



www.turkishstudies.net/turkishstudies

Turkish Studies

eISSN: 1308-2140

Research Article / Araştırma Makalesi



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

İletişim Aracı Olarak Pul Tasarımlarında, Sosyal İçerikli Görsel Anlatım

Social Content Visual Expression in Stamp Designs as a Communication Tool

Burak Erhan Tarlakazan*

Abstract: Delivering a message for the product, concept and service to the targeted audience. Advertisement is doing that in capable platforms. In this sense; TV, radio, cinema, magazines, billboards, flyers, panels, internet and mobile applications etc. are emerge as an area of promotion and area design activities. In the design-promotional activities, besides the commercial purpose, there are also advertisements with social content in order to change the attitudes and behavior of the individuals in the public interest and one of the advertising areas for delivering a social message are post stamps. Besides specifying the cost of the posting service, stamps also act as an envoy of culture with their exclusive designs. Through posting from town to town or country to country and through the ingenuity of the collectioners, this visual symbols can reach a lot of people. Considering this feature, stamp designs are emphasized as an important area for delivering social messages to large masses. This research discusses the social messages and contents in the Republican Era Stamps according to years. In this sense, from the first postal stamp to the day-to-day stamps which include a social message are examined and evaluated according to years. Within this scope, a total of 32 postage stamps published between 1977 and 2023 were examined, beginning with the first issued stamp in 1977. The analysis revealed that these stamps addressed a range of social issues, including traffic safety, public health, environmental concerns, peace, awareness of individuals with disabilities, and organ donation. Accordingly, it has been observed that stamp designs serve as effective communication tools for raising social awareness, fostering public consciousness, and highlighting ethical values through socially themed visual expression.

Structured Abstract: This article examines the function of graphic design within the context of social themes and content, as well as its reflections on postage stamp designs. It explores how these elements transform into tools of visual communication. The study's literature framework is constructed around themes of communication, graphic design, stamp design, advertising, marketing, campaigns, social campaigns, and social issues represented in stamp designs. The research offers a different perspective on the stamp design literature by organizing social-themed stamps chronologically across the years. All stamps issued in the Republic of Türkiye from the first stamp in Turkish philatelic history up to the date of the study were identified and examined through historical sequencing using sources such as the "PTT Philately Service," printed materials, and online databases. The selected stamps were produced to raise awareness about various social issues and to foster or strengthen public consciousness. The themes, visual content, figures, and symbols present in these stamps were analyzed using visual content analysis. Within the scope of the study, stamp designs featuring social themes and messages—including those with slogans and direct communicative intent aimed at the

* Doç. Dr. Kastamonu Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü.

Associate Professor, Kastamonu University, Faculty of Fine Arts and Design, Department of Graphic Design.

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5826-2148>

tarlakazan@hotmail.com

Cite as/ Atıf: Tarlakazan, B.E. (2025). İletişim Aracı Olarak Pul Tasarımlarında, Sosyal İçerikli Görsel Anlatım. *Turkish Studies*, 20(3), 1869-1906. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.82804>

Received/Geliş: 30 June/Haziran 2025

Accepted/Kabul: 25 September /Eylül 2025

Published/Yayın: 30 September /Eylül 2025

Checked by plagiarism software



viewer—were included. However, commemorative, celebratory, and specific-event stamps (such as the 1980 Environmental Health, 1981 International Year of Disabled Persons, 1981 Literacy Campaign, 1982 Energy Conservation, 1986 Nature Protection and Environmental Health, 2013 World Environment Day, 2015 World Water Day, 2017 Year of the Turkish Language, 2021 Tolerance and Love, etc.) were excluded from the analysis. The study focuses on social-themed postage stamps issued up to the date of the research. The social themes represented in these stamp designs were evaluated through thematic analysis, examining which social topics were prominent, which periods showed thematic concentration, and whether the variety of themes expanded or narrowed over time. The visual elements of the stamps—such as colors, symbols, figures, and composition—were analyzed using visual content analysis. Visual content analysis is a commonly used qualitative method for decoding and interpreting visual elements in communication media (such as photographs, films, song lyrics, advertisements, etc.), (Alanka, 2024, s.71). In the course of the study, it was determined that there are 32 postage stamps related to the subject, with the first issued in 1977 and the most recent one in 2023, as of the research date (June 2025). The themes addressed in these stamps include social topics such as traffic safety, health and environmental issues, waste reduction, recycling, water consumption, peace, brotherhood, love and tolerance, awareness of individuals with special needs and disabilities, forest fires, organ donation, and the role of women in society. Through the social content embedded in stamp designs, a wide range of human-centered issues can be addressed. In this context, stamps conveying ethical, legal, and societal messages related to values such as unity, solidarity, and morality emerge as powerful visual communication tools that gain symbolic depth through the use of visual metaphors. The symbolic elements placed on the stamp surface serve not only as visuals but also as forms of cultural discourse and collective memory. Stamps themed around environmental awareness and protection are produced with an artistic and visually compelling communication language intended to enhance public awareness. These designs function as ecological manifestos, emphasizing the strong potential of such visual media to support communication efforts and reinforce social sensitivity. Similarly, stamps focusing on disability and aiming to increase the visibility of individuals with disabilities in public life highlight the principle of social inclusion. These designs contribute to the development of empathy and the promotion of awareness toward disadvantaged groups in society. Awareness stamps specifically designed for individuals with Down syndrome are also notable for their high communicative value. These designs support the fight against discrimination, promote respect for differences, and contribute to the construction of inclusive social structures. Such stamps function not only as tools of communication but also as visual manifestos of acceptance, inclusion, and love-based communication. At the same time, they serve as objects of art that activate public conscience and elevate social awareness. Stamps themed around women's rights serve as symbolic tools for promoting gender equality by highlighting and supporting women's presence in political, social, and economic spheres. These designs actively engage in public discourse, aligning with principles of individual rights and social justice. Similarly, stamps designed to combat waste—particularly those emphasizing water conservation—play a functional role in promoting a culture of sustainable living. As visual instruments, these stamps contribute to public education and awareness by encouraging the preservation of natural resources and the adoption of conscious consumption habits. Organ donation-themed stamps foster a sense of social responsibility within the framework of medical ethics by promoting the values of sharing life and offering hope to others. The visual elements used in these designs become symbolic representations of saving lives and fostering solidarity. In light of all these evaluations, it can be asserted that stamp designs addressing social issues are not only effective communication tools but also significant design products with the potential to strengthen public engagement and awareness in relevant thematic areas.

Keywords: Graphic design, Stamp design, Philately, Social message, Visual Communication, Visual representation

Öz: Ürün, kavram, hizmet adına bir iletiyi yaymak, hedeflenen kitleye mesajı ulaştırmak amacıyla reklam; bu amacı gerçekleştirebilecek mecralar üzerinde, faaliyetler gerçekleştirmektir. Bu anlamda, TV, radyo, sinema, gazete ve dergiler, el ilanları, pano, billboard ve benzeri dış mekan uygulamaları, internet ve mobil uygulamaları vb. birçok alan tasarım ve tanıtım faaliyet alanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarım-tanıtım faaliyetleri içerisinde ticari amacın dışında, kamu yararına, bireylerin tutum ve davranışlarını değiştirmek amacıyla sosyal içerikli reklamlar da yapılmaktadır. Bu tip uygulamalar yaygın olarak kamu spotu şeklinde radyo, TV ve dijital platformlarda, afiş tasarımlarında ve kimi ürünlerde ambalaj tasarımlarında kullanılmaktadır. Günümüzde kamu mesajlarının iletilmesine yönelik tasarım alanlarından birisi de posta

pullarıdır. Pullar postalama hizmetinin ücretini belirtmenin yanı sıra, tasarımlarıyla ait oldukları ülkelerin birer kültür elçisi olarak ta hizmet etmektedir. Gerek postalamayla ilden ile ülkeden ülkeye, gerekse koleksiyonerler marifetiyle, çeşitli etkinliklerle; bu görsel simgeler birçok kişiye ulaşabilmektedir. Söz konusu özellik dikkate alındığında pul tasarımlarının, sosyal mesajların geniş kitlelere ulaştırılmasında önemli bir alan olarak öne çıkarmaktadır. Araştırmada yıllara göre, Cumhuriyet dönemi pullarında yer verilen sosyal mesaj ve içerikleri konusu ele alınmıştır. Bu anlamda ilk basılandan günümüze kadar olan posta pulları incelenmiş, üzerinde toplumsal ileti taşıyanlar tespit edilerek, yıllara göre değerlendirilmiştir. Bu kapsamda; ilki 1977 yılında basılmış olan puldan başlayarak 2023 yılına kadar yayımlanmış toplam 32 pul incelenmiş ve bu pullarda trafik, sağlık, çevre, barış, engelli bireyler, organ bağışı gibi toplumsal meselelerin işlendiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, pul tasarımlarının sosyal içerikli görsel anlatım yoluyla; sosyal bilinç oluşturma, toplumsal farkındalık yaratma ve etik değerlere dikkat çekme gibi konularda etkili birer iletişim aracı olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, Pul tasarımı, Filateli, Sosyal mesaj, Görsel İletişim, Görsel anlatım.

Giriş

Ticari bir faaliyet alanı olan reklam, ürün ya da hizmetlerin tüketiciye ulaştırılması aşamasında belli bir ücret karşılığında çeşitli alanlarda tanıtım ve hatırlatma işlevini üstlenmektedir. Bu işlev; akılda kalıcılığın yanı sıra, bir tercih oluşturma, farkındalık yaratma ve bilinçlendirme durumlarını içermektedir.

Reklam tanımı tarihsel süreç içinde farklılık ve çeşitlilik göstermiştir. Bunun başlıca nedenleri; üretimin kitlesel bir nitelik kazanarak büyük boyutlara ulaşması, tüketici sayısının artması ve tüketicilerin giderek daha çok bilinçlenmesi, tüketici istek ve beklentilerinin sürekli değişmesi, üreticilerle tüketiciler arasındaki mesafenin her geçen gün daha da artmasıdır. Ayrıca; küreselleşme ile birlikte rekabetin boyutlarının büyümesi, çok geniş bir alana yayılmış tüketicilere mal ve hizmetlerin ulaştırılabilmesi için kullanılan aracı kurumların artması vb. olarak sıralamak ve bu listeyi daha da genişletmek mümkündür.

Reklamcılık ticari bir pazarlama alanıdır. Pazarlanan ürün ya da hizmet adına, nihai tüketicinin düşüncesini eyleme dönüştürme sürecindeki ticari faaliyetleri içermektedir.

Bu noktada, günümüzün çağdaş pazarlama anlayışını yansıtmaya açısından Amerikan Pazarlama Birliği'nin (American Marketing Association) pazarlama tanımına yer vermekte fayda görülmektedir. AMA'ya göre pazarlama; "bireysel ve kurumsal amaçları tatmin edecek değişimleri sağlamak üzere ürün, hizmet ve fikirlerin şekillendirilmesi, fiyatlandırılması, dağıtımı ve tutundurulmasını (iletişim) planlama ve uygulama sürecidir (Bennet 1995, s.48).

Pazarlama, bireylerin ve kurumların ihtiyaçlarını ve isteklerini tatmin etmeye yönelik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, dağıtılması ve tutundurulması süreçlerini içeren bir değişim faaliyetidir. Bu süreç, müşteri değeri yaratmaya ve müşteri ilişkilerini yönetmeye odaklanır.

Pazarlama faaliyeti, kampanyalar düzenlenerek gerçekleştirilmektedir. Bu kampanyalar aracılığıyla hedef kitleye ulaşmak, ürün veya hizmetlerin bilinirliğini artırmak ve satışları teşvik etmek amaçlanmaktadır. Kampanya sürecinde çeşitli mecralar kullanılarak etkili tanıtım çalışmaları yapılmakta, müşteri ihtiyaçları ve piyasa trendleri doğrultusunda stratejiler geliştirilmektedir. Böylece markanın pazardaki konumu güçlendirilirken, müşteri bağlılığı da artırılmaktadır.

Kampanyalar, ticari kampanyalar ve sosyal kampanyalar olarak iki ana başlık altında incelenebilir. Ticari kampanyalar, genellikle satışları artırmak, marka bilinirliğini yükseltmek ve rekabet avantajı sağlamak amacıyla düzenlenir. Bu tür kampanyalarda tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra; indirimler, promosyonlar, özel teklifler gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Sosyal kampanyalar ise toplumsal farkındalık yaratmayı, sosyal sorumluluk projelerini desteklemeyi veya kamuoyunu

bilinçlendirmeyi hedefler. Eğitim, çevre, sağlık gibi alanlarda düzenlenen sosyal kampanyalar, marka imajını güçlendirmenin yanı sıra toplumsal katkı sağlamaya yönelik bir rol üstlenmektedir.

Bu aşamada “sosyal kampanyalar bir pazarlama faaliyeti midir?” sorusuna cevap aramakta fayda vardır. Sosyal kampanyaların pazarlama faaliyeti kapsamında ele alınması kampanyanın amacına ve yürütülme biçimine bağlıdır. Eğer sosyal kampanya bir ürün, marka ya da kurum imajını güçlendirmeyi amaçlıyorsa bu durumda bir pazarlama faaliyeti olarak değerlendirilebilir.

Örneğin bir kozmetik markasının “kadınlara şiddete hayır” kampanyası yapması bir yandan toplumsal bir mesaj verirken, diğer yandan markanın duyarlılığını göstererek marka değerini artırmaktadır. Bu tarz kampanyalar, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) adı altında yürütülürken stratejik pazarlamanın bir parçası olarak görmek mümkündür.

Diğer taraftan; kampanya yalnızca toplumsal fayda amacı güdüyorsa; bu durumda, doğrudan pazarlama faaliyeti sayılmaz, ama dolaylı olarak iletişim değeri taşır. Örneğin bir kamu kurumunun geri dönüşüm bilincini artırmak için yaptığı kampanya bir pazarlama faaliyeti değil, kamu hizmetidir ve bu hizmet şeklini halkla ilişkiler veya sosyal pazarlama kapsamında değerlendirilmek gerekmektedir.

Özetle; ticari kurumlar tarafından yürütülen sosyal kampanyalar, genellikle pazarlama faaliyeti olarak değerlendirilirken, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar veya devlet kurumları tarafından yapılan kampanyalar daha çok toplumsal iletişimle ilgili olmakla beraber “sosyal pazarlama” kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Bu araştırmada, resmi belge niteliğinde olan ve genellikle devletin yetkilendirdiği kurum veya kuruluşlar tarafından basımı gerçekleştirilen pul tasarımlarında yer alan sosyal konular ele alınmıştır. Hizmet bedeli karşılığı olmasından daha ziyade bir iletişim aracı olarak kendi küçük ama etkisi büyük olan pul tasarımları, özellikle bir koleksiyon ürünü olarak dünya üzerinden geniş bir dolaşım alanına sahip olması bakımından önemli görsel materyallerdir.

Bu yönüyle, pul tasarımlarında yer alan sosyal içeriklerin incelenmesi; sosyal konuların ele alınış sıklığı ve biçimini, dönemin toplumsal değerlerini ve kültürel önceliklerini, seçilen görsellerin tercih ve kullanım biçimlerini anlamak açısından önemli addedilerek bu çalışmaya konu edilmiştir.

Grafik Tasarım-Reklam-Sosyal Reklamlar ve Pul Tasarımları

Günümüz görsel iletişim çağında grafik tasarım; yalnızca estetik bir araç değil, aynı zamanda toplumsal mesajların etkili biçimde iletilmesinde önemli bir rol oynayan stratejik bir unsurdur. Reklamcılık alanında grafik tasarım, ticari amaçlarla tüketici davranışlarını yönlendirmeyi hedeflerken; sosyal reklamlar aracılığıyla toplumsal farkındalık oluşturmak, kamuoyunu bilinçlendirmek ve sosyal değişimi teşvik etmek gibi daha geniş bir misyona sahiptir.

Grafik tasarım, görsel iletişim tasarımı olarak ta nitelendirilmektedir. İletilmek istenen mesajı, görsel iletişim yoluyla hedefe ulaştırmada, estetik niteliklerle beraber resim ve yazının birbirini tamamlayan bütünlükte kullanılarak uygulanan tasarımıdır (Eczacıbaşı, 1997, s. 702).

Reklam ise; kitle iletişim araçları kullanılarak kitleleri satın almaya yöneltme işidir (Hofsoos, 1996, s. 21). Reklam; istek oluşturmak, mal ve hizmet satın almaları için tüketicileri harekete geçirmeye ve onların dikkatini çekmek için çalışır (Berger, 2011, s. 7).

Reklam; her ne kadar temelde ticari bir amacı gerçekleştirmek ve kar elde etmek amacıyla gerçekleştirilen bir tutundurma faaliyeti olarak düşünülse de, toplumsal yarar amacı da bulunmaktadır. Çeşitli kurumlar, toplumsal yaşamdaki herhangi bir soruna ilişkin gerçekleştirdikleri etkinlikleri farklı medya araçları ile reklam sayesinde kitlelere duyurmakta ve onları ikna etmeye çalışmaktadırlar (Yıldız ve Deneçli, 2011, s. 97).

Günümüzde mal ve hizmetlerin yanı sıra fikirler, kişiler, kurumlar da giderek reklamdan yararlanır hale gelmişlerdir (Topçuoğlu, 1996, s.183).

Reklamcılık alanında kullanılan yöntemler, yalnızca ticari amaçlarla sınırlı kalmayıp, benzer görsel ve stratejik yaklaşımlarla toplumsal sorunlara dikkat çeken sosyal reklamlarda da etkili biçimde kullanılmaktadır. Ticari reklamcılıkla aynı görsel dili kullanan sosyal reklamlar, kamuoyunu toplumsal konular hakkında bilgilendirmeyi ve duyarlılık oluşturmaya amaçlar.

Sosyal mesajların iletişim işlevi, bireyler ve toplumlar arasındaki etkileşimde önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Toplumsal sorunlara dikkat çekme, farkındalık yaratma ve kamuoyunu bilinçlendirme amacıyla kullanılan bu mesajlar; yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda yönlendirme ve tutum değiştirme işlevi de üstlenmektedir. Özellikle kitle iletişim araçları ve görsel kültür ürünleri aracılığıyla aktarılan sosyal mesajlar, bireylerin algı ve davranış biçimlerini şekillendirme gücüne sahiptir. Bu bağlamda, yalnızca bir içerik aktarımı değil, aynı zamanda kültürel değerlerin yeniden üretimi ve toplumsal dönüşümün teşvik edilmesi açısından da kritik bir rol oynamaktadır.

Sosyal reklam (pazarlama), “hedef kitlenin veya toplumun bir bütün olarak sağlığını ve iyiliğini geliştirme doğrultusunda olumlu davranış biçimleri geliştirmesini sağlamak amacıyla geleneksel pazarlama tekniklerinin kullanılması”dır (Weinreich, 1999, s. 3-4).

Sosyal reklamlar ile hedef kitle üzerinde tutum ve davranış değişimi amaçlanmaktadır. Örneğin sigaranın zararlarını göstermek için yapılan reklamlar sosyal reklamlardır (Tikveş, 2005, s. 198). Sosyal reklamlar, toplumsal farkındalık oluşturma amacı taşıyan görsel ve işitsel içerikler üretirken; bu içeriklerin televizyon, radyo ve dijital platformlarda resmi kurumlar aracılığıyla yayımlanan biçimi kamu spotu olarak adlandırılmaktadır.

Sosyal reklamların amaçladığı toplumsal bilinçlendirme, resmi kurumlar tarafından hazırlanan ve medya kanallarında yayımlanan kamu spotları aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaştırılmaktadır. Kamu spotları, toplumsal sorunlara dikkat çekmek ve bireylerin davranışlarını olumlu yönde değiştirmek için etkili bir araç olarak kullanılmakta ve böylece grafik tasarım ve görsel iletişim, hem sosyal reklamların hem de kamu spotlarının temel bileşeni olarak toplumda önemli bir rol üstlenmektedir.

Sosyal sorumluluk anlayışı içerisinde uygulanan reklamlardan biri olan kamu spotu reklamları; içki, sigara gibi zararlı alışkanlıkların önlenmesi, çevre ve doğanın korunması, hastalıklar hakkında vatandaşların bilinçlendirilmesi, eğitime yönelik kampanyalar, kamu yararına çalışan derneklerin desteklenmesi gibi amaçlar için düzenlenmektedir (Babacan, 2008, s. 32).

Kamu spotu; “kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınca hazırlanan veya hazırlatılan ve Üst Kurul tarafından yayınlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantları”nı içermektedir (RTÜK, 2025).

Reklamcılık, grafik tasarımın en yoğun kullanıldığı alanlardan biri olarak, görsel iletişim gücünü tüketici davranışlarını yönlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Renk, biçim, tipografi ve kompozisyon gibi unsurlar, izleyicide dikkat çekme ve mesajı akılda kalıcı kılma hedefiyle birçok tasarım ürünüde bir araya getirilmektedir. Her ne kadar reklamlar çoğunlukla ürün ve hizmetlerin tanıtımına yönelik olsa da, aynı görsel dili kullanan sosyal reklamlar, kamuoyunu toplumsal konular hakkında bilgilendirmeyi ve duyarlılık oluşturmaya amaçlamaktadır. Bu noktada grafik tasarım, yalnızca ticari değil, aynı zamanda toplumsal sorumluluğa dayalı iletişim biçimlerinin de taşıyıcısı haline de gelmektedir.

Bu bağlamda sosyal reklamlar, kamuoyunu bilinçlendirmek ve davranış değişikliğini teşvik etmek amacıyla tasarlanan içerikler olarak önem taşımaktadır. Nitekim Dursun (2020, s.186),

“Sosyal pazarlama kampanyalarının temel amacı, toplumsal faydayı artıracak davranış değişikliklerini teşvik etmektir.” ifadesiyle sosyal kampanyaların özünü ortaya koymaktadır. Pul tasarımları da benzer biçimde, sosyal içerikli görseller aracılığıyla geniş kitlelere ulaşarak toplumsal faydayı artıracak bilinç ve duyarlılık geliştirmeyi hedefleyen görsel iletişim araçları olarak işlev görmektedir. Sosyal mesajların iletiminde farklı araçlar kullanılmaktadır. Örneğin, COVID-19 sürecinde kamu spotları aracılığıyla yapılan görsel iletişimde mesajların görsel öğeler üzerinden daha çok algılandığı tespit edilmiştir (Yücel, Yücel, Gündüz & İnan, 2020, s. 982).

Buna paralel olarak, grafik tasarımın bir iletişim ürünü olarak posta pulları önem kazanmaktadır. Küçük ebatlarına rağmen güçlü birer mesaj taşıyıcısı olan pullar, hem kültürel değerlerin hem de sosyal konuların görsel anlatımında etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Pul, ulusal ya da uluslararası posta hizmetlerinin yürütülmesinde kullanılan resmi bir kâğıttır. Planlanmasından basım sürecine kadar olan tüm aşamaları devletlerin ilgili resmi kurumları tarafından gerçekleştirilir. Bu bakımdan değerli kâğıt statüsü taşırlar. Mektup, posta kartı ve benzeri posta gönderilerinin alıcıya ulaştırılması amacıyla posta hizmet bedelinin ