

کارکرد ویژه‌ای دارند. تصاویر، وظیفه بیان عاطفی را برعهده دارند و با استفاده از سبک واقع‌گرایانه و کارکردهای استعاری و بیانی، توجه مخاطب را به ویژگی‌های زیبایی‌شناختی پوستر جلب کرده و او را در موقعیت شناخت تأملی قرار می‌دهند. نوشتار نیز با ارائه اطلاعات آماری و توصیفی، داده‌های خبری را به مخاطب منتقل می‌کند. در این پوسترها، نوشتار به‌عنوان توسعه‌دهنده و تکمیل‌کننده محتوای تصویری عمل کرده و نقش تثبیت‌کننده معانی متکثر و سیال بخش تصویری را برعهده دارد.

کلیدواژه‌ها: ارتباط تصویری، نوشتار و تصویر، پوستر آموزشی، صندوق جهانی طبیعت

بهاره معیری

دانشجوی دکتری هنرهای اسلامی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
b.moayeri@modares.ac.ir

سمیرا رویان

استادیار گروه نقاشی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، نویسنده مسئول.
s.royan@modares.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳-۰۴-۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳-۱۰-۱۸

1-DOI: 10.22051/pgr.2025.47723.1274

تأثیر نوشتار بر انتقال محتوای تصویری پوسترهای آموزشی (مطالعه موردی: پوسترهای حیات وحش صندوق جهانی طبیعت)

چکیده

همنشینی نوشتار و تصاویر در متون آموزشی از دیرباز مورد توجه بوده است. در این همنشینی گاه تصاویر به کمک رسانه‌های نوشتاری آمده‌اند (مانند نقشه‌ها، نمودارها و تصویرسازی‌های علمی) و گاه نوشتار به توسعه و تثبیت محتوای رسانه دیداری کمک کرده است (مانند بلبوردها و پوسترها). همنشینی نقوش و نوشتار در گرافیک نشان از آگاهی طراحان نسبت به قابلیت‌های متفاوت رسانه‌های کلامی و دیداری در انتقال معنا دارد. به‌عنوان مثال، پوسترهای صندوق جهانی طبیعت با هدف آموزش همگانی در راستای حفاظت از محیط‌زیست، از ترکیب تصویر و نوشتار برای تأثیرگذاری بیشتر استفاده کرده‌اند. رویکرد خلاقانه طراحان در چگونگی بهره‌گیری از نوشتار در متن دیداری نقش قابل‌توجهی در تأثیرگذاری و انتقال پیام پوسترهای آموزشی دارد. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر تبیین نحوه تعامل و برهم‌کنش تصویر و نوشتار در مجموعه پوسترهای حیات وحش صندوق جهانی طبیعت است. برای پاسخ به این پرسش که نوشتار در پوسترهای صندوق جهانی طبیعت چگونه بر محتوای بخش تصویری اثر گذاشته است، ۱۰ نمونه از پوسترهای صندوق جهانی طبیعت بر اساس موضوع (حفاظت از حیات وحش)، حضور نوشتار به عنوان تکمیل‌کننده پیام تصویر و در دسترس بودن در رسانه‌های رسمی آن سازمان، انتخاب شدند. روش گردآوری اطلاعات اسنادی و روش پژوهش توصیفی-تحلیلی است. در تحلیل نمونه‌ها از آرای نظریه‌پردازان حوزه ارتباط تصویری (دیوید نیپتنز) و حوزه تصویرگری کتاب کودک (نودلمن، نیکولایوآ و اسکات) استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که بخش‌های تصویری و نوشتاری پوسترها هر یک

مقدمه

به‌شمار می‌روند. در بخش تحلیل پوسترها، پس از تبیین محتوای تصویری آثار، مطابق با روش‌شناسی تحلیلی نودلمن و تطبیق آن با نظریات نیکولایو و اسکات، کارکرد نوشتار در هم‌نشینی تصویر در انتقال پیام پوسترها مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به اهمیت شیوه‌های خلاقانه کاربرد تصاویر و نوشتار در پوسترهای آموزشی صندوق جهانی طبیعت، امید است که نتایج حاصل از این پژوهش مورد توجه و استفاده طراحان پوستر قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

تاکنون منابع قابل توجهی در حوزه گرافیک به کاربرد نوشتار و تصویر پرداخته‌اند، ولی بیشتر این مطالعات حول مبانی بصری گرافیک در راستای جنبه تصویری نوشتار یا چگونگی ترکیب‌بندی نقوش و نوشتار در یک صفحه و مواردی از این دست هستند. به عنوان مثال، ایمی‌ای آرتسون (۱۴۰۲)، در کتاب‌هایی چون «مبانی طراحی گرافیک»، به کاربرد هنر طراحی، تاریخ طراحی گرافیک، کاربرد زبان تصویری و نحوه ترکیب‌بندی عناصر می‌پردازد. هم‌چنین کریستین کالن (۱۳۹۶)، در کتاب «لی‌اوت»، به موضوعاتی مانند عملکرد طراحی، الهام، فرآیند، شهود، ساختار، سازمان، تعامل عناصر بصری و تایپوگرافی پرداخته است. علی‌رغم آنکه این منابع بیان‌گر برخی از اصول بنیادین گرافیک در ارتباط با تصاویر و نوشتار هستند، به عنوان پیشینه به معرفی منابعی پرداخته می‌شود که بیشترین نزدیکی را با موضوع یا مبانی نظری پژوهش حاضر دارند. معیری و خزائی (۱۴۰۲)، در کتاب «اصول طراحی پوسترهای آموزشی با محوریت بهداشت و سلامت»، ضمن برقراری ارتباط میان یافته‌های علوم زبان‌شناسی و روان‌شناسی با مقوله گرافیک به‌طور عام و طراحی پوسترهای آموزشی با محوریت بهداشت و سلامت به‌طور خاص، راهکارهایی را جهت طراحی علمی و تأثیرگذار پوسترهای آموزشی ارائه می‌دهد. نویسندگان، علم زبان‌شناسی را از آنجایی حائز اهمیت می‌دانند که پوسترهای آموزشی در کنار بهره‌مندی از زبان تصویری، بدون در نظر گرفتن شاخصه‌های زبان نوشتاری کارایی لازم در انتقال مفاهیم آموزشی را ندارند. دیوید نویتز (۱۹۷۷)، در کتاب «تصاویر و استفاده از آن‌ها در ارتباطات»، به نحوه استفاده از تصاویر برای اطلاع‌رسانی می‌پردازد؛ روشی که بر تفکر، نگرش و درک ما از جهان، تأثیر می‌گذارد. در این راستا، نویتز به سؤالات مربوط به رابطه تصویری، عمل به تصویر کشیدن و استفاده از تصاویر برای انتقال اطلاعات پاسخ می‌دهد. هم‌چنین، نویسندگان تأکید

هم‌نشینی تصاویر و نوشتار در ارتباط تصویری می‌تواند به تقویت و تکمیل پیام، جذب توجه مخاطب، افزایش یادگیری و به خاطر سپاری، ایجاد ارتباط عاطفی و تنوع در ارائه اطلاعات کمک نماید. این ترکیب می‌تواند تأثیرگذاری پیام را به شکل قابل توجهی افزایش دهد و تجربه‌ای غنی‌تر و پویاتر برای مخاطب فراهم آورد. تصاویر و نوشتار هر یک قابلیت‌های ویژه‌ای در انتقال معنا دارند که قابل تقلیل و فروکاستن به دیگری نیست. این ویژگی در پوسترهای آموزشی بیش از هر حوزه دیگری مورد توجه قرار گرفته است. رویکردهای خلاقانه طراحان در کنار هم قرار دادن تصاویر و نوشتار، ضمن جلب توجه مخاطب، می‌تواند منجر به خلق فضای مفهومی جدیدی شود که فراتر از معنای هر یک از بخش‌های تصویری یا نوشتاری به‌صورت مستقل است. نودلمن، نظریه‌پرداز حوزه تصویرگری کتاب کودک، بر این باور است که هم‌نشینی تصاویر و نوشتار زمانی تأثیرگذاری بهتری دارد که یا معنای تصاویر و نوشتار یک متن منطبق بر هم باشند و یا در راستای توسعه و تکمیل محتوای بخش دیگر عمل نمایند.

از جمله پوسترهای آموزشی با مخاطبان گسترده و هدف آگاهی‌بخشی می‌توان به پوسترهای آموزشی صندوق جهانی طبیعت اشاره نمود. این سازمان در تلاش است مخاطبان خود را به این موضوع که مشکلات پیش‌روی سیاره زمین به‌طور فزاینده‌ای پیچیده‌تر و بحرانی‌تر می‌شوند، آگاه نماید. با توجه به اهمیت این پوسترها در اطلاع‌رسانی دغدغه‌های محیط‌زیستی در سطح جهان، طراحی و ارائه تأثیرگذار آنها می‌تواند در جهت ارتقاء آگاهی زیست‌محیطی نقش مهمی ایفا نماید. این پوسترها با استفاده از ترکیب خلاقانه تصاویر و نوشتار، تلاش می‌کنند تا پیام‌های پیچیده محیط‌زیستی را به شکلی ساده و قابل فهم به مخاطبان منتقل کنند. هدف پژوهش حاضر، تبیین چگونگی تعامل نوشتار و تصاویر در پوسترهای حیات‌وحش صندوق جهانی طبیعت بر مبنای تحلیل ۱۰ مصداق است. پرسش اصلی پژوهش این است که نوشتار در پوسترهای حیات‌وحش صندوق جهانی طبیعت چه تأثیری بر محتوای بخش تصویری دارد؟

نظریات نودلمن و برخی دیگر از نظریه‌پردازان این حوزه در گونه‌شناسی انواع تعامل تصاویر و نوشتار در یک متن روایی، مبنای نظری پژوهش حاضر

دارد که نباید شباهت‌های بین تصاویر و نوشتار را دست‌کم گرفت، زیرا هر دو می‌توانند برای نشان دادن یک موضوع و نسبت دادن ویژگی‌های خاص، تمایلات، اقدامات و مانند آن استفاده شوند. رخشان (۱۳۸۴)، در مقاله «پیوند کلمه و تصویر»، به چگونگی استحکام‌بخشی نوشتار و تصاویر-دو سیستم ارتباطی متفاوت برای ایجاد یک پیام به هم پیوسته و به یک معنا و مفهوم می‌پردازد. در این راستا تأثیر متقابل نوشتار و تصویر، قرارگیری تصویر و نوشتار در کنار یکدیگر، نوشتار در داخل تصاویر، ترکیب تصویر و نوشتار، متن به صورت تصویر و مواردی از این دست را مورد بررسی قرار می‌دهد.

