

KÜRESEL ISINMA TEMALI SOSYAL AFİŞ TASARIMLARININ GÖSTERGEBİLİM YÖNTEMİ İLE ANALİZİ

ANALYSIS OF GLOBAL WARMING-THEMED SOCIAL POSTER DESIGNS WITH INDICATIONAL SCIENCE METHOD

Assist Prof. Dr. Zeynep Eda BÜRGE

T.C. Maltepe University,

Faculty of fine arts, Graphic Design Department, İstanbul / Türkiye.

edaburge@maltepe.edu.tr, Orcid:0000-0002-3707-1115

Özet

Günümüzde teknolojinin hızla gelişim göstermesi afiş tasarımlarında, görselleri daha farklı çözümlene olanağı sağlamıştır. Bu durum, grafik tasarımcıların en sade ve yalın anlatım dilini kullanmalarına neden olmuştur. Bir tasarımın; yalın biçimi, anlamlı bir bütün haline dönüşmesini sağlayan bir veya birden çok parçadan oluşan temel hali, değişmez gerçekliktir. Afiş tasarımı, kitlelere ulaşma becerisi ve pratikliğiyle geçmişten günümüze görsel iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Afiş tasarımı, reklam, kültürel nitelikli ya da sosyal amaçlı içerikleri görselleştirmektedir. Sosyal afiş tasarımları; insan hakları, küresel ısınma, çevre, sağlık gibi seçilen konu doğrultusunda, ticari kaygılar taşımaksızın bireylerde farkındalık oluşturma niteliği taşımaktadır. Bu çalışma ile seçilen afiş tasarımlarında; gösterge bilimsel çözümlenmeler ile tasarım sürecinin bir kısmını oluşturan fikir bulma, hedef kitle doğrultusunda fikri görselleştirebilme, görselin oluşturulması sürecinde doğru imgelerin seçimi gibi aşamaların değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Afiş tasarımlarında, mesajın ne olduğunun belirlenmesi ve görsel öğelere dönüştürülerek hedef kitleye ulaştırılması, önemli bir süreçtir. Bu sürecin incelenmesi ve anlatım dilinin çözümlenmesi, yaratıcı fikirler doğrultusunda sosyal afiş tasarım sürecini tanımlayabilmek için gereklidir. Araştırma; literatür taraması yöntemiyle öncelikle afiş tasarımı kavramının çerçevesini çizerek kavrama ait unsurları ortaya koyacaktır. İkinci olarak ise, küreselleşen dünyada evrensel bir sosyal sorun haline dönüşen 'Küresel Isınma' temalı afiş tasarımları üzerinden analiz edecektir. Göstergebilim ölçeklerine göre analizi yapılan ve tanımlanan afiş tasarımları, grafik tasarım eğitimi alan öğrenciler için yeni farkındalıklar oluşturacak öneme sahiptir. Göstergebilim simgelerin yorumlanmasını, üretilmesini veya simgeleri anlama süreçlerini içermektedir. Barthes, Gösterge, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkidir ve bu ilişkinin kurulmasından da anlamlama ortaya çıkar. Göstergebilimde anlamlama, düz anlam ve yan anlam olarak ele alınır. Barthes "kendi göstergebilimini dilbilimin 'çözülmesi' ya da, daha açık bir şekilde, bilimsel bir dilbilim tarafından saf olmadığı gerekçesiyle bir kenara atılmış anlamlamanın tüm yönlerinin incelenmesi olarak betimler" (Culler, 2008: 81). O, dilin saf olmayan yönlerinden; korkuları, yaklaşımları, protestoları vb. şeyleri kastetmektedir. Barthes'a göre düz anlam, göstergenin neyi temsil ettiğini, yan anlam ise göstergenin nasıl temsil edildiğini konu edinir. Barthes'a göre bir gösterge "Saussure'ün söylediği gibi temelde bir düz anlam biçimidir. Yani gösteren dolaylı bir biçimde özel bir nesneyi adlandırır ya da neye gönderme yaptığını açıkça belirtir. Bunun yanı sıra,

göstergeler kültürel olarak belirlenmiş anlamlara ya da ayrıca anlamları olan yan anlamlara gönderme yapar [...] bir gösterge kendi kendine başka göstergenin, bir yan anlamın ya da konum gibi kültürel bir değeri gösteren ikincil dereceli bir göstergenin göstereni olabilir. Bu durumda, gösterge toplumdaki konum yapısı gibi kültürün yan anlamsal yönleri için bir 'gösterge taşıyıcısı' oluyor" (Gottdiener, 2005: 30-31). Araştırmada; tasarımcıların 'Küresel Isınma' konusunda yaratıcı süreci nasıl değerlendirdikleri, özellikle sosyal afiş tasarımı olarak ele alındığında, özgün ve etkili olacak biçimde görsel dili nasıl kullandıklarını çözümllemek ve anlamlandırmak için gösterge bilimsel yöntemle başvurulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Afiş Tasarımı, Küresel Isınma, Grafik Tasarım, Göstergebilim, Küreselleşme.

