



DEPREM FARKINDALIĞI BAĞLAMINDA GÖRSEL KÜLTÜRDE SOSYAL AFİŞ TASARIMLARINA BAKIŞ

Burak Erhan TARLAKAZAN^{1*}
Elif TARLAKAZAN²

Öz

Deprem, dünya genelinde sıklıkla görülen doğal afetlerden biridir ve ciddi can ve mal kayıplarına yol açabilmektedir. Bu durumda sosyal bilinçlendirme kapsamında bir kitle iletişim aracı olarak afişlere ihtiyaç duyulmaktadır. Deprem farkındalık afişleri, afet durumunda halkı bilgilendirmek ve korunma yol ve yöntemlerini göstermek amacıyla hazırlanan afişlerdir. Bu afişlerde deprem öncesi, sırası ve sonrasında yapılması gerekenler, alınması gereken önlemler ve acil durum iletişim numaraları gibi bilgiler yer alır. Bu makalede, görsel kültür kapsamında afişlerin, iletişim rolü incelenmiştir. Deprem afişlerindeki bağlantı analizi ve afişlerde yer verilen bilgilerle bu bilgilerin algılanmasına yönelik sergilenen tasarım dilinin iletişim açısından değerlendirmesi yapılmıştır. Çalışmanın çıkış noktası 6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye’de 11 ili vuran depremdir. Çalışma kapsamının teorik bir dayanak noktası oluşturması bakımından, sosyal bilim çalışmalarında önemli rolü olan literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada belirlenen amaca ulaşılması için gerekli olan veriler, literatürün taranmasından, afiş analizlerinden ve elde edilen bilgilerin araştırmacılar tarafından birleştirilmesinden elde edilmiştir. Araştırmada, deprem farkındalığı afişlerinin sadece depremlerin yıl dönümleri ya da konu ile ilgili tarihlenen belirli günlerde yapılmasının kamusal farkındalık oluşturmak açısından yeterli olmadığı, yaşam boyu eğitim felsefesi kapsamında hayatın her alanında bu ve bunun gibi konulara yönelik tasarımların zenginleştirilmesi gerekliliği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Deprem, Görsel kültür, Sosyal afişler, Farkındalık

A LOOK AT SOCIAL POSTER DESIGNS IN VISUAL CULTURE IN THE CONTEXT OF EARTHQUAKE AWARENESS

Abstract

Earthquake is one of the most common natural disasters around the world and can cause loss of life and property. In this case, posters are needed as a mass communication tool within the scope of social awareness. Earthquake awareness posters are the posters prepared to inform the public in case of disaster and to show ways and methods of protection. These posters contain information such as what to do before, during and after the earthquake, precautions to be taken and emergency contact numbers. In this article, the communication role of posters is examined within the scope of visual culture. The connection analysis on the earthquake posters the information included in the posters and the design language displayed for the perception of this information are evaluated in terms of communication. The starting point of the study is the earthquake that hit 11 provinces in Turkey on February 6, 2023. In order to provide a theoretical basis for the scope of the study, the literature review method, which has an important role in social science studies, is used. The data required to achieve the purpose determined in the research are obtained by scanning the literature and combining the obtained information by the researchers. In the research, it is concluded that making earthquake awareness posters only on anniversaries or on certain dates related to the subject is not sufficient to raise public awareness, and that designs for these and similar issues should be enriched in all areas of life within the scope of lifelong education philosophy.

Keywords: Earthquake, Visual culture, Social posters, Awareness.

¹ Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, GSTF, Grafik Tasarımı Bölümü, ORCID: 0000-0002-5826-2148.

* Sorumlu Yazar (Corresponding Author): tarlakazan@hotmail.com

² Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, GSTF, Grafik Tasarımı Bölümü, tarlakazan@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5381-9755.

Başvuru Tarihi (Received): 08.08.2023 **Kabul Tarihi** (Accepted): 26.01.2024

Giriş

Görsel kültür, bir toplumun veya zaman diliminin görsel olarak ifade edilen unsurlarının bütünüdür. Bu unsurlar; fotoğraf, resim, reklam, afiş, logo, film, televizyon programları ve diğer medya araçlarıyla iletilen görsel mesajları içerir. Afişler genellikle kısa bir mesaj veya görsel kullanarak bir ürünü, hizmeti, etkinliği veya fikri tanıtmak amacıyla tasarlanır. Görsel kültür, insanların düşünce biçimlerini, inançlarını, değerlerini ve kimliklerini şekillendiren önemli bir etkidir. Afişler, görsel kültürün önemli bir parçası olarak kabul edilir. Dikkat çekme, bilgilendirme, marka tanıtımı, toplumsal iletişim ve sanatsal ifade gibi birçok rolü üstlenirler. İyi tasarlanmış bir afiş, etkili iletişim için güçlü bir araç olabilir ve görsel kültürün önemli bir yönünü temsil eder. Görsel kültürün birçok yönü bulunsa da, bu makalede özellikle afişlerin görsel kültür içindeki rolüne odaklanılmış ve deprem afişlerinin tasarım dili analiz edilmiştir.

1. Toplumsal Değer Göstergesi; Görsel Kültür

Görsel kültür, görsel imgelerin toplumsal ve kültürel anlamlarının incelendiği bir kavramdır. Bir toplumu tanımada en önemli unsurların arasında, kültür ve sosyal çevrenin önemsenmesi gerekliliği sayılabilir (Sengir, 2015 s. 265). Her kültür kendini ifade edebilecek görsel işaretler oluşturmuş, bu ifadelerin çözümlenmesi de zaman içerisinde görsel kültür tanımını ortaya çıkarmıştır (Dinçeli ve diğerleri, 2016, s. 394). Mirzoeff (1998), görsel kültürü, teknolojik otonomluğun sonucu olarak ortaya çıkmış, yeni bir oluşum olarak tanımlamıştır.

