ARAŞTIRMA MAKALESİ

Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
The Journal of International Social Sciences
Cilt: 30, Sayı: 2, Sayfa: 273-285, TEMMUZ – 2020
Makale Gönderme Tarihi: 20.04.2020 **Kabul Tarihi:** 11.06.2020

COVİD-19 PANDEMİSİNE YÖNELİK T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI TARAFINDAN YAPILAN AFİŞ TASARIMLARININ İNCELENMESİ

For The Covid-19 Pandemic T.C. an Investigation of Poster Designs Made by The Ministry of Health

Kainat ÖZPOLAT*

ÖZ

Bu çalışma; afiş tasarımının COVİD-19 pandemisini anlatmadaki rolüne, T.C. Sağlık Bakanlığının yaptığı COVİD-19 pandemisine yönelik afişler kapsamında, bir bakış açısı geliştirmektedir. Bu açıdan bakıldığında afişin; hem salgın hastalıkları anlatmada, hem de korunma yöntemlerinin tanıtımında önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Bakanlığın salgın başladıktan hemen sonra yapmış olduğu afişlerin, tüm vatandaşlara hızlı bir şekilde ulaştırılmasında, teknolojinin yardımı göz ardı edilemez. Afişler, grafik tasarım ve teknoloji işbirliğiyle kitlelerin üzerinde farkındalık oluşturmuştur. Afişin ilk çıkışına baktığımızda, duyuru niteliği olması, afişin bu gibi konularda işlevselliğini arttırmıştır. Salgın hastalıklarda; afişlerin korunma yöntemlerini anlatma ve toplumsal farkındalık oluşturmada, gerekli etkiyi sağladığı görülmektedir. Grafik ürünü olarak afiş, birçok toplumsal olay içinde kendisine yer bularak, tanıtım veya kamu yararına olacak bir bilgilendirmeyi, doğru zamanda ve hızlı bir şekilde hedef kitleye ulaştırmaktadır. Afişler tasarlanırken belli kriterlere göre oluşturulduğunda hedef kitleye mesajı iletmede başarılı olabiliyorlar. Tasarım yapılırken mesaj-imge bütünlüğü, sözsel hiyerarşi ve mesajı iletmedeki başarısı değerlendirme kriterlerine bağlı kalınmasıyla mümkün olabilir. Görsel iletişim aracı olan afişler tasarlanırken değerlendirme kriterleri dikkatle irdelenmeli ve tasarım üzerinde hayata geçirilmelidir. Verilen mesaj algılanabilir olmalı, mesajlar uyarıcı olmalı, mesajlar dikkat çekici unsurlar barındırmalı, karmaşıklıktan uzak olmalı, tipografi okunaklı olmalı, mesajların uzun olmamasına dikkat edilmeli ve tasarımdaki renkler parlak imgeler ise yeterli büyüklükte olmalıdır.

Sağlık Bakanlığının COVİD-19 salgını kapsamında yapmış olduğu afişlerin, afiş değerlendirme kriterleri ölçü alınarak yapılan incelemesi sonucu başarılı olduğu ve toplum üzerinde olumlu etkiler gösterdiği söylenebilir.

Anahtar kelimeler: Afiş Tasarımı, COVİD-19, Afişin Bilgilendirmesi, Görsel İletişim

ABSTRACT

This work; the role of poster design in describing the COVID-19 pandemic, T.C. It develops a perspective within the scope of the posters for the COVID-19 pandemic made by the Ministry of Health. From this perspective, the poster; It can be said that it has an important place both in describing epidemic diseases and in the promotion of prevention methods. The help of technology cannot be ignored in the rapid delivery of the posters made by the Ministry immediately after the outbreak has started. The posters have created awareness on the masses (peoples) with the cooperation of graphic design and technology. When we look at the first release of the poster, the fact that it is an announcement has increased the functionality of the poster in such subjects. In epidemics; It is seen that the posters provide the necessary effect in explaining the protection methods and creating social awareness. As a graphic product, the poster finds its place in many social events and conveys information that will be in the public interest or publicity to the target audience at

* Öğretim Görevlisi, Fırat Üniversitesi, Teknik Bilimler M.Y.O. Grafik Programı, ELAZIĞ
e-posta: kozpolat@firat.edu.tr **ORCID:** https://orcid.org/0000-0003-1377-5262

the right time and quickly. When the posters are designed according to certain criteria, they can be successful in conveying the message to the target audience. While designing, message-image integrity, verbal hierarchy and success in conveying the message can be possible by adhering to the evaluation criteria. When designing posters with visual communication tools, evaluation criteria should be carefully examined and implemented on the design. The given message should be perceptible, the messages should be stimulating, the messages should have remarkable elements, should be free of complexity, the typography should be legible, the messages should not be long, and the colors in the design should be large enough.

It can be said that the posters made by the Ministry of Health within the scope of the COVID-19 outbreak have been successful as a result of the examination made by measuring the criteria of the poster evaluation and have positive effects on the society.