Abstract

Today, the rapid development of technology has provided the opportunity to analyze images in a different way in poster designs. This situation caused graphic designers to use the simplest and simplest language of expression. Of a design; Its simple form is its basic state consisting of one or more parts that enable it to transform into a meaningful whole, its constant reality. Poster design has been used as a visual communication tool from past to present with its ability and practicality to reach the masses. Poster design visualizes content for advertising, cultural or social purposes. Social poster designs; It has the quality of raising awareness in individuals without any commercial concerns in line with the chosen subject such as human rights, global warming, environment and health. In the poster designs chosen with this study; With semiotic analysis, it is aimed to evaluate the stages such as finding an idea, visualizing the idea in line with the target audience, choosing the right images in the process of creating the visual. In poster designs, determining what the message is and transforming it into visual elements and conveying it to the target audience is an important process. Analyzing this process and analyzing the language of expression is necessary to define the social poster design process in line with creative ideas. Research; With the literature review method, firstly, he will reveal the elements of the concept by drawing the framework of the concept of poster design. Secondly, it will analyze through 'Global Warming' themed poster designs that have turned into a universal social problem in the globalizing world. Poster designs analyzed and defined according to semiotics scales are important to create new awareness for students studying graphic design. Semiotics includes the interpretation, production or understanding of symbols. Barthes, the sign, is the relationship between the signifier and the signified, and the signification arises from the establishment of this relationship. In semiotics, meaning is considered as plain meaning and connotation. Barthes "describes his semiotics as the 'dissolving' of linguistics, or, more clearly, as the study of all aspects of signification that have been cast aside by a scientific linguistics on the grounds that it is not pure" (Culler, 2008: 81). He is from the impure aspects of language; their fears, approaches, protests, bragging etc. it means things. According to Barthes, the meaning is the subject of what the sign represents, and the connotation is about how the sign is represented. According to Barthes, an indicator "is basically a form of meaning, as

Saussure said. That is, the signifier names a particular object in a direct way or expresses what it refers to. In addition, signs refer to culturally determined meanings or also to connotations that have meanings [...] an indicator may itself be the indicator of another sign, a connotation, or a secondary indicator indicating a cultural value such as location. In this case, the indicator becomes an "indicator carrier" for connotative aspects of culture such as position structure in society" (Gottdiener, 2005: 30-31). In the research; The semiotic method was used to analyze and understand how the designers evaluate the creative process on "Global Warming", and how they use visual language in an original and effective way, especially when considered as social poster design.

Keywords: Poster Design, Global Warming, Graphic Design, Semiotics, Globalization.

GİRİŞ

Dünyada artan tüketimin sonucu olarak çevreyle ilgili sistem bozulmakta, dünya giderek biyolojik varlıklar için yaşanmaz hale gelmektedir. Küresel ısınma dünyayı, insanlığı ve tüm biyolojik varlıkları tehdit etmektedir. Toplumun bu konuda bilgilendirilmesi ve gerekli önlemlerin alınarak bu sorunun çözümlenmesi gerekmektedir. Etkili bir iletişim aracı olma özelliğine sahip afişler; bir bilginin veya mesajın kitlelere aktarılması için vazgeçilmez bir unsurdur. Afiş tasarımı, kitlelere ulaşma becerisi ve pratikliğiyle geçmişten günümüze görsel iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Küreselleşen dünyada evrensel bir sosyal sorun haline dönüşen 'Küresel Isınma' temalı afiş tasarımlarının evrensel bir dile sahip olması önem taşımaktadır. Göstergibilim ölçeklerine göre analizi yapılan ve tanımlanan afiş tasarımları, grafik tasarım eğitimi alan öğrenciler için yeni farkındalıklar oluşturacak öneme sahiptir.

1. KÜRESELLEŞME KAVRAMI VE "KÜRESEL ISINMA"

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmeler yaşam tarzları ve gereksinimleri üzerinde önemli değişimler meydana getirmiştir. 1960'larda ortaya çıkan küreselleşme kavramı, 1980'lerden sonra ise sıkça kullanılmaya başlanmıştır (Waters, 1995: 2). 1990'lara gelindiğinde de ise, bilim adamlarının önemini kabul ettiği anahtar bir sözcük haline gelmiştir. Tüketim alışkanlıkları, giyim, gelenek ve görenekler evrensel boyutta birbirine benzemeye başlamıştır. Küreselleşme kavramı, toplumların ortak değerlerini ve üretimlerini yerel ve ulusal sınırlar dışına çıkararak tüm dünyaya yayılmasına olanak sağlamıştır. Teknolojik gelişmeler; küreselleşme sürecini hızlandırarak, insanlar arası mesaj iletimi ve taşınması amacını çok kolay ve yaygın hale getirmiştir. *Küreselleşme kavramı, Marshall McLuhan'ın 'Komikasyonda Patlamalar' isimli eserinde küreselleşmeyi ifade ederken 'Global Köy' tanımlamasını kullanması literatüre yeni bir kavram kazandırmıştır* (Yaman, 2017: 12). Yenidünya düzeninde önemli bir kavram olan küreselleşme, yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla var olan sınırların silinmesine ve dünyanın küresel bir köy olacağına işaret etmektedir. Küreselleşme kavramı üzerine sosyologların yaygın olarak kullandığı tanımı "herhangi bir bölgede gerçekleşen olayların, hızla yerel kontrolden çıkarak, tüm dünyayı etkiler biçime dönüşmesidir,

evrenselleşmesidir.” Küreselleşme, tek bir dünya yaratılması düşüncesini taşıyan bir kavramdır. Tüm dünyada tek tip yaşam biçimi, zevk, kültür ve tüketim biçiminin yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Hızlı enformasyon dağılımı ile herkes her şeyden haberdar olmakta; bilinmeyen kimlikler, yaşamlar, kültürler bilinir kılınmakta; teknolojik, bilimsel gelişmeler hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılmaktadır. Günümüzde iletişim araçları dünyayı küçülmüştür. Medya ve iletişim teknolojileri, sınırların ötesinde ağlar ve etkileşim noktalarıyla yaşamları etkilemeye devam etmektedir. İmajların, çevre sorunlarının, bilginin sınırların ötesine geçtiği bir dünya da kontrol edilemezlik durumuna bağlı olarak ortaya kimliksizlik olgusu çıkmıştır. Bu durum, tasarım alanında da evrensel bir dile sahip tasarımlar üretmek gerekliliğini beraberinde getirmiştir. Küresel bir sorun olan “Küresel Isınma” konusunda tasarlanan çalışmaların etkili, minimal tek bir çarpıcı görselle mesajını vurgulayabilmeyi sağlayan tasarımlar olması gerekliliği bulunmaktadır. *Küreselleşme, tüm dünyayı kapsayan, giderek akışkan hale gelen insanların, nesnelerin, yerlerin ve bilginin ve bunların akışlarını sınırlandıran ya da hızlandırılan yapıların çok yönlü akışları olarak tanımlanmaktadır* (Ritzer ve Stepnisky, 2013: 226).

Küresel ısınma özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olmak üzere bir yılda yaklaşık 160 bin kişinin ölümüne neden olmakta ve insan sağlığını olumsuz etkilemektedir. Gıdaya ve temiz su kaynaklarına erişimin zorlaşması, iklim değişikliğinin neden olduğu afetler nedeniyle de bu rakam gitgide artmaktadır. Gerekli önlem alınmazsa bulaşıcı tropikal hastalıklarda ve hava kirliliğinin artmasına bağlı solunum hastalıklarında da artış olacağı tahmin edilmektedir. (Alper ve Anbar, 2007, s.27).

Küresel ısınmaya bağlı olarak kutuplardaki buzulların erimesiyle son 20 yıl içinde deniz seviyesi 15-20 cm yükselmiştir. Küresel ısınmanın etkileri giderek arttığına göre bir süre sonra kutuplardaki tüm buzullar eridiğinde deniz seviyesi hızla yükselecek ve deniz seviyesinde ve altında toprağa sahip olan Hollanda, Almanya, Danimarka gibi ülkelerin toprakları deniz sularıyla kaplanacağı ve tuzlanacağı için verimsizleşerek, gıda üretimi azalacak, dünyada açlık krizine neden olacaktır. Kutup bölgelerindeki donmuş toprakların tuttuğu önemli sera gazlarından CO₂, atmosfere salınacak ve küresel ısınma etkilerinin daha da şiddetli seyretmesine neden olacaktır. Denizler ısınacağı için bünyesindeki erimiş CO₂ yine gaz halinde atmosfere verilerek küresel ısınma etkilerini artıracaktır. Atlas okyanusundaki Golfstrim ve Labrador gibi su akıntıları ile diğer deniz ve okyanuslardaki su akıntıları da yavaşlayacak ve denizlerin sıcaklıkları artacağından, buralardaki canlı yaşamı büyük bir kaosa sürüklenecektir. Denizlerin akıntılarının azalmasından dolayı oluşacak besin kıtlığı ve çevre kirliliği insan yaşamı başta olmak üzere tüm canlıları tehdit edecektir (Çukurçayır ve ark, 1997; Karakaya ve Özçağım, 2004; Keleş ve Hamamcı, 1998).

Yerküreyi saran atmosferde bulunan CO₂, CH₄, N₂O, CFC, O₃ ve CO gibi gazlar sera etkisi yaparak yeryüzünün bugünkü sıcaklık derecelerinde kalmasını sağlamaktadır. Atmosferin, yeryüzünden itibaren ortalama 11 km yukarısına kadarki troposfer katmanında bulunan sera gazlarının atmosferde giderek artması, küresel ısınma dediğimiz, tüm canlıların yaşamını tehdit eden boyutlara ulaşan olaylar zincirinin oluşmasına neden olmaktadır. Fosil yakıtların aşırı kullanımı, hızlı nüfus artışı, yaşam standardının yükseltilmesi

gibi etkenler küresel ısınmanın etkilerini artıran olaylardır. Küresel ısınma olgusu sonucu gözlenen doğal felaketler, insan yaşamı başta olmak üzere bitki ve hayvanların yaşam koşullarını güçleştirmektedir.

Küresel ısınma, dünyanın bir bölgesinde kavurucu sıcakların başlamasıyla orman yangınlarının hızla yayılması, çölleşmenin artması, hatta insan yaşamını bile tehlikeye sokacak düzeye ulaşması aynı anda yeryüzünün bir başka bölgesinde yağışların etkisiyle her tarafın sularla kaplanması, sel felaketlerinin görülmesi, erozyon gibi doğa felaketlerinin yaşanması olayıdır (Appenzerler ve Dimick, 2004; Bozoğlu ve ark, 2003; Ersoy, 2006).

Günümüzde ihtiyaçtan fazlasını tüketme isteği sebebiyle sanayi ürünlerine talep artmakta, sonuç olarak iklim değişikliği sorunu ortaya çıkmaktadır. İnsan doğa ilişkisi çerçevesinde üretici, tüketici eylemlerine bakıldığında; insanın üzerine düşeni yapmak adına sürdürülebilirlik, organik tarım, sıfır atık ve benzeri olgularla soruna çözüm aradığı görülmektedir.

2. AFİŞ TASARIMI

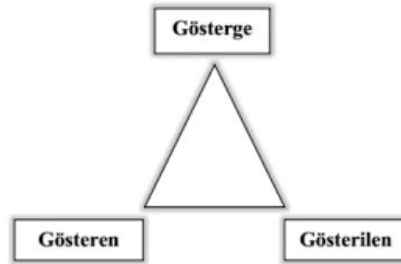
Görsel imgelerle dolu toplumsal yaşantımızda iletişim bakımından önemli bir yere sahip olan afiş tasarımı; kültürel, ticari, sosyal içerikleri adı altında insanları bilgilendiren bir yapıya sahiptir. Bu bilgilendirici yapısı sayesinde tarih boyunca etkili ve dikkat çekici bir iletişim aracı olabilmeyi başarabilmiştir. Afiş; geniş kitlelere hitap ederek, vermek istediği mesajı sık sık tekrarlamasıyla da dikkat çekmektedir. Sosyal afişler, politika, sağlık, trafik, çevre gibi konularla halkı uyarmak, yönlendirmek, bilgilendirmek için tasarlanan afişlerdir. Kazalara karşı önlem, doğal afetten korunma, ilkyardım, halk sağlığı, bulaşıcı hastalıklara karşı çevre bilincinin oluşmasını sağlar. Afiş, tasarlanırken kullanılan her bir tasarım öğesi afişin konusuna, iletmek istediği mesaja göre düzenlenmektedir. Afişler, reklam afişleri, kültürel afişler ve sosyal afişler adı altında üç ana gruba ayrılmaktadır. Bu afiş türlerinin amacı verilmek istenen mesajı en net biçimde hedef kitleye aktarmaktır. Bir söylem biçimi olarak afiş; tasarımcısının iletmek istediği ve hedef kitlede bir anlam yaratması gereken soyut bir ifade tarzına sahiptir. Bir toplumsal bildirişim aracı niteliği taşıyan afiş tasarımı, vuruculuk, inandırma gücü ve kolay algılamaya bilirlilik gibi özellikleri içinde barındırmalıdır. Afiş tasarımında; mesaj, mesaj ve imge bütünlüğü, sözel hiyerarşi, fark edilebilirlik gibi ölçütler önem taşır. Afiş; en uzak mesafeden dahi fark edilmelidir. Sade ve karmaşık düzenden arınan tasarımlarla sağlanan yalın anlatım, izleyici üzerinde merak uyandırıcı bir etkiye sahip olduğu için daha etkilidir. İletilmek istenilen mesajın akılda kalıcı olması gerekir. Tasarımcı; afişte yer alan başlık, alt-başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında hiyerarşik bir düzen kurmalıdır. Küreselleşmenin yükselişi, kültürlerarası ilişkilerin hızla arttığı çağımızda her alanda çok dilliliği ve çok kültürlülüğü kaçınılmaz kılmaktadır. Bunun sonucu olarak afiş tasarımında iki dil kullanılması yaygınlaşmıştır. Evrensel bir dile sahip tek bir imgeyle vurgulanmak istenen mesaj, afiş tasarımlarında vazgeçilmez bir tasarım unsuru biçimine dönüşmüştür. Küreselleşmeyle; yaşam biçimlerinin, tüketici davranışlarının, kültürlerin tüm dünyada birbirleriyle etkileşim halinde olması, birbirlerine benzer bir duruma dönüşmesine neden olmaktadır. Tasarım olgusu da, içinde bulunduğumuz küresel çağda ortaya çıkan bu etkileşim sürecinin izlerini taşımaktadır. İnsanlar, hızla değişim gösteren teknoloji ve onun ortaya koyduğu bir dünya

ile karşı karşıyadır. Günümüzde afişlerde, sade, yalın formlarla çözümlenmeye gidilmektedir. Geçmiş dönemlerde yer alan uzun metinler ve karmaşa yerini yalın anlatıma bırakmıştır. Sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmeler, günümüzde yaşam koşullarının zorluğu insanları, çevresindeki her şeyi hızlı ve kolay algılanabilir görme ihtiyacı duymasına neden olmaktadır.

3. TASARIMDA GÖSTERGEBİLİM

1960'lı yıllardan sonra hızla gelişen bir bilim dalı olan göstergebilim, tasarım, iletişim, reklamcılık gibi alanlarda kullanılmaktadır. Bir metin içinde var olan anlamlı dizgeleri göstergeler aracılığıyla okumak, kodları anlamlandırmak, dizi, dizim, mecaz ile metinler arası ilişkileri değerlendirmek, dolaylı anlatılan anlamların altında bulunan ideolojiyi ve kültürü ortaya çıkartma yaklaşımlarıdır. Göstergelerde, düz anlam gösterilenin nesnel olarak olduğu gibi kavranmasıyla ortaya çıkar. Yan anlam ise ima edilen anlamlardır.

Göstergebilimde anlamlama, düz anlam ve yan anlam olarak ele alınmaktadır. Bir göstergenin 'neye' işaret ettiği, düz anlam, göstergenin 'nasıl' gösterildiği ise yan anlam olarak kabul edilir. Gösteren anlatım düzlemine; gösterilen içerik düzlemine işaret etmektedir. Göstergenin bu iki bağlantısal ögesinden 'gösterilen' bir nesnenin zihinsel tasarımı olarak, göstergeyi kullananın bundan anladığı 'şey'dir (Barthes, 1979:34).



Şekil 1: Barthes'in Gösterge Şeması

Bir afiş tasarımını sadeleştirmek, algının gördüğünü basitleştirip bütünleştirme ilkesini desteklemektedir.

Gül tek başına ele alındığında o sadece bir çiçektir, fakat kültürel anlamda kırmızı gül tutkulu bir aşkın simgesidir. Kültür dünyasındaki gül doğa dünyasından ayrıdır, gül göstereni boş iken göstergesi doludur. Kültür dünyasında gülün bir anlamı vardır. Barthes'a göre mit kendi içerisinde karşıtlıklar içeren bir dizgedir. Gösteren bir taraftan anlam olarak dolu diğer taraftan biçim olarak boştur. "Söylen bir değerdir, yaptırımı doğruluk değildir: hiçbir şey sürekli başka yerdelik olmasını engellemez: elinin altında her zaman bir başka yer bulundurması için gösterenin iki yüzü olması yeter: biçimi sunmak üzere anlam, anlamı uzaklaştırmak için de biçim hep hazırır" (Barthes, 2003: 191).

Dünyanın çevre dengesini yeniden kazanabilmesi için karbon salınımının aza indirgenmesi, tüketim alışkanlıklarının düzenlenmesi için toplumun bilgilendirilerek çevresel konularda bilinç düzeyinin artırılması gerekmektedir. Bu bağlamda, afiş tasarımının bir konu hakkında toplumu yönlendirmedeki gücünü çevre konusunda farkındalık yaratabilecek tasarımlar üretilerek daha bilinçli bir toplum yaratıla bilinerek sürdürülebilir

tasarımlar sayesinde küresel ısınma konusunda farkındalık oluşturulmuş bir dünya sağlana bilinir.

4. GÖSTERGEBİLİM YÖNTEMİ İLE KÜRESEL ISINMA TEMALİ SOSYAL AFİŞ TASARIMLARININ ANALİZİ

Grafik tasarım; bir iletişim aracıdır. Grafik tasarımın en önemli ürünlerinden biri olan afişin işlevi, mesajı doğru bir şekilde iletebilmesindedir. Tasarımcı, afişi tasarlarken doğru kodlama yöntemini kullanarak amacına ulaşabilmektedir. Görsel kültür sadece görüntülerle bir şey anlatılmasının ve bilgi aktarılmasının yanı sıra, farklı bir gerçeklik algısı istemektedir. Yeterli düzeyde göstergebilim bilgisiyle oluşturulan bir anlatım biçiminin, mesajı iletilmesini kolaylaştırdığı söylenebilir.

İnsanın göstergelerle dolu bir dünyada yaşadığını söyleyebiliriz. İletişim kurmak için insanlar göstergeler yaratmışlardır. Bir düşünceyi, görüşü veya bir ürünü tanıtmak için göstergelerden yardım almaktayız. Düşünmek, göstergeleri çalıştırmak demektir. Düşünme işleminin varlığı, paylaşılması ve gelişmesi göstergeler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Göstergelerin doğru algılanabilmesi ise eğitim, deneyim ve toplumsal olmakla alakalıdır (Günay ve Parsa, 2012 s. 12-13).

Dünyadaki **enerji üretiminin yaklaşık yüzde 80'i fosil yakıt olan petrol, kömür ve gazdan** karşılanmaktadır. Fosil yakıtların kullanılmasıyla ortaya çıkan **sera gazları, iklim değişikliğine neden olmaktadır. Dünyada sera gazı sürümleri azaltılmaz ise, 2100 yılına kadar küresel ortalama yüzey sıcaklıklarında yaklaşık 3°C'lik artış olacağı öngörülmektedir.** Bu durumda: Biyolojik çeşitlilik yok olma seviyesine ulaşacak, su ve gıdaya erişimde büyük sıkıntılar yaşanmasının sonucuna bağlı olarak salgın hastalıklarda artış olacak, hava olayları nedeniyle meydana gelecek afetler can ve mal kayıplarına sebep olacak, kuraklık nedeniyle tarımsal üretim yapılamaz hale gelecek; su ve gıda kıtlığı yayılacak ve artış gösterecek, dünyadaki 410 milyon insan şiddetli kuraklığa maruz kalacak, 49 milyon insanın ise yaşam alanları deniz seviyesi artışından etkilenerek sular altında kalacaktır. Bu olumsuz durumların önlenmesi için toplumun, Küresel Isınma konusunda bilinçlendirilerek çeşitli önlemler almaları sağlanmalıdır. Afişlerin, sosyal bir konu hakkında toplumu bilinçlendirmedeki gücünü çevre konusunda farkındalık yaratabilecek sürdürülebilir tasarım çalışmalarıyla gerçekleştirilmelidir.



Şekil 2: Küresel Isınma konulu afiş tasarımı

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Hayvan	Zürafa	Yaşam mücadelesi
Element	Su	Boğulmak
Yer	Gökyüzü	Atmosferin görünen kısmı
Nesne	Derece	Ölçüm

Tablo 1: Şekil 2 Küresel Isınma konulu afiş tasarımının gösterge analizi

Afişte kullanılan göstergeleri ve yan anlamlarını şu şekilde inceleyebiliriz. İlk gösterge, hayvan göstergesi olarak göstereni zürafadır. Hedef kitlede yaşamla mücadele edebilme hissi uyandırmaktadır. İkinci gösterge, element göstergesi olarak sudur. Su; afişte yer alan yükselişle boğulmak hissini yaşatmaktadır. Üçüncü gösterge, yer göstergesi olarak gökyüzüdür. Atmosferin görünen kısmı olarak nitelendirdiğimiz bu kısım sonsuzluk ve dinginlik hissi uyandırmaktadır. Dördüncü gösterge nesne göstergesi olarak derecedir. Küresel Isınmaya bağlı olarak yaşanacak su seviyesindeki yükselmenin derecesinin yükselişini aktarmaktadır. Afişte genel olarak bakıldığında, yükselmekte olan su seviyesi ve yaşanan bu doğal değişimin bir sonucu olarak uzun boynuyla bile nefes almak için gökyüzüne doğru uzanan zürafayı görmekteyiz. Derece kullanılarak 2009 yılında su seviyesindeki yükseliş izleyiciye aktarılmıştır. Afiş tasarımında kullanılan göstergeler biçim ve renk açısından etkili bir şekilde yerleştirilmiştir. Afişin merkezinde, etkili bir görsel olarak zürafanın sular altında kalması Küresel Isınma konusunda imge dizim açısından etkili biçimde vurgulanmaktadır. Hedef kitlenin dikkatini afişin merkezine toplamaktadır. Tasarımda kullanılan yazı karakteri, içeriği yansıtan bir şekilde tasarlanmıştır. Afişte kullanılan renklerin doygunluğu, kişilerde uyarıcı etki yapmasının yanında, tasarımcının afiş içerisine yerleştirdiği imgelerle bu yapıyı güçlendirmeye çalıştığı görülmektedir.



Şekil 3: Küresel Isınma konulu WWF afiş tasarımı

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Nesne	Dondurma	Serinlemek
Yeryüzü	Dünya	Yaşamın yok oluşu
Yer	Zemin	Koyu lacivert renk

Tablo 2: Şekil 3 Küresel Isınma konulu WWF afiş tasarımının gösterge analizi

Afiş tasarımına ilk bakıldığında çok fazla görselin kullanılmadığı, tek bir görselle, minimal bir anlam derinliğinin yaratıldığı görülmektedir. Afişte kullanılan göstergeleri ve yan anlamlarını şu şekilde inceleyebiliriz. İlk gösterge, nesne göstergesi olarak göstereni dondurmudur. Hedef kitlede sıcak havalarda en fazla tüketim sağlanan gıda olduğu için serinleme hissi uyandırmaktadır. İkinci gösterge, yeryüzü göstergesi olarak dünyadır. Dünya; afişte manipüle edilerek erimekte olan dondurma biçimine dönüştürülerek yaşamın yok oluşuna ve Küresel Isınmadan dolayı eriyerek yok olmak hissini yaşatmaktadır. Üçüncü gösterge, yer göstergesi olarak zemindir. Renk olarak koyu lacivert tercih edilerek görselin daha fazla ön plana çıkarılarak vurgulanması sağlanmaktadır.



Şekil 4: Küresel Isınma konulu WWF afiş tasarımı

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Hayvan	Penguen	Erimek
Yer	Zemin	Kırmızı renk

Tablo 3: Şekil 4 Küresel Isınma konulu WWF afiş tasarımının gösterge analizi

Afiş tasarımına ilk bakıldığında tek bir görselle anlatım dili yaratılarak, izleyicide Küresel Isınma sonucunda yaşanacak olan yok oluşun etkili bir biçimde aktarıldığı görülmektedir. Afişte kullanılan göstergeleri ve yan anlamlarını şu şekilde inceleyebiliriz. İlk gösterge, hayvan göstergesi olarak göstereni pengüendir. Hedef kitlede eriyerek yok olma hissi uyandırmaktadır. İkinci gösterge, yer göstergesi olarak kırmızı rengin kullanıldığı zemindir. Kırmızı, dalga boyu yüksek olduğu için dikkat çekici bir renktir. Küresel Isınmadan dolayı penguenlerin yok olması vurgulanmaktadır. İklim değişikliği, deniz-buz oranındaki değişim Antarktika'daki penguen nüfusunu olumsuz etkilemektedir. Yapılan bir araştırmalara göre, sayıları 600 bini bulan penguenlerin 2100 yılı itibariyle beşte biri oranında azalabileceği ifade edilmektedir.



Şekil 5: Küresel Isınma konulu WWF afiş tasarımı

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Nesne	Dondurma	Serinlemek
Hayvan	Kutup ayısı	Yaşamın yok oluşu
Yer	Zemin	Mavi
Yazı	“Senin tatlın ya da benim hayatım”	Sorgulamak

Tablo 4: Şekil 5 Küresel Isınma konulu WWF afiş tasarımının gösterge analizi

Afiş tasarımına ilk bakıldığında çok fazla görselin kullanılmadığı, tek bir görselle, minimal bir anlam derinliğinin yaratıldığı görülmektedir. Afişte kullanılan göstergeleri ve yan anlamlarını şu şekilde inceleyebiliriz. İlk gösterge, nesne göstergesi olarak göstereni buzdan oluşan bir dondurmadır. Hedef kitlede sıcak havalarda en fazla tüketim sağlanan gıda olduğu için serinleme hissi uyandırmaktadır. Buzdan oluşan dondurma görseliyle izleyiciye iletilmek istenilen mesaj; iklim değişikliği ve küresel ısınmanın yarattığı etkiler, kutuplardaki buz kütlelerinin parçalanmasına ve incelmeye sebep olduğu yönünde farkındalık yaratmaktır. İkinci gösterge, hayvan göstereni olarak kutup ayısıdır. Kutup ayısı; afişte ısırılmış bir dondurma formu içerisinde yaşamın yok oluşuna ve Küresel Isınmadan dolayı eriyen ve azalan buz içerisinde yok olmak hissini yaşatmaktadır. İklim bilimcileri, buzulların 20 yıl öncesine oranla 5 kat daha hızlı eridiğini ileri sürmektedirler. Özellikle Kuzey Kutup Bölgesi, artan karbondioksit sonucu dünyanın geri kalanından iki kat daha fazla hızlı ısınmaktadır. Küresel ısınma, buzullarda yaşayan kutup ayılarının nesillerini de tehdit etmektedir. Bu çevre sorunuyla ilgili dünyada farkındalık yaratmak amacını taşıyan ve toplumu bilinçlendiren etkili bir afiş tasarımı görmekteyiz. Üçüncü gösterge, yer göstereni olarak zemindir. Renk olarak mavi tercih edilerek görselin daha fazla ön plana çıkarılarak vurgulanması sağlanmaktadır. Dördüncü gösterge yazı göstereni olarak “Senin tatlın ya da Benim Hayatım” sloganıdır. Burada bir ikilem içerisinde bırakılan izleyicide sorgulama hissi uyandırılmaktadır.



Şekil 6: Küresel Isınma konulu afiş tasarımı

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Element	Deniz	Yükselme
Hayvan	Papağan başlı balık	Evrım
Yer	Gökyüzü	Boşluk
Yazı	“Yeni Evrim”	Sorgulamak

Tablo 5:Şekil 6 Küresel Isınma konulu afiş tasarımının gösterge analizi

Afiş tasarımına ilk bakıldığında tek bir görselle, etkili bir anlam derinliğinin yaratıldığı görülmektedir. Afişte kullanılan göstergeleri ve yan anlamlarını şu şekilde inceleyebiliriz. İlk gösterge, element göstergesi olarak göstereni denizdir. Hedef kitlede derinliği ve gökyüzüne kadar ulaşmasından ötürü yükselme hissi uyandırmaktadır. İzleyiciye iletilmek istenilen mesaj; iklim değişikliği ve küresel ısınmanın yarattığı etkiler yönünde farkındalık yaratmaktır. İkinci gösterge, hayvan göstergesi olarak papağan başlı balıktır. Bir evrim geçiren bu hayvan formuyla, biçimsel ve yapısal özelliklerin gelişmesi yolunda oluşan değişimin sonucu olarak yaşamın yok oluşu hissini uyandırmaktadır. Üçüncü gösterge, yer göstereni olarak gökyüzüdür. Tasarım alanında az bir boşluk biçiminde yer verilerek çözümlenmeye gidilmiştir. Dördüncü gösterge yazı göstereni olarak “Yeni Evrim” sloganıdır. Tasarımda yer alan evrim geçiren hayvan formuyla izleyicide sorgulama hissi uyandırılmaktadır.



Şekil 7: Küresel Isınma konulu afiş tasarımı

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Nesne	Kum saati	Zaman
Element	Buzul	Erimek
Yer	Şehir	Sular altında kalmak
Yazı	“Zamanımız tükeniyor geç olmadan şimdi harekete geç”	Uyarı

Tablo 6: Şekil 7 Küresel Isınma konulu afiş tasarımının gösterge analizi

Afiş tasarımına ilk bakıldığında kum saati göstereniyle, etkili bir anlam derinliğinin yaratıldığı görülmektedir. Afişte kullanılan göstergeleri ve yan anlamlarını şu şekilde inceleyebiliriz. İlk gösterge, nesne göstergesi olarak göstereni kum saatidir. Hedef kitlede içinde yer alan imgelerle küresel ısınmanın yarattığı sorunsalla ilişkili olarak zamanın hızla tükendiğine yönelik farkındalık yaratmaktadır. İkinci gösterge, element göstergesi olarak buzuldur. Buzulların erimesi sonucu olarak yaşamın sular altında kalacağını betimlemektedir. Üçüncü gösterge yer göstergesi olarak göstereni şehirdir. Gösterilen ise sular altında kalınacağıdır. Dördüncü gösterge yazı göstereni olarak “Zamanımız tükeniyor geç olmadan şimdi harekete geç” sloganıdır. Tasarımda, kullanılan bu sloganın gösterileni uyarı niteliği taşımaktadır. İzleyiciyi, uyararak zamana karşı küresel ısınmayla ilgili harekete geçilmesi gerekliliğiyle ilgili dikkat çekmeye yöneliktir ve afişte yer alan diğer tasarım elemanlarıyla uyum içinde kullanılmaktadır.

SONUÇ

Afiş tasarımı; grafik tasarımın en etkili uygulama alanlarından biridir. Grafik tasarımında kullanılan sözel ve görsel unsurlar, grafiksel simgeler afiş tasarımında da etkin bir biçimde kullanılmıştır. Küreselleşen dünyada, evrensel bir sosyal sorun haline dönüşen ‘Küresel Isınma’ temalı afiş tasarımlarını incelediğimizde, bugün en yalın biçimiyle hedef kitesine ulaşabilen tasarımlar olduğu sonucuna varılmıştır. Gösterge bilimsel çözümlerle doğrultusunda, afiş tasarımlarının mesajı görselleştirme süreci değerlendirilmiştir. Bu süreçte kompozisyonlarda görsellerin etkili ve yalın bir anlatım dili kullanıldığı ve bu sayede iletişim karmaşası oluşturulmadan mesajların hedef kitleye aktarıldığı saptanmıştır. Afiş tasarımlarında aktarılmak istenilen mesaj, büyük ölçüde metaforik anlam taşıyan imgelerle oluşturulmuştur. Düz bir anlatım dili kullanmak yerine farklı anlam katmanları oluşturan kodlar ve metafor kurgularıyla oluşturulması, afiş tasarımlarının hedef kitle üzerinde farkındalık yaratan bir nitelik kazanmasına neden olmuştur.

KAYNAKÇA

Alper, D. ve Anbar, A. (2007). Küresel Isınmanın Türkiye ve Dünya Ekonomisine Etkileri., Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 9, Sayı 4, s.15-54.

Appenzerler, Tim, Dimick, R.Dennis. (2004). “Dünya Alarm Veriyor.” National Geographic. Eylül 2004.

Barthes Roland: (1979). Göstergebilim İlkeleri, çev. Berke Vardar-Mehmet Rıfat, Ankara: Kültür Bakanlığı

Barthes Roland: (2003). Çağdaş Söylemler, çev. Tahsin Yücel, İstanbul: Metis.

Culler Jonathan: (2008), Barthes, çev. Hakan Gür, Ankara: Dost.

Çukurçayır, Fırat. Geçer, Cüneyt. Arabacı, Hüseyin. (1997). “Yaşam İçin En Değerli Kaynaklar Hava ve Su”. Meteoroloji Mühendisliği Dergisi. 02,24-32.

Gottdiener Mark: (2005). Postmodern Göstergeler Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam biçimleri, çev. Erdal Cengiz, Hakan Gür, Arhan Nur, Ankara: İmge.

Günay, D. Parsa, A. (2012). Görsel Göstergebilim. İstanbul: Es yayınları.

Waters, M. (1995). Globalization, London: Routledge.

Yaman, Hasan: “Küreselleşme ve Medya İlişkisi: Yerel Yayıncılık Modelleri ve Türkiye Örneği”, “Doktora Tezi” İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2017, s.12.