



İNOGRAFIKLERİN AFİŞLERDE GRAFIK TASARIM ÖGESİ OLARAK İNCELENMESİ

Examining Infographics as a Graphic Design Element in Posters

Dr. Kemal KÖKSAL

Sanatta Yeterlilik, İstanbul Arel Üniversitesi, kemal_koksal86@hotmail.com, İstanbul, Türkiye

ORCID ID: 0000-0002-1883-4674



ÖZET

Çalışmanın konusunu, afişlerde kullanılan infografiklerin tasarım öğeleri ile incelenmiştir. Araştırmada infografiklerin tasarım süreçlerinde algılanmasındaki yeterliliği ele alınmıştır. Afiş, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde "bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı, asi" şeklinde tanımlanmıştır. Afiş, toplumun yaşadığı, toplandığı caddede, meydan ve sokaklarda duvar ya da ilan panolarına yapıştırılan ve dolayısıyla buradan geçen insanlar tarafından görülen ve değişik boyutlarda olan tanıtım medyasıdır. Dilimize Fransızca "affiche" sözcüğünün türetilerek girmiş olan afiş sözcüğünün İngilizce karşılığı ise İngilizce karşılığı "poster" Almanca karşılığı ise "plâket" tir (Sözer ve Tanyeli, 1986: 13).

Afişlerde kullanılan İnfografikler için yeni bağlamlar ve kullanımlar, resimli dergilerde, popüler bilim kitaplarında, iş ortamlarındaki kurumsal iletişimlerde görsel yardımcı görevi ile metinleri desteklemiştir. Bu yardımcı tasarım öğelerinden biri de infografiklerdir.

Mark Smiciklas'a göre infografik; "kişilere veya kurumlara hedef kitlelerine bilgiye dair mesajların sunumu konusunda bilgi ve tasarımı harmanlayarak yardım etme biçimidir." (Smiciklas, 2012, s.3) Smiciklas tanımını biraz daha genişleterek şu şekilde devam etmektedir. "Daha biçimsel olarak infografik hedef kitlelere karmaşık veri yığınlarını hızlı tüketilen ve çabuk anlaşılabilir bir biçimde ulaştırmayı amaçlayan bir görsel ifadedir." (Smiciklas, 2012, s.3). Bu minvalde amaca yönelik yapılan infografik çalışmalarında gerek sosyal medya, gerek afişlerde mutlaka kısa ve net bilgilendirmelerin yapılmasının önemli olduğuna inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Grafik, Grafik Tasarım, İfo Grafik, Tasarım

ABSTRACT

The subject of the study is the consideration of infographics used in posters with design elements. In the research, the adequacy of infographics in the perception of design processes is discussed. The banner was described in the Dictionary of the Turkish Language Institution as "a wall advertisement, usually with pictures, hung where the crowd can see, prepared to announce or promote something, asi". A banner is a promotional media that is attached to walls or billboards on the street, square and streets where the community lives, gathers, and therefore is seen by people passing through here and has different sizes. English English French Germanic equivalent of the word "poster" is "plaque" (Sözer and Tanyeli, 1986: 13). Germanic English equivalent of the word "poster" is "plaque". Germanic English equivalent of the word "affiche" is derived from the French word "affiche". Germanic German equivalent of the word "poster" is "plaque" (Sözer and Tanyeli, 1986: 13).

New contexts and uses for infographics used in posters have supported texts in illustrated journals, popular science books, and corporate communications in business environments with the task of visual aids.

According to Mark Smiciklas, infographic is "a way of helping people or institutions to present information messages to their target audience by blending information and design." (Smiciklas, 2012, p.3) Expanding the definition of Smiciklas a little more, it continues as follows. "More formally, infographic is a visual expression aimed at delivering complex data stacks to the target audience in a fast-consuming and quickly understandable format." (Smiciklas, 2012, p.3) In this minval, infographics are an image, a chart, and minimal graphic design elements that provide an easy-to-understand overview of a topic.

Keywords: Graphic, Graphic Design, Infographic, Design

1. GİRİŞ

Bugünün yaşanılan bilgi ve mesaj kirliliğinde, infografikler okuyucuların bilgileri daha hızlı bir şekilde anlamalarına ve işlemelerine yardımcı olmaktadır. İyi bir infografik sadece okuyuculara bir hikâye anlatmakla kalmayacak, aynı zamanda ilgi çekecek ve insanları, iyi başlıkların ve fotoğrafların okuyucuları çekmesine benzer şekilde içeriği okumaya teşvik edecektir (Siricharoen, 2013, s. 169).

İnfoğrafik estetik açıdan modern tasarım 20. yüzyılda önemli bir rol oynamıştır. Birçok tasarımcı, infografiğin meydana gelmesi dahil olmak üzere çağdaş bir görsel dil bulmaya çalışmıştır. Dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte ikinci daha da derin bir dönüşüm meydana geldi. Böylece, bilgi görselleştirme pratiğini bu güne kadar tam olarak anlayamayacak şekillerde etkileyen bir medya teknolojisi devrimi başlamıştır.

2. AFİŞ

Afiş, bir ürün ya da hizmetin tanıtımı için önemli bir grafik tasarım mecrasıdır. mesajı çarpıcı bir şekilde vurgulayan afişler, insanların bilgi edinmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Afişler; tiyatro sinem konser gösterimlerinden tutunda çok farklı mecralarda ve çok farklı konularda karşımıza çıkmaktadır. Afiş yoldan geçenlerin bir şirketin bir ürünü veya hizmeti hakkında güncel bilgiler edinmesini sağlayan bir grafik pazarlama aracıdır. İlgisiz bilgiler ve görsellerle aşırı grafik tasarım öğeleri algılanmasını zorlaştırdığı düşünülmektedir.

Amacı görseller üzerinden etkili bir iletişim sağlamak olan afişler, konusuna göre kullanılan renkler, yazı şekilleri ve çeşitli boyutları ile aslında iletişimsel sürece de katkı sağlamaktadır. Afişin en önemli özelliği belki de ilgi çekici olmasıdır. Daha önce de belirtildiği üzere gün içerisinde çok sayıda afiş ile karşılaşmaktadır.

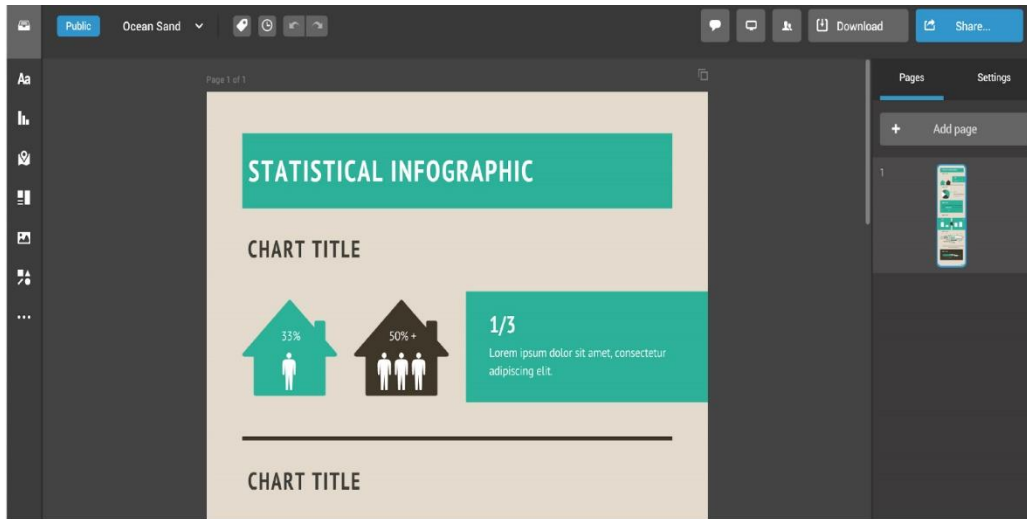
Afiş tasarımlarda tasarım aracı olarak kullanılan infografikler hem kısa ve pratik bilgi sağlama potansiyeline sahiptir hem de her platformdan hızlıca yayılma olanağı sunmaktadır. Bunun yanı sıra infografikler daha yüksek okuyucu tercihi ve daha düşük bilişsel yük ile ilişkilendirilmektedir. Bilişsel yük ve çift kodlama teorilerine göre bilgi tutmayı artırarak bilgiyi dönüştürmeye yardımcı olurlar (Martin, L. J., Turnquist, A. Groot, B., vd., 2019).

