاویر و نمادها می‌تواند توجه

<sup>۱</sup> (Vallverdu-Gordi & Marine-Roig., ۲۰۲۳)

<sup>۲</sup> (Borba et al., ۲۰۱۵)

<sup>۳</sup> (Turafy., ۲۰۲۲)

مخاطبان را جلب کرده و آن‌ها را به تفکر درباره حفاظت از محیط زیست ترغیب کند. به علاوه، طراحی گرافیک مؤثر می‌تواند احساسات و ارزش‌های فرهنگی مخاطبان را درگیر کند و به این ترتیب، ارتباطی عمیق‌تر و معنادارتر با آن‌ها برقرار سازد. در نهایت، این طراحی‌ها می‌توانند به ترویج رفتارهای پایدار و افزایش مشارکت جامعه در حفاظت از منابع طبیعی کمک کنند.

طراحی گرافیک بصری در کمپین‌های آگاهی زیست‌محیطی به ویژه در حوزه گردشگری، از اهمیت زیادی برخوردار است. این طراحی‌ها نه تنها قابلیت جلب توجه مخاطبان را دارند، بلکه می‌توانند اطلاعات پیچیده را به شکلی نوآورانه و جذاب منتقل کنند. استفاده از عناصر بصری مانند رنگ‌ها، تصاویر، و نمادها به ایجاد ارتباط عاطفی و تأثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب کمک می‌کند. در واقع، طراحی گرافیک بصری با بهره‌گیری از زیبایی‌شناسی و خلاقیت، توانایی دارد تا پیام‌های زیست‌محیطی را به گونه‌ای ارائه دهد که مخاطب را ترغیب به عمل کند و به تغییر نگرش‌ها و رفتارهای آنان کمک کند.

در زمینه اکوتوریسم، نشانه‌های بصری با دقت طراحی شده به عنوان ابزارهای کلیدی برای ترویج آگاهی زیست‌محیطی و رفتارهای مسئولانه عمل می‌کنند. این نشانه‌ها می‌توانند پیام‌های مثبت را منتقل کنند و به اصلاح رفتارهای محیطی کمک نمایند. به عنوان مثال، تصاویری از زیبایی‌های طبیعی، نمادهای حفاظت از محیط زیست و متون تشویق‌کننده می‌توانند گردشگران را به اتخاذ رفتارهای پایدار ترغیب کنند. علاوه بر این، نشانه‌های بصری می‌توانند بر موانع زبانی و فرهنگی غلبه کنند. در دنیای امروز که گردشگران از فرهنگ‌ها و زبان‌های مختلف به مقاصد گردشگری می‌آیند، طراحی‌های بصری می‌توانند به عنوان یک زبان جهانی عمل کنند که به راحتی قابل درک و پذیرش است. این امر به کمپین‌های آگاهی زیست‌محیطی این امکان را می‌دهد که به مخاطبان وسیع‌تری دست یابند و تأثیر بیشتری بر رفتارهای گردشگران داشته باشند. می‌توان گفت افزایش آگاهی، تغییر رفتار، دست‌یابی به مخاطبان گسترده و توسعه پایدار مواردی برای اهداف و ضرورت تحقیق هستند همچنین اهداف تحقیق بر این اساس می‌باشد:

۱. هدف تحقیق حاضر تجزیه و تحلیل نقش عناصر طراحی گرافیک بصری در افزایش اثربخشی کمپین‌های آگاهی زیست‌محیطی و شکل دادن به آگاهی زیست‌محیطی در بین گردشگران و ذینفعان است.

۲. این تحقیق همچنین اهمیت عناصر بصری جذاب و گویا را در تأثیرگذاری بر رفتار محیطی و ایجاد انگیزه در گردشگران برای تصمیم‌گیری مسئولانه نسبت به محیط زیست روشن می‌کند. بنابراین، پژوهش بر تعامل مطلوب با کمپین‌های آگاهی و تأثیر آنها بر حفظ محیط زیست برای گردشگری متمرکز است.

تاکنون روش‌های طراحی گرافیکی بر آگاهی زیست‌محیطی در گردشگری پایدار صورت پذیرفته است. والورد و گوردی (۲۰۱۴) و مارین-روج ای (۲۰۱۴)، در پژوهشی نقش نشانه‌شناسی طراحی گرافیک در کمپین‌های آگاهی محیطی ۵ در مجله تحقیقات محیطی و بهداشت عمومی ۶ منتشر کرده‌اند. این مطالعه به بررسی نقش طراحی گرافیک در کمپین‌های آگاهی زیست‌محیطی برای ترویج گردشگری پایدار می‌پردازد و هدف آن شناسایی تأثیر این طراحی‌ها بر موفقیت کمپین‌ها در حفاظت از منابع طبیعی و اجتماعی-اقتصادی مقاصد است. با استفاده از نشانه‌شناسی در بازاریابی اجتماعی، یک مدل مفهومی ایجاد شده که طراحی گرافیکی کمپین‌ها

<sup>۴</sup> (Vallverdu, ۲۰۲۳) Gordi M& Marine-Roig E-

<sup>۵</sup> The Role of Graphic Design Semiotics in Environmental Awareness Campaigns

<sup>۶</sup> Environmental Research and public health

را به آگاهی عمومی زیست‌محیطی و حفظ مقاصد مرتبط می‌کند. کمپین کیولامنتاگ ایست بل ۷ از پارک طبیعی منطقه ای پیرنه کاتالان ۸ به‌عنوان مطالعه موردی انتخاب شده است. داده‌ها با تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی ۹ تجزیه و تحلیل شده و نتایج نشان می‌دهد که نشانه‌شناسی طراحی گرافیک با ایجاد واکنش‌های احساسی و شناختی، بر آگاهی عمومی محیط‌زیست و حفظ مقصد تأثیر دارد. این چارچوب می‌تواند برای بهبود کمپین‌های برندسازی و بازاریابی مقاصد نیز مورد استفاده قرار گیرد.

آداموس-ماتیوز زینسکا و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی مولفه بصری برندهای مقصد به عنوان ابزاری برای ارتباط پیشنهادات گردشگری پایدار ۱۱ منتشر نموده اند. تحقیق حاضر بر اساس نظریه بازاریابی مقصد و مفهوم برندسازی آن آغاز می‌شود که هویت بصری برند و نقش لوگو را کلیدی می‌داند. با توجه به اهمیت توسعه پایدار از دهه ۱۹۸۰، گردشگران به دنبال پیشنهادات گردشگری پایدار هستند. هدف این مطالعه ارزیابی لوگوهای واحدهای سرزمینی لهستان از نظر پیام بصری و محتوای آن است تا بررسی کند آیا اجزای طراحی که توسعه پایدار را نشان می‌دهند، در آن‌ها وجود دارد یا خیر. تحقیق از روش تحلیل محتوای علائم تبلیغاتی استفاده کرده و بر سه رکن توسعه پایدار در گردشگری تمرکز دارد: طبیعت، فعالیت‌های گردشگری مسئولانه و حفاظت پایدار از میراث تاریخی. نتایج نشان می‌دهد که عناصر طبیعت و میراث تاریخی به‌طور قابل توجهی در لوگوها وجود دارند، اما این بدان معنا نیست که پیشنهادات گردشگری به‌طور متعادل به توسعه پایدار پرداخته‌اند.

خسروی و خدري (۱۳۹۸)، در پژوهشی مطالعه ارزش بیانی رنگ در گرافیک اطلاع رسانی در سومین سمپوزیوم ملی روز جهانی گرافیک منتشر نموده است. هدف مقاله حاضر نیز بررسی ارزشهای ارتباط رنگ در فرمهای مختلف برای درک سریع و بهتر مخاطب در گرافیک اطلاع‌رسان میباشد. در این راستا نخست به تعریف رنگ و کاربرد آن در فرآیند ارتباط پرداخته و سپس برای انجام این تحقیق با روش توصیفی-تحلیلی، مفهوم ارزش رنگ در گرافیک اطلاع رسان را مورد بررسی قرار می‌دهیم، و به این سوال پاسخ می‌دهیم که نقش رنگ در برقراری ارتباط با مخاطب در گرافیک اطلاع رسان چیست پژوهش حاضر با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، پایگاه‌های اطلاعاتی علمی و خبری انجام شده است. نتیجه حاصل از یافته‌ها، ارزش بیانی رنگ را در گرافیک اطلاع رسان بیان می‌کند، که استفاده از رنگ برای تحریک مخاطب در فرآیند ارتباط می‌تواند نقش مهم تری از دیگر عناصر موجود در آثار داشته باشد. رنگ از اصلی‌ترین محرک‌های بصری است بنابراین شناخت رنگ در ارتباط بین گیرنده و فرستنده پیام بسیار موثر است.