Key words: Poster Design, COVİD-19, Poster Information, Visual Communication

1. GİRİŞ

Toplumda farkındalık oluşturan sosyal afişler, afişin temel işlevi olan duyuru niteliğinin olduğu, bir konu hakkında bilgiler veren afiş tasarımının bir türüdür. Sosyal afişleri incelemek için hem afiş tasarımı, hem de afiş değerlendirme kriterleri hakkında bilgiye sahip olmak gerekir. Kamu ya da bilgilendirme afişleri sosyal afiş tasarımı türünde sınıflandırılabilir. Sosyal afiş tasarımları, toplumu ilgilendiren konuları ele alması bakımından önemlidir. Bilgilendirme amaçlı kullanılan afişlerdeki temel özellik, küreselleşen dünyada anlaşılır olmaktır. Bilgilendirme amaçlı afişlerin, bu küreselleşmenin yanında, küresel salgınlar ile insanların başa çıkması ve bilgilenmesi için önemli olduğunu görüyoruz. Bu salgınlarda afişler önemli bir sorumluluk alacaktır. Günümüzde bilgilendirme amaçlı çok sayıda afiş tasarlanmıştır. Salgın hastalıkların anlaşılması, anlatılması, her kesime ulaştırılması için afişlerin, topluma öğretici bir etkisi vardır.

İletişimin boyutları her geçen gün teknolojinin de yardımıyla geniş alanlara ulaşmıştır. İnsanların gündelik hayatlarında kullandıkları teknolojik aletler iletişimin bir parçası haline gelmiştir. Yaşamın neredeyse temelini oluşturan iletişim, çoğunlukla görsel objeler tarafından sağlanmaktadır. Afişler, insanlığın bir düşünce, fikir ya da bir olayın varlığını bildirmede teknolojik destek ya da tek başına bulunduğu yerlerde, sosyal bilgilendirmeyi sağlamaktadır. Grafik tasarım ürünü olan afişlerin, ortaya çıkması ve gelişmesi farklı türlerde afiş tasarımlarının oluşmasını sağlamıştır. Afiş tasarımları, insanların çeşitli ihtiyaçlarının karşılanması ve hayati konularda bilgi sahibi olmasını sağlayacak niteliktedir. Gelişen teknoloji, grafik tasarımlarında etkin biçimde kullanılmaktadır. Afişin topluma hızlı ulaşmasında teknolojiye ihtiyaç duyulduğu bir gerçektir. Grafik tasarım, teknolojiden faydalanarak bilgilendirme afişleri gibi ürünlerinin hedef kitleye hızlı ulaşmasına imkan sağlamıştır.

Afişler genel olarak sınıflandırıldığında; kültürel, sosyal ve reklam afişleri olarak gruplandırılmaktadır (Ağsakallı, 2014:1). Afiş bir iletişim aracıdır. Büyük kitlelere hitap edebilir. Sanatsal değeri vardır. Mesajları hedef kitleye iletme amacı vardır. Reklam ya da bilgilendirme özelliği taşımaktadır. Bu çalışmada, sosyal afişler sınıfına giren sağlık gibi toplumsal konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin salgın hastalıklar hakkında toplumu bilgi sahibi yapmada nasıl görevler üstlendiği anlatılacaktır.

Sağlık Bakanlığı tarafından COVİD-19 salgınına yönelik yapılan afişler, incelenerek etkinliği araştırılmıştır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Afiş tasarımları, toplumları bilgilendirmede önemli bir görev üstlenmektedir. Görsel iletişim aracı olarak afiş tasarımları, geleneksel yöntemlerle en yalın şekliyle yapılıyor olsa dahi bazı kriterleri üzerinde barındırması gerekmektedir. Bu makalenin amacı, T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından COVİD-19 ile ilgili yapılan afiş tasarımlarının bu hastalıktan korunmak için insanlar üzerinde yeterli etkiye sahip olup olmadığını araştırmaktır. Aynı zamanda bu çalışmada literatür taraması sonucu ulaşılan afiş değerlendirme kriterlerinin, tasarımlar üzerindeki etkisi incelenecektir.

2. AFİŞ TASARIMI

Toplumu bir düşüncenin, bir malın ya da bir olayın varlığı konusunda bilgilendirme amacıyla duvarlara asılan, yapıştırılan, sanatsal kaygı taşıyan resimli yazı ve ilanlara afiş denir. Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, toplumun görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanlarına afiş denmektedir (https://www.resimciabi.com/afis-ve-poster-nedir-nasil-yapilir/).