3. SOSYAL AFİŞLER

Sağlık, trafik, milli savunma ve çevre gibi konularda uyarıcı aynı zamanda eğitici nitelikte olan sosyal afişler bazen politik bir düşüncüyü ve siyasi bir partiyi tanıtabilir (Becer, 2002:202). Bu afişlerin amacı arasında toplumsal yaşamın gerektirdiklerini öğretmek, tepki oluşturmak ve farklı faaliyetlerde bulunma için davette bulunmak da vardır. Sosyal afişler grafik ürünler arasında oldukça hızlı tüketilen bir tasarım ögesidir. Kullanılan renkler, görsel ve tipografi afiş tasarımında ciddi bir etki gücüne sahiptir. Genellikle bir kampanyanın destekleyici grafik ürünü olarak kullanılan afişler genelde uyarıcı nitelikte olabilmektedir.

4. INFOGRAM

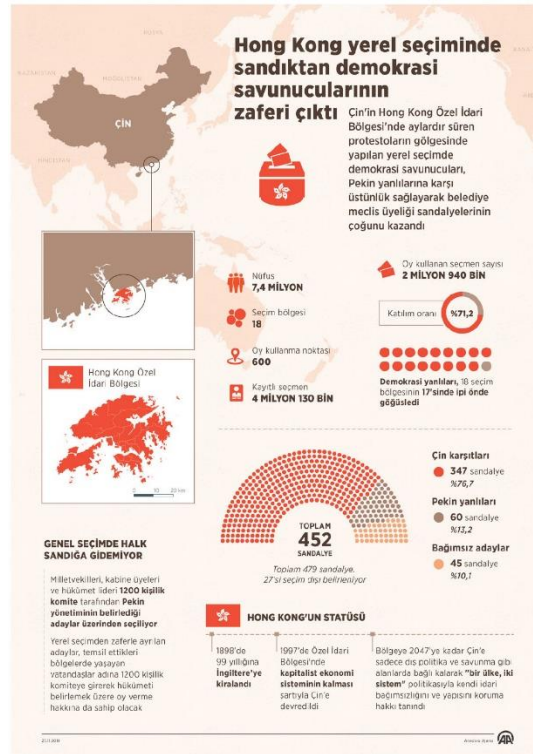
Infogram, infografik oluşturmak ve paylaşmak için oluşturulmuş web teknolojilerinden biridir. Çevrimiçi bir araçtır ve kendi verilerinize göre bireysel tasarımlar yapabileceğiniz geniş görsellere sahiptir. 2012 yılında Uldis Leiterts, Raimonds Kaze ve Alise Semjonova tarafından kurulan Infogram, veri okuryazarlığını geliştirmek amacıyla oluşturulmuştur. Infogram aracılıyla 4 milyondan fazla kullanıcı 1,5 milyardan fazla görsel tasarlamıştır. Görseller arasında infografik dışında raporlar, grafikler, haritalar ve sosyal medya grafikleri bulunmaktadır.



Şekil 1 : Infogram

5. INFOGRAFİK

İnfografik kelimesi kökünü "info" (bilgi) dan almış olup information graphics (bilgigrafiği) tamlamasının birleşmesiyle oluşmaktadır. İnfografik terimi son yıllarda hayatımıza girmiştir. Kelimenin kullanımından önce daha geniş bir kapsama sahip olan bilgilendirme tasarımı terimi kullanılmış olup ilk infografik örnekleri de bu isimle değerlendirilmiştir (Wildbur, Burke, 2001: 6; Aktaran: Cemelelioğlu A., 2016: 167). Görsel yolla öğrenmeye daha yatkın olan insan içinde bulunduğumuz veri çağı ve mesaj bombardımanında ihtiyacımız olan mesajı kısa zamanda ulaştırmak için infografiklerden yararlanmaktadır.



Şekil 2 : Modern İnfografik

İnfografik tasarımında sayfalar dolusu bir metin yerine görsel tasarım öğeleri (tipografi, renk, ikon, piktogramlar ve grafikler) kullanılmaktadır. Tasarım elemanları, sayfa düzeni, renk, tipografi ve görsel öğelerin (ikon-piktogram) amaca ve hedef kitleye göre tasarlanması ile ortaya iyi bir infografik çıkmaktadır. İnfografikler tasarım elemanlarının doğru kullanılması ile bir infografik tasarımının etkili, öğrenmesi zevkli, kitleyi bilgilendirmesi, ikna edici ve kısa sürede çok bilgiye ulaşmamızı sağlar (Krum, 2014)



Şekil 3: Sağlık Bakanlığı afiş çalışması "14 kural"

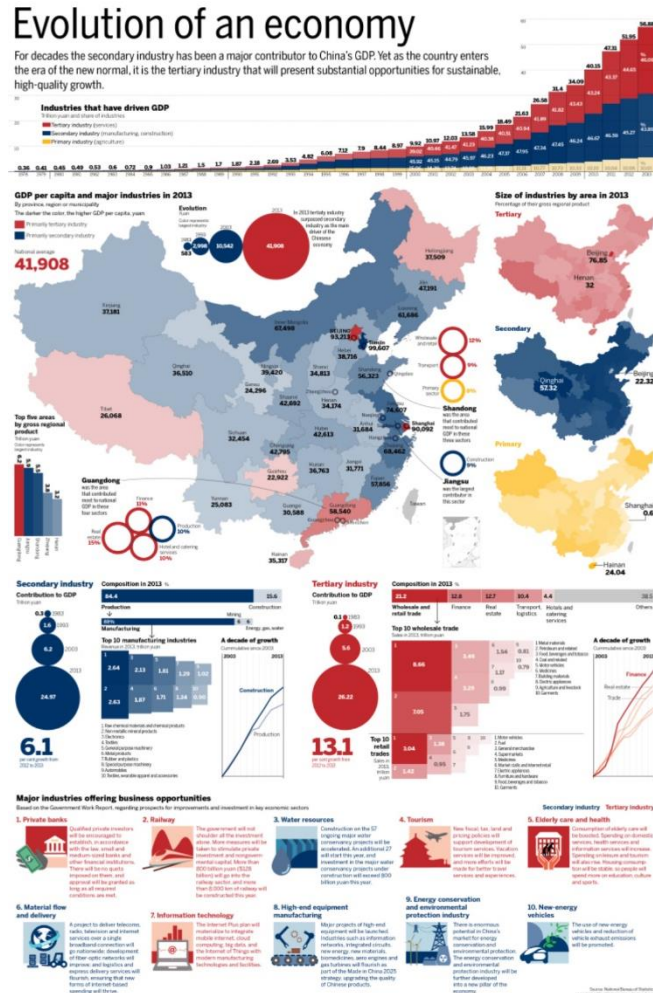
Dünyanın her yerinde etkili bir iletişim kaynağı olan infografik, grafik tasarımın en çok emek gösterilmesi gerektiren çeşididir. Çünkü oldukça yoğun bilgi içeriğine sahip olmasından dolayı tek başına oluşturma süreci

imkânsızdır. Verileri araştırmak, ayrıntılı ve doğru bilgileri elde etmek için hem zamanı hem de özveriye alan çok uzun bir prosedürdür içermektedir.

Pandemi döneminde 13 Mart 2020 tarihinde Sağlık Bakanlığının açıklamasında ilk vakanın görüldüğü ve halkı bilinçlendirmek adına virüse karşı önlemler almak için iletişim kanallarının bütünü kullanılmaya başlanmıştır. Bu süreçte tv, sosyal medya, internet vb. birçok platformda bilgilendirici afişler halka, hedef kitleye ulaştırılmıştır. COVID 19 rehberi, kitapçıklar, afişler, Açık hava reklamları, videolar gibi iletişim çalışmalarına yer verilmiştir. İletişim tasarımının amacı hedef kitle ile mesajı iletme aşamasında karmaşık olmadan doğrudan anlaşılır ve anında ulaşılabilir olmasıdır. Bilgilendirme amaçlı hazırlanan bu afiş tasarımlarında şemalar grafikler ve nesnel bilgileri aktarması gerektiği için infografik tasarım yöntemi kullanılarak tasarım yapılmıştır. İletişim kurmak ve doğru mesajı iletme bağlamında verilerin bilgilendirici kuralların halka ulaşması ve anlaşılır olması için bu tasarım yöntemi kullanıldığı görülmektedir. Tipografi ve piktogramlarla oluşturulan tasarımda afiş hangi sosyo kültürel alanda izleyici ile buluşsa mesajı iletmesi mümkün olmuştur. Görsel yollarla bilgiyi kolay ve anlaşılır biçimde hedef kitle ile buluşturmuştur. Renklerde kontras dengesi ve kurumsal olarak Sağlık Bakanlığı rengi olan turkuaz yeşil kullanılmış bu renge kontras olarak ve tehlikeyi dikkati simgeleyen kırmızı renk kullanılmıştır.