نادری و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی تأثیر هنر مینیمال بر طراحی پوستر در ایران در فصلنامه هنر تمدن شرق سال هفتم شماره ۲۶ منتشر شده است. مسئله پژوهش بررسی تأثیرپذیری طراحان پوستر ایران از ویژگی آثار مینیمالیست هاست. روش این تحقیق توصیفی-تحلیلی بوده و نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این است که در طراحی پوستر ایران، نسل پنجم طراحان گرافیک از مینیمالیسم تأثیر پذیرفتند و در برخی از آثار نیز به کار گرفته‌اند. درحالی‌که در پوسترهای نسل بعد طراحان گرافیک ایران، گرایش به مینیمالیسم و نشانه‌های فرهنگی-هنری تحت تأثیر مستقیم خصوصیات مینیمالیسم غربی بوده و از ویژگی‌های هنر ایرانی کمتر استفاده شده است.

Que la montagne est belle<sup>v</sup>  
Parc Naturel Régional des Pyrénées catalanes<sup>^</sup>

PLS-SEM<sup>q</sup>

(Adamus- Matuszyńska et al., ۲۰۲۱)<sup>۱۰</sup>

Visual Component of Destination Brands as a Tool for Communicating Sustainable Tourism Offers<sup>۱۱</sup>

کشاوری و احمدی شیخانی (۱۳۹۶)، در کتاب آموزش طراحی پوستر در نشریه موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه، فرهنگ صبا در نوبت اول به چاپ رسانده است. این کتاب این هدف ارتقاء مهارت‌های هنری و گرافیکی خوانندگان، مفاهیم اولیه طراحی گرافیک، از جمله رنگ، فرم و نوع‌نگاری را به‌طور جامع تشریح می‌کند. نویسندگان در این اثر به بررسی روش‌ها و تکنیک‌های مختلف طراحی، همراه با تحلیل نمونه‌های موفق پوستر می‌پردازند و پروژه‌های عملی را برای تمرین مهارت‌ها ارائه می‌دهند. همچنین، کاربردهای طراحی پوستر در زمینه‌های هنری و اجتماعی و تأثیر آن بر فرهنگ و جامعه مورد بحث قرار می‌گیرد. در مجموع، این کتاب به دانشجویان و طراحان گرافیک کمک می‌کند تا ایده‌های خود را به‌طور مؤثری به تصویر بکشند و در دنیای طراحی پوستر توانمندی‌های خود را تقویت کنند.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از رویکرد توصیفی تحلیلی استفاده شده است که مراحل اصلی آن به شرح زیر است:

۱. داده‌های لازم از طریق مرور ادبیات مرتبط با طراحی گرافیک، گردشگری پایدار و کمپین‌های آگاهی‌بخشی جمع‌آوری می‌شود. این داده‌ها شامل مقالات علمی، گزارش‌ها و مستندات موجود در این زمینه هستند.

۲. به منظور بررسی تأثیر طراحی گرافیک در کمپین‌های آگاهی زیست‌محیطی، عناصر بصری مانند رنگ‌ها، نمادها و تصاویر موجود در کمپین‌ها تحلیل می‌شود. این تحلیل به شناسایی نحوه جلب توجه مخاطبان و انتقال پیام‌های کلیدی کمک می‌کند.

۳. بررسی اثربخشی شاخصه شامل ارزیابی تأثیر طراحی گرافیک بر موفقیت کمپین‌ها و افزایش آگاهی عمومی در مورد حفاظت از محیط زیست است. از طریق نظرسنجی‌ها و مصاحبه‌ها با گردشگران و ذینفعان، میزان تأثیر این طراحی‌ها بر رفتارهای زیست‌محیطی بررسی می‌شود.

۴. براساس یافته‌های به‌دست‌آمده، یک مدل مفهومی برای ارتباط میان طراحی گرافیک و محیط عمومی ایجاد می‌شود. این مدل می‌تواند به شفاف‌سازی ارتباطات و بهبود استراتژی‌های بازاریابی کمک کند.

۵. در انتها، بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، پیشنهاداتی برای بهبود طراحی گرافیک در کمپین‌های آگاهی‌بخشی ارائه می‌شود. این پیشنهادات می‌تواند به توسعه استراتژی‌های مؤثرتر و ارتقای کیفیت زندگی در مناطق گردشگری منجر شود. این روش تحقیق به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که ارتباط میان طراحی گرافیک و آگاهی زیست‌محیطی را به‌طور جامع و عمیق تحلیل کنند.

### یافته پژوهش

## نشانه‌های مفهومی

نشانه‌های مفهومی ابزارهایی هستند که برای انتقال معانی و ایده‌ها در ارتباطات انسانی به کار می‌روند. این نشانه‌ها به طور کلی به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند: نشانه‌های زبانی و نشانه‌های غیرزبانی (امجدی و گودرزی، ۱۴۰۲). نشانه‌های زبانی شامل کلمات، جملات و متن‌ها هستند که معانی را به صورت مستقیم و با استفاده از زبان منتقل می‌کنند. این نوع نشانه‌ها معمولاً در متون نوشتاری و گفتاری مورد استفاده قرار می‌گیرند و می‌توانند پیچیدگی‌های معنایی زیادی را به همراه داشته باشند. از سوی دیگر، نشانه‌های غیرزبانی شامل تصاویر، نمادها، رنگ‌ها و حتی حرکات بدن هستند. این نشانه‌ها می‌توانند احساسات و مفاهیم را به طور غیرمستقیم منتقل کنند و در بسیاری از موارد، تأثیر بیشتری بر مخاطب دارند (دیانت، ۱۳۹۶).

## انگاره مفهومی

ناکارآمدی گرافیک سنتی در پاسخ به نیازهای زمان موجب ظهور مدرنیسم تصویری شد که به بیان عصر ماشین و ایده‌های بصری نوین پرداخت. پس از جنگ جهانی دوم، جستجوی انگاره‌های جدید به تحولات مفهومی در طراحی گرافیک انجامید. این تحولات نه تنها جنبه پیام‌رسانی داشتند بلکه ایده‌ها و مفاهیم را نیز منتقل می‌کردند. تصویرگری به جای ایجاد اشکال سه‌بعدی، به طراحی کل‌فیا و تلفیق واژه و تصویر پرداخت. در نیمه دوم قرن بیستم، هنرهای بصری به کتابخانه‌ای از فرم‌ها و تصاویر بی‌پایان تبدیل شد. جنبش‌های هنری مانند کوبیسم و سوررئالیسم و تأثیر رنگ و فرم، به الهام طراحان گرافیک کمک کردند تا بیان شخصی بیشتری پیدا کنند و مرزهای بین هنرهای زیبا و ارتباطات بصری را از میان بردارند. در کشورهای مختلف، از جمله لهستان و آلمان، تصویرسازی‌های مفهومی به طراحی متمایز تبدیل شد. اهمیت تصاویر مفهومی در نیمه دوم قرن بیستم به عوامل متعددی وابسته بود، از جمله تأثیر هنر مدرن بر فرهنگ عامه و ظهور عکاسی و ویدئو که مستندنگاری هنر گرافیک را تغییر داد. پیچیدگی ایده‌ها و هیجانات سیاسی و اجتماعی در آثار هنرمندان گرافیک از طریق تصاویر نمادین منتقل می‌شود که تأثیر بیشتری نسبت به تصاویر روایتی دارند (آذری و ژبانی، ۱۳۹۲).

## آیکون<sup>۱۲</sup>، شاخص<sup>۱۳</sup>، سمبل<sup>۱۴</sup>

نشانه‌شناسی مطالعه کارکرد نشانه‌هاست و در قرن بیستم به عنوان ابزاری تحلیلی از طریق زبان‌شناسی، انسان‌شناسی و نقد فرهنگی شناخته شد. این حوزه به رسوم و تفکرها در فلسفه، انسان‌شناسی ساختاری و پساساختاری در ادبیات و هنر مرتبط است. طراحان از نشانه‌شناسی برای خلق فرم‌های معنی‌دار و مطالعه نشانه‌ها و ارتباطات موجود استفاده می‌کنند. چارلز سندرز پیرس ۱۵ و چارلز

Icon<sup>۱۲</sup>

Index<sup>۱۳</sup>

Symbol<sup>۱۴</sup>

Charles Sanders Peirce<sup>۱۵</sup>

موریس ۱۶ سه گونه اصلی نشانه‌ها را مشخص کرده‌اند: آیکون، شاخ و سمبل. آیکون‌ها شباهت فیزیکی به ایده دارند (مانند طرح یک درخت)، شاخ‌ها به یک موضوع یا رویداد اشاره می‌کنند (مانند تصویر یک میوه)، و سمبل‌ها نمادهای انتزاعی هستند که هیچ شباهتی به مفهوم خود ندارند (مانند کلمه درخت). در واقع، آیکون‌ها تصویری از ایده، شاخ‌ها نمایی از ایده و سمبل‌ها نماینده انتزاعی مفهوم‌ها هستند (عالمی و همکاران، ۱۳۹۶). در تصویر (۱) همجواری و انطباق شمایی از انسان و حیوان در پوستر؛ به منظور ترویج گیاهخواری در حمایت از حقوق حیوانات و در تصویر (۲) انطباق نمایهای از انسان بر نمایهای از حیوان در طراحی پوستر که در حمایت از حقوق حیوانات نشان داده شده است.