Afiş tipografi ve görsel unsurların birlikte kullanıldığı duvar ilanlarıdır (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi Cilt-1, 1997: 23). Fıransızların "affiche" kelimesinden Türkçeye geçen afiş, dilimizde karşılığı olan ilan anlamında kullanılmaktadır. Afişler, sanat kaygısı ve tasarım kaygısı ile üretilen aynı zamanda hedef kitle üzerinde etki ve his bırakmak için dikkat çekici unsurların bir düzen içinde var olduğu grafik tasarım ürünleridir. Afişlerde tasarım ve sanat kaygısı eşit ağırlıktadır (Becer, 1997: 201 ; Ağsakallı, 2014: 8). Afişler ortaya çıkışından günümüze birçok değişim geçirmesine rağmen geçerliliğini korumaktadır. Günümüzde afiş kitle iletişimini önemli derecede etkileyen ögelerden biri haline gelmiştir. Afiş ilk bakışta anlaşılabilir mesajlar içermelidir (Gümüştekin, 2013: 36). Afişler, fazla sayıda üretilip, insanların yoğun olarak yaşadıkları alanlara, duvar yada ilan panolarına asılan ve dolayısıyla bu alanlardaki insanlar ile doğrudan temas halinde olan, tanıtım yada bilgilendirme işlevine sahiptirler. Böylelikle afişler, insanlara en yakın sanat olarak kabul edilebilirler (Yeraltı, 2007: 39; Yüksekbilgili, 2013: 4). Afiş, bir bilgiyi sosyal, kültürel, sanatsal ve ekonomik açıdan insanlara ulaştırma görevini üstlenir. Afişin amaçlarından biri de bir konu hakkındaki düşünceyi yaymaktır (Yayan, Canbolat, 2018: 255).

Tasarımcı afişi tasarlarken manayı güçlendirmek için çeşitli görsel ve tipografik ögeleri kullanabilir ve bu ögeleri belirli bir ilişki içinde kurgulayabilir (Lehimler, 2019: 211). Afiş bir söylem biçimi geliştirerek tasarımcısının hedef kitleye ulaştırmak istediği mesajları iletmede soyut bir ifade tarzına sahip olabilir (Lehimler, 2018: 2384). Afiş tasarımları, çeşitli tasarım biçim ve teknikleri kullanılarak ortaya çıkarılabilmektedir. Günümüz afişlerinde birçok teknikten yararlanılmaktadır. Bazı tasarımlar ise ekip çalışması gerektirir. Fotoğrafçı, illüstratör, tipograf ve layout sanatçıları bilgi ve yetenekleriyle bir afişin tasarımına ortak katkıda bulunabilirler (Becer, 2015, s. 203).

Afiş tasarımlarını sosyal hayatın dışında sanal dünyanın çeşitli kademelerinde internet sitelerinde ve sosyal medyada görmek mümkündür. Böylelikle afişin daha geniş kitlelere oldukça kolay ulaştığını ve etki gücüne sahip olduğunu söyleyebiliriz (Deliduman, Çakmak, 2017: 315). Afiş, kısa ve etkili mesajların tüm ögeleriyle birlikte anlamlı biçimde hedef kitle üzerinde son derece etkin bir yapıya sahip bilgilendirme ve reklam aracıdır (Ceylan, Ceylan, 2015: 215). Günümüzde afiş tasarımlarının sergilendiği alanlar genişlemeye başlamıştır. Onu sosyal medyada ve diğer iletişim kanallarında yaygın olarak görmek mümkündür. Sosyal Afişler; sağlık, ulaşım, trafik, politika gibi konularda insanları bilgilendirmek ve uyarmak için hazırlanır (Çakır ve Demir, 2011: 14).

Afiş değerlendirme Kriterleri

Afiş tasarımı, kural olarak, bilgilendirme ve ürünleri tanıtmak için hazırlanan grafik tasarım ürünleridir. Buna göre bir afişte bulunması gereken kriterler vardır. Bunlar;

- Afişlerde verilecek mesajlar ilk bakışta algılanabilir ve kısa olmalıdır.
- Mesajlar uyarıcı ve çarpıcı olmalıdır.
- Dikkat çekici unsurlar tasarıma dahil edilmelidir.
- Karmaşıklığa neden olan metinler ve görüntülerden arınmış olmalıdır.
- Tasarım orijinal olmalı ve benzer konulardaki afişlerden ayırt edici olmalıdır.
- Afişler asıldığında, etrafındaki afişlerle ilgili görüntüler dikkate alınmalıdır.
- Kullanılan resimler büyük boyutta olmalıdır.
- Tipografi uzaktan okunabilecek kadar büyük olmalıdır. (Kahraman, Adam, 2019:24).

- Bireyler afişleri yürüyerek yada açık havada okuyacağı için mesaj kısa olmalıdır.
- Tasarımdaki görseller büyük boyutlarda kullanılmalıdır.
- Renkler parlak, canlı ve çarpıcı olmalı ve kontrastlar dahil edilmelidir (Becer, 2015: 203).
- Tasarımlarda kullanılan sloganların farklı olması ve benzersiz bir etki yaratması gerekir (Haşıloğlu, Özpolat, 2019: 193).