6. RENGİN İNFOGRAFİK TASARIMINA ETKİLERİ

Bir infografik renkten ayrı düşünmek mümkün değil. İnfografik tasarımlar insanları ve toplumları bilgilendirme amaçlı yaratıldığı için renklerin vurgulayıcı özelliğinden yüksek oranda faydalanılır.



Şekil 4: İnfografik tasarımda renk

Renk kullanımına örnek olarak incelediğimizde Çin'in ekonomisini anlamak başlığında farklı renkler ile farklı türden bilgiler eşleştirilerek renklerin güçlü ve yoğun kullanımıyla infografik tasarlanmış. Harita üzerinde farklı 58 renk tonlarıyla ekonomik değişimler vurgulanmış. Sarı renk ile birinci derece endüstri (tarım), mavi renk ile ikinci derece endüstri (imalat sanayi) ve kırmızı renk ile de üçüncü derece endüstriler (servis) gösterilmiştir (Gökçe, 2018).

7. SONUÇ

Bu çalışmada afiş tasarımı kullanılan info grafiklerin incelenmesi amaçlanmıştır. Günümüzde afiş tasarımlarına sıklıkla hemen hemen her yerde rastlamaktayız. Afiş tasarımlarını bazen bir ürünün reklamını yaparken, bazen propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Bazen sosyal bir mesaj verirken, infografiklerinde bilgiyi daha kolay anlaşılır hale getirdiği için info grafiklerin afiş tasarımlarında arttığı bazense kültürel bir bölgenin tanıtımı yaparken görebilmekteyiz.

Afiş tasarımında kullanılan İnfografikler, teknolojinin gelişmesiyle birlikte hızlı artan iletişim kurma ihtiyacının karşılanması doğrultusunda yaşanan güvenilir bilgi sorunsallarına da çözüm olarak görülebilir. İnfografik tasarımları, paylaşılabilirlik özelliği ile istenilen iletilerin daha geniş kitlelere ulaşmasında önemli katkısı sağlamıştır. İnfografik ve veri görselleştirme çalışmaları bilgiyi sistemli olarak sunan içeriğine göre kimi zaman eğitici, kimi zaman ikna edici ve yönlendirici olma gibi nitelikler taşıyan güçlü araçlardır. Afiş tasarımlarında veri görselleştirme ve infografiklerin yer alması, bilgi çağının gereksinimleri karşılayacaktır. Bilgi grafikleri karmaşık bilginin açıklıkla anlatılmasına gereksinim duyulan her türlü yerde kullanılabilir. Bu grafiklerin görsel anlatım her zaman daha kolay algılanabilir ve anlaşılabilir. Akılda kalıcıdır çabuk unutulmaz. Kısa sürede daha fazla bilgi aktarımı sağlandığı için giderek artan yığınlar haline gelmiş veri ve bilgi gözlemlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Alaman, Ş., (2014), “Afişlerin Görsel ve İşlevsel Olarak İncelenmesi”, İstanbul: Arel Üniversitesi Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Sosyal Lisans Tezi).
- Gökçe M., (2018), “Görsel İletişim Tasarımında İnfografik Kullanımı ve Uygulamalar”, İstanbul: Arel Üniversitesi Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Sosyal Lisans Tezi).
- Krum, R. (2014). Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design. John Wiley & Sons, Inc. Indiana.
- Martin, L. J., Turnquist, A., Groot, B., Huang, S. Y., Kok, E., Thoma, B., & van Merriënboer, J. J. (2019). Exploring the role of infographics for summarizing medical literature. *Health Professions Education*, 5(1), 48-57. <https://doi.org/10.1177/1524839908325267>
- Özmutlu, A., (2009), “Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergibilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı”, Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)
- Siricharoen, W. V. (2013). Infographics: the new communication tools in digital age. In *The international conference on e-technologies and business on the web (ebw2013)* (pp. 169-174).
- Sözer, M., & Tanyeli, U. (1986). *Sanat Kavramı ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Smiciklas, Mark, (2012). *The Power of Infographics*, ABD: Pearson Education, Inc.
- Wildbur, P. AndBurke. (2001). “*Information Graphics*”. Thamesand Hudson LTD. London.
- Yanık A. (2008). *Bilgilendirme Amaçlı Etkileşimli Ortamlarda Grafik Arayüz, Bir DVD Kamera İçin Sayısal Kullanım Kılavuzu*, (Sanatta Yeterlilik Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Wilbur, Burke, 2001: 6; Aktaran: Cemelelioğlu A., 2016: 167