تصویر ۱. همجواری و انطباق شمایی از انسان و حیوان در پوستر؛ به منظور ترویج گیاهخواری در حمایت از حقوق حیوانات (صداقت و احسنت، ۱۴۰۰)



تصویر ۲. انطباق نمایهای از انسان بر نمایهای از حیوان در طراحی پوستر که در حمایت از حقوق حیوانات (صداقت و احسنت، ۱۴۰۰)

معانی از نظر زبانی

ابن فارس به تحلیل مفهوم دلالت و هدایت را دو ریشه اصلی برای این واژه‌ها معرفی می‌کند. او می‌گوید که یکی از این ریشه‌ها به اشاره به چیزی با نشانه‌ای خاص مربوط می‌شود که به نوعی علم و آگاهی را منتقل می‌کند، در حالی که ریشه دیگر به اغتشاش و عدم وضوح در آن چیز اشاره دارد. به عبارت دیگر، دلالت می‌تواند هم به معنای راهنمایی و هدایت افراد به سمت حقیقت باشد و هم به معنای ایجاد ابهام و سردرگمی. ابن فارس همچنین به نظریه الجوهري اشاره می‌کند که نشان می‌دهد در زبان، دلالت به عنوان منبعی برای هدایت در مسیر درست عمل می‌کند. این تحلیل بر اهمیت نشانه‌ها و کلمات در ارتباطات انسانی و فرآیند فهم و شناخت تأکید دارد و نشان می‌دهد که هدایت، به معنای راهنمایی و حمایت از دیگران در مسیر صحیح، امری اساسی در تعاملات اجتماعی است (سوهیندرا و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۷).

### معانی از نظر فنی

برخی دانشمندان نوگرایان علم اشاره را به عنوان دانشی تعریف کرده‌اند که بر مطالعه معنا تمرکز دارد. این علم به بررسی نظریه معنا، شرایط لازم برای انتقال مفهوم از طریق نمادها و ارتباطات می‌پردازد. به عبارتی، علم دلالت نه تنها به خود معنا، بلکه به فرایندهایی که منجر به شکل‌گیری و انتقال معنا می‌شوند، توجه دارد. این تعریف به نوعی مترادف با مطالعه معنا در معنای کلی آن است و به جستجوی مفهوم و نحوه درک آن در ارتباطات انسانی اشاره دارد. به این ترتیب، علم دلالت به عنوان یک رشته علمی، به تحلیل عمیق‌تری از چگونگی ایجاد و فهم معنا در زبان و ارتباطات می‌پردازد و اهمیت آن در درک دقیق‌تر از زبان و ارتباطات انسانی را نشان می‌دهد (ریادینگ و روکسبورگه، ۱۴۰۲: ۱۸).

### طراحی گرافیک از نظر زبانی

طراحی گرافیک به عنوان بخشی اساسی از فرآیند ارتباط بصری، نقش مهمی در برقراری ارتباط مؤثر با مخاطب هدف دارد. این نوع طراحی با بهره‌گیری از عناصر مختلفی چون فونت‌ها، رنگ‌ها، نمادها و تصاویر، مفاهیم و ایده‌هایی را به گونه‌ای بیان می‌کند که پیام به طور واضح و قابل فهم برای گیرندگان منتقل شود. برای تحقق این هدف، طراحان گرافیک به مهارت‌های پیشرفته‌ای در درک زبان، فرهنگ و اصول برقراری ارتباط بصری نیاز دارند و در عین حال باید تعادل مناسبی بین زیبایی‌شناسی و عملکرد برقرار کنند. همچنین، طراحی گرافیک باید با اصول کلی طراحی و اهداف ارتباطی خاص سازگار باشد تا اثربخشی بیشتری داشته باشد. به این

<sup>۱۷</sup> (Suhendra et al., ۲۰۲۲)

<sup>۱۸</sup> (Reading & Roxburgh., ۲۰۲۴)

ترتیب، طراحی گرافیک به عنوان یک عنصر کلیدی در ساخت هویت برند و تقویت تعامل با مخاطب هدف عمل می‌کند و می‌تواند به شکل‌گیری ارتباطات معنادار و ماندگار کمک کند (والکر، ۱۳۹۵) ۱۹.

### طراحی گرافیک از نظر فنی

طراحی گرافیک به عنوان یک وسیله بصری، ابزاری است که طراحان برای انتقال پیام‌های خاص به مخاطبان از آن استفاده می‌کنند. این هنر و علم، ریشه‌های خود را به دوران باستان برمی‌گرداند و با پیشرفت بشر و تغییرات فرهنگی، به طور مداوم تکامل یافته است. طراحی گرافیک تحت تأثیر فرهنگ‌ها و سبک‌های مختلف قرار دارد و هر طراح می‌تواند با استفاده از خلاقیت و نوآوری، ایده‌ها و مفاهیم را به شیوه‌های متنوعی بیان کند. این تنوع در طراحی‌ها نه تنها به زیبایی ظاهری آن‌ها کمک می‌کند، بلکه می‌تواند تأثیر عمیقی بر درک و ارتباط مخاطب با پیام مورد نظر داشته باشد. به این ترتیب، طراحی گرافیک نه تنها به عنوان یک ابزار ارتباطی، بلکه به عنوان یک وسیله‌ای برای ابراز خلاقیت و انتقال فرهنگی نیز عمل می‌کند (دابنیر و همکاران، ۱۳۹۵) ۲۰.

### اهمیت طراحی گرافیک بصری

#### مفهوم اهمیت

علم دلالت به بررسی اهمیت و کاربرد سیگنال‌ها، چه بصری و چه زبانی، در ارتباطات انسانی می‌پردازد و تفسیر این سیگنال‌ها را در محصولات ارتباطی مانند تبلیغات و بسته‌بندی مورد تحلیل قرار می‌دهد. این علم شامل عناصر کلامی نظیر حروف، کلمات و پیام‌ها، و همچنین عناصر غیرکلامی مانند رنگ‌ها، شکل‌ها و سبک‌های قلم است که به طور هدفمند در فرآیند طراحی مفهومی و گرافیکی ادغام شده‌اند تا سیگنال‌های قوی و مؤثری برای مخاطب ایجاد کنند. تفسیر این سیگنال‌ها بسته به زمینه فرهنگی و تاریخی‌ای که در آن قرار دارند، متغیر است، به طوری که یک پیام ممکن است در فرهنگ‌های مختلف معانی و برداشت‌های متفاوتی داشته باشد. به این ترتیب، درک عمیق از این سیگنال‌ها و زمینه‌های مرتبط با آن‌ها برای طراحان و ارتباط‌گران ضروری است تا بتوانند ارتباطات مؤثری را ایجاد کنند و تأثیرگذاری بیشتری بر مخاطبان داشته باشند (آمبروسی و همکاران، ۱۳۹۷) ۲۱.

<sup>۱۹</sup> (Walker, ۲۰۱۷)

<sup>۲۰</sup> (Dabner et al., ۲۰۱۷)

<sup>۲۱</sup> (Ambrose et al., ۲۰۱۹)

طراحی گرافیک بصری در آگاهی محیطی و کمپین‌های گردشگری پایدار نقش حیاتی دارد و به‌عنوان ابزاری ضروری برای حفظ محیط زیست و ترویج گردشگری پایدار شناخته می‌شود. این طراحی شامل عناصر بصری، گرافیک، رنگ‌ها و فونت‌هایی است که به‌طور هدفمند در مطالب آگاهی استفاده می‌شوند (فرخنده و همکاران، ۱۴۰۲). استفاده مؤثر از این عناصر می‌تواند توجه مخاطبان را جلب کرده و آن‌ها را به تفکر درباره اهمیت حفاظت از محیط زیست ترغیب کند. همچنین، طراحی گرافیک بصری می‌تواند پیام‌های کمپین را به‌گونه‌ای جذاب و قابل فهم منتقل کند که موجب ارتقاء آگاهی عمومی و تغییر رفتارهای اجتماعی شود. به این ترتیب، طراحی گرافیک به‌عنوان یک عنصر کلیدی در موفقیت این کمپین‌ها عمل می‌کند و می‌تواند به بهبود تصویر مقاصد گردشگری و افزایش مشارکت جامعه در حفاظت از منابع طبیعی کمک نماید (بیستلی و مکنیلی، ۱۴۰۰، ۲۲).