Görsel kültür, toplumun ve bireylerin görsel imgelerle etkileşimleri ve bu imgelerin bir araya gelerek bir anlam taşımasıdır. Günlük yaşamda karşımıza çıkan her türlü görsel materyal; fotoğraf, resim, reklam, logo, afiş, sinema filmleri, televizyon programları, internet içerikleri ve daha birçok görsel öğeyi içerir ve bunlarla ilişkilidir. Ayrıca, bireylerin toplum içindeki kimliklerini oluşturmada önemli bir role sahiptir. Görsel imgeler, insanların düşüncelerini, inançlarını, değerlerini ve tercihlerini ifade etmelerine yardımcı olur. Örneğin, bir kişinin giyim tarzı veya evinin dekorasyonu, onun görsel kültürünü yansıtabilir. Ayrıca, görsel kültür medya aracılığıyla da yaygın bir şekilde iletilir ve toplumun bir parçası haline gelir. Bu medya araçları, kültürel değerleri, normları ve ideolojileri tanımlama ve yayma gücüne sahiptir.

Görsel kültür aynı zamanda tarih ve toplumsal değişimin bir belirteçidir. Görsel imgeler, bir dönemin veya bir toplumun sosyal, siyasi ve ekonomik durumunu yansıtabilir. Kendilerine özgü kültürel yapıya sahip olan toplumlar, bu toplumun paydaşları olan bireylerin yaşam biçimlerini şekillendirmektedirler (Duydu, 2023, s. 479). Örneğin, bir dönemin resim sanatı veya moda trendleri, o dönemdeki toplumsal değerlerin ve eğilimlerin bir göstergesi olabilir. Yirmi birinci yüzyıl küresel kültürü yazı temelli iletişimden görsel doyuma doğru hızlı bir şekilde değiştirmekte, kültürel kodları güncel sistemle birleştirerek toplumda etkisini daha da fazla göstermekte ve her alana yayılmaktadır (Aykut, 2013 s. 707). Görsellikteki kültürel vurgu, gördüğümüz şeyin, dışarıdaki gerçekliğin aynadaki yansımasıdır; yüzeydeki görüntü güvenilir bir kayıttır ve aslında görünüş gerçektir (Finkelstein, 2007, s. 221).

Görsel kültür, bireylerin ve toplumların görsel imgelerle etkileşimlerini ve bu imgelerin anlamlarını anlama sürecini ifade eder. Görsel kültür, bir toplumun değerlerini, normlarını ve kimliklerini yansıtabilirken, aynı zamanda medya ve reklamcılık gibi alanlarda etkili bir araç olarak da kullanılabilir.

Görsel kültür, popüler kültürün bir parçası olarak da görülür. Popüler kültür, toplumun yaygın olarak paylaşılan değerleri, inançları, eğilimleri ve tüketim alışkanlıklarını yansıtan kültürel ürünler ve ifadelerdir. Görsel kültür, popüler kültürün birçok unsuru aracılığıyla ifade edilir ve şekillendirilir. Bu kavram, görsel iletişimdeki sembollerin, imgelerin ve görsel dilin toplumsal ve kültürel bağlamlarını analiz etmeyi amaçlar.

2. Grafik Tasarım

Tasarım Latince 'de 'De Sign' kelimesinden türemiştir. Bu Fransızca 'da 'Dessein' İtalyanca 'da ise 'Designo' kelimeleri ile ifade edilir (Seylan, 2005, s.16). Farklı bir anlam olarak tasarım; zihinde kurmak, niyet etmek, kasetmek, çizmek, plan yapmak, proje yapmak, düzenlemek, icat etmek ve üretmek gibi birçok kelime ile ifade edilmektedir (Odabaşı, 1996, s. 17).

Grafik tasarım, Fransızca graphique “çizime ilişkin, çizgisel (sıfat), çizimle anlatma (ad)” sözcüğünden alıntıdır. Sözcük, Eski Yunanca graphē γραφή “yazı, çizim” sözcüğünden +ik° ekiyle türetilmiştir ve mesajın uygun bir biçimde kodlanarak alıcıya ulaştırılmasını sağlayan bir araçtır (Çiftçi, 2009, s.29), sanat ve tasarımın birleştiği bir disiplindir ve görsel iletişim yoluyla bilgi aktarımı, marka bilinirliği, ürün tanıtımı ve bir dizi diğer iletişim hedeflerini gerçekleştirir. İletişim; duyguları, düşünceleri, bilgileri, inançları insanlar arasında aktarma işlemi olarak bilinir (Değerli, 2021, s. 180). Grafik tasarımın temel amacı, görsel bir mesajı etkili ve etkileyici bir şekilde sunmaktır. Grafik tasarım, talep karşılığı ortaya çıkar ve ortaya çıkan ürün bir talebin beklentisini karşılamak için kullanılır (Becer, 2005, s.39). Ayrıca grafik tasarım, görsel iletişim sanatının bir parçasıdır ve tarihsel olarak, insanların iletişim kurmak için kullandığı araçlarda ve teknolojilerdeki değişimlerle şekillenmiştir.

İnsanlar binlerce yıldır görsel iletişim araçlarını kullanmaktadır. İletişimin ilk örnekleri olarak kabul edilen mağara resimleri, yaşantılarını ve deneyimlerini anlatmak için insanların kullandıkları en eski görsel iletişim biçimidir. Antik Mısır, Çin ve Yunanistan gibi uygarlıkların da kabartmalar, mozaikler ve freskler gibi çeşitli görsel iletişim araçları kullandığı bilinmektedir. Gutenberg'in 15. yüzyılda matbaayı icadı, kitapların hızlı ve ucuz bir şekilde üretilmesini mümkün kılmış ve bu da metinlerin yayılmasını ve okuryazarlığın artmasını sağlamıştır. Bu süreçte, kitapların kapakları ve sayfaları da süslenmeye başlanmış ve bu gelişmeler grafik tasarımın ilk adımlarından biri olmuştur.