Ulufer Teker (2009)'e göre afiş tasarımında dikkat edilmesi gereken hususlar şöyledir:

a. Algılanabilir olmalı, mesaj hızlı iletilmeli, mesaj uyarıcı olmalı

b. Sözcükler kısa ve anlaşılır olmalı, mesaj eyleme geçirici olmalı, verilen mesajda sözcüklerin sayısı az olmalı,

c. Görsel düzenlemesi basit ve yalın olmalı, ayırt edici olmalı, gereksiz detaylardan kaçınılmalı,

d. Tasarım unsurları dikkat çekici olmalı, algılamayı zorlaştıracak karmaşıklıktan arındırılmalı,

e. Ayrıntılar etkiyi azaltacağından kaçınılmalı, kolay algı için oran orantı büyük, küçük ve orta değerleri dengeli kullanmalı,

f. Tekrarlardan mümkün olduğunca uzak durulmalı,

g. Tipografi imgesi uzaktan dahi okunabilir ve dikkat çekici olmalı, tipografi tasarımın bir parçası gibi hareket etmeli,

h. Renkler konuya uygun ve dikkat çekici olmalı, kontrast ve renk kullanımları esas imgeyi öne çıkarmalı, afişlerin bir arada olduğu bir mekanda bile diğerlerinden ayrılmalı, TV ve diğer basın ilanları ile birlikte bütünlük sağlanmalıdır.

Emre Becer (1997)'e göre afiş değerlendirme ölçütleri şunlardır;

1. Mesaj: Tasarımcı; afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı, verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır.

2.Mesaj -İmge Bütünlüğü: Tasarıma temel oluşturan düşüncenin fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyonla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı; mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha da güçlendirdiği belirlenmelidir.

3. Sözel Hiyerarşi: Tasarımcı, afişte yer alan başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında izleyiciyi mesajdaki önem sırasına göre yönlendirecek hiyerarşik bir yapı kurmalıdır.

3. COVİD-19 (Yeni Korona Virüs) SALGINI

Yeni Korona virüs (COVID-19), ilk olarak Çin'in Vuhan Eyaleti'nde Aralık ayının sonlarında solunum yolu belirtileri (ateş, öksürük, nefes darlığı) gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020'de tanımlanan bir virüstür. Salgın başlangıçta bu bölgedeki deniz ürünleri ve hayvan pazarında bulunanlarda tespit edilmiştir. Daha sonra insandan insana bulaşarak Vuhan başta olmak üzere Hubei eyaletindeki diğer şehirlere ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin diğer eyaletlerine ve Dünya ülkelerine yayılmıştır. Korona virüsler, hayvanlarda veya insanlarda hastalığa neden olabilecek büyük bir virüs ailesidir. İnsanlarda, birkaç korona virüsün soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) gibi daha şiddetli hastalıklara kadar solunum yolu enfeksiyonlarına neden olduğu bilinmektedir. (https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir).

Korona virüsünün neden olduğu COVID-19 salgınının küresel olarak yayılması toplumda çeşitli korku ve endişelere neden olmaktadır. Salgın, tüm dünyayı etkileyen eşi benzeri görülmemiş bir ölçekte yayılmaktadır. Aylardır gündemde olmasına rağmen, bilinmeyen yönleri ile hala sırrını

korumaktadır. Hastalığın tanımı ve tedavi yöntemleri ile ilgili genel olarak kabul edilmiş bir tanım henüz oluşturulmamıştır. Ülkeler sağlığı tehdit eden bir salgına karşı ulusal adımlar atmaya çalışmaktadır. Doğal olarak, önleyici tedbirler sadece ön planda halk sağlığı için oluşturulmuştur. Hastalığın yayılmasını engellemek için, en etkili önlemlerden biri; havalimanlarının ve ülke sınırlarının kapatılması, diğeri ise insanlara sadece "güvenli bir sosyal mesafede" birbirlerine yaklaşma fırsatı vermektir. Bu önlemlerin, virüs için bir tedavi veya aşı bulunana kadar uygulanacağı anlaşılmaktadır (https://www.tepav.org.tr /upload/mce/2020 /notlar /covid19_salgini_ve_kuresel_ticaret_ duzenine_olasi_etkileri.pdf).

Korona virüs, Dünya çapında halk sağlığı tehdidi olarak görülmektedir. Şiddetli akut solunum sendromunun neden olduğu COVID - 19'un patlak vermesi korona virüs 2'nin (SARS - CoV - 2) Çin'in içinde ve ötesinde ilerledikçe, durumsal farkındalık ve müdahale stratejilerini yönlendirmek için hızla mevcut epidemiyolojik verilere ihtiyaç vardır. Çin'in Wuhan şehrinde, SARS - CoV - 2'nin neden olduğu son pnömoni salgını, bu yeni virüsün epidemiyolojik verilerini analiz etmenin ve tüm dünyadaki insanları enfekte etme risklerini tahmin etmenin önemini vurgulamaktadır (https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/jmv.25743).

Teknoloji hızlı bir şekilde gelişirken iletişim kanalları, verimli kullanıldığında salgın hastalıkları anlatmak için önemli bir rol üstlenebilir. Küreselleşen ekonomide sınırların ortadan kalkması kaçınılmaz olmuştur. Küresel ekonomi aynı zamanda küresel hastalıkları da beraberinde getirmiştir. Çin halk Cumhuriyeti'ndeki ucuz iş gücü tüm dünyanın dikkatini bu ülkeye döndürmüştür. Bu durum salgının Çin'de başlayıp bütün Dünya'yı etkisi altına almasına yetmiştir. Küreselleşmenin sonucu olarak insanların birbiriyle temasları sonucu virüsün yayılma hızı artmıştır. Salgının yayılması esnasında, bazı ülkeler yeterli tedbir almazken Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı önlem almaya erken başlamıştır.