طراحی گرافیک بصری اهمیت زیادی در جلب توجه مخاطبان هدف و انتقال پیام‌های روشن و قدرتمند درباره محیط زیست و گردشگری پایدار دارد. با استفاده مؤثر از عناصر بصری، این طراحی می‌تواند علاقه مخاطبان را به مسائل زیست‌محیطی تحریک کند و آن‌ها را به اتخاذ اقداماتی برای حفظ محیط زیست ترغیب نماید. به این ترتیب، طراحی گرافیک به‌عنوان ابزاری کلیدی در ترویج آگاهی و تغییر رفتارهای مثبت نسبت به محیط زیست عمل می‌کند. یکی از عناصر مهم در اهمیت طراحی گرافیک بصری استفاده از رنگ‌های مناسب است. رنگ‌ها می‌توانند نمادها و معانی مختلفی داشته باشند. به عنوان مثال، رنگ سبز نمادی از محیط زیست و پایداری در نظر گرفته می‌شود (هامدن، ۱۴۰۰، ۲۳).

علاوه بر این، استفاده از گرافیک و تصاویر برای انتقال پیام‌های قدرتمند، نمایش مسائل زیست محیطی و پایداری قوی و موثر است و استفاده از تصویری از ساحل آلوده به زباله برای نشان دادن ضرورت حفظ پاکیزگی و حفظ اقیانوس‌ها می‌باشد. فونت همچنین نقش مهمی در برقراری ارتباط مؤثر، واضح و آسان برای خواندن و همچنین اجتناب از فونت‌های پیچیده و نامشخص دارد و اطمینان می‌دهد که متن برای همه مخاطبان واضح و قابل درک است (خان و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۴). همانند تصویر (۳) برای سازمان WWF<sup>۲۵</sup> طراحی شده اند به این معنا که شما در یک موقعیت اضطراری نمی‌توانید آهسته عمل کنید. برای سیاره زمین همین الان دست به کار شوید! این سه پوستر با استفاده از آرایه‌های طنز و تصاویر شمایی و واقع‌گرایانه، انسان معاصر را به تفکر درباره وضعیت بحرانی کره زمین و فجایع زیست‌محیطی دعوت می‌کنند. طراحی پوسترها به‌گونه‌ای است که اهمیت واکنش سریع به این چالش‌ها را به‌صورت ملموس به مخاطب منتقل می‌کند. در حالی که ممکن است در نگاه اول ارتباطی با مسائل زیست‌محیطی نداشته باشند، متن‌های موجود به‌طور هوشمندانه‌ای مخاطب را وادار به تأمل می‌کنند و او را به بررسی رفتارها و باورهای خود در قبال طبیعت تشویق می‌کنند. این رویکرد، با ترکیب طنز و تصاویر واقع‌گرایانه، نه تنها توجه را جلب می‌کند، بلکه احساس مسئولیت را در برابر آینده کره زمین تقویت می‌نماید.

<sup>۲۲</sup>(Bestley & McNeil., ۲۰۲۲)

<sup>۲۳</sup>(Hamdan., ۲۰۲۲)

<sup>۲۴</sup>(Khan et al., ۲۰۲۱)

<sup>۲۵</sup>World Wildlife Fund



تصویر ۳. مفهوم اهمیت

## ارزیابی و آگاهی

تجربه بازاریابی به مجموعه‌ای از برداشت‌ها و احساساتی اطلاق می‌شود که یک فرد از کمپین‌های تبلیغاتی به دست می‌آورد. این تجربه معمولاً تحت تأثیر طراحی مؤثر کمپین و عناصر بصری و مفهومی آن شکل می‌گیرد، اما همچنین باید به عوامل اجتماعی و محیطی که بر روی مخاطب تأثیر می‌گذارد، توجه کرد. به‌ویژه در زمینه گردشگری و حفاظت از منابع طبیعی، کمپین‌های آگاهی هدفمند می‌توانند نقش بسزایی ایفا کنند (فخری، ۱۴۰۱). این کمپین‌ها به منظور بهبود درک گردشگران و ساکنان از مناطق طبیعی طراحی می‌شوند، زیرا تحقیقات نشان داده‌اند که افرادی که از ارزش‌های پارک‌های ملی آگاهی کمتری دارند، معمولاً نگرش منفی‌تری نسبت به حفاظت از منابع طبیعی دارند. با ایجاد پیوند میان کمپین‌های آگاهی و مفاهیم بازاریابی، می‌توان تجربه بازاریابی را با هدف ارتقاء آگاهی زیست‌محیطی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی گسترش داد. این رویکرد نه تنها به افزایش شناخت و قدردانی از منابع طبیعی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به شکل‌گیری نگرش مثبت‌تری نسبت به حفاظت از این منابع در بین مخاطبان منجر شود (گارمیش و پوهن، ۲۰۲۳). در تصویر (۴) ارزیابی و آگاهی (تخریب محیط زیست نابودی زندگیست) نشان داده شده است.

<sup>۲۶</sup>(Fakhry., ۲۰۲۳)

<sup>۲۷</sup>(Gamisch & Pöhn., ۲۰۲۳)



تصویر ۴. ارزیابی و آگاهی

طور خاص بر توانایی کمپین برای ایجاد انگیزه تغییرات مثبت در رفتار مخاطبان خود در یک مفهوم گسترده تر از آگاهی، از جمله آگاهی در چارچوب بازاریابی اجتماعی و کمپین‌های آگاهی، تأثیر می‌گذارد (بازو و همکاران، ۱۳۹۰، ۲۸). طراحی کمپین‌های تبلیغاتی و ارتباطی نقش مهمی در برانگیختن واکنش‌های احساسی مخاطبان، اعم از تبلیغ مقاصد گردشگری یا افزایش آگاهی از مسائل اجتماعی دارد. عناصر طراحی گرافیکی مانند تصاویر، جلوه‌ها و موسیقی برای برانگیختن پاسخ‌های احساسی مثبت استفاده می‌شوند که بر علاقه و تجربه شناختی مخاطب تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، در زمینه توسعه پایدار، کمپین‌های آگاهی عمومی می‌توانند بر ارتقای تغییرات رفتاری مثبت و آگاهی زیست محیطی تمرکز کنند. اینفوگرافیک‌ها به عنوان بخشی از نشانه‌شناسی طراحی در انتقال مسائل زیست محیطی به مخاطبان هدف موثر هستند (واورد-گوردی و مارین-رویچ، ۱۴۰۱، ۲۹). در تصویر (۵) یک پوستر اینفوگرافیک (گزیده اقدامات شهرداری تهران برای حفظ محیط زیست) نشان داده شده است.

<sup>۲۸</sup> (Bazzo et al., ۲۰۱۲)

<sup>۲۹</sup> (Vallverdu-Gordi & Marine-Roig., ۲۰۲۳)



تصویر ۵. اینفوگرافیک (URS<sup>۱</sup>)

نشانه‌شناسی طراحی کمپین گرافیکی به‌طور قابل توجهی بر آن تأثیر می‌گذارد تجربه حسی، عاطفی و شناختی مخاطب و همچنین حفظ مقصدیک اینفوگرافیک برای کمپین آگاهی در مورد گردشگری پایدار در ایران پیشنهاد می‌شود. طراحی اینفوگرافیک روشی موثر و جذاب برای انتشار اطلاعات مربوط به کمپین آگاهی در مورد گردشگری پایدار در است. هدف این طرح روشن کردن مزایا و اهداف اصلی کمپین و افزایش آگاهی در مورد اهمیت حفظ محیط زیست و فرهنگ محلی در صنعت گردشگری است (بیستیلی و مکنیلی، ۱۴۰۰، ۳۰). طراحی اینفوگرافیک برای کمپین آگاهی گردشگری پایدار در ایران می‌تواند شامل عناصر بصری مختلفی مانند تصاویر، رنگ‌ها و نمادها باشد تا اطلاعات را به شیوه‌ای آسان و ساده منتقل کند. این اینفوگرافیک می‌تواند شامل اطلاعاتی در مورد مکان‌های گردشگری پایدار در ایران، اهمیت حفظ تنوع زیستی و فرهنگی، بهترین شیوه‌ها برای گردشگری پایدار باشد. هنگام طراحی اینفوگرافیک، تمرکز باید بر استفاده از رنگ‌های مناسب باشد که طبیعت را منعکس می‌کند و حس اشتیاق و علاقه را افزایش می‌دهد (دونلاپ و لوویندال، ۱۳۹۴، ۳۱). در تصویر (۶) طراحی اینفوگرافیک گردشگری برای شیراز نشان داده شده است.