19. yüzyılda, endüstriyel devrim, üretim süreçlerinde önemli bir değişiklik yaratmış ve bunun sonucunda seri üretim mümkün hale gelmiştir. Bu durum, işletmelerin ürünlerini halka pazarlama ihtiyacını artırmış ve grafik tasarımın işletmeler tarafından kullanılması yaygınlaşmıştır. Süreç içerisinde oluşturulan markalar, logolar, afişler ve diğer görsel iletişim araçları, ürün ve hizmetlerin tanıtımları için kullanılmaya başlanmıştır.

20. yüzyılın başlarına kadar grafik tasarım, hala el sanatlarına dayalı ve tipografi, boyama ve çizim gibi beceriler gerektiriyorken, 1920'lerde; Almanya'da Bauhaus okulu tarafından önerilen minimalist tasarım anlayışı, tasarımın işlevselliği üzerine odaklanılmasını sağlamıştır. Bu; grafik tasarımların estetik yönünün yanı sıra, daha işlevsel ve kullanıcı dostu hale gelmesine yol açmıştır. 1950'lerden itibaren, bilgisayar teknolojisinin gelişmesi ile birlikte, grafik tasarım dijitalleşmeye başlamış ve bu da, tasarlama eyleminin daha hızlı ve verimli hale gelmesini, tasarımcıların daha özgürce çalışmalarına olanak tanımıştır.

Grafik tasarım, sorunları çözmek ve fikirleri; tipografi, fotoğraf, renk ve biçim aracılığıyla iletmek için görsel kompozisyonların yaratıldığı bir araçtır. Bu araçlardan biri de afişlerdir.

3. İletişim Sürecinde Bir Araç; Sosyal Afişler

Afiş tasarımları, birçok farklı amaç için kullanılabilir. Bu amaçlar arasında, bir ürün veya hizmetin tanıtımı, bir etkinliğin duyurusu veya bir kampanyanın tanıtımı gibi birçok farklı seçenek yer alırken, her ne amaçla kullanılırsa kullanılsın, afiş tasarımlarının en önemli hedeflerinden biri, farkındalık yaratmaktır. Farkındalık, bir kişinin veya grubun bir şey hakkında bilgi sahibi olması anlamına gelir. Farkındalık yaratmak, bir mesajın daha geniş bir kitle tarafından anlaşılmasını ve bu kitleye daha derin bir şekilde etki etmesini sağlayabilir. Afiş tasarımları, görsel bir araç olarak; farkındalık yaratmak için oldukça etkili bir yoldur. Bir afiş tasarımı ile farkındalık yaratmak için, tasarımın dikkat çekici, net ve anlaşılır olması gerekir. Tasarımın amacını açıkça yansıtmayı, hedef

kitleyi anlaması ve onların ilgisini çekmesi gerekmektedir. Bu, tasarımdaki renklerin, tipografinin, görüntülerin ve diğer öğelerin doğru bir şekilde kullanılması ile sağlanabilir.

Afiş tasarımlarını, bir ürünün reklamını yaparken, propaganda aracı olarak, sosyal bir mesaj verirken veya kültürel bir bölgenin tanıtımı yaparken görebilmekteyiz (Ceylan & Ceylan, 2015 s.84). Cumhuriyetin başlarında, daha çok yazı içerikli tiyatro, sinema, yardım dernekleri gibi kurumların yaptırdığı afişler görülmektedir (Yalur, 2014, s.100).

Bir afişin amacı, insanların bir şeyi satın almalarını veya bir fikri benimsemelerini sağlamaktır. Bu nedenle, afiş tasarımı, hedef kitlede belirli bir beklenti veya değer uyandırmak için düşünülmelidir. Ayrıca, afişlerin felsefesi, insanların beklentilerine ve değerlerine de dayanır. Afişler, genellikle duyuru, tanıtım veya reklam amaçları için kullanılan görsel materyallerdir. Bir afiş, görsel tasarım, renkler ve metinlerin kullanımıyla bir mesajı iletmeyi amaçlar. Bir afişin etkili olması için, izleyicilerin dikkatini çekmesi ve mesajın net ve açık bir şekilde iletilmesi gerekir. İyi bir afiş, uygun renklerin ve yazı tipinin kullanımıyla mesajın güçlü bir şekilde vurgulanmasını sağlar. Ayrıca, hedef kitleye hitap eden, uygun boyutta ve kolay okunabilir bir yazı tipi kullanılmalıdır.

Afiş, dünyanın her yerinde, birçok farklı amaç için yoğunlukla kullanılan bir tür görsel iletişim aracıdır. Çünkü yıllardan beri kullanılan afiş, en eski ve en etkili kitle iletişim araçları içerisinde yer almaktadır (Mercin, 2010, s. 2). Afişler, genellikle reklam, tanıtım, bilgilendirme veya eğlence amaçlı olarak kullanılır. Bu doğrultuda afiş türleri; reklam afişleri, kültürel afişler ve sosyal afişler olarak kategorize edilebilir.