Salgını vatandaşa anlatmada en önemli adımlardan biri sosyal afişlerdir ve bunlar görsel iletişimin en önemli ayağıdır. Sağlık Bakanlığının yapmış olduğu afiş çalışmaları sayesinde, her kesimden insan COVİD-19 salgını ile ilgili hızlı bir şekilde bilgilendirilmeye çalışılmıştır.

4. YÖNTEM

Bu çalışmada afiş değerlendirme kriterleri, tasarım için gerekli olduğundan afişler, bu kriterlere göre incelenmiştir.

Grafik tasarım ürünleri içinde önemli bir yere sahip olan ve görsel iletişim aracı olan afiş tasarımları yapılırken, değerlendirme kriterlerine uyularak tasarlandıklarında, hedef kitleye mesaj nasıl ulaşır? Sanatsal değeri ve kitlesel etkileri bakımından, değerlendirme kriterleri ile afişin başarısı arasında nasıl bir ilişki vardır?

Bu araştırmada literatür taraması sonucu elde edilen değerlendirme kriterleri, seçilen afiş tasarımlarının incelenmesinde kullanılmıştır. Bu araştırmada araştırmanın sistematik olması, verilerinin analiz ve sentezinin yapılması ve değerlendirilmesi, geçmiştekiler hakkında sonuçların çıkarılmasını sağlayan Tarihsel yöntem kullanılmıştır.

Tarihsel yöntem, araştırmacının ilgili kaynaklar ve yayınlar üzerinde yaptığı incelemelerde kullandığı yöntemdir. Her araştırma konu ve probleminin bir geçmişi vardır. Araştırmacı bunları incelemek zorundadır (Kaptan, 1991, 56). Bir konu hakkında araştırma yapmak isteyenlerin, o konu hakkında geçmişte yapılan çalışmaları incelemesi yani literatür taraması yapması bu yöntemin kapsamı içine girer (Çepni, 2001, 44). Tarihsel yöntem kullanılırken verilerin değerlendirilmesi aşamasında, belgelerin kime ait olduğunun, orijinalliğinin, yer ve zamanın yani dış geçerliğin; belgelerin anlamının, doğruluğunun, yani iç geçerliğin dikkat ve özenle saptanması gerekmektedir (Kaptan,1991, 56).

Bu araştırmada tarihsel yöntem ve nitel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi

yöntemleri de kullanılmıştır. Literatür tarama yöntemi ile elde edilen veriler, belirlenen T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından COVİD-19 pandemisine yönelik hastalığı bilgilendirme amacı ile yapılmış afiş tasarımları incelenmiş ve yorumlanmıştır (Akgün, Bulduk, 2015:58).

5. AFİŞLERİN İNCELENMESİ



Görsel 1: (https://COVİD-19 bilgi.saglik.gov.tr/tr/)

Görsel 1'deki afiş, T.C. Sağlık Bakanlığı'nın "Yeni Koronavirüs Riskine Karşı 14 Kural" sloganıyla tasarlanan bilgilendirme afişidir. Zemin açık gri ve afişin slogan karşılığı olan 14 kuralın ikonlarla desteklenerek açıklanması, afişin yüzeyini tamamen kaplamıştır. Afişin sloganının yan tarafında 14 kurala uyulduğu taktirde virüsün giremeyeceğini anlatan bir ikon mevcuttur. Bu aynı zamanda vurguyu da güçlendirmiştir. 14 kuralın anlatıldığı afiş tasarımında kullanılan tipografi, gayet okunaklıdır. Kullanılan tipografinin kırmızı renkte kullanılması, kuralların önemine vurgu yapmaktadır. Kırmızı rengin kullanılması hemen hemen her kültürde tehlikeyi de anlatıyor olmasına bağlanabilir. Afiş tasarımında, genel hakim olan yapı sloganın olduğu kısımdır.

Tasarımın önünden vasıta ile geçiliyor olsa, slogan gayet net bir şekilde okunabilir ve ilgi çekebilir. Bu salgın hastalık afişi olduğundan bilgilendirmenin yoğun olması kaçınılmazdır. Afiş tasarımı tüm yönleriyle hedef kitlenin ilgisini üzerine toplayabilir niteliktedir.



Görsel 2: (https://COVİD-19 bilgi.saglik.gov.tr/tr/)

Görsel 2'deki afiş tasarımı "Virüsten Korunmak Elimizde" sloganıyla hazırlanmıştır. Tasarım ilk bakışta üç bölümden oluşmaktadır. Birinci ve üçüncü bölümün zemini lacivert, ikinci bölümün ise zemini gri renkte kullanılmıştır. Gri rengi oluşturan tasarım elamanı olan parmak izi çizgileri, ifadeyi güçlendirmiştir. Afiş tasarımındaki slogan "Virüsten Korunmak Elimizde" derken aynı zamanda gerçek ve mecaz anlamı ile bir arada kullanmıştır. Birinci bölümde, Sağlık Bakanlığı logosu ile el yıkama ikonu ortasında, sloganın yerleştirilmiş olması afişin konusuna atıfta bulunmuştur. İkinci bölümde ise, yazılar küçük kullanılmasına rağmen görsellerle desteklenmiştir. Üçüncü bölümde, iletişim için bir yapı oluşturulmuştur. Bu afiş tasarımında, vurgu, afişin tüm yüzeyine yayılmış olmasına rağmen bazı görsellerin içinde kırmızı rengin kullanılması görseli diğerlerinden farklı kılmıştır. Bu durum afişte kullanılan ikonları tekdüzelikten kurtarmıştır.

Yapılan tasarım, virüsün bulaşma ve korunma yollarını genel olarak anlatması, sağlık konusunu kamu yararına işlemesi bakımından bu afiş, sosyal afiş sınıfı içinde bilgilendirici afiş tasarımı olarak değerlendirilebilir.



Görsel 3: (https://COVİD-19 bilgi.saglik.gov.tr/tr/)

Görsel 3'de T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından tasarlanan afişi, virüs salgınının hemen başında seyahat edenleri bilgilendirmek ve virüsün Türkiye'ye girişini engellemek üzerine kurgulanmıştır. Tasarım dairesel bir yapı temelinde oluşturulmuştur. "Seyahat Ederken Sağlığınızı Koruyun" sloganını afişin merkezine yerleştirmiş olan tasarımcı, sloganı destekleyici görsel ögeleri de hemen yan tarafına yine dairesel bir yapıda konumlandırmıştır. Bakanlık logosunun dairesel bir formda olmasından dolayı logoyu da dairesel yapının bir parçası gibi kullanmıştır. Bu durum verilen mesajı desteklemek ve güçlendirmek için önemlidir. Afişin genel yapısında kompozisyon ilkelerine uygunluk ve büyük, orta ve küçük dengesi oluşturulmuştur. Bu durum algılamayı daha kolay hale getirmiştir. Tasarımın ana hedefi, ülkeye gelen ve giden insanları virüse karşı bilgilendirerek -eğer varsa belirtiler- sağlık kuruluşuna başvurmalarını sağlamaktır. Tasarımcı, bu durumu tasarımda kullandığı doktor figürü ile vurgulamıştır. Afiş tasarımında genel olarak kullanılan renkler, izleyiciyi slogan kısmına odaklayıp oradan diğer bölümleri görmesini sağlayacak niteliktedir.

Böylelikle şu sonuca varabiliriz; bu tür sosyal afişlerde, genelde verilmek istenen mesaj slogan üzerine toplanmıştır. Yapılan tasarımın amacı tamamen seyahat yapanları hedef kitleye koyduğundan, genel olarak algılamada istediği sonucu yakalamış diyebiliriz.



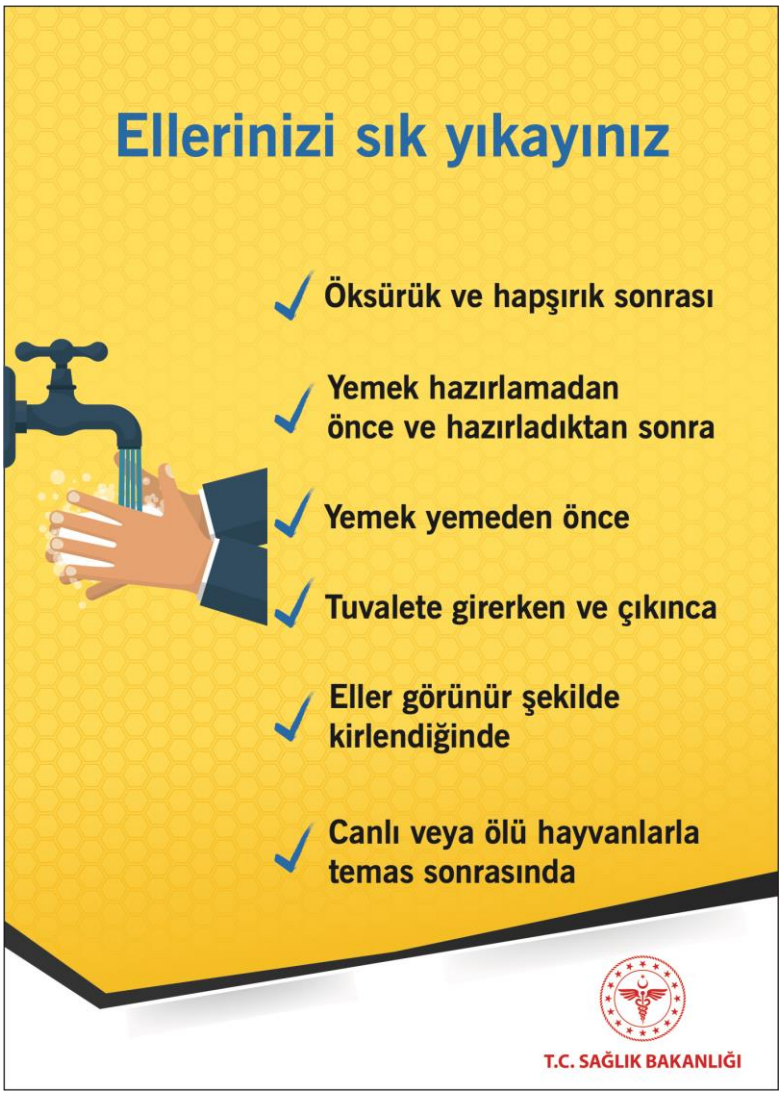
Görsel 4: (https://COVİD-19 bilgi.saglik.gov.tr/tr/)

Görsel 4'de Sağlık Bakanlığı'nın salgın başladıktan sonra üzerinde durduğu en önemli konu olan "temas" işlenmiştir. Temasta çoğunlukla insanların en fazla kullandığı organ olan eller üzerinde durulmuştur. Afiş tasarımı iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde "Ellerimizi Ne Zaman Yıkamalıyız?" sloganıyla başlamış beyaz zemin üzerine görseller ve tipografi yalın olarak yerleştirilmiştir. Görseller yazıyı destekleyici ve dikkat çekici niteliktedir. İkinci bölümde "Ellerimizi Nasıl Yıkamalıyız?" sloganı lacivert üzerine beyaz olarak yazılmış, zeminde ise mavi renginin nüansı kullanılmıştır. Görsellerin yazıyı destekleyici bir konumda ve kırmızımsı bir renkte olması aynı zamanda dikkatimizi görseller üzerine çekmektedir. Çalışmada iki bölüm birbirinden zemin rengiyle ayırılmıştır. Afişin temel amacı, hedef kitleye el yıkamanın önemini ve ellerin nasıl yıkanması gerektiğini öğretmesidir. Aynı afiş üzerindeki bu iki hareket, görsel ve tipografinin kullanımıyla hedef kitleye etkili bir biçimde ulaşmasını sağlamıştır.



Görsel 5: (https://COVİD-19 bilgi.saglik.gov.tr/tr/)

Görsel 5'in T.C. Sağlık Bakanlığının COVİD-19 pandemisi ile ilgili tasarlanan afişlerden en renklisidir. Bunun sebebi yeni korona virüs tipi hakkında bilgi veriyor olmasıdır. "Ellerimizi Yıkayalım Sağlığımızı Koruyalım" sloganıyla başlayan afiş, virüs ile ilgili bilgiler verirken, görseller yardımıyla anlatımı güçlendirmiştir. Afiş tasarımının sloganı ile içerik kısmen uymaktadır. Yeni korona virüs tipinin belirtilerini anlatan tasarımda, aynı zamanda korunma yollarına da değinilmiştir. Tasarımın ana hedefi yine el yıkamadır. "Ellerimizi Doğru Yıkayalım" sloganı afişin en altında, kırmızı zemin üzerine beyaz yazı olarak yer almaktadır. Afiş tasarımının çok renkli olması hedef kitlenin dikkatini çekmesini sağlamaktadır. Afişin en önemli özelliği, salgından korunma ile ilgili bilgi vermesinin yanında hastalığın belirtilerine de değinmiş olmasıdır. Salgın hakkında hiçbir bilgiye sahip olmayan bir kişi bile bu afiş sayesinde bilgi sahibi olabilir. Afiş tasarımında renkler, uyumlu bir şekilde kullanılarak vurgu, görsellerle güçlendirilmiştir. Tasarımda birinci bölümde tipografi, temizlikle ilgili ifade mavi sağlıkla ilgili ifade ise kırmızı renkle vurgulanmıştır. Bu durum tasarımı oldukça başarılı kılmaktadır.



Görsel 6: (https://COVİD-19 bilgi.saglik.gov.tr/tr/)

Görsel 6'da virüslerden korunmanın yolunun ellerimizin temizliği olduğunu vurgulamak için hazırlanmış tasarım "Ellerinizi sık yıkayınız" sloganıyla başlamış, sarı ve lacivert renkler kullanılmış, afişin zemini bal peteği örüntüsü ile kaplanmıştır. Bu durum temizliği ve sık el yıkamayı ifade etmektedir. Görünüşte çok basit gibi görünen afiş, zemin ve görsel ögeler açısından yalın ve etkilidir. Afiş tasarımında temizlik petek dokusuyla anlatılarak aynı zamanda düzenli el yıkamayı, görsel mesajla iletmektedir. Tasarımdaki "tik işaretleri" de yapılan her hareketin doğruluğunu destekler niteliktedir. Sağ alt köşede Sağlık Bakanlığı logosu kullanılmıştır. Afiş tasarımı sade bir anlatıma sahiptir. Hedef kitleye iletmek istediği mesajı; görsel, renk ve tipografik olarak ulaştırmaktadır. Bu afiş, bilgilendirme afişlerinin genel özelliklerine uygun bir tasarım olduğu söylenebilir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Grafik tasarım ürünü olan afiş, mesajı iletmede ve iletişim sağlamada önemli bir role sahip olabilmesini ancak doğru tasarlanmasıyla sağlayabilir. Afiş tasarımları bazı gruplara ayrılsa da, temelde her tür afişin amacı mesajı, hedef kitleye doğru ulaştırabilmesidir. Sağlıkla ilgili afiş tasarımları her yaşta ve her eğitim düzeyinde insanı ilgilendirdiğinden daha yalın basit, etkili ve kolay algılanabilir olmalıdır. Sağlık Bakanlığının hazırlattığı bu afişler, tüm bu özellikleri taşımaktadır.

İncelediğimiz Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın COVİD-19 ile ilgili uyguladığı sosyal afişlerin doğası gereği eğitici ve uyarıcı etkileri hedef kitle tarafından algılanabilir düzeydedir. Görsel düzenlemeleri, diğer ögelerle oldukça uyumlu olan çalışmalar, amacına ulaşmış diyebiliriz. Afiş tasarımları ilk bakışta anlaşılabilir ve sloganlar ile dikkat çekicidir. Sözcükler serifsiz kullanılarak okumadaki güçlükler ortadan kaldırılmıştır. Yoğun bilgilendirme içeren afişlerde ana imge tektir. Dikkat, genel olarak tipografik mesajlarda toplanmıştır ve böylece sloganlar daha etkili olmuştur.

İncelenen afişler, sağlığı ilgilendirdiği için tipografi kullanımı, mesajı iletme ve söz dizimi üzerine kuruludur. Afişte kullanılan görsel imge ve tipografi birbirini desteklemektedir. Özetle Sağlık Bakanlığı'nın COVİD-19 salgını için yapılan afişlerin başarılı ve hedefine ulaşacak nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Bu konu ile ilgili, ileride yapılacak olan diğer ülkelerin tasarladığı salgınla ilgili afişleri kıyaslayarak, toplum üzerinde anket çalışması ile etkisi daha derinlemesine araştırılabilir. Ayrıca, dünyanın diğer ülkelerinde salgın hastalıklarda kullanılan afiş tasarımlarıyla ülkemizde kullanılan afiş tasarımları karşılaştırılmalı, afişler ile ne kadar hedef kitleye ulaşılabildiği araştırılmalıdır.

KAYNAKLAR

Ağsakallı, M. S. (2014). Sürrealizm Akımının Afiş Tasarımına Etkisi ve Uygulama Örnekleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Akgün, B., Bulduk, E. Ö. (2015) Afiş Sanatı ve Grafikte Henri de Toulouse-Lautrec Etkisi, Uluslararası Hakemli Tasarım ve Mimarlık Dergisi, Sayı 6, Ankara.

Becer, E. (1997) İletişim ve Grafik Tasarım. Dost Kitabevi, Ankara.

Ceylan, İ. G., Bahattin Ceylan, H. (2015) Afiş Tasarımında Popüler Kültürün Yansımaları, İdil Dergisi, Cilt 4, Sayı: 17, Ankara.

Çepni, S. (2001). *Araştırma ve Proje çalışmalarına Giriş*, Erol Ofset, Trabzon.

Deliduman, C., Çakmak, S. (2017) Kültürel Afiş Uygulamalarında Illüstrasyon", İdil Dergisi, Sayı: 29, Ankara.

Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi (1997). Cilt-1. İstanbul: Yem Yayınları.

Gümüştekin, N. (2013) Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afişe Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme", Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, Sayı: 9, İzmir.

Haşıloğlu, F., Özpolat, K. (2019) "Görsel Kimlik" Ve "Marka Tasarımı" Kavramlarına İlişkin Grafik Tasarım Bölümü Öğrencilerinin Metaforik Algıları" T.C. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi, Sayı: 29 Elazığ.

Kahraman, A.D. Adam, H. (2019). Afiş Tasariminda Dikkat Edilmesi Gereken Unsurların Afişler Üzerinde İncelenmesi. Sosysl Bilimler Dergisi, Yıl:6, Sayı:33

Kaptan, S. (1991). Bilimsel araştırma teknikleri, Tekışık Web Ofset Tesisleri Ankara.

Lehimler, Z. (2018). Afiş Tasarımında İki Dil Kullanımı, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 22, Erzurum.

Lehimler, Z. (2019). Afiş Tasarımında Ön-Arka Plan İlişkisi, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı: 89, Elazığ.

Teker, U. (2009). *Grafik Tasarım ve Reklam.* İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.

Yeraltı, G. (2007). Türk Grafik Tasarımı Kapsamında Afiş Tasarımının Gelişimi", Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1, Manisa.

Yüksekbilgili, N. (2013). Afiş Tasarımında Dikkate Alınan Kriterin Algılanmasının Analizi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

https://en.wikipedia.org/wiki/Epidemic

https://yedikita.com.tr/insanligin-korkulu-ruyasi-salgin-hastaliklar/

https://www.tepav.org.tr/upload/mce/2020/notlar/covid19_salgini_ve_kuresel_ticaret_duzenine_olasi_etkileri.pdf

https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir

https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/jmv.25743

https://www.resimciabi.com/afis-ve-poster-nedir-nasil-yapilir/

GÖRSEL KAYNAKLAR

https://COVİD-19 bilgi.saglik.gov.tr/tr/