<sup>۳۰</sup>(Bestley & McNeil., ۲۰۲۲)

<sup>۳۱</sup>(Dunlap & Lowenthal., ۲۰۱۶)



تصویر ۶. طراحی اینفوگرافیک گردشگری برای شیراز

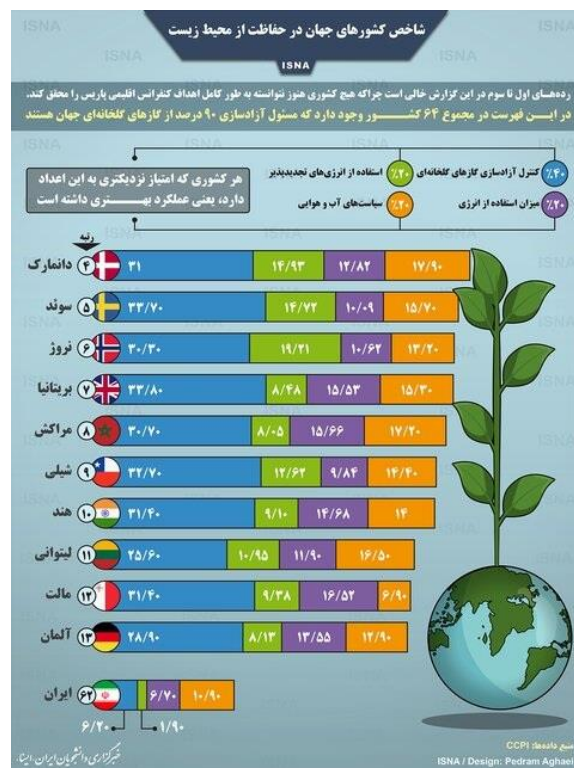
علاوه بر گرافیک و رنگ، می توان از متون گویا برای شفاف سازی مفاهیم کلیدی و انتقال پیام مهم کمپین استفاده کرد. متن باید واضح و قابل خواندن باشد و از فونت های مختلف برای برجسته کردن متون کلیدی و دستیابی به تمرکز مورد نظر استفاده کند (فاخری، ۱۴۰۱: ۳۲). علاوه بر این، استفاده از قالب های متنی مختلف مانند سرفصل ها، نکات کلیدی و برجسب های توضیحی برای بهبود سازماندهی اطلاعات و شفاف تر کردن آن. ما نباید اهمیت گنجاندن منابع اطلاعاتی و آمار مربوطه را در طراحی اینفوگرافیک نادیده بگیریم. استفاده از نمودارها برای نشان دادن اعداد و ارقام مهم به شیوه ای ساده و قابل فهم، به اطلاعات ارائه شده اعتبار می بخشد و اهمیت موضوعات مرتبط با گردشگری پایدار را روشن می کند (چن و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۳).

با استفاده از طراحی اینفوگرافیک برای کمپین آگاهی گردشگری پایدار در ایران، می توان تأثیر قوی برای انتقال مؤثر پیام به مخاطب ایجاد کرد. این را می توان با توزیع اینفوگرافیک از طریق رسانه های اجتماعی، وب سایت ها و مطالب چاپی برای افزایش آگاهی در

<sup>۳۲</sup>(Fakhry, ۲۰۲۳)

<sup>۳۳</sup>(Chen et al., ۲۰۱۹)

مورد اهمیت گردشگری پایدار در ایران و تشویق مردم به مشارکت در حفظ محیط زیست و فرهنگ محلی و در عین حال کاوش در زیبایی‌های طبیعی و میراث فرهنگی ایران به دست آورد. استفاده کامل از قابلیت‌های طراحی اینفوگرافیک می‌تواند باعث ایجاد علاقه، جذب مخاطب و رسیدن به تأثیر مطلوب شود (هیلر و لاندرس، ۱۳۹۲: ۳۴). در تصویر (۷) اینفوگرافیک / شاخص کشورهای جهان در حفاظت از محیط زیست نشان داده شده است.



تصویر ۷. اینفوگرافیک / شاخص کشورهای جهان در حفاظت از محیط زیست

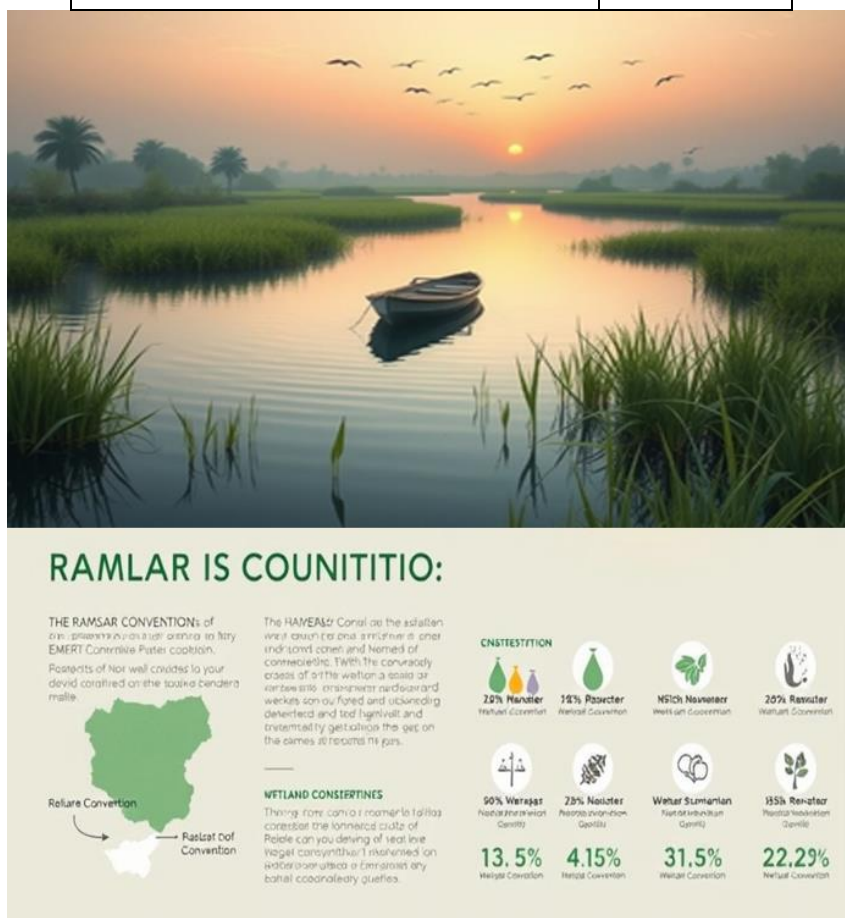
بحث

نمونه (۱)

کمپین آگاهی بخشی برای گردشگری (مرداب‌ها) با استفاده از اینفوگرافیک نمونه موردی (۱) در تصویر (۸) نشان داده شده است.

جدول ۱. مشخصات پوستر گردشگری (مرداب ها)

نام پوستر	گردشگری (مرداب ها)
تکنولوژی	طراحی گرافیک، طراحی چاپ
نرم افزار	فتوشاپ، ایندیزاین
نوع طراحی	پوستر اینفوگرافیک
هدف از طراحی	کمپین آگاهی بخشی برای گردشگری طراحی مرداب



تصویر ۸. پوستر گردشگری (مرداب ها)

## تجزیه و تحلیل پوستر

طراحی پوستر دارای عناصر متعددی است که باعث می شود آن را به یک اثر هنری زیبا تبدیل کند و تأثیر عاطفی بر بیننده بگذارد. که نشان دهنده تعادل بین آب و آسمان با قایق قرار گرفته در پایین است، تعادل بصری ایجاد می کند و چشم را به مرکز تصویر می

کشاند. پرسپکتیو در طراحی به طور قابل توجهی مشهود است و به صحنه عمق می دهد که قایق نزدیک به نظر می رسد، در حالی که پرندگان و افق دور به نظر می رسند و حس سه را ایجاد می کنند.

فضای ابعادی نقش نور و سایه به صحنه سرزندگی و واقع گرایی می افزاید، با نوری که ظاهراً از افق می آید و جلوه های سایه ای به قایق می دهد و درخششی روی آب می بخشد.

از رنگ ها به طرز ماهرانه ای در طراحی استفاده شده است و رنگ های گرم مانند طلایی و نارنجی در درجه اول برای ایجاد حس گرما و آرامش استفاده شده است. رنگ سبز رنگ سبز برای نشان دادن طبیعت و پایداری و استفاده از رنگ تیره برای قایق تضاد زیبایی با رنگ های گرم صحنه ایجاد می کند. از خطوطی نیز در طراحی استفاده شده است که خطوط افقی بیانگر آرامش و ثبات است، در حالی که خطوط عمودی حس بلندی و میل به سمت آسمان را القا می کنند. حرکت در صحنه حس زندگی را به همراه پرندگان در حال پرواز و انعکاس آب حسی از امواج ملایم می دهد. این نقاشی حس آرامش و وضوح را برمی انگیزد که از انتخاب موضوع، تکنیک نورپردازی و رنگ های استفاده شده ناشی می شود و از طریق ارائه اطلاعات و آمار، این اثر هنری می تواند به ترغیب گردشگران به انتخاب های مسئولانه و حفظ محیط زیست کمک کند. این مرداب ها به دلیل زیبایی طبیعی منحصر به فرد و تاریخ غنی فرهنگی، مکان های گردشگری شگفت انگیزی محسوب می شوند.

جدول ۲- تحلیل نقش پوسترهای گرافیکی در ارتقاء آگاهی زیست محیطی برای گردشگری پایدار با تمرکز بر پوستر مربوط به مرداب ها

عنصر	نقش و تأثیر	ارتباط با آگاهی زیست محیطی
عکس منظر طبیعی	جذب توجه و افزایش حس زیبایی طبیعت	ترویج حفاظت از محیط زیست و زیستگاه ها
کشتی در آب	نماد سفر و ارتباط انسان با طبیعت	اهمیت حفاظت از منابع آبی و اکوسیستم ها
پرندگان در آسمان	نشان دهنده تنوع زیستی و سلامت اکوسیستم	آگاهی از اثرات تغییرات اقلیمی بر حیات وحش
نوشته های اطلاع رسانی	انتقال اطلاعات و آمار زیست محیطی	آموزش عمومی و تشویق به رفتارهای پایدار
محیط زیست و فضای سبز	نشان دهنده اهمیت حفظ پوشش گیاهی	نقش گیاهان در حفظ اکوسیستم و بهبود کیفیت هوا
نقشه و اطلاعات محلی	تأکید بر محلی سازی حفاظت از محیط زیست	اهمیت مشارکت جامعه در حفاظت از منابع طبیعی

## نمونه (۲)

کمپین آگاهی بخشی برای گردشگری در ایران (دریاچه ارومیه) با استفاده از اینفوگرافیک نمونه موردی (۲) در تصویر (۹) نشان داده شده است.

جدول ۳- مشخصات پوستر گردشگری در ایران (دریاچه ارومیه)

نام پوستر	گردشگری در ایران (دریاچه ارومیه)
تکنولوژی	طراحی گرافیک، طراحی چاپ
نرم افزار	فتوشاپ، ایندیزاین
نوع طراحی	پوستر اینفوگرافیک
هدف از طراحی	کمپین آگاهی برای گردشگری پایدار در دریاچه ارومیه و طراحی حفاظت از محیط زیست



تصویر ۹. پوستر گردشگری در ایران (دریاچه ارومیه)

تجزیه و تحلیل پوستر

عنصر اصلی در طراحی نقشه دریاچه ارومیه است که معمولاً یک موقعیت جغرافیایی خاص یا پراکندگی ویژگی های خاص در یک منطقه را نشان می دهد. نقشه با رنگ های مختلف رنگ آمیزی شده است که نشان دهنده انواع مختلف زمین ها یا مناطق زیست محیطی است. این تصویر عناصر محیطی مانند درختان، بدنه های آبی و یک قایق را نشان می دهد. مشخصه آن رنگ سبز است که معمولاً نماد طبیعت و محیط است. استفاده برجسته از سبز می تواند نشان دهنده طبیعت کشاورزی باشد. رنگ آبی برای آب نشان دهنده رودخانه ها، دریاچه ها یا بدنه های آبی است. وجود نمادها می تواند مفاهیم یا مکان های خاصی را بر روی نقشه نشان دهد، مانند شهرها، مکان های دیدنی، فعالیت های کشاورزی یا ذخایر طبیعی. متن مورد استفاده در این گونه آثار برای ارائه اطلاعات

دقیق در مورد نقشه یا موضوع ارائه شده است. در این مورد، به نظر می‌رسد که متن انگلیسی وجود دارد، که نشان می‌دهد مخاطب هدف انگلیسی‌زبانان است. به نظر می‌رسد این طرح با دقت طراحی شده است تا اطلاعات را به شیوه‌ای به راحتی قابل درک و از نظر بصری جذاب ارائه کند. از نظر چیدمان و سازماندهی به کار رفته در ارائه اطلاعات، درک مطلب را برای بیننده آسان می‌کند. اگر عناصر تعاملی مانند پیوندها یا دکمه‌ها وجود داشته باشد که به کاربر اجازه می‌دهد به روش‌های مختلف با اطلاعات تعامل داشته باشد، هدف از طراحی، خدمت به هدف آموزشی یا افزایش آگاهی، با هدف انتشار دانش یا تشویق اقدامات خاص برای یک موضوع خاص است. همه این عناصر گرد هم می‌آیند تا یک قطعه رسانه‌ای را تشکیل دهند که ممکن است بخشی از یک کمپین آگاهی یا آموزشی برای گردشگری پایدار در ایران مدنظر باشد. بر اساس توضیحات ارائه شده، به نظر می‌رسد که طرح دارای نمادگرایی مرتبط با موضوع پایداری و حفاظت از محیط زیست است.

جدول ۴- تحلیل نقش پوسترهای گرافیکی در ارتقاء آگاهی زیست‌محیطی برای گردشگری پایدار با تمرکز بر پوستر مربوط به دریاچه ارومیه

عناصر پوستر	نقش و تأثیر	ارتباط با آگاهی زیست‌محیطی
نقشه و طراحی گرافیکی	ارائه اطلاعات بصری و جذاب در مورد دریاچه و اطراف آن	افزایش درک بیننده از جغرافیا و اهمیت این منطقه
تصاویر و نمادها	نشان دادن تنوع زیستی و زیبایی‌های طبیعی	تشویق به حفاظت از منابع طبیعی و اکوسیستم‌های محلی
اطلاعات آماری	ارائه آمار و حقایق درباره وضعیت دریاچه و تهدیدات آن	افزایش آگاهی از مشکلات زیست‌محیطی و ضرورت اقدامات
رنگ‌ها و طراحی جذاب	جلب توجه و ایجاد حس مثبت نسبت به طبیعت	ترغیب به تعامل و بازدید از این مناطق به صورت پایدار
پیام‌های آموزشی	توضیح درباره رفتارهای پایدار و حفاظت از محیط زیست	ارتقاء آگاهی نسبت به تأثیرات گردشگری بر محیط زیست
نقاط گردشگری	معرفی جاذبه‌های گردشگری و فعالیت‌های پایدار	راهنمایی گردشگران به انتخاب‌های مسئولانه و پایدار

### نمونه (۳)

یک کمپین آگاهی بخشی برای گردشگری در خوزستان در ایران با استفاده از اینفوگرافیک نمونه موردی (۳) در تصویر (۱۰) نشان داده شده است.

جدول ۵. مشخصات پوستر گردشگری در ایران (خوزستان)

نام پوستر	گردشگری در ایران (خوزستان)
تکنولوژی	طراحی گرافیک، طراحی چاپ
نرم افزار	فتوشاپ، ایندیزاین
نوع طراحی	پوستر اینفوگرافیک
هدف از طراحی	یک کمپین آگاهی از گردشگری پایدار برای شهر گیلان برای ترویج حفاظت از محیط زیست



تصویر ۱۰. پوستر گردشگری در ایران (خوزستان)

## تجزیه و تحلیل پوستر

به نظر می رسد این طرح بخشی از یک موزه یا نمایشگاه آموزشی باشد که هدف آن برجسته کردن معماری و تمدن منطقه خوزستان است. ویژگی بارز ماکت بزرگ یک ساختمان در مرکز تصویر است که شبیه زیگورات است، نوعی معبد سر به فلک کشیده که در زمان های قدیم در این منطقه ساخته شده است. از نظر هنری، مدل زیگورات در مرکز قرار گرفته است و آن را به نقطه کانونی اصلی تبدیل می کند و توجه را به اهمیت این بنا در تاریخ منطقه جلب می کند. نورپردازی طبیعی به نظر می رسد و به خوبی در سراسر صحنه توزیع شده است، و اجازه می دهد تا جزئیات را بدون ایجاد سایه های تیز که ممکن است جنبه های نمایشگر را مبهم کند، به وضوح مشاهده شود. نقشه در پس زمینه به عنوان یک عنصر کمکی برای ارائه زمینه جغرافیایی و تاریخی عمل می کند و استفاده از نقشه ها بعد آموزشی می بخشد و به انتقال اطلاعات به صورت بصری کمک می کند.

استفاده از رنگ ها محدود است و تمایل به طبیعی و خاکی دارد و با ماهیت تاریخی نمایشگاه ها هماهنگ است. رنگ های گرم به ایجاد فضایی از تاریخ و اصالت کمک می کند. همچنین به نظر می رسد در ساخت مدل زیگورات و قطعات اطراف آن به جزئیات

توجه زیادی شده است که نشان دهنده تمایل به نمایش دقت تاریخی است. وجود نشانه‌ها یا حلقه‌های اطلاعاتی نشان‌دهنده این است که هر قسمت از نمایشگاه دارای توضیحاتی است که تجربه بیننده را غنی می‌کند و اطلاعاتی را درباره هر عنصر ارائه می‌کند. به طور کلی، به نظر می‌رسد که این نمایشگاه به خوبی طراحی شده است تا بازدیدکنندگان را در مورد اهمیت بناهای تاریخی و فرهنگی در خوزستان، با تأکید بر تأثیر مستمر آنها بر تاریخ و فرهنگ منطقه، آموزش دهد.

جدول ۶- تحلیل نقش پوستره‌های گرافیکی در ارتقاء آگاهی زیست‌محیطی برای گردشگری پایدار با تمرکز بر پوستر مربوط به خوزستان (ایران)

عنصر	نقش و تأثیر	ارتباط با آگاهی زیست‌محیطی
ماکت معماری	نمایش هویت فرهنگی و تاریخی منطقه	تأکید بر حفظ میراث فرهنگی و تأثیر آن بر محیط زیست
نقشه منطقه	ارائه اطلاعات جغرافیایی و منابع طبیعی	آگاهی از اهمیت جغرافیا در حفاظت از محیط زیست
عناصر طبیعی (خاک)	نشان‌دهنده استفاده از مواد طبیعی در ساخت و ساز	ترویج استفاده پایدار از منابع محلی
عکس‌ها و اطلاعات	انتقال دانش در مورد معماری و سازه‌های پایدار	آموزش در مورد تأثیرات معماری بر محیط زیست
پرچم‌ها و نمادها	نماد هویت محلی و ملی	اهمیت حفاظت از تنوع فرهنگی و بوم‌سازگان‌ها

### نتیجه گیری

کمپین های آگاهی از محیط زیست برای گردشگری پایدار برای حفظ محیط طبیعی و تشویق مسئولیت محیط زیست در بین گردشگران بسیار مهم است. یکی از عوامل مهم موفقیت این کمپین ها ، عناصر طراحی گرافیک بصری است که در طراحی مواد آگاهی مانند رنگ ها ، نمادها ، گرافیک ها و قلم ها مورد استفاده قرار می گیرد. این عناصر با هدف جلب توجه مخاطبان هدف و انتقال پیام واضح و قدرتمند در مورد اهمیت محیط زیست و گردشگری پایدار انجام می شود. نتایج را می توان به شرح زیر خلاصه کرد:

این مطالعه ها نشان داد که رنگ ها نقش مهمی در جلب توجه و انتقال مؤثر پیام دارند. به عنوان مثال ، استفاده از سبز نمادی از محیط و پایداری است ، در حالی که استفاده از آبی نمادی از آب تمیز است. این مطالعه نشان داد که گردشگران با هم در تعامل مثبت و پاسخ بیشتر به رنگهای مرتبط با محیط و گردشگری پایدار هستند و استفاده از نمادها و گرافیک های مربوط به محیط زیست و گردشگری پایدار به ارائه موثرتر پیام کمک می کند. به عنوان مثال ، استفاده از تصاویر از طبیعت سبز باعث افزایش آگاهی از اهمیت حفظ تنوع زیستی و محافظت از حیات وحش در مناطق توریستی می شود. این مطالعه نشان داد که این نمادها و گرافیک ها به خوبی مورد استقبال و تعامل مثبت با مخاطب قرار می گیرند همچنین استفاده از فونت های روشن و آسان برای خواندن به تسهیل درک پیام و ایجاد انگیزه در گردشگران برای انجام اقدامات محیطی پایدار کمک می کند. از طرف دیگر ، استفاده از فونت های پیچیده و نامشخص ، درک و تأثیر پیام را بر روی مخاطب هدف کاهش می دهد.

محققان پس از انجام مطالعه در مورد نقش نشانه های طراحی گرافیک بصری در کمپین های آگاهی از محیط زیست برای گردشگری پایدار ، به چندین نتیجه گیری مهم رسیدند که درک ما از موضوع را تقویت می کند.

اول: این مطالعه ثابت کرد که نشانه های طراحی گرافیک بصری نقش مهمی در موفقیت کمپین های آگاهی از محیط زیست برای گردشگری پایدار در ایران دارند. در صورت استفاده از رنگ های مناسب ، نمادها ، گرافیک ها و فونت های واضح ، در جلب توجه و انتقال کارآمد پیام ، تأثیر قوی و مؤثر حاصل می شود. این امر باعث افزایش آگاهی از محیط زیست می شود و گردشگران را برای کمک به حفاظت از محیط زیست و گردشگری پایدار انگیزه می دهد.

دوم: این مطالعه اهمیت رنگ ها در انتقال پیام و ترویج رفتار پایدار را برجسته می کند. استفاده از رنگهای مرتبط با طبیعت و محیط ، مانند سبز و آبی ، بر اهمیت پایداری و حفظ منابع طبیعی تأکید می کند. این مطالعه همچنین نشان داد که رنگهای پر جنب و جوش و روشن باعث افزایش توجه و منعکس کننده نشاط و اشتیاق برای مشارکت می شوند.

سوم: این مطالعه نشان داد که نمادها و گرافیک های مربوط به محیط زیست باعث افزایش آگاهی از محیط زیست و تحریک علاقه و تعامل با کمپین های آگاهی می شوند. استفاده از تصاویر از طبیعت ، گیاهان و سایر عناصر محیطی به انتقال مؤثرتر پیام کمک می کند و ارتباط عاطفی مخاطب را با طبیعت و محیط تقویت می کند.

چهارم: نتیجه گیری شد که استفاده از فونت های روشن و آسان ، درک پیام و تعامل مخاطبان را تقویت می کند. استفاده از قلم های مناسب و شفاف ، تحویل صحیح و مؤثر پیام را تضمین می کند ، در حالی که استفاده از فونت های پیچیده و نامشخص ممکن است مانع درک پیام شود و تأثیر آن را کاهش دهد.

### توصیه ها

- انجام مطالعات ارزیابی برای اندازه گیری اثربخشی کمپین ها.
- تقویت همکاری و مشارکت بین نهادهای مربوطه.
- ارائه منابع و پشتیبانی لازم برای اجرای کمپین ها.
- طراحی کارزارهای مستقیم بر اساس تحقیق و بهترین روش ها.
- دقت در طراحی مواد آگاهی و انتخاب عناصر گرافیکی مناسب.
- ارائه آموزش و راهنمایی برای طراحان گرافیک.

### پیشنهادهای

محققان به ارائه یک رویکرد جامع برای بهبود طراحی گرافیک در کمپین های آگاهی بخشی مرتبط با گردشگری پایدار پرداخته اند: ادغام فناوری های نوین: استفاده از فناوری های دیجیتال و رسانه های اجتماعی برای ایجاد تجربه های تعاملی و جذاب. همکاری با هنرمندان محلی: تشویق به همکاری با هنرمندان محلی برای طراحی عناصر گرافیکی که زیبایی بصری و ارزش های فرهنگی را منعکس کنند. اجرای کمپین های پایدار طولانی مدت: طراحی کمپین هایی که به طور مستمر ادامه داشته باشند تا آگاهی عمومی و تغییر رفتارهای زیست محیطی را تقویت کنند.

انجام مطالعات ارزیابی: برگزاری مطالعات ارزیابی منظم برای سنجش اثربخشی کمپین‌ها و بررسی تأثیر آن‌ها. هماهنگی تحقیقات: ایجاد هماهنگی بین تحقیقات مختلف در زمینه طراحی گرافیک و گردشگری پایدار به منظور تقویت کمپین‌های آگاهی از محیط زیست. این پیشنهادات می‌تواند به تقویت کمپین‌های آگاهی‌بخشی و ارتقای گردشگری پایدار در ایران کمک کند.

## تعارض منافع

این پژوهش برای نویسندگان هیچ گونه تضاد منافع نداشته است و نتایج به صورت شفاف بیان شده است.

## تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که ما را در انجام این پژوهش یاری رساندند کمال تقدیر و تشکر را داریم.

## منابع

۱. آذری، غلامرضا و ژبانی، زهرا (۱۳۹۲). بررسی تأثیر پوستر در جذب مخاطبان تئاتر. فرهنگ ارتباطات، ۳(۹)، ۱۳۵-۱۶۰. SID. <https://sid.ir/paper/۲۰۷۲۱۳/fa>
۲. امجدی، آزاده و گودرزی، مصطفی (۱۴۰۲). واکاوی شکل‌گیری جریان هنر مفهومی در ایران با تأکید بر اولین نمایشگاه‌های برگزار شده. نشریه هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی، ۴(۲۸)، ۱۹-۵۵. doi: ۱۰.۲۲۰۵۹/jfava.۲۰۲۳.۳۶۴۳۹۱.۶۶۷۱۷.۵۵
۳. خسروی، فاطمه و خدری، ناهید (۱۳۹۸). مطالعه ارزش بیانی رنگ در گرافیک اطلاع‌رسانی، سومین سمپوزیوم ملی روز جهانی گرافیک. ۱-۱۴.
۴. دیانت، فرشته (۱۳۹۶). بررسی اهمیت نشانه‌شناسی (دلالت معنایی) در عکس‌های مفهومی. مبانی نظری هنرهای تجسمی، ۴(۴)، ۷۱-۸۴. SID. <https://sid.ir/paper/۲۶۷۷۱۶/fa>
۵. صداقت، امیر و احسنت، ستاره (۱۴۰۰). تحلیل نقش طراحی پوستر در تبیین انواع آسیب‌های زیست محیطی. کنفرانس بین‌المللی و پنجمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری، هنر و طراحی شهری دانشگاه شهرکرد، دانشگاه خوارزمی و دانشگاه هنر اسلامی تبریز. ۱-۱۷.
۶. عالمی، حمید، و مولوی وردجانی، عیسی (۱۳۹۶). تاریخ هنر پوستر در دهه نخست انقلاب اسلامی ایران. مطالعات انقلاب اسلامی، ۱۴(۵۱)، ۱۱۷-۱۴۰. SID. <https://sid.ir/paper/۱۲۶۶۹۵/fa>
۷. فرخنده، احمد؛ فاطمی‌نیا، مهران و حسین‌قلی‌پور، زهرا (۱۴۰۲). چیدمان فضایی پارک‌های شهری؛ تعیین نقاط القاکننده حس ترس از جرم (مطالعه موردی: پارک تپه‌باشی شهر نقده). نشریه هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی، ۲۸(۴)، ۱۷۰-۱۵۷. doi: ۱۰.۲۲۰۵۹/jfava.۲۰۲۳.۳۶۳۵۶۳.۶۶۷۱۶۵
۸. کشاورزی، مرجان و احمدی‌شیخانی، مهرداد (۱۳۹۶). آموزش طراحی پوستر. نشریه موسسه آموزش عالی ناصر خسرو ساوه، فرهنگ صبا، ۱(۱)، ۱۰۸-۱.
۹. نادری، سیده سرو؛ صادق‌زاده، عین‌الدین، شاپوریان، فریبا (۱۳۹۸). تأثیر هنر مینیمال بر طراحی پوستر در ایران. فصلنامه هنر تمدن شرق، ۷(۲۶)، ۱-۲۶.

۱۰. Adamus-Matuszyńska, A., Dzik, P., Michnik, J., & Polok, G. (۲۰۲۱). Visual Component of Destination Brands as a Tool for Communicating Sustainable Tourism Offers. Sustainability, ۱۳(۲), ۷۳۱. <https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۳۰۲۰۷۳۱>

۱۱. Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (۲۰۱۹). The fundamentals of graphic design. Bloomsbury Publishing.
۱۲. Bazzo, S., Battistella, G., Riscica, P., Moino, G., Marini, F., Geromel, M., & Czerwinsky, L. (۲۰۱۲). Evaluation of the impact of the image used in a communication campaign to raise awareness about the effects of alcohol use during pregnancy. *Alcohol and Alcoholism*, ۴۷(۶), ۶۵۷-۶۶۲.
۱۳. Bestley, R., & McNeil, P. (۲۰۲۲). Visual research: An introduction to research methods in graphic design. Bloomsbury Publishing.
۱۴. Borba, M. R., Waechter, H. N., & Borba, V. R. (۲۰۱۵). Contributions of graphic design for effective communication in the health campaigns. In *Proceedings of the ۷th Information Design International Conference* (pp. ۸۲-۹۰).
۱۵. Chen, Z., Wang, Y., Wang, Q., Wang, Y., & Qu, H. (۲۰۱۹). Towards automated infographic design: Deep learning-based auto-extraction of extensible timeline. *IEEE transactions on visualization and computer graphics*, ۲۶(۱), ۹۱۷-۹۲۶.
۱۶. Dabner, D., Stewart, S., & Vickress, A. (۲۰۱۷). *Graphic design school: the principles and practice of graphic design*. John Wiley & Sons.
۱۷. Dunlap, J. C., & Lowenthal, P. R. (۲۰۱۶). Getting graphic about infographics: design lessons learned from popular infographics. *Journal of visual literacy*, ۳۵(۱), ۴۲-۵۹.
۱۸. Fakhry, N. A. M. (۲۰۲۳). Utilization of Guerilla advertising strategies in health awareness campaigns in Egypt. *International Design Journal*, ۱۳(۵), ۱۸۱-۱۹۱.
۱۹. Gamisch, L., & Pöhn, D. (۲۰۲۳, August). A Study of Different Awareness Campaigns in a Company. In *Proceedings of the ۱۴th International Conference on Availability, Reliability and Security*, ۱-۸.
۲۰. Hamdan, A. A. (۲۰۲۲). The SIS project: the use of advertising campaign regarding the sustainability in fashion (Doctoral dissertation, Universiti Teknologi MARA, Melaka).
۲۱. Heller, S., & Landers, R. (۲۰۱۴). *Infographic designers' sketchbooks*. New York: Princeton Architectural Press.
۲۲. Khan, M. R., Khan, H. U. R., Lim, C. K., Tan, K. L., & Ahmed, M. F. (۲۰۲۱). Sustainable tourism policy, destination management and sustainable tourism development: A moderated-mediation model. *Sustainability*, ۱۳(۲۱), ۱۲۱۵۶.
۲۳. Reading, T., & Roxburgh, M. (۲۰۲۴). The Role of Visual Communication Design in Developing Strategies for Effective Environmental Campaigns. In *Design Education in the Anthropocene*, ۱۱۲-۱۲۶.
۲۴. Suhendra, F. M., Wragg, N., & Barnes, C. (۲۰۲۰). Social Media Research and the Impact of Graphic Design: a case study examining an Indonesian political campaign.
۲۵. Turafy, A. (۲۰۲۲). Designing the Infographic as an Advertisement in Awareness Campaign: The Egyptian MoHP Campaign as a Model. *Journal of Architecture, Arts and Humanities*, ۷(۳۱), ۶۶۸-۶۸۸.
۲۶. Vallverdu-Gordi, M., & Marine-Roig, E. (۲۰۲۳). The role of graphic design semiotics in environmental awareness campaigns. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, ۲۰(۵), ۴۲۹۹.
۲۷. Walker, S. (۲۰۱۷). Research in graphic design. *The Design Journal*, ۲۰(۵), ۵۴۹-۵۵۹.



## **The Role of Graphic Design in Promoting Environmental Awareness for Sustainable Tourism**

### **Abstract**

This study examines the role of graphic design in awareness campaigns related to sustainable tourism. Analyzes the impact of the success of these campaigns in protecting the natural and economic resources of countries. While graphic design is an effective communication tool, its role in raising public awareness about sustainable tourism and environmental protection has not been comprehensively examined. The main objective of the research is to develop a conceptual model that explains the relationship between graphic design and the public environment, helps to increase public awareness about the importance of environmental protection, and improves the image of tourism destinations. This research shows that tourism activities are directly related to the environment and that increasing awareness among tourists and stakeholders about sustainable practices for preserving natural resources is essential. Due to the demand for unique experiences, natural areas are considered attractive destinations. This research is a methodological study analyzing the effectiveness of visual graphic design indicators in environmental awareness campaigns, presenting examples and results. These findings can lead to the development of more effective strategies in designing marketing campaigns and improving the quality of life in tourist areas, contributing to a better understanding of the role of graphic design in protecting the environment and natural resources.

**Keywords:** Graphic Design, Sustainable Tourism, Awareness Campaigns, Semiotics, Environment.