Reklam Afişleri; Ürünlerin, hizmetlerin veya etkinliklerin tanıtımı için kullanılan görsel materyallerdir. Bu materyaller genellikle belirli bir kitleyi hedef alır ve dikkat çekici renkler, görseller ve metinler içerir. Aynı zamanda hedef kitleye uygun olması, mesajın net ve anlaşılır olması, afişin doğru boyutlarda ve kalitede basılması gibi faktörler önemlidir. Ayrıca, reklam afişinin hukuki yasalara uygun olması da çok önemlidir. Afişlerde genellikle ürün veya hizmetin özellikleri, fiyatları ve kampanyaları yer alır. Reklam afişleri, birçok farklı alanda kullanılabilir. Mağazalar, restoranlar, etkinlikler, toplu taşıma araçları gibi yerlerde sıklıkla kullanılır. Ayrıca, dijital reklamcılıkta da popüler bir araçtır ve internet sitelerinde veya sosyal medya platformlarında kullanılabilir (Görsel 1).

Görsel 1. *Volkswagen Reklam Afişi*



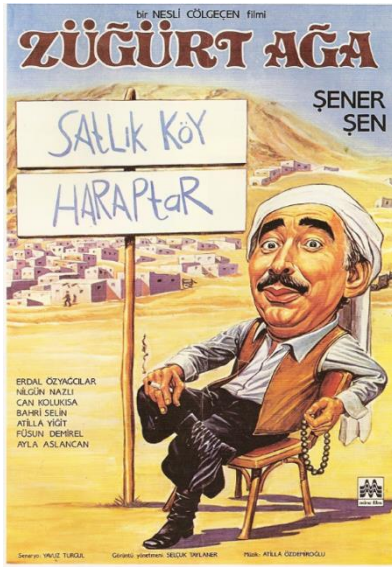
Kaynak: <https://www.dijitalajanslar.com>, Erişim tarihi:16.07.2023

Görsel 1.de DDB Tribal tarafından Volkswagen için hazırlanan bu reklam afişi yeni arabalardaki park asistanı ile tüketicilerin hayatını nasıl kolaylaştıracağını anlatılmaktadır. Reklam ticari bir ürün olan otomobil reklamı olmasına karşın çalışmada otomobille ilgili bir görsel kullanılmaması görsel kültür anlamında bir metafordur. İzleyicinin dikkatini çekmesi bakımından çarpıcı bir

örnektir. Burada kullanılan hayvan görselleri mizahi bir anlatımla, hedef kitleyi bir özellik hakkında bilgilendirerek satın alma davranışını etkilemek amaçlanmıştır.

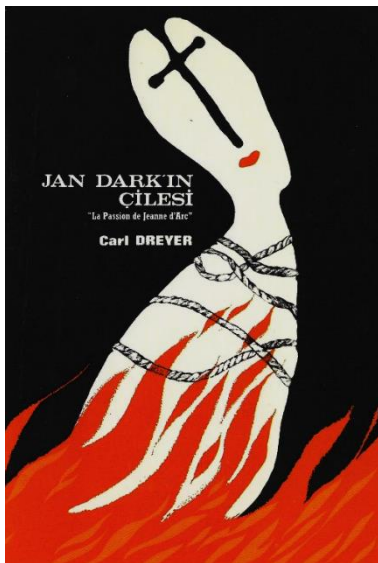
Kültürel afişler; genellikle bir kültürel etkinliği veya faaliyeti tanıtmak için kullanılan afişlerdir. Bu afişler; sanat sergileri, konserler, tiyatro oyunları, film festivalleri ve diğer kültürel organizasyonlar gibi birçok farklı etkinliğin tanıtımında oldukça önemlidir çünkü potansiyel katılımcıların dikkatini çekerek etkinliğe katılmalarını sağlar (Görsel 2-3). Afişler ayrıca, tanıtımını üstlendiği kültürel etkinliğin görünürlüğünü artırarak, geniş bir kitleye duyurulmasına yardımcı olur. Bu kategorideki afişler genellikle etkinliğin tarihini, yerini, saatini, bilet ücretlerini ve edinim noktalarını, katılan sanatçıların veya etkinlik öğelerinin bazı detaylarını içerir. Afişler genellikle sanatsal ve ilgi çekici tasarımlarla süslenir ve insanların ilgisini çekmek için görsel olarak etkileyici olmayı hedefler.

Görsel 2. Züğürt Ağa Film Afişi, 1985



Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0201368/>, Erişim tarihi:18.07.2023

Görsel 3. Jan Dark'in Çilesi Tiyatro Afişi, 1972



Kaynak: <https://www.sangrafik.com.tr/?l=tr> Erişim tarihi:09.07.2023

Sosyal afişler, toplumsal sorunlara dikkat çekmek, insanları eğitmek veya bir sebebe destek sağlamak gibi amaçlarla kullanılan afişleridir. Bu afişler aracılığıyla toplumda bir farkındalık yaratarak insanları bilinçlendirmek ve değişim yaratmak da mümkündür.

Kamu hizmeti duyuruları, sağlık hizmetleri, trafik güvenliği, doğa-çevre gibi çeşitli konularda insanları bilgilendirmek için kullanılan afiş türleridir (Görsel 4-5). Bu tür afişler, bir mesajı açık ve net bir şekilde iletmek için tasarlanır.

Görsel 4. Shigeo Fukuda Afişi



Kaynak: <https://www.ideasondesign.net/speakers/speakers/shigeo-fukuda/>Erişim tarihi:19.07.2023

Görsel 5. Kızılay Kan Bağışı Afişi (kanver.org)



Kaynak: <https://www.kanver.org>, Erişim tarihi:18.07.2023

Görsel 4'te, güçlü bir görsel etkiye sahip ve izleyiciye mesajını net ve anlaşılır bir şekilde iletmeyi başarmıştır. Görsel unsurlar, mesajın etkisini artırmak için dikkatli bir şekilde seçilmiştir. Görsel 5'de ise tipografiyle oluşturulan tasarım sade, kullanılan renkler ve yazı tipleri bakımından mesaj

etkisini arttırdığı görülmektedir. Afişlerin ortak özellikleri yapılan sosyal bilgilendirmenin yanı sıra, izleyiciyi düşündürücü nitelikleridir.

Afişin, gerek iç gerek dış mekânlarda çok fazla kişiye ulaşabilmesi, üretim ve dağıtımının diğer görsel iletişim araçlarına oranla daha ucuz olması, kurumların, derneklerin, partilerin sosyal içerikli afiş aracılığıyla mesajlarını iletmeyi tercih etmelerine neden olmaktadır (Işık, 2010, s.27).

Sosyal afişler, sokaklarda, okullarda, toplu taşıma araçlarında veya diğer halka açık alanlarda görülebilir. Ayrıca, sosyal medya gibi dijital platformlarda da paylaşılabilirler ve böylece mesajlarının daha geniş bir kitleye ulaşması sağlanabilir. Sağlık, güvenlik, çevre, trafik vb. konularda bilgilendirme, eğitim ve uyarı amacıyla hazırlanan sosyal afişler aynı zamanda bir düşünceyi ya da oluşumu tanıtmaya işlevini de üstlenebilmektedir. Amacı, insanların bir konu hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak, toplumda farkındalık yaratmak ve belirli bir davranışı teşvik etmektir. Örneğin, görsel 6'da yer alan ve emniyet kemerinin gerekliliğini vurgulayan afiş, emniyet genel müdürlüğü trafik hizmetleri başkanlığı tarafından insanların toplumsal bir sorun hakkında bilinçlenmeleri ve bu soruna karşı harekete geçmelerine yardımcı olabilmek amacıyla yapılmıştır.

Görsel 6. Emniyet Kemer Afişi



Kaynak: <https://www.trafik.gov.tr>, Erişim tarihi:18.07.2023

4. Deprem Farkındalık Afişleri

Deprem, dünyanın birçok bölgesinde meydana gelebilen doğal bir afettir ve ciddi can ve mal kayıplarına neden olabilir. Bu nedenle, deprem farkındalığı toplumlar için son derece önemlidir. Deprem farkındalığı, bir bireyin depremler ve deprem riski hakkında bilgi sahibi olması, tehlikelerini anlaması ve korunma yöntemlerini bilmesi anlamına gelir. Bu nedenle, deprem konulu afişler, insanların bu konuda bilgi sahibi olmalarını sağlamak ve afet anında doğru davranışları göstermelerine yardımcı olmak için son derece önemli sosyal afişlerdir.

Deprem afişleri genellikle kamu kurumları, belediyeler, sivil toplum kuruluşları ve arama kurtarma organizasyonları tarafından hazırlanmaktadır. Afişlerde kullanılan görseller ve yazılar, halkın kolayca görebileceği, anlayabileceği ve yönergeleri doğru bir biçimde uygulayabileceği şekilde olmalıdır. Deprem afişlerinin amacı, halkın deprem öncesi hazırlıklarını yapmalarını, deprem sırasında güvenli bir şekilde davranmalarını ve deprem sonrasında ise kurtarma ekiplerine

yardımcı olmalarını sağlamaktır. Bu nedenle, deprem afişleri ve bilinçlendirme tasarımları, halkın bilgilenebilmesi ve afetler karşısında hazırlıklı olmaları için oldukça önemlidir (Görsel 7).

Görsel 7. Deprem Farkındalık Afişi



Kaynak: [https:// www.ozdenosgb.com/afis-depreme-hazir-misiniz?](https://www.ozdenosgb.com/afis-depreme-hazir-misiniz?), Erişim tarihi:19.07.2023

Deprem konulu afişler, depremin özelliklerini ve neden olduğu tehlikeleri açıklayarak insanları bilinçlendirmek için tasarlanmaktadır. Ayrıca, deprem sırasında yapılması gereken doğru davranışları da öğretmekte bir afişte işlenecek konular arasında yer alabilir. Bu afişler, evde deprem anında güvenli bir şekilde nasıl hareket edileceğini açıklayabilir, kapı çerçevelerine sığınma, mobilyaların altına veya masaların yanına yatma gibi güvenli davranışları gösterilebilir (Görsel 8). Ayrıca bu konuda hazırlanan afişler; geçmişte yaşanmış depremleri hatırlatmak, ne gibi etkilere maruz kalındığı konusunu belirli aralıklarla gündeme getirmek ve bu konunun önemini süreklilik haline getirerek vurgulamak, farkındalık ve önlemler konusunu hafızalarda canlı tutmak adına ve hatırlatma anlamında tekrarlanabilir (Görsel 9).

