

Afet Odaklı İletişimde Infografik Kullanımı: Z Kuşağının 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremlerini Alımlama Biçimleri Üzerinden Bir Analiz

Doç. Begüm Aylin ÖNDER¹

ÖZ

Fizyolojik ve biyolojik pek çok yaşam dinamiklerinin kusursuz şekilde işlemesi için yaşayan bir varlık olarak yer kürenin de belirli dönemlerde ani, farklı hız ve büyüklüklerde ortaya çıkardığı hareketler yeryüzünde kökeni doğal nedenlere bağlı sarsıntıların oluşmasına; bir başka ifadeyle, deprem ya da zelzelerin meydana gelmesine neden olmaktadır. Bu depremler önlemler alınmadığı takdirde mal ve can güvenliğinin tehlikeye girmesine ve hatta insanlığın eşsiz acılar yaşamasına neden olabilmektedir. Yeryuvarının en karmaşık bölgelerinde yer alan ve yüz ölçümünün %42'si birinci deprem kuşağında yer alan Türkiye'de Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı'nın (AFAD) açıklamasına göre, 6 Şubat 2023 tarihinde atımlı fay zonlarından olan Doğu Anadolu Fay Zonu üzerinde beş ayrı parçanın, beş ayrı segmet ile kırılması ile iki büyük deprem gerçekleşmiştir. Bu tarihte yaşanan depremlerden ilki saat, 04.17'de merkez üssü Kahramanmaraş'ın Pazarcık ilçesinde 7,7 büyüklüğünde; dokuz saat aralıklarla ikincisi ise, merkez üssü Kahramanmaraş'ın Elbistan ilçesinde 7,6 büyüklüğünde ölçülmüştür. Cumhuriyet tarihinin bu en büyük felaketi olarak tanımlanan, büyük oranda can ve mal kaybına neden olan depremler en çok Kahramanmaraş, Hatay, Gaziantep, Malatya, Diyarbakır, Kilis, Şanlıurfa, Adıyaman, Osmaniye, Adana ve Elazığ başta olmak üzere; ülkenin pek çok ilinde kendini hissettirmiştir. Toplumsal travmalara neden olan bu deprem, devlet ve gönüllüler başta olmak üzere, pek çok yurttaşın arama, kurtarma çalışmalarında yer almalarına neden olmuştur. Fiziksel faaliyetlerin yanı sıra bu olağanüstü döneme bakıldığında, konvansiyonel medyanın yanı sıra, sosyal kriz durumlarında sosyal medya platformlarının da; iletişim sağlama, bilgi alışverişinin gerçekleştirilmesi, kanaat oluşturma açısından gerek devletin üst makamları, sivil toplum kuruluşları, devlete bağlı belediyeler, dernekler, kolluk kuvvetleri ile ünlü/ünsüz vatandaşlar tarafından oldukça aktif ve yoğun kullanıldığı görülmüştür. Özellikle sivil toplum kuruluşlarının bu dönem dahilinde afet iletişiminin sağlanması noktasında, öğrenme ve öğretme stratejisi olarak kullanılan; ihtiyaç duyurma, deprem konusunda bilgi verme, toplumsal bir farkındalık yaratma maksadıyla görselleştirme yoluyla karmaşık bilgilerin basit ancak anlaşılır şekilde görselleştirilerek kitlelere aktarılmasında önemli role sahip infografikleri sıklıkla kullandıkları gözlemlenmiştir. Bilindiği gibi infografikler, herhangi bir konudaki karmaşık yapıları sahip bilgilerin görselleştirilebilmesi açısından diğerler anlatı biçimlerinden ayrılmakta ve birbirini tamamlayan içeriklerin metin ve grafikler yardımıyla bütüncül bir görüntüye dönüştürülmesini sağlayan kolay erişilebilir, anlatı ve görselleştirme araçlarındandır. Dahası birbirinden farklı amaçlar doğrultusunda üretilen tüm infografiklerde amaç herhangi bir konudaki medyumun hedef kitle tarafından en kısa yoldan, doğru şekilde anlaşılması ve kitlenin aktif olarak bilgiyi okuyabilmesidir. Bu açıdan infografikler sistematik ve bütüncül görselleştirmeye sahip içerikleri sayesinde hedef kitle tarafından rahatlıkla alımlanmasına/anlaşılmasına olanak tanımaktadır.

Bu kapsamda Stuart Hall'un ve İngiliz Kültürel Çalışmaları Ekolü'nün alımlama analizi kavramsallaştırmasından hareketle bu çalışmada, 6 Şubat Kahramanmaraş'ta meydana gelen iki büyük deprem nedeniyle sivil toplum kuruluşları ve derneklerin deprem sonrasındaki ilk yedi günlük süreçte, sosyal medya platformlarından Instagram'da bilgi aktarma, sosyal bilinç oluşturma ve/veya ihtiyaç duyurma amacıyla paylaştıkları deprem içerikli infografik gönderilerinin, 1997- 2002 aralığında doğanlar olarak bilinen Z kuşağına mensup bireyler tarafından nasıl alımlandığının analizi yapılacak olup, varsa alımlamalar arasındaki benzerlikler ile farklılıkların tespiti yapılacaktır. Çalışmada örneklem, Türkiye'de Yüksek Öğretim Kurumu'na bağlı olan üniversitelerin Lisans Bölümleri ile Lisansüstü Eğitim Enstitüleri'nin; Görsel İletişim Tasarım, Grafik Tasarım, Yeni Medya ve İletişim bölümlerinde/programlarında aktif olarak eğitim gören; teknoloji kullanım alışkanlıkları yönüyle de diğer kuşaklardan ayrılan 1997- 2002 aralığında doğanlar olarak bilinen Z kuşağına mensup bireylerden oluşmaktadır. Bu bağlamda çalışma nitel araştırma yöntemlerinden odak (focus) grup tekniği kullanılarak, Z kuşağına mensup olmak koşuluyla, 10 üniversite öğrencisi üzerinden gerçekleştirilecektir. Çalışma 6 Şubat 2023 itibariyle gerçekleşen depremler sonrasında ilk bir hafta içinde üç (3) sivil toplum kuruluşu tarafından üretilen ve Instagram platformundaki resmî hesapları üzerinden paylaşılan infografikler ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada Z kuşağı

¹ İstanbul Arel University, Türkiye, begumaylinonder@arel.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-0314-2843

bireylerinin afet dönemlerinde infografikler ile paylaşılan içerikleri alımlama biçim ve süreçlerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Araştırmanın afet kaynaklı kriz dönemlerinde afet odaklı iletişiminin infografikler üzerinden nasıl yapıldığına ve nasıl alımlandığına dair bilgiler içermesinin yanında infografikler üzerinden benzer çalışmaların alanyazında oldukça yetersiz olması dolayısıyla gelecekte yapılacak çalışmalar ile literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Afet Odaklı iletişim, Z Kuşağı, Bilgi Görselleştirme, Infografik, Alımlama Analizi.

**Use Of Infographics In Disaster-Oriented Communication:
An Analysis On The Modes Of Reception Of The 6 February 2023 Kahramanmaraş
Earthquakes Of Generation Z**

Assoc. Prof. Begüm Aylin ÖNDER²

ABSTRACT

For the perfect functioning of many physiological and biological dynamics of life, the sudden movements of the earth as a living entity in certain periods, at different speeds and sizes, cause tremors on earth due to natural causes; In other words, it is to cause earthquakes to occur. If precautions are not taken, these earthquakes can endanger the safety of property and life and even cause unmatched suffering to humanity. In Turkey, which is located in the most complex regions of the earth and 42% of its surface area is located in the first earthquake belt; According to the statement of the Disaster and Emergency Management Presidency (AFAD); On February 6, 2023, two major earthquakes occurred on the East Anatolian Fault Zone, which is one of the slip-on fault zones, with the breaking of five separate segments with five separate segments. The first of the earthquakes on this date was at 04:17, with a magnitude of 7.7 in the Pazarcık district of Kahramanmaraş; The second, at nine-hour intervals, was measured at a magnitude of 7.6 in the Elbistan district of Kahramanmaraş. Defined as the biggest disaster in the history of the Republic, earthquakes that caused great loss of life and property, mostly in Kahramanmaraş, Hatay, Gaziantep, Malatya, Diyarbakır, Kilis, Şanlıurfa, Adıyaman, Osmaniye, Adana and Elazığ; made itself had been felt in many provinces of the country. This earthquakes, which caused social trauma, caused many citizens, especially the state and volunteers, to take part in search and rescue efforts. In addition to physical effects, looking at this extraordinary period; In addition to conventional media, social media platforms in social crisis situations; It has been seen that it is used very actively and intensively by the top authorities of the state, non-governmental organizations, state-affiliated municipalities, associations, law enforcement officers and famous/unknown citizens in terms of communication, information exchange, and opinion Especially in this period, at the point of ensuring disaster-oriented communication of non-governmental organizations; used as a learning and teaching strategy; It has been observed that they frequently use infographics, which have an important role in conveying complex information to the masses by visualizing in a simple but understandable way, with the aim of giving information about the earthquake, raising social awareness and giving information. As it is known, infographics are easily accessible, narrative and visualization tools that distinguish them from other forms of expression in terms of visualizing information in a complex structure on any subject, and transforming complementary content into a holistic image with the help of text and graphics. . In addition, the purpose of all infographics produced for different reasons is for the target audience to understand the media in the shortest possible way and to actively read the information. In this respect, infographics provide easy reception by the target audience, thanks to their systematic and holistic visualization content.

In this context, starting from Stuart Hall's and British Cultural Studies School's conceptualization of reception analysis; In this study, due to the two big earthquakes that occurred in Kahramanmaraş on February 6, non-governmental organizations and associations in the first seven days after the earthquake; infographic posts with earthquake content shared for the purpose of transferring

² İstanbul Arel University, Türkiye, begumaylinonder@arel.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-0314-2843

information, raising social awareness and/or needing; It will be analyzed how it is received by individuals belonging to the Z generation, known as those born between 1997-2002, and the similarities and differences between the receptions, if any, will be determined. In the study, the sample consists of the Undergraduate Departments and Graduate Education Institutes of the universities affiliated to the Higher Education Institution in Turkey; Actively studying in Visual Communication Design, Graphic Design, New Media and Communication departments/programs; Known as those born between 1997-2002, who differ from other generations in terms of their technology usage habits; It consists of individuals belonging to the Z generation. In this context, the study was conducted using the focus group technique, one of the qualitative research methods; It will be held over 10 university students, provided that they are members of the Z generation. The study was limited to the infographics produced by three (3) non-governmental organizations in the first week after the earthquakes that took place as of February 6, 2023 and shared through their official accounts on the Instagram platform. In this study, it is aimed to reveal the way and processes of Z generation individuals' reception of content shared with infographics during disaster periods. It is thought that the research will contribute to the literature with future studies due to the fact that similar studies on infographics are quite insufficient in the literature, as well as containing information on how disaster-focused communication is made and received through infographics.

Keywords: *Disaster Focused Communication, Generation Z, Information Visualization, Infographic, Reception Analysis.*