بخش اعظم مبانی نظری پژوهش حاضر از مطالعات حوزه کتاب کودک که برکنار از مباحث فلسفی کلمه و تصویر-بیشترین سهم را در مطالعه کاربردی برهم‌کنش نوشتار و تصویر در تولید معنا، آموزش، لذت و خلاقیت داشته‌اند، اتخاذ گردیده است. حبیبی و همکاران (۱۳۹۹)، در مقاله «ارتباط تصویر و متن در تعامل کودک با داستان‌های کودکانه محمد العبد براساس نظریه پری‌نودلمن»، به طراحی داستان‌های مصور کودکانه اشاره دارد که باید به صورت توأمان کودک را با دو رسانه کلامی و دیداری آشنا نموده و با چرخش ناگهانی و تمرکز وی از متن به تصویر و بالعکس، کودک را در درک اطلاعات داستان و تعامل اثربخش یاری نماید. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که در این داستان‌ها رسایی ارتباط نوشتار و تصویر از بسامد بالایی برخوردار است. خسرونژاد و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله «دیدگاه: در جست‌وجوی نظریه ویژه کتاب‌های تصویری داستانی»، پس از پرداختن به علت نیازمندی به نظریه ویژه کتاب‌های تصویری داستانی، ضرورت پرداختن به این دیدگاه، کاربرد رویکردها و شناخت مشکل‌ها، به دو پرسش چگونگی آفرینش کتاب تصویری داستانی و نحوه خوانده شدن آن در هفت مرحله پاسخ می‌دهد. نودلمن و عرفانیان (۱۳۸۶) در مقاله «تصاویر، کتب مصور و مخاطب»، که فصلی از کتاب واژگان و تصاویر؛ هنر روایتگری کتب مصور کودکان است، در مورد تعامل و رابطه میان تصاویر، واژگان و ارتباطی است که حاصل کنش و واکنش این عناصر در یک کل واحد و تأثیر آن بر مخاطب است.

علی‌رغم نقش کلیدی نوشتار در انتقال مؤثر پیام در ارتباط تصویری و به طور مشخص پوستره‌های آموزشی، تاکنون پژوهشی با این موضوع انجام نشده است. لذا پژوهش حاضر ضمن استفاده از پیشینه‌ای که در اینجا بیان شد، با استفاده از نظریه‌های کلمه و

تصویر در سایر رسانه‌های ارتباطی به تبیین چگونگی برهم‌کنش این دو رسانه در پوستره‌های آموزشی می‌پردازد که هم از منظر موضوع و هم در حیطه نمونه‌های مطالعاتی نوآورانه و حائز اهمیت است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های توسعه‌ای و از منظر روش، توصیفی-تحلیلی است. داده‌ها به روش اسنادی گردآوری شده و بر مبنای مفاهیم نظری ارائه شده در پژوهش تحلیل می‌گردند. رویکرد نظری پژوهش با استناد به آرای نظریه‌پردازی چون دیوید نویتز، در جهت دستیابی به روش‌های استفاده مؤثر از تصاویر در ارتباطات و نظریه‌پردازی چون پری‌نودلمن، نیکولایوا و اسکات در باب انواع تعامل نوشتار و تصویر در یک متن واحد تدوین گردیده است. پژوهش حاضر بر پوستره‌های مرتبط با حفاظت از حیات وحش به منظور آشنایی و آموزش مردم متمرکز است تا جوانب موضوع با دقت بیشتری مورد بررسی قرار گیرد. در این راستا، تعداد ۴۰ پوستر از سری پوستره‌های مرتبط با بخش حیات وحش که زیر نظر صندوق جهانی طبیعت منتشر شده است، جمع‌آوری و مورد بررسی قرار گرفتند؛ از هر سری پوستر جمع‌آوری شده، یک نمونه پوستر، در مجموع ۱۰ نمونه، انتخاب شد. این پژوهش، جنبه‌های مهم تصویر و نوشتار در طراحی پوستره‌های آموزشی صندوق جهانی طبیعت را تحلیل می‌نماید؛ تصاویر پوستره‌های این سازمان به‌عنوان متولی حفظ دنیای طبیعی و حیات وحش در سطح جهان، به‌طور مستقیم از سایت رسمی و سایت‌های زیر نظر آن جمع‌آوری شده است. نتایج حاصل از این پژوهش در زمینه‌های تصویرگری آموزشی و تبلیغاتی، تبلیغات شهری و سایر حوزه‌های طراحی چند رسانه‌ای و ارتباط تصویری قابل بهره‌برداری است.

مبانی نظری

هم‌نشینی تصویر و نوشتار در پوستر آموزشی

سیستم‌های نوظهور و متنوع اطلاع‌رسانی در دنیای کنونی نتوانسته‌اند نقش پوستر به‌عنوان شاخه‌ای از طراحی گرافیک و رسانه محیطی، اطلاع‌رسان، کارا و جذاب را کم رنگ سازند. پوستر «در طراحی گرافیک در مقوله عرضه و تبلیغات قرار دارد؛ جایی که نوشتار و تصویر به گونه‌ای مقتصدانه با مفهومی خاص و به یادماندنی در کنار هم قرار می‌گیرند» (هولیس، ۲۲: ۱۳۹۴). پوستر رسانه‌ای چاپی در اندازه‌های تعیین‌شده است که در مکان‌های مشخص نصب

است. این هدف آموزشی متشکل از سه جزء اصلی فاعل، فعل و مفعول است که در آن فاعل (مخاطب پوستر که قرار است مطابق دستورالعمل آموزش داده شده کار یا کارهایی را انجام دهد)، فعل (کارهایی که مخاطب باید انجام دهد) و مفعول (موضوعات آموزشی) می‌باشد (معیری و خزایی، ۱۴۰۲: ۸۴). زبان تصویری پوستر همانند زبان نوشتار از یک ساختار نظام‌مند پیروی می‌کند یعنی مانند زبان نوشتاری دارای صرف و نحو مشخص بوده و قاعده‌مند است. زبان تصویری دارای نظامی است که در آن دست‌کم چهار عامل اصلی (۱) منبع، فرستنده یا هنرمند (۲) محتوا یا پیام (۳) مجرا، حامل پیام یا اثر هنری (۴) گیرنده، دریافت‌کننده یا مخاطب وجود دارد (معیری و خزایی، ۱۴۰۲: ۱۶).

واضح است که تصویر می‌تواند توجه بیننده را به ویژگی‌هایی از شیء جلب نماید که قبلاً متوجه آن نشده است. تصاویر اغلب برخی از باورهای گسترده و اساسی را در مورد اشیایی که تصویر می‌شوند، منعکس می‌کنند. تغییر در شیوه‌های استاندارد به تصویر کشیدن چنین اشیایی ممکن است به عنوان چالشی برای این باورها در نظر گرفته شود و بنابراین بیننده را وادار نماید تا اشیاء به تصویر کشیده شده را از منظر تصاویر آنها نگاه کند. به این ترتیب است که تصویر می‌تواند توجه ما را به ویژگی‌های عموماً غیرقابل توجه یک شیء جلب نماید. در کنار جلب توجه مخاطبان در جهت مشاهده جنبه‌های قبلاً دیده نشده یک شیء تصویر، ممکن است بیننده را با روشی کاملاً متفاوت برای دیدن یا تفسیر بصری شیء، تحت تأثیر قرار دهد (Novitz, 1997: 112). این احتمال وجود دارد که تصاویر به روش‌هایی مورد استفاده قرار گیرند که بر نگرش و نظرات مخاطب تأثیر بگذارد. هم‌چنین، گاهی از تصاویر در رسانه‌های غیرکلامی برای توصیف، نمایش دادن، هشدار، تبلیغ و غیره استفاده می‌شود و در هر مورد، درک و انتقال پیام به مخاطب متفاوت است. در نتیجه، تصاویر ممکن است موجب وفاداری، تقویت یا تضعیف ارزش‌ها و یا ایجاد، تقویت و حتی نابودی اعتقادات شوند. البته همیشه این امکان وجود دارد که استفاده از تصویر در موقعیتی خاص نتواند مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد. دیوید نویتز، در کتاب تصاویر و استفاده از آنها در ارتباطات، روش‌های استفاده مؤثر از تصاویر را به شش گروه تقسیم نموده و به شرح ذیل بیان می‌نماید (Novitz, 1997: 112-148):

۱. تصاویر طبیعت‌گرا؛ طرحواره‌ها و باورها: طرحواره اغلب نقطه شروع یک تصویر است و بر اساس

می‌گردد. این رسانه با کمترین عناصر پیونددهنده بصری، رعایت اصول زیبایی‌شناسی و با هدف آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی ضمن جلب توجه مخاطب، پیام را در کوتاه‌ترین زمان منتقل می‌کند. وظیفه پوستر، برقراری ارتباط میان افراد جامعه با موضوع تبلیغ و در اکثر موارد انتقال پیام و آگاهی‌دادن است (اسداللهی، ۱۳۹۷: ۷). هدف طراح پوستر، تولید تصاویر قدرتمند است تا بیننده بتواند محتوای بصری را به یاد آورد (Lester, ۲۰۱۳: ۷). این کار نیاز به حداکثر وضوح، غنای تصویر و فرم دقیق نیاز دارد؛ پوستر زمره را نمی‌شناسد، همیشه باید فریاد بزند و ایده‌آل آن روشنایی است (Vekovtseva & Plotnikova, ۲۰۱۹: ۱۳۶). به نقل از مک لوهان، فیلسوف کانادایی، پوستر تصویری جمعی است که در ژرفای جامعه‌ای زنده در فضا و زمان فرو می‌نشیند. این تصویر به تدریج احساسات مخاطب را تغییر داده تا تخیل خلاق او را برانگیزد؛ در نتیجه مخاطب را به نوعی به تغییر فرآیندهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی سوق می‌دهد. آبراهام مول (۱۹۲۰-۱۹۹۹) می‌نویسد: «پوستر معمولاً تصویری رنگی است که با نوشتاری اصلی که مضمون آن با مضمون تصویر هماهنگ است، همراهی می‌شود، این تصویر برای قرار گرفتن در مسیر دید رهگذران طراحی و منتشر می‌شود» (دانشگر و طاهری، ۱۳۹۹: ۵۵).

عناصر تصویری و نوشتاری، به پوستر کمک می‌کند تا اثری به یادماندنی به بهترین نحو در ذهن مخاطب جای گیرد. تصاویر پوستر دارای کدهای خاصی می‌باشد که نیازمند رمزگشایی است؛ بنابراین، رمزگذاری تصاویر پوستر می‌باید به حداقل ممکن تقلیل یابد تا عموم مخاطبان بتوانند پیام اثر را رمزگشایی نمایند. در طراحی پوستر، هدف از تصاویر در کنار ایجاد احساسی منحصربه‌فرد و به یادماندنی، تحریک مخاطبان به اقدام یا احساسی خاص نسبت به پیام بیان شده است. مسئله اصلی عمل ارتباطی نیست، بلکه تأثیر آن بر نگرش، دانش و رفتار مردم است (معیری و خزایی، ۱۴۰۲: ۶). هارولد لاسول، دانشمند علوم سیاسی آمریکایی، در سال ۱۹۴۸ ادعا کرد که مناسب‌ترین راه برای تعریف مفهوم ارتباطات، پاسخ به سؤالاتی مانند «چه کسی؟»، «چه می‌گوید؟»، «از طریق چه کانالی؟»، «به چه کسی؟»، «با چه تأثیری؟» می‌باشد و بنابراین، شاید معروف‌ترین مدل ارتباطی اساسی را ایجاد نماید (Han, ۲۰۱۴: ۱). بر این اساس، پوستر آموزشی رسانه‌ای گرافیکی است که هدف آن آموزش فعالیت‌های از پیش تعیین‌شده به مخاطبان

شباهت ظاهری به مرجع خود حدس زده می‌شود؛ از منظر گامبریچ در کتاب هنر و توهم، حدسی که «مشروط به عادت و سنت» است (Gombrich, ۱۹۶۸: ۷۷). به همین دلیل، هر تصویری که مطابق با طرحواره تولید می‌شود، منعکس کننده باورها، نظریه‌ها، انتظارات و پیش‌داوری‌های خاصی در رابطه با شیء مورد نظر است.

۲. توجه به کرگدن: تصاویر می‌توانند توجه بیننده را به جنبه‌های نادیده گرفته شده یک شیء جلب کند. از منظر نویتز، طرح متعارف برای کرگدن (یا هر شیء دیگری) مظهر باورهای گسترده در مورد این حیوان است و این باورها وارد درک مخاطب شده و آن را هدایت می‌کند. با این حال، معمولاً زمانی که هنرمند یا طراح، قصد دارد مخاطبان خود را متوجه دیگر جنبه‌های نادیده گرفته شده از یک شیء، نماید؛ تصمیم می‌گیرد، طرح متعارف را، برای به تصویر کشیدن آن شیء، تغییر دهد. به طور دقیق‌تر، هنرمند، طرحواره را تغییر می‌دهد تا امکان انتقال اطلاعات مورد نظر خود را به مخاطبان داشته باشد.

۳. انقلاب‌های ادراکی: در کنار مشاهده جنبه‌های قبلاً نادیده گرفته شده یک شیء، تصویر ممکن است بیننده را با ایجاد روشی کاملاً متفاوت برای دیدن یا تفسیر بصری شیء، تحت تأثیر قرار دهد. به عنوان مثال، ممکن است مخاطب محیط‌زیست خود را از چشمان رامبراند یا ورمیر، ویستلر یا ترنر ببیند، آن را در چرخش و رنگ آمیزی شده توسط سزان مشاهده نماید. در هر یک از این موارد طیف وسیعی از تصاویر در سبک تصویری خاص، بیننده را به روشی برای سازماندهی مجدد درک خود از محیط، مجهز می‌نماید. بنابراین، شکی نیست که سبک تصویری خاص که با قراردادهای مشخص می‌شود، تغییرات اساسی در نحوه درک بیننده ایجاد نماید.

۴. استعاره تصویری: این روش شامل هر دو اثر عاطفی و شناختی بازنمایی‌های تصویری است؛ به عبارت دیگر، نه تنها باورها و دانش‌های ناشی از اعمال بازنمایی تصویری را در بر می‌گیرد، بلکه تأثیرات بیانی این اعمال-عواطف، حالات و نگرش‌های تولید شده، توسط آنها را نیز در بر می‌گیرد. این روش عبارت است از به تصویر کشیدن ویژگی‌هایی که در واقعیت یک پدیده حضور ندارد؛ استفاده غیر مستقیم از تصاویری که دارای ترکیبات غیرمعمول و اغلب غیرمنتظره‌اند و یا به نوعی کنار هم قراردادن تصاویر شماتیک هستند-مانند تصاویر اژدها با سر

انسان، اسب با چنگال و غیره. تنها موردی که باید بدان اعتقاد داشت تا چنین بازنمایی‌های تصویری درک شود، این است که طراح، قصد انتقال مفهوم پیچیده‌ای دارد که باید در پرتو طیف وسیعی از ایده‌هایی که به طور استاندارد با آن مرتبط نیستند، در نظر گرفته شود.

۵. بازنمایی و برانگیختگی: تاکنون اشاره شد که تصویر، ممکن است در یک عمل تصویری، برای تولید طیف وسیعی از باورها برای مخاطبان استفاده شود. این باورها، ممکن است حالت‌های عاطفی، اعتقادات و نگرش‌های خاصی را در مخاطبان ایجاد نماید. از منظر گامبریچ، تصویر بصری در ظرفیت آن برای برانگیختگی عالی است. بنابراین به عنوان مثال، استفاده از عکس برای گزارش حادثه‌ای خاص، ممکن است مخاطب را به این باور برساند که درک نماید؛ حادثه مربوط به کشتن یک فرد است؛ در نتیجه این احتمال وجود دارد که وی بیش از حد خوشحال، عصبانی یا خجالت‌زده شود، به انتقام تحریک شود و یا حتی از وحشت فرار کند.

۶. تصاویر و بیان: منتقدان هنرهای تجسمی اغلب در مورد نقاشی‌ها، حکاکی‌ها، طرح‌ها یا عکس‌ها می‌گویند که احساسات و حالات خاصی را بیان می‌کنند. تأکید بر خواص بیان‌گر تصاویر، نتیجه ذهن‌گرایی تاریخی هنر تصویری، به ویژه ظهور رومانتی-سیسم در هنر است. با این حال، از نظر غیرتاریخی، منطقی به نظر می‌رسد که فرض کنیم منتقدان، معمولاً ویژگی‌های بیانگر را به آثار هنری تصویری نسبت می‌دهند، زیرا آثار هنری، اساساً تجلی انسانی هستند؛ آنها نتیجه اقداماتی هستند که اغلب، آرمان‌ها، نیازها و خواسته‌های انسانی را منعکس می‌کنند.

نویتز سعی دارد نشان دهد که تصاویر، چگونه بر ارتباط مخاطب با جهان تأثیر می‌گذارند، ولی باید توجه داشت که همواره بخشی از معنا به واسطه کلام منتقل می‌شود. نوشتار ابزاریست برای تغییر معنای تصویر یا تشریح آن برای مخاطبان. هنگامی که کلمات، مخاطبان را به درک معنای خاصی سوق می‌دهند، احتمال برداشت‌های شخصی از تصاویر کاهش می‌یابد. تفاوت آشکار نوشتار و تصویر در آنجاست که هر یک در بخش متفاوتی قرار می‌گیرند اما در عین حال دارای نوعی رابطه بصری قراردادی می‌باشند. بارت، ارتباط تصویر و کلمات را شامل سه نوع تصویر مبتنی بر متن، متن مبتنی بر تصویر، تصویر و متن منطبق برهم می‌داند (Barthes, ۱۹۶۸: ۱۴۰۳).

کلمات را به تصویرگران می‌سپارند.

۲- توسعه‌گرایی تصویر و نوشتار: منظور آن است که تصویر یا نوشتار در راستای توسعه دادن و افزایش اطلاعات یکدیگر باشد. این نوع ارتباط تصویر و نوشتار، همیشه در قالب افزایش اطلاعات به مخاطب قرار دارد. توسعه‌گرایی تصویر و نوشتار، بسته به چگونگی افزایش اطلاعات به چهار نوع زیر تقسیم می‌شود.

الف) فرامتنی - فراتصویری: هرگاه اطلاعات منتقل شده به واسطه تصویر، فراتر از اطلاعات نوشتار باشد، در این صورت رابطه تصویر با نوشتار از نوع فرامتن است. بنابراین، مخاطب «از تصویر مواردی را می‌فهمد که حتی واژه‌های بسیار دقیق هم آن را بیان نمی‌کند» (نودلمن، ۹۴: ۱۳۸۹).

ب) فزون‌متنی - فزون‌تصویری: منظور از فزون‌متن اطلاعاتی از تصویر است که داستان‌نویس می‌تواند از طریق کلمات انتقال دهد؛ اما ترجیح می‌دهد صرفاً از طریق تصویر آنها را منتقل نماید. بنابراین، در ارتباط فزون‌متنی، متن، قابلیت انتقال اطلاعات را دارد اما این کار را نکرده و به تصویر بسنده می‌کند. فزون‌تصویر نیز به روابطی از تصویر و نوشتار اشاره دارد که در آن بخش نوشتاری اطلاعاتی افزون‌تر از تصویر ارائه می‌دهد؛ اطلاعاتی که تصویرگر می‌تواند آنها را از طریق تصویر به مخاطب ارائه دهد، اما این کار را تنها به متن واگذار می‌نماید.

ج) برون‌متنی - برون‌تصویری: ارتباط برون‌متنی در صورتی رخ می‌دهد که تصویر، اطلاعاتی کلی از یک واقعه یا پدیده را ارائه دهد. گاه داستان‌نویس در قالب واژگان، نمی‌تواند شمای کلی از یک پدیده را به کودک بیان نماید؛ لذا، این وظیفه را به تصویرگر محول می‌کند و تصویرگر با درک درست، نسبت به بخش نوشتاری و ارتباط آن با دنیای کودک، تصویری کلی از آن پدیده را نقاشی می‌کند. ارتباط برون‌تصویری نیز در صورتی رخ می‌دهد که تنها نوشتار، طرحواره کلی از یک واقعه یا پدیده را توضیح دهد و این مسئله توسط تصویر پوشش داده نشود.

د) بیش‌متنی - بیش‌تصویری: بیش‌متن به جزئیاتی از داستان گفته می‌شود که در نوشتار به آن اشاره‌ای نشده است اما این جزئیات در تصویر وجود دارد و به مخاطب اطلاعات تازه‌ای منتقل می‌کند. ارتباط بیش‌تصویری نیز به آن دسته از ارتباطات گفته می‌شود که در کلمات داستان، اطلاعات جزئی و تازه‌ای به مخاطب ارائه گردد اما این اطلاعات در

1997: 4)، رونالد بارنز، از طراحان گرافیک برجسته دهه ۹۰-۷۰ ایالات متحده آمریکا، می‌گوید: «در گذشته عکس‌ها متن را به تصویر می‌کشیدند، امروزه نوشتار تصاویر را با خود حمل می‌کند و تصویر را با فرهنگ و تصورات آمیخته می‌سازد» (Meggs, 1992: 40).

مارش و وایت ویژگی هم‌پوشانی و گریز را به‌عنوان شاخصه ارزیابی رابطه تصاویر و نوشتار قرار داده و سه نوع تصویر را تفکیک می‌نمایند؛ تصاویری که ارتباط کمی با نوشتار دارند، تصاویری که ارتباط نزدیکی با نوشتار دارند و تصاویری که فراتر از نوشتار هستند (March & White, 2003: 6). پری نودلمن، از نظریه‌پردازان حوزه تصویرگری کتاب کودک، نیز معتقد است که رسایی ارتباط تصویر و کلمات در صورتی است که هر دو با شاخصه‌هایی خاص یا با یکدیگر همسو باشند و یا یکدیگر را توسعه دهند؛ در غیر این صورت، ارتباط تصویر و کلمات، ارتباطی نارساست. وی با نظر به آراء نظریه‌پردازان پیشین، چهارچوبی استوارتر برای بررسی موشکافانه ارتباط تصویر و کلمات در کتاب‌های کودک ارائه نمود. آنچه وی درباره داستان‌های تصویری حوزه کودک می‌گوید، در مورد پوسترها نیز مصداق می‌یابد. نودلمن معتقد است که اجزای این چهارچوب کودک را از حالت کنش‌پذیری خارج و به عنوان شخصیتی کنش‌گر در طول داستان وارد می‌نماید (پیروز و دیگران، ۱۳۹۵: ۷).

نودلمن ارتباط تصویر و نوشتار در کتاب تصویری را به ۶ گونه مختلف تقسیم کرده است که در دو دسته کلی قرار می‌گیرند:

۱- همسوگرایی تصویر و نوشتار: منظور آن است که تصاویر و نوشتار در راستای یکدیگر حرکت کنند؛ یعنی هر دو اطلاعات، یکدیگر را تأیید و یا تکمیل نمایند. از این‌رو، همسوگرایی تصویر و نوشتار به دو نوع تأییدگر و مکمل تقسیم می‌شود.

الف) تصویر و نوشتار تأییدگر: تصویر با نوشتار همخوانی دارد و آن را تأیید و سبب درک بهتر آن می‌شود؛ در چنین شرایطی است که کودک با داستان در کمترین زمان ممکن ارتباط برقرار می‌کند (اقبالی و رجبی، ۱۳۹۵: ۱۰۴).

ب) تصویر و نوشتار مکمل: منظور از مکمل آن است که تصویر و نوشتار، مورد واحدی را ارائه داده و یکدیگر را پوشش می‌دهند. بیشتر نویسندگان داستان‌های کودک، انتقال اطلاعات حسی و عاطفی موجود در

تصویر وجود نداشته باشد.

علاوه بر این، نودلمن تأکید می‌کند که برخی از تصاویر این شش مرحله را شامل نشده و نمی‌تواند در انتقال اطلاعات، مکمل نوشتار باشد. در این صورت، تصویر نارسایی دارد (نودلمن، ۱۳۸۶: ۹۰). در نتیجه از نظر نودلمن، یک تصویر یا پیام، نوشتار را تأیید و در راستای آن حرکت می‌کند (همسوگرا)، یا اطلاعاتی بر آن می‌افزاید (توسعه‌گرا) و یا نارسایی دارد و از قابلیت انتقال اطلاعات نوشتار ناتوان است.

نیکولایوا و اسکات نیز از جمله نظریه‌پردازانی هستند که به ارتباط کلمات و تصویر، توجه نموده‌اند. هر دو صاحب‌نظر، بر این باورند که ویژگی منحصربه‌فرد کتاب‌های تصویری توسط دو مجموعه جداگانه از نشانه‌های نمایشی (تصویر) و نشانه‌های قراردادی (واژه) بوجود آمده و تنش میان این دو عملکرد، احتمال‌های بی‌پایانی را برای برهم‌کنش آنها فراهم می‌آورد. آنها کتاب‌های داستانی تصویری را با توجه به رابطه متن و تصویرشان به پنج دسته تقسیم می‌کنند:

۱. قرینه‌ای: در این کتاب‌ها واژگان همان داستانی را روایت می‌کنند که می‌توان آن را در تصویر دید؛ هر چند واژگان نمی‌توانند همه جزئیات تصویر را بیان کنند.

۲. مکملی: کتاب‌هایی که اگر نوشتار آن، مطلبی را بیان نکرده یا نتوانسته بیان نماید، تصویر، آن را کامل کرده و بالعکس. زمانی که شکاف‌های میان نوشتار و تصویر کم باشد، این ارتباط برقرار می‌شود.

۳. گسترشی یا افزایشی: کتاب‌هایی که تصویرشان افزون بر مفاهیم کلمات، داستانی گسترده‌تر، اما با همان درون‌مایه را بیان می‌کند.

۴. تقابلی: در کتاب‌های تقابلی، روایت نوشتار و تصویر متفاوت است. این کتاب‌ها می‌توانند به شیوه‌های گسترده، مخاطب را به چالش بکشند تا با تعبیرهای متفاوت در آفرینش داستان سهیم شود (ایجاد تقابل در مخاطب، با ارائه دو سطح معنای نهفته پیچیده و ساده؛ تقابل در سبک؛ تقابل در گونه و کیفیت؛ تقابل در شخصیت‌پردازی؛ تقابل در فضا و زمان؛ تقابل در چشم‌انداز و دیدگاه؛ تقابل فراداستانی و تقابل در پهلوی هم‌گذاری). نیکولایوا و اسکات، کتاب‌های دارای تقابل در پهلوی هم‌گذاری را با نام «چند روایتی» میان کتاب‌های روایت تصویری و تقابلی قرار داده‌اند.

۵. چند روایتی: در این کتاب‌ها، دو یا چند روایت ناهمسان، در کنار یکدیگرند (Nikolajeva & Scott, 2000: 28-1; Nikolajeva & Scott, 2006: 238-225).

داستان‌های مصور کودک از طریق مجموعه‌ای از تصاویر همراه با کلمات کمابیش اندک، اطلاعاتی را به کودک منتقل نموده و داستان را برای او بازگو می‌کنند (البرزی، ۱۳۹۴: ۳). در طراحی پوستر نیز بخش نوشتاری کوتاه بوده و وظیفه اصلی انتقال پیام برعهده تصویر می‌باشد. در این پژوهش، ابتدا کارکرد تصویر در پوستره‌های آموزشی صندوق جهانی طبیعت بر اساس مشخصه‌های هر یک از نمونه‌های پژوهش، مشخص می‌گردد و سپس با مبنا قرار دادن تصاویر، به نقش نوشتار در انتقال معنا و در نهایت به تبیین نوع رابطه بین نوشتار و تصاویر بر اساس دسته‌بندی‌هایی که نظریه پردازان این حوزه پیشنهاد داده‌اند، پرداخته خواهد شد.

یافته‌ها

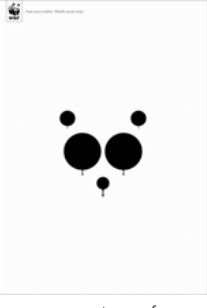
صندوق جهانی طبیعت، برای حفظ دنیای طبیعی به نفع مردم و حیات وحش کار نموده و با شرکای خود از سطوح محلی تا جهانی در نزدیک به ۱۰۰ کشور همکاری می‌کند. این سازمان کار خود را حول شش حوزه کلیدی، سازماندهی می‌نماید: جنگل، دریا، آب شیرین، حیات وحش، غذا و آب‌وهوا. با پیوند دادن این شش منطقه در یک رویکرد یکپارچه، می‌توان از دارایی‌های منحصربه‌فرد خود بهتر استفاده کرد و تمام منابع خود را برای محافظت از مکان‌ها، گونه‌ها و جوامع آسیب‌پذیر در سراسر جهان هدایت نمود. مردم در مرکز کار قرار دارند زیرا تنها با همکاری و مشارکت عمومی می‌توان مسیرهای تهدید طبیعت را تغییر داده و به اطمینان از توانایی طبیعت برای احیاء، به‌خاطر هر موجود زنده، از جمله انسان‌ها، کمک نمود. صندوق جهانی طبیعت، در بخش گونه‌ها، تلاش خود را بر روی گونه‌هایی چون ببرها، کرگدن‌ها، نهنگ‌ها و لاک‌پشته‌های دریایی متمرکز نموده است، زیرا حفاظت از آنها بر بقای گونه‌های دیگر تأثیر می‌گذارد. به همین منظور، پژوهش حاضر بر پوستره‌های مرتبط با حفاظت از حیات وحش به منظور آشنایی و آموزش مردم متمرکز است تا جوانب موضوع با دقت بیشتری مورد بررسی قرار گیرد. در جدول ۱، پس از تبیین محتوای تصویری آثار، مطابق با روش‌شناسی

تحلیلی نودلمن و تطبیق آن با نظریات نیکولایو و اسکات و نیز روش‌های استفاده مؤثر از تصاویر نویتز که در بخش مبانی نظری بدان پرداخته شد، کارکرد نوشتار در هم‌نشینی تصویر در انتقال پیام پوسترها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۱. تجزیه و تحلیل پوسترهای محافظت از حیات وحش صندوق جهانی طبیعت، (منبع: نگارندگان).

ردیف	پوستر	توصیف تصویر	کارکرد تصویر	توصیف نوشتار	کارکرد نوشتار
۱	 مأخذ: (WWF:) Polar Bear, Parrot, Lion, Whale, Gorilla, Rhino • Ads of the World™ Part of The (Clio Network URL۳): مأخذ: (URL۳)	- اجزای تصویر با تکنیک عکاسی و فتومونتاز، شامل شاخ کرگدن و جعبه جواهرات می‌باشد. - زمینه پوستر تکرنگ بوده و نقطه عطف پوستر در مرکز کادر قرار گرفته است. - تضاد رنگ گرم و سرد توجه مضاعفی را به مرکز پوستر جلب می‌نماید. - نورپردازی به سبک دراماتیک، شاخ کرگدن داخل جعبه جواهرات را به عنوان نقش اصلی پوستر معرفی می‌کند.	- استعاره: قرار گرفتن شاخ کرگدن داخل جعبه جواهرات در مرکز تصویر، به ارزش این عنصر به مثابه جواهری گران قیمت اشاره دارد.	- عنوان اصلی (در یک سوم بالای پوستر): دستاورد شما یا زندگی من. - عنوان فرعی (حاشیه پایین سمت چپ پوستر): زندگی آنان را برای لذت خود نابود نکنید.	- مکمل و توسعه دهنده: کرگدن‌ها به دلیل شاخ‌هایشان کشته می‌شوند تا آنها را به عنوان یک دستاورد به نمایش گذارند! نوشتار حاوی پیامی اخلاقی در راستای حفاظت از حیات وحش است. این نوشتار در کنار تصویر شاخ بریده شده کرگدن، پیام تصویر را توسعه می‌دهد.
۲	 مأخذ: (URL۹)	- اجزای تصویر با تکنیک فتومونتاز، شامل بطری پلاستیکی، ماهی و جعبه حاوی برچسب می‌باشد. - زمینه پوستر، تکرنگ بوده و نقطه عطف پوستر در مرکز کادر قرار گرفته است. - تضاد، تیرگی و روشنی رنگ‌ها توجه مضاعفی را به بطری پلاستیکی به همراه ماهی در مرکز پوستر جلب می‌نماید. - نورپردازی به سبک موزه، بطری پلاستیکی به همراه ماهی را به عنوان شیء موزه‌ای نشان می‌دهد.	- استعاره: قرار گرفتن ماهی در بطری پلاستیکی در بسته و درج تاریخ انقضا، خبر از تبدیل آن به شیء موزه‌ای می‌دهد. - بیانی: به نظر می‌رسد، انتخاب این نوع ماهی به منظور همدردی بیشتر مخاطب با انیمیشن (در جستجوی نمو) است.	- عنوان اصلی (در یک ششم بالای پوستر): جلوه پلاستیکی. - عنوان فرعی (حاشیه پایین سمت راست پوستر): در سراسر جهان هر دقیقه حدود یک میلیون بطری پلاستیکی خریداری می‌شود. پلاستیک‌های یکبار مصرف را کاهش داده و بازیافت کنید. - هم‌چنین، برچسب روی جعبه خبر از انقراض ماهی برای آیندگان می‌دهد.	- مکمل و توسعه دهنده: پیام تصویری به انقراض ماهی‌ها اشاره دارد و متن پوستر دلیل انقراض را مصرف بی‌رویه بطری‌های پلاستیکی می‌داند.

۳	 مأخذ: (URL۲)	- اجزای تصویر با تکنیک عکاسی و فتومونتاژ، شامل نیم تنه انسان (ظاهرا مرد) با صورت دفرمه شده غیر انسانی است. - زمینه پوستر تکرنگ بوده و نه شمایی کلیت پوستر را در بر می گیرد. - هارمونی و تنالیت‌های رنگی موجب هماهنگی بیشتر در کلیت اثر شده است. - نورپردازی به سبک دراماتیک، صورت دفرمه شده بر روی نیم تنه را به عنوان نقطه عطف پوستر معرفی می کند.	- تغییر در طرحواره (آشنایی زدایی): نقش طراحی شده بر روی پیراهن با خطوط موج و رنگ انتخابی آن یادآور اقیانوس می باشد و فرمی انتزاعی از ماهی را نیز تداعی می نماید. فرم رو به پایین لب، چشمان نگران و اشک آلود و نیز رنگ سبز مایل به زرد موجود در چهره و گردن، حاکی از اختلالی در عملکرد طبیعی بدن است.	- عنوان: تغییر آب و هوا را قبل از اینکه شما را تغییر دهد متوقف کنید. پوستر از تأثیر متقابل انسان بر طبیعت و سخن گفته و هشدار می دهد. - همسوگرا: در تصویر، چهره دفرمه شده انسان را می بینیم که در متن نیز بدان اشاره گردیده است. - مکمل: دلیل تغییر چهره در نوشتار مشخص می شود که انسان ها سبب تغییر اقلیم شده اند و اقلیم نیز موجب تغییر آنان شده است.
۴	 مأخذ: (URL۵)	- اجزای تصویر با تکنیک فتومونتاژ، شامل لیوان پلاستیکی حاوی آب و اسکلت ماهی می باشد. - زمینه پوستر تکرنگ و یکدست بوده و تماماً از رنگ های سرد استفاده شده است و بازنمایی تصویری در مرکز کادر قرار دارد. - انعکاس لیوان در بخش پایینی اثر مشاهده می شود.	- بیانی بهره گیری از رنگ های سرد و نمایش تصویری از اعماق آب دریا/ اقیانوس در فضای بسته و کوچکی از لیوان که اسکلتی از ماهی درون آن قرار گرفته است، فضایی سرد و یخی که یادآور مرگ و انقراض جانوران دریایی است. هم چنین، آن عکس لیوان یادآور لعکس تصویر در آب است	- عنوان اصلی (در یکدهم حاشیه بالا سمت راست پوستر): قاتل زنجیره ای. - عنوان فرعی (در یکدهم حاشیه بالا سمت چپ پوستر): مردم پلاستیک غیر ضروری مصرف می کنند. پلاستیکی که در اقیانوس ها فرو می آید و جانوران دریایی را می کشد. شما شریک جرم هستید.
۵	 مأخذ: (URL۸)	- اجزای تصویر با تکنیک عکاسی و فتومونتاژ، شامل ظرف یکبار مصرف و فیل می باشد. - زمینه پوستر تکرنگ بوده و تمرکز بر بخش مرکزی پوستر است. - بهره گیری از رنگ های خنثی سبب ریتم یکنواختی در کلیت اثر شده است.	- استعاره: قرار گرفتن فیل در بسته بندی و درج بارکد بر روی آن، خبر از تبدیل حیوانات و موجودات زنده به کالای مصرفی می دهد.	- تقابلی: تصویر فیل بسته بندی شده را به عنوان محصول نمایش می دهد اما نوشتار، به محصول نبودن حیوانات اشاره دارد. - توسعه دهنده: نوشتار اطلاعاتی را بیان می کند که در تصویر قابل مشاهده نیست؛ هم چون، معرفی اهداف سازمان. - عنوان اصلی (برچسب درج شده روی محصول): بچه فیل زمینی بسیار لاغر. - عنوان فرعی (حاشیه پایین سمت چپ پوستر): حیوانات محصول نیستند. آنها را نکشید. مأموریت ما ایجاد آینده ای است که در آن مردم در هماهنگی با طبیعت زندگی کنند. تجربه ما به عنوان سازمان پیشرو مستقل حفاظت از محیط زیست، می دانیم که رفاه مردم، حیات وحش و محیط زیست ارتباط نزدیکی با هم دارند و به همین دلیل است که ما رویکردی یکپارچه برای کار خود داریم.

۶	 مأخذ: (URL ۷)	- اجزای تصویر با تکنیک عکاسی و فتومونتاژ، شامل بطری پلاستیکی و فیلی در درون آن می‌باشد. - زمینه پوستر، تکرنگ بوده و پوستر نقطه عطف مرکزی دارد. - بطری پلاستیکی به صورت شیشه ساعت شنی طراحی شده است.	- استعاره: طراحی بطری به صورت شیشه ساعت شنی و قرارگیری فیل در آن به جای شن، گذر زمان را تداعی می‌کند. - طرح واره: استفاده از رنگ‌های خنثی و دفرمه شدن بطری در نواحی گردن، فیل، احساس خفگی، آشفته‌گی و مرگ را به همراه دارد.	- عنوان اصلی (در یک ششم پایین کادر در مرکز پوستر): زمان برای آنها در حال اتمام است نه برای پلاستیک. - عنوان فرعی (در حاشیه پایین سمت چپ پوستر): یک گردشگر مسئولیت‌پذیر باشید. از امروز درگیر شوید. - قرینه‌ای و همسوگرا: تصویر ساعت شنی را تداعی می‌نماید و متن نیز به اتمام زمان اشاره دارد.
۷	 مأخذ: (URL ۱۰)	- اجزای تصویر با تکنیک عکاسی و فتومونتاژ، شامل لاک پشت، ساحل دریا و مقادیر زیادی از زباله است. - در کلیت اثر از رنگ‌های سرد و خنثی استفاده شده است. - لاک پشت، بدون لاک طراحی شده و مقادیر زیادی زباله را درون بدن آن جای داده‌اند.	- طرح واره: لاک پشتی که واژگون شده و درون شکمش از زباله پر شده است در این پوستر به راحتی قابل تشخیص است. نشانه‌های تصویری در مجموع دلالت بر مرگ لاک پشت دارد.	- عنوان اصلی (حاشیه بالا سمت چپ پوستر): انقراض آنهاست. - قرینه‌ای و همسوگرایی: نوشتار پوستر به انقراض جانوران اشاره دارد و تصویر اثر نیز لاک پشت مرده‌ای را به نمایش گذاشته که بدن آن با زباله پر شده است.
۸	 مأخذ: (URL ۱)	- اجزای تصویر به روش گرافیکی و به صورت وکتور، شامل طراحی انتزاعی از درخت می‌باشد که نحوه قرارگیری آنان در کنار یکدیگر فرمی از سر خرس پلدار نشان می‌دهد. - پوستر تماماً سیاه و سفید بوده ترکیب بندی مرکزی دارد.	- خطای تصویری: مشاهده تصویر، گاه مجموعه‌ای از درختان و گاه تصویری از چهره پاندارا تداعی می‌نماید. - بیانی: سیاه و سفید بودن پوستر، رنگ طبیعی خرس پاندارا تداعی می‌کند. هم‌چنین، با مشاهده تصویر، حالتی از ذوب شدن نیز حس می‌شود.	- عنوان اصلی (در حاشیه بالا سمت چپ پوستر): درختان، حیات وحش را نجات می‌دهند. - قرینه و همسوگرا: نوشتار از تأثیر متقابل درختان و حیات وحش بر یکدیگر می‌دهد و تصویر نیز همین مفهوم را نشان داده است. - مکمل: نوشتار و تصویر به تکمیل یکدیگر در انتقال مؤثر پیام کمک نموده‌اند.
۹	 مأخذ: (URL ۶)	- اجزای تصویر با تکنیک فتومونتاژ، شامل بطری شیشه‌ای و شیر مجاله شده با چهره‌ای غمگین درون فضای بسته بطری شیشه‌ای جای گرفته است. - زمینه پوستر، تکرنگ بوده و بازنمایی تصویری در مرکز کادر قرار گرفته است.	- بیانی: بهره‌گیری از رنگ‌های کدر در پس زمینه اثر و نیز چهره بی حال جانور نیز، فضای غمگینی را تداعی می‌نماید. - استعاره: جادادن سلطان جنگل درون بطری، احساس خفگی و اسارت را ایجاد می‌کند.	- عنوان اصلی (حاشیه پایین سمت راست پوستر): ۴۳ درصد از سیرک‌ها و باغ وحش‌های کوچک به فضای مناسب احترام نمی‌گذارند. - قرینه و همسوگرا: استفاده از بطری شیشه‌ای و نه پلاستیکی و نیز عدم دفرمه شدن بطری با وجود قرارگیری جانوری چون شیر در آن، حاکی از فضا و شرایط نامناسب آنان است که در نوشتار نیز بدان اشاره نموده‌اند. - مکمل: اشاره بخش نوشتاری اثر به سیرک‌ها و باغ وحش‌های کوچک، پیام تصویری را برای بیننده کاملتر می‌نماید.

	- اجزای تصویر با تکنیک عکاسی و فتومونتاژ، شامل بالاتنه‌ای از مردی با مدل مویی خاص است. - زمینه پوستر، تکرنگ بوده و بازنمایی تصویری کلیت پوستر را در بر می‌گیرد. - تضاد، تیرگی و روشنی رنگ‌ها، توجه مضاعفی را به مدل موی فرد در مرکز پوستر جلب می‌نماید.	- طرح‌واره: قرارگیری فرد در زاویه نیم‌رخ و طراحی جهت‌دار مدل موی آن، شاخ کرگدن را تداعی می‌نماید، که در نهایت، ذهن انسان درگیر رابطه دوسویه میان انسان و کرگدن می‌شود.	- عنوان اصلی (حاشیه پایین سمت چپ پوستر با قلم بزرگتر): آیا کسی را به‌خاطر موهایش می‌کشی؟ - عنوان فرعی (حاشیه پایین سمت چپ پوستر با قلم کوچکتر): شاخ کرگدن از همان ماده موی انسان تشکیل شده است و هیچ ارزش دارویی ندارد. با این حال، تقریباً ۳۰ کرگدن در سال ۲۰۱۳ در هند به‌خاطر شاخ خود کشته شده‌اند.	- توسعه‌دهنده: نوشتار، توضیحاتی را به اثر اضافه نموده است که تصویر به تنهایی آن پیام را انتقال نمی‌دهد.
---	--	--	---	--

نتیجه‌گیری

رفاهی، دسترسی به فضای مجازی و غیره را داشته باشند. بنابراین، آن ادبیات پوستری موفق است که با واژگان و ساختارهای زبانی متناسب با درک مخاطب و آمیزش آن با تصاویر، ساختار معمول تفکر وی را بر هم زده و او را به انطباق تصویر با نوشتار و درک درست اطلاعات متن سوق دهد که این سازمان، در انجام آن، موفق عمل نموده است. پوستره‌های آموزشی با هدف ارتقاء آگاهی و ایجاد تغییر، فعالیت‌های از پیش تعیین‌شده را به مخاطبان، آموزش می‌دهند. با مطالعه نمونه‌های موردی پژوهش، مشخص شد طراحان صندوق جهانی طبیعت، در طراحی بخش تصویری اکثر پوستره‌های آموزشی خود، از تکنیک عکاسی استفاده کرده‌اند که تصویر را برای مخاطب، باورپذیرتر می‌نماید. تصاویر در بیشتر این پوسترها کارکرد استعاری دارند؛ به گونه‌ای که با قرار دادن چیزی به جای چیز دیگر مفاهیم انتزاعی که معادل بصری برایشان وجود ندارد را تصویرسازی می‌کنند و از طرفی با آشنایی‌زدایی از تصاویر مألوف، ذهن مخاطب را برای به چالش کشیدن عادت‌ها و رفتارهای پذیرفته‌شده، آماده می‌سازند. البته در مواردی نیز، کارکرد نمادین (پوستر شماره ۳) و طرحواره‌ای (پوستره‌های ۷ و ۱۰) تصویر مشاهده شده است که هدف اصلی طراحان در استفاده از این تکنیک و روش‌ها را می‌توان افزایش تأثیرات عاطفی بر عموم دانست. گاهی عکس‌های قابل توجه و جالب، موجب بیدار شدن و کنجکاوی مخاطبان شده و آنان را به خواندن نوشتار سوق می‌دهد؛ احساسات و حالات خاصی را برای آنان رقم می‌زند تا انتقال پیام مؤثرتر صورت گرفته و در نهایت موجب انجام

مطالعات شناختی، نشان داده‌اند که با وجود اهمیت حواس پنج‌گانه در ارتباط انسان با محیط پیرامونش، بینایی و شنوایی، تأثیرگذارترین نقش را در ایجاد ادراک کلی و یادگیری دارند. از این جهت است که هر جا انتقال پیام مهمی مدنظر بوده است، همنشینی نوشتار و تصاویر در رسانه‌های ارتباطی مورد توجه قرار گرفته است. تصاویر و نوشتار به دو حوزه شناختی کاملاً متفاوت ولی در ارتباط مداوم تعلق دارند، به گونه‌ای که با حضور یکی، ذهن متوجه غیاب دیگری شده و دیگری به صورت ضمنی تداعی می‌شود. ارتباط تصویری هرگز به تمامی تصویری نیست، چرا که اگر هیچ نوشتاری در کنار تصویر نباشد، باز هم مخاطب به خواندن پیام تصویر با کلماتی که در ذهنش ساخته می‌شود، می‌پردازد. در رسانه‌هایی که به منظور آموزش مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند این مهم کارکرد ویژه‌ای می‌یابد؛ زیرا در این‌جا هدف طراح، محدود نمودن برداشت‌های مخاطب و رسیدن به یک پیام مشخص است. این رویکرد در پوستره‌های صندوق جهانی طبیعت که ارتباط با طیف وسیعی از مخاطبان در سراسر جهان و تأثیرگذاری در راستای اهداف سازمان برای حفظ حیات وحش را در نظر دارد، حائز اهمیت دوچندان است. نوشتار و تصاویر در پوستره‌های آموزشی حیات وحش صندوق جهانی طبیعت ارتباطی پویا و متناقض‌نما دارند. از طرفی، ویژگی جهان‌شمولی صندوق جهانی طبیعت موجب شده تا هر کدام از کشورها شرایط و امکانات خاص خود، نظیر تنوع مخاطبان، میزان تحصیلات، امکانات

- 7 World Wild Fund for Nature (WWF).
- 8 Harold Lasswell
- 9 Pictures in Nature: Schemata and Beliefs
- 10 Gombrich
- 11 Art and Illusion
- 12 Noticing a Rhinoceros
- 13 Perceptual Revolutions
- 14 Rembrandt
- 15 Vermeer
- 16 Whistler
- 17 Turner
- 18 Van Gogh
- 19 Cezanne
- 20 Visual Metaphor
- 21 Representation and Arousal
- 22 Pictures and Expression
- 23 Romanticism
- 24 Ronald Barnez
- 25 March
- 26 White
- 27 World Wild Fund for Nature (Retrieved May 2024 at 22:30 from <https://www.worldwildlife.org>).

فعالیت‌های مدنظر این سازمان توسط مخاطبان می‌شود. در تمامی نمونه‌های موردی پژوهش، این نتیجه حاصل گردید که بخش نوشتاری در راستای توسعه و تکمیل پیام تصویر عمل کرده است. در این پوسترها، بخش نوشتاری، اطلاعات دقیقی را ارائه می‌دهند که در تصویر نیست (به‌عنوان مثال آمار و ارقام یا مکان‌های جغرافیایی و شرایط زیستی خاصی را مشخص می‌کنند). در نهایت مشخص شد که در پوسترهای صندوق جهانی طبیعت با تمرکز بر ارتقاء آگاهی عمومی، نسبت به حیات وحش، از قابلیت‌های ویژه تصاویر و نوشتار استفاده شده است؛ تصاویر با نمایش استعاره و نمادین موضوع، عواطف مخاطب را برمی‌انگیزند و فرد را برای همراهی با هدف پوستر آماده می‌سازند و نوشتار به‌صورت دقیق اطلاعات آموزشی از پیش تعیین‌شده را انتقال می‌دهند. تعامل میان نوشتار و تصاویر، منجر به ارتقاء آگاهی مخاطب و واکنش او می‌شود که هدف نهایی پوسترهای آموزشی است.

پی‌نوشت‌ها

۱ شناخت تاملی اصطلاحی است که کانت در نقد قوه حکم به کار می‌برد، به این معنا که تاثیرگذاری زیبایی از این جهت است که شناخت عینی یا فوری ایجاد نمی‌کند و نیازمند تامل است.

- 2 David Novitz
- 3 Pictures and their Use in Communication
- 4 Perry Nodelman
- 5 Nikolajeva
- 6 Scott

منابع

- آرتسون، ایمی‌ای (۱۴۰۲). *مبانی طراحی گرافیک*، ترجمه حسام حسن‌زاده، تهران: انتشارات سوره مهر.
- اسدالهی، مصطفی (۱۳۹۷). *طراحی پوستر*، چاپ دوم، تهران: انتشارات فاطمی.
- اقبالی، پرویز و رجبی، محمدعلی (۱۳۹۵). شناخت تصویرسازی کتاب براساس رابطه میان متن و تصویر، *فصلنامه علمی نگره*، ۱۱، ۳۷، ۱۱۵-۱۰۳.
- البرزی، محبوبه (۱۳۹۴). مؤلفه‌ها و مهارت‌های تفکر خلاق در کتاب‌های تصویری داستانی: تحلیلی بر مجموعه کتاب‌های مرغک، *مجله مطالعات ادبیات کودک*، ۶، ۱، ۲۸-۱.

- پیروز، غلامرضا؛ ملک، سروناز و فتوت، محدثه (۱۳۹۵). بررسی هم‌پیوندی متن و تصویر در شش داستان دفاع مقدس کودکان براساس نظریه پری نودلمن، *مجله علمی پژوهشی مطالعات ادبیات کودک دانشگاه شیراز*، (۷) و ۲، ۲۸-۲.
- حبیبی، علی‌اصغر؛ یوسف‌آبادی، عبدالباست و بیات کشکولی، مژگان (۱۳۹۹). ارتباط تصویر و متن در تعامل کودک با داستان‌های کودکان‌های محمدالعبد براساس نظریه پری نودلمن، *فصلنامه علمی لسان‌مبین*، دوره جدید (۱۲) و ۴۱، صص ۱-۲۴.
- خسرونژاد، مرتضی (۱۳۹۴). در جست‌وجو نظریه‌ی ویژه‌ی کتاب‌های تصویری داستانی، *مجله‌ی مطالعات ادبیات کودک*، ۱۱ (۶) و ۱، ۲۲۴-۲۰۵.
- دانشگر، فهیمه و طاهری، مونا (۱۳۹۹). بررسی ترکیب‌بندی در بیلبردها و عرشه‌های پل شهری تهران (۱۳۹۴-۱۳۹۶)، *پژوهشنامه گرافیک و نقاشی*، ۵، ۶۵-۵۳.
- رخشان، منوچهر (۱۳۸۴). پیوند کلمه و تصویر، *ماهنامه کتاب ماه هنر*. ۹۶-۱۰۴.
- کالن، کریستین (۱۳۹۶). لی‌اوت، ترجمه نسرین صدقیان، تهران: انتشارات آبان.
- معیری، بهاره و خزایی، مصطفی (۱۴۰۲). *اصول طراحی پوستره‌های آموزشی با محوریت بهداشت و سلامت*، تهران: دانشگاه فنی‌وحرفه‌ای.
- نودلمن، پری و عرفانیان، بنفشه (۱۳۸۹). پیوند واژگان و تصاویر قسمت آخر، *کتاب ماه کودک و نوجوان*، ۹۷-۸۸.
- نودلمن، پری و عرفانیان، بنفشه (۱۳۸۶). مفاهیم هدفمند، تصاویر، کتب مصور و مخاطب قسمت دوم، *کتاب ماه کودک و نوجوان*، ۹۴-۸۵.
- نودلمن، پری و عرفانیان، بنفشه (۱۳۸۶). مفاهیم هدفمند، کیفیات کلی کتب و تصاویر قسمت سوم، *کتاب ماه کودک و نوجوان*، ۸۳-۸۰.
- هولیس، ریچارد (۱۳۹۲). *تاریخچه‌ای از طراحی گرافیک*، سیما مشتاقی، چاپ ششم، تهران: سازمان چاپ و انتشارات.

References

- Alborzi, M., (2015). "Components and Skills of Creative Thinking in Illustrated Storybooks: An Analysis of the Morghak Series", *Children's Literature Studies Journal*, 6(1), 1-28. (Text in Persian).
- Arnston, A., (2023). *The Fundamentals of Graphic Design*, translated by: Hesam Hassanza-deh, Tehran: Sooreh Mehr Publications.
- Asadollahi, M., (2018). *Poster Design*, Second Edition, Tehran: Fatemi Publications. (Text in Persian).
- Barthes, R., (1997). The Photographic Message in R, Barthes (ed.). *ImageMusic- Text*, 15-31.
- Cullen, K., (2017). *Layout*, translated by: Nasrin Sadeghian, Tehran: Aban Publications. (Text in Persian).
- Daneshgar, F., and Taheri, M., (2020). An Analysis of Composition in Billboards and Urban

Bridge Decks in Tehran (2015-2017), *Journal of Graphic and Painting Research*, 5, 53-65. (Text in Persian).

- Eghbali, P., and Rajabi, M., (2016). Understanding Book Illustration Based on the Relationship Between Text and Image, *Negareh Scientific Quarterly*, 11(37), 103-115. (Text in Persian).

- Gombrich, E.H, (1968). *Art and Illusion: A Study in the Psychology of Pictorial Representation*, Third Edition, London: Phaidon Press.

- Habibi, A.,; Yousofabadi, A., and Bayat Keshkooli, M., (2020). The Relationship Between Image and Text in Children's Interaction with Mohammad Al-Abed's Stories Based on Perry Nodelman's Theory, *Lisan Mobin Scientific Quarterly*, New Series, 12(41), 1-24. (Text in Persian).

- Han, B. (2014). *Visual Effects of Advertisements*. Master's Thesis, İstanbul: İstanbul Arel University Institute of Social Sciences, Department of Graphic Design.

- Hollis, R., (2013). *A History of Graphic Design*, translated by: Sima Moshtaqi, Sixth Edition, Tehran: Organization of Printing and Publishing. (Text in Persian).

- Khosronejad, M., (2015). In Search of a Unique Theory for Illustrated Storybooks, *Children's Literature Studies Journal*, 11(6) and 1, 205-224. (Text in Persian).

- Lester, P. M., (2013). *Visual Communication: Images with Messages*. Belmont, CA: Wadsworth.

- March, E.E., & White, M.D., (2003). A Taxonomy of relationships between images and Text, *Journal of documents*, 59 (6). 647-672.

- Meggs, Ph., (1992). *Type and Image the Language of Graphic Design*, New York: John Wiley & Sons, INC.

- Moayeri, B., and Khazaei, M., (2023). *Principles of Designing Educational Posters Focused on Health and Hygiene*, Tehran: Technical and Vocational University. (Text in Persian).

- Nikolajeva, M. & Scott, C. (2006). *How Picture books Work*, Great Britain: Routledge.

- Nikolajeva, M. & Scott, C. (2000). The Dynamics of Picture book Communication. *Children's Literature in Education*. 31 (4), 225-238.

- Nodelman, P., and Erfanian, B., (2010). The Link Between Words and Images, Final Part, *Children and Adolescents Book Monthly*, 88-97. (Text in Persian).

- Nodelman, P., and Erfanian, B., (2007). Purposeful Concepts, Pictures, Picture Books, and the Audience, Part Two, *Children and Adolescents Book Monthly*, 85-94. (Text in Persian).

- Nodelman, P., and Erfanian, B., (2007). Purposeful Concepts, Overall Qualities of Books and Pictures, Part Three, *Children and Adolescents Book Monthly*, 80-83. (Text in Persian).

- Novitz, D., (1977). *Picture and their Use in Communication*, Netherlands: Martinus Nijhoff.

- Pirouz, G., Malek, S., and Fotovat, M., (2016). Examining the Interconnection of Text and Image in Six Children's Sacred Defense Stories Based on Perry Nodelman's Theory, *Scientific-Research Journal of Children's Literature Studies*, Shiraz University, 7(2), 2-28. (Text in Persian).

- Rakhshan, M., (2005). The Link Between Word and Image, *Art Book Monthly Magazine*, 96-

1lpg (Text in Persian).

• Vekovtseva T.A. & Plotnikova O.A. (2019). The Role of Creative Concept and Speech Organization in the Creation of Modern Advertising Posters, *Journal of Education and Human Development*, 8(2), 135-143.

URLs

URL1: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/bear-268e5181-8c7a-464c-a561-6fd2a98f8fa8>

URL2: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/polar-bear>

URL3: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/polar-bear>

URL4: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/rhino-day>

URL5: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/serial-killer-mammal>

URL6: <https://www.behance.net/gallery/3869657/Thanks-for-the-Cage>

URL7: <https://dk.pinterest.com/pin/852306298204779883/>

URL8: <https://www.pinterest.com/pin/203999058100651143/>

URL9: <https://www.pinterest.co.uk/sibramaryam123/>

URL10: <https://rossmcgposts.tumblr.com/post/129063378834/shocking-images-show-harmful-effects-littering-has>

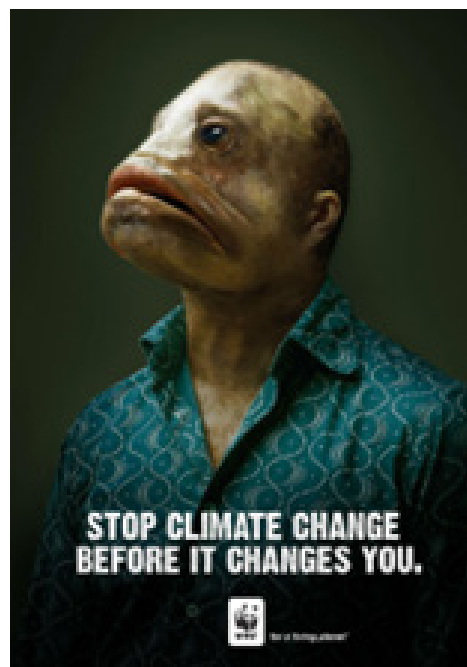
The Impact of Typography on the Conveyance of Visual Content in Educational Posters (Case Study: Wildlife Posters of the World Wildlife Fund)

Abstract:

Detailed Abstract

Introduction: The combination of images and text in visual communication can enhance and complete the message, attract audience attention, increase learning and memory retention, create an emotional connection, and add variety to the presentation of information. This combination can significantly increase the impact of the message and provide a richer, more dynamic experience for the audience. Images and text each have unique capabilities in conveying meaning, which cannot be reduced to one another. This feature has been particularly emphasized in educational posters. The creative approaches of designers in juxtaposing images and text can create new conceptual spaces that go beyond the meaning of each visual or textual part independently.

One prominent example of educational posters with a broad audience and the goal of raising awareness are the educational posters of the World Wildlife Fund (WWF). This organization aims to make its audience aware that the planet's problems are becoming increasingly complex and critical. The effective design and presentation of these posters can play a crucial role in raising environmental awareness. Using a creative combination of images and text, these posters strive to convey complex environmental messages in a simple and understandable way. This study **aims** to explain how text and images interact in WWF wildlife posters based on the analysis of 10 **case studies**. This research analyses the key aspects of images and text in the educational posters of the World Wildlife Fund (WWF). The poster



■ Bahareh Moayeri

Ph.D Student of Islamic Arts, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
B.Moayeri@modares.ac.ir

■ Samira Royan

Assistant Professor in Department of Painting, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Corresponding Author.
s.royan@modares.ac.ir

Date Received: 2024-07-12

Date Accepted: 2025-01-07

1- DOI: 10.22051/pgr.2025.47723.1274

images, as part of the WWF's mission to protect the natural world and wildlife globally, have been collected directly from the official website and related sites.

The main **research question** is: how does the text in WWF wildlife posters influence the content of the visual part?

Theoretical Framework & Method: The visual and textual elements in posters help create a memorable impact on the audience. The images in the posters contain specific codes that require decoding; therefore, the encoding of poster images should be minimised so that the general audience can easily interpret the message (Maieri & Khazaei, 2024:16). The purpose of the images is not just to create a unique and memorable feeling but also to encourage the audience to take specific actions or feel a particular way about the message conveyed. The primary issue is the impact on people's attitudes, knowledge, and behavior.

The visual language of posters follows a systematic structure, similar to written language, with its own syntax and rules. This visual language consists of four main elements: the source or artist, the content or message, the medium, and the receiver or audience. Images can draw viewers' attention to features of an object they hadn't noticed before and often reflect broader beliefs and assumptions about the objects depicted (Novitz, 1997:112-148).

David Novitz, in his book on images and their use in communication, categorizes effective use of images into six groups:

1. Naturalistic images and schemas: Images are often based on schemas and reflect specific beliefs and assumptions about the depicted objects (Gombrich, 1968:77).
2. Attention to neglected aspects: Images can highlight overlooked features of an object (Novitz, 1997:112-148).
3. Perceptual revolutions: Images can change viewers' ways of seeing or interpreting an object.

4. Visual metaphors: Images convey complex ideas through indirect representation.

5. Representation and arousal: Images can evoke specific emotional responses in viewers.

6. Expression: Visual artworks often express particular emotions and states.

Novitz emphasizes that part of the meaning is always conveyed through words. Texts are tools for altering or explaining the meaning of images to the audience. Words guide viewers to specific interpretations of images, reducing personal misinterpretations. The relationship between text and image can be complementary or supplementary, enhancing the communication of the message.

In this research, the functionality of images in WWF educational posters is first determined based on the characteristics of each research sample. Then, the role of text in conveying meaning and the relationship between text and images based on proposed theoretical frameworks are analyzed. This study aims to provide insights for poster designers on the effective use of images and text in educational posters.

Perry Nodelman, a theorist in children's book illustration, believes that the effectiveness of the relationship between images and text is achieved when both elements either complement or align with each other; otherwise, the connection is ineffective. Nodelman has developed a robust framework for closely examining the interaction between images and text in children's books. His framework can be applied to posters as well, suggesting that children transition from passive observers to active participants in the story (Pirooz et al., 2016:7). Nodelman categorizes the interaction into two main types: convergence and development.

1. Convergence: Images and text move in the same direction, either confirming or complementing each other. This type includes:

- Confirmatory: Image aligns with the text, enhancing comprehension (Eghbali & Rajabi, 2016:104).
- Complementary: Image and text cover a single topic, providing emotional and sensory information.

2. Development: Images or text expand the information provided by the other. This includes:

- Beyond text: Images convey more than what is in the text (Nodelman, 2010).
- Text enhancement: Text provides more details not shown in the image.

Nikolajeva and Scott also explore the unique interaction between images and text, categorising it into five types, including symmetrical, complementary, and contrasting relationships (Nikolajeva & Scott, 2006:225-238). These theories inform the analysis of WWF educational posters, focusing on how text and images work together to convey messages.

Discussion: This study focuses on wildlife conservation posters to closely examine the nuances of the topic. A total of 40 posters from the wildlife series published under the World Wildlife Fund (WWF) were collected and analysed. One poster from each series was selected, resulting in a total of 10 posters examined. Table 1 provides a detailed analysis of the posters based on Nodelman's analytical methodology and its alignment with the theories of Nikolajeva and Scott, as well as Novitz's effective use of images discussed in the theoretical framework section.

The visual elements in the posters, created using techniques such as photography and photomontage, include diverse elements like rhino horns, jewelry boxes, plastic bottles, fish, and more. Each poster's background is monochromatic, emphasising the central image through colour contrast and lighting techniques. For instance, the rhino horn placed inside a jewelry box symbolizes the value of the horn as a

precious jewel. Similarly, a plastic bottle containing a fish with an expiration date suggests its transformation into a museum object. These metaphors effectively convey messages about wildlife conservation and environmental protection.

The textual elements complement and expand the visual messages, providing moral and educational content about wildlife conservation. For example, the text accompanying the image of a rhino horn discusses the ethical implications of killing rhinos for their horns. Similarly, the text about the plastic bottle and fish highlights the issue of overuse of plastic bottles and its impact on marine life. The interaction between text and images in these posters creates a compelling narrative that enhances the audience's understanding and engagement with the conservation message.

The analysis revealed that the interaction between text and images follows Nodelman's categories of convergence and development. Convergent interactions include instances where images and text confirm or complement each other, providing a cohesive message. Developmental interactions involve images or text expanding the information provided by the other, enriching the overall message. The findings indicate that effective use of visual and textual elements in WWF posters can significantly enhance the communication of complex conservation messages, making them more accessible and impactful for the audience.

By analysing these 10 WWF posters, the study highlights the importance of creative and strategic use of images and text in educational materials. The results offer valuable insights for poster designers and educators in developing impactful visual communication strategies for environmental awareness campaigns.

Conclusion: Visual communication is never entirely visual; even without accompanying text, audiences interpret images with

words formed in their minds. This becomes particularly important in educational media, where the aim is to guide the audience toward a specific message, limiting individual interpretations. This approach is critical in WWF posters aimed at global audiences to raise awareness and advocate for wildlife conservation.

The WWF educational posters utilise dynamic and paradoxical relationships between text and images. Given the diverse conditions and facilities of different countries, such as varying audience diversity, education levels, and internet access, effective poster literature disrupts the audience's usual thought processes, aligning images with text to ensure accurate information comprehension.

Educational posters aim to raise awareness and encourage behavioral change by teaching predetermined activities to their audience. Analysing case studies revealed that WWF designers often use photography in their posters, making the images more believable. Most posters employ metaphorical imagery, illustrating abstract concepts through visual analogies and defamiliarising familiar images to challenge accepted behaviors and norms.

In some instances, symbolic (poster 3) and schematic (posters 7 and 10) functions of images are observed, intending to amplify emotional impact on the public. Striking and intriguing photos often capture audience interest, prompting them to read the text, thus enhancing the effectiveness of message delivery. In all analysed case studies, the text complements and expands the image's message, providing precise information not visible in the image, such as statistics or specific geographic details.

In conclusion, WWF posters effectively utilise the unique capabilities of images and text to raise public awareness about wildlife conservation. Metaphorical and symbolic images engage the audience's emotions, preparing them to support the poster's goals, while the text conveys detailed,

pre-determined educational information. The interaction between text and images enhances audience awareness and response, achieving the ultimate goal of educational posters.

Keywords: Visual Communication, Typography and Imagery, Educational Poster, World Wildlife Fund