Görsel 8. Deprem Farkındalık Afişi



Kaynak: <https://www.afad.gov.tr/>, Erişim tarihi:18.07.2023

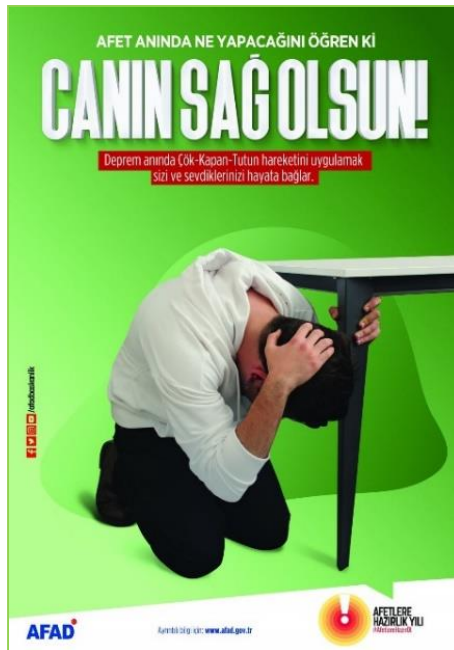
Görsel 9. Deprem Farkındalık Afişi



Kaynak: <https://www.herkesicinalanya.org>, Erişim tarihi:18.07.2023

Deprem farkındalık afişleri genellikle bilgi içeriklidir. Bu bakımdan afiş tasarımları yapılırken tasarım ilkelerinin etkili bir şekilde kullanımını gerektirir. Konu ve renk bir bütün halinde ele alınmalıdır. Afişlerde kullanılan renkler, yazı tipi ve diğer grafik öğeleri, hedef kitleyi etkilemek için özenle seçilmelidir (Görsel 10-11). Bir diğer önemli nokta, afişlerin dikkat çekici ve okunaklı olması gerekliliğidir. Afişler, özellikle deprem konusu gibi ciddi bir konuda insanların ilgisini çekebilmek için etkili bir tasarıma sahip olmalıdır. Bu nedenle, afiş tasarımında renkler, tipografi ve görsellerin doğru bir şekilde kullanılması önemlidir. İlgili tasarımlarda da canlı renklerin kullanılıp tipografi ve görsellerle desteklendiği görülmektedir.

Görsel 10. Deprem Farkındalık Afişi



Kaynak: <https://www.afad.gov.tr/>, Erişim tarihi:18.07.2023

Görsel 11. Deprem Farkındalık Afişi



Kaynak: <https://www.lutfikirdareah.saglik.gov.tr/TR-903858/1-7-mart-deprem-haftasi.html#>, Erişim tarihi: 16.07.2023

Deprem farkındalığı, birkaç farklı boyutta gerçekleşir. İlk olarak, depremler hakkında genel bir anlayışa sahip olmak gerekir. Deprem ne olduğu, nasıl meydana geldiği ve hangi faktörlerin etkisiyle oluştuğunu anlamak önemlidir. Ayrıca, depremlerin etkileri ve riskli bölgeler hakkında bilgi sahibi olmak da önemlidir. Bu bilgiler, insanların deprem tehditlerine karşı daha dikkatli ve hazırlıklı olmalarını sağlar.

İkinci olarak, deprem farkındalığı, deprem güvenliği ve korunma önlemleri konusunda bilinçli olmayı gerektirir. Depremlerin şiddetli sarsıntılar, bina çökmeleri, yangınlar ve diğer tehlikelerle ilişkili olabileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle, güvenli bir ev veya iş yeri ortamı yaratmak için gerekli tedbirler alınmalıdır. Örneğin, dayanıklı yapı malzemeleri kullanmak, binaları depreme dayanıklı hale getirmek için önemlidir. Ayrıca, deprem sırasında yapılması gerekenler konusunda da bilinçli olmak önemlidir. Örneğin sarsıntı anında koridor, merdiven, asansör gibi alanlardan uzak durarak güvenli bir alana sığınmak, dayanıklı ev eşyaları ve mobilyaların yanlarına veya masa altlarına sığınmak vb. gibi.

Üçüncü olarak, deprem farkındalığı, toplumun genel olarak deprem riskine karşı hazırlıklı olmasını ve acil durum planlarına sahip olmasını gerektirir. Acil durum planları, deprem öncesinde ve sonrasında yapılması gereken adımları belirler ve insanlara nasıl hareket etmeleri gerektiği konusunda rehberlik eder. İnsanlar, deprem sırasında nerede buluşacaklarını, nasıl iletişim kuracaklarını ve gerektiğinde nasıl yardım isteyeceklerini bilmelidirler. Bu planlar, deprem anında panik yerine organize bir şekilde hareket etmeyi sağlar.

Son olarak, deprem farkındalığı, deprem konusunun önemini ve taşıdığı risklerin halka yayılmasını ve toplumun bilinçlenmesini teşvik eden görsel ve yazılı medya kampanyaları, sosyal medya platformları ile devlet ve sivil toplum kuruluşlarının düzenledikleri eğitimleri kapsar. Bu eğitimler ülkemizde özellikle 1-7 Mart ile takvimlenen deprem haftasında (Görsel 12-13-14), sivil savunma günleri ve yaşanan felaketlerin yıldönümlerinde hatırlanmakta ve hatırlatılmaktadır. Bu dönemlerde birçok kurumun afetlerle ilgili panel, konferans ve çalıştaylar düzenledikleri ve bunlar için afiş ürettikleri görülmektedir.

Görsel 12. Deprem Haftası Afişi



Kaynak: <http://www.jeofizik30yil.ankara.edu.tr/2021/01/11/1-7-mart-deprem-haftasi/>, Erişim tarihi: 16.07.2023

Görsel 13. Deprem Konferansı Afişi



Kaynak: <https://www.ohu.edu.tr/etkinlik/1-7-mart-deprem-haftasi-deprem-konferansi/746>, Erişim tarihi: 16.07.2023

Görsel 14. Deprem Haftası Bilgilendirme Afişi



Kaynak: <https://www.cukurcadh.saglik.gov.tr/TR-904107/1-7-mart-deprem-haftasi.html>, Erişim tarihi: 16.07.2023

5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu makale, görsel kültür bağlamında afişlerin iletişim rolünü incelemektedir. Deprem afişlerindeki bağlantı analizi ve afişlerde sunulan bilgilerin algılanmasına odaklanan tasarım dilinin iletişimsel değerlendirmesi gerçekleştirilmiştir. Çalışma, 6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye'de 11 ilin etkilendiği deprem olayından yola çıkmaktadır.

Görsel kültür, bireylerin görsel algıları, estetik anlayışları ve görsel iletişim becerileriyle ilgilidir. Görsel kültürün geliştirilmesi; içinde bulunulan toplumun, sanata dair tüm bileşenlerinin bir araya getirilerek, güncel ihtiyaçlar, gelişmeler ve yaklaşımlarla harmanlanarak ilerlemesini gerektirir. Günümüz yaşantısı çok fazla sosyal paylaşımı içeren ve gerektiren kamusal içeriklerle doludur. Afetler, önlemler, kurallar, talimatlar, yönergeler, çevre, sağlık, eğitim vb. birçok etken bu içeriklerin başlıca kaynakları durumundadır. Burada önemli faktör, bu konuların kamusal alanda paylaşılması ve etki yaratmasıdır. Bu amaca en uygun iletişim aracı da sosyal afiş tasarımlarıdır.

Sosyal afişler, insanların duygusal ve görsel bir etki yaratmasını sağlar ve bu nedenle mesajlarını daha etkili bir şekilde iletebilir. Bu anlamda sosyal afişler, hedef kitleye daha kolay ve hızlı bir şekilde erişim sağlar. Afişler, kamu alanlarında, sosyal medya platformlarında, topluluk merkezlerinde ve diğer birçok yerde sergilenebilir. Böylece, mesajların daha geniş bir kitleye ulaşması ve etkileşim sağlaması mümkün olabilir.

Afişlerin hedef kitleye uygun olarak tasarlanması önemlidir. Deprem konulu bir afiş, nereye asılacaksa; okul, iş yeri, otobüs durağı... vb. gibi tasarımı da hedef kitleyi etkileyecek şekilde olmalıdır. Afişler, yerel toplulukların deprem hazırlığına daha fazla katılımını teşvik etmek için tasarlanabilir. Mahalle etkinlikleri, tatbikatlar veya bilgilendirme seminerleri gibi etkinliklerin duyurusunu içerebilir. Afişler, sosyal medya etiketleri veya paylaşım bilgileri ile donatılarak, online platformlarda da paylaşılabilir. Hashtag kullanımı, depremle ilgili konuşmaları bir araya getirerek sosyal medyada farkındalığı artırabilir. Çünkü afişler, insanları bilinçlendirmek ve doğru davranışları öğretmek için son derece önemlidir. Tasarımda doğru renk, tipografi ve görsellerin kullanılması, afişlerin hedef kitleye uygun olarak tasarlanması ve okunaklı - dikkat çekici bir şekilde sunulması, afişlerin amacına ulaşmasını sağlar.

Deprem afişleri, bilgi aktarma işlevlerinin yanı sıra, afet durumlarında halkın nasıl hareket etmesi gerektiği konusunda da rehberlik eder. Afiş ve bilgilendirme tasarımları, insanların güvenli bir yere gitmeleri, çevrelerindeki tehlikelere karşı dikkatli olmaları ve gerekli yardımı bulabilmeleri adına önemli bilgiler içerir.

Afişlerde kullanılan mesajlar da oldukça önemlidir. Metin; net, kısa ve anlaşılır olmalıdır. Mesajlar; hedef kitle tarafından hızlıca okunabilir olmalı ve önemli bilgilerin öne çıkarılması sağlanmalıdır. Bu nedenle, deprem afişleri, genellikle kısa ve öz ifadeler kullanılarak hazırlanır.

Dolayısıyla, bir deprem afişi, afişlerin nasıl etkili bir iletişim aracı olduğunu ve halkı deprem gibi doğal afetler için hazırlıklı hale getirmek için önemli bir araç olduğunu ortaya koyar. Afişlerin bilgi aktarma işlevi yanı sıra, tasarımı ve mesajları, insanların dikkatini çekerek etkili bir iletişim sağlar. Bu nedenle, deprem afişleri, afetlere hazırlık aşamasında halkı bilgilendiren en önemli görsel araçlardan biridir.

Ancak çeşitli kurumlar afet zararlarından korunmak halkı bilgilendirmek ve bilinçlenmeye yönelik çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu konuda özellikle iller özelinde AFAD İl Müdürlükleri'nin bilgilendirme materyalleri kullandığı ve konuyu sahiplendiği görev yapıları nedeniyle görülmektedir. Bunun yanı sıra, sivil toplum kuruluşlarının önemli gün ve haftalarda deprem gerçeğini hatırladıkları örnekler de görülmektedir. Matbu materyallere alternatif olarak özellikle sosyal medya, internet ve TV yayınları, kamu spotları ile daha geniş kitleye ulaşıldığı son yaşadığımız deprem felaketiyle gün yüzüne çıkmıştır.

Özellikle daha çok kişiye ulaşma noktasında TV programları toplumsal farkındalığı arttıracak nitelikte yayınlar yapmalı, panel, seminer ve çalıştaylarla desteklenmelidir. Teknolojiyle iç içe olduğumuz zamanımızda dijitalleşmenin ve pek çok işin internet üzerinden yapıldığını düşünürsek sosyal medya bu süreçte yerini almıştır. Sonuç olarak afet konusunda toplumsal farkındalık oluşturmak isteniyorsa teknoloji kullanılmalı, üniversiteler, STK'lar birlikte hareket etmeli ve bilgiler paylaşılarak, yönlendirilmelidir.

Yapılan araştırma sonucunda öneri noktasında; incelenen afiş tasarımlarının yeterli sayıda olmadığı düşünülmektedir. Oldukça aktif ve önemli bir deprem kuşağında yer alan bir ülke olarak; gerek önlemler gerekse hatırlatma anlamında daha fazla sosyal afiş üretimleri gerçekleştirilmelidir. Bu üretim özellikle eğitim kademelerinin ilk basamaklarındaki gelişme çağında olan bireylerinin görsel yolla eğitimi açısından önemli bir farkındalık yaratabilir. Ulusal, uluslararası ve çağrılı afiş sergileri, yarışmaları düzenlenebilir. Afişlerde basit ve etkileyici grafiklerle deprem riski, güvenli yerleşim alanları ve acil durum planları hakkında bilgiler verilebilir. Renkli ve dikkat çekici illüstrasyonlar, hedef kitlenin ilgisini çekerek mesajın akılda kalıcılığını artırabilir. Basit adımlar ve ikonlarla desteklenmiş bilgiler, herkesin kolayca anlayabileceği şekilde düzenlenebilir. QR kodlar veya diğer interaktif öğelerle donatılmış afişler, insanların daha fazla bilgiye erişmelerini sağlayabilir. Mobil uygulamalara yönlendiren bağlantılar veya bilgi videoları gibi interaktif öğeler eklenerek etkileşim artırılabilir.

Bu öneriler, deprem afişlerinin daha etkili olmasına yardımcı olabilir ve toplumda deprem hazırlığı konusunda daha fazla farkındalık yaratmaya katkıda bulunabilir.

Sosyal afişlerin sadece yıl dönümleri veya belirli günlerle sınırlı olmaması gerektiği düşünülmektedir. Kamusal farkındalık yaratma amacıyla, yaşam boyu eğitim felsefesi çerçevesinde, hayatın her anında ve her alanında bu tür konulara yönelik çeşitli tasarımlar geliştirilmelidir.

Yazar Katkı Oranı (Authorship Contributions): Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Kaynakça

Afad. (2023). <http://www.afad.gov.tr/>. Erişim tarihi: 18.07.2023.

Alanya (2023). <http://www.herkesicinalanya.org>. Erişim tarihi: 18.07.2023.

- Ayktut, A. (2013). Güncel sistemden estetik eğitime bir öneri: görsel kültür kuramı. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, (8/9), 705-714.
- Becer, E. (2005). *İletişim ve grafik tasarım*. Dost.
- Ceylan, İ. G. ve Bahattin Ceylan, H. (2015). Afiş tasarımında popüler kültürün yansımaları. *İdil Dergisi*. 4(17), 67-86.
- Çiftçi, E. (2009). *Görsel kültür elemanı olarak 20. yy'da afişin toplumsal süreçlere etkisi*. [Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanı.
- Çukurca. (2023). <https://cukurcadh.saglik.gov.tr/TR-904107/1-7-mart-deprem-haftasi.html>. Erişim tarihi: 16.07.2023.
- Değerli, A. S. (2021). Göstergibilimsel çözümlene yöntemi ile sosyal ağ konulu afişlerin incelenmesi. *Asya Studies - Academic Social Studies*, 5(18), 179-188.
- Deprem, (2023). <http://jeofizik30yil.ankara.edu.tr/2021/01/11/1-7-mart-deprem-haftasi/> Erişim tarihi: 16.07.2023.
- Dinçeli, D., Sevindik, O. ve Karatepe, A.K. (2016). Türkiye’de görsel kültür içerisinde afiş sanatına bakış. 5. *Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu* içinde (ss. 393-411), İstanbul Üniversitesi – İstanbul.
- Duydu, M. (2023). Siyasi iletişim sürecinde afiş tasarımı ve görsel propaganda. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(86), 478-485.
- Finkelstein, J. (2007). *The Art of self invention*, I.B.Tauris&Co Ltd, New York.
- Işık, D. (2010). *Görsel iletişim aracı olarak afiş tasarımı: 2009 yılı yerel seçimlerinde İzmir büyükşehir belediye başkan adaylarının afiş tasarımlarının göstergibilimsel çözümlenmesi*. [Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanı.
- Jan Dark’ın Çilesi Tiyatro Afişi (2023). <https://www.sangrafik.com.tr/?l=tr>. Erişim tarihi: 09.07.2023.
- Kırdar, L. (2023). <https://lutfikirdareah.saglik.gov.tr/TR-903858/1-7-mart-deprem-haftasi.html#>. Erişim tarihi: 16.07.2023.
- Kızılay Kan Bağışı Afişi (2023). www.kanver.org. Erişim tarihi: 18.07.2023.
- Mercin, L. (2010). 1992’den günümüze yaz olimpiyat oyunları afişlerinin incelenmesi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, (2), 4-12.
- Mirzoeff, N. (1998). *Visual culture reader*, Routledge, London and New York.
- Odabaşı A. H. (1996). *Grafikte temel tasarım*. Yorum Sanat.
- Ohu.edu.tr. (2023). <https://www.ohu.edu.tr/etkinlik/1-7-mart-deprem-haftasi-deprem-konferansi/746>. Erişim tarihi: 16.07.2023.
- Özden (2023). <https://www.ozdenosgb.com/afis-depreme-hazir-misiniz?>. Erişim tarihi: 19.07.2023
- Sengir, S. (2015). Kültürel değişkenler örüntüsünde sanat eğitiminin görsel kültür eğitimine dönüşüm gerekçeleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. www.esosder.org. 14 (54), 264-277.
- Seylan, A. (2005). *Temel tasarım*. M Kitap Dağdelen.

- Shigeo, F. (2023). <http://ideasondesign.net/speakers/speakers/shigeo-fukuda/>. Erişim tarihi: 19.07.2023.
- Tarlakazan, B. E. (2023). www.trafik.gov.tr. Erişim tarihi: 18.07.2023.
- Volkswagen Reklam Afişi (2023). www.dijitalajanslar.com. Erişim tarihi: 16.07.2023.
- Yalur, R. (2014). *1990-2013 yılları arasında afiş ve sosyal afişlerin grafik tasarım ve teknolojik açıdan incelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanı.
- Züğürt Ağa Film Afişi (2023). www.imdb.com/title/tt0201368/. Erişim tarihi: 18.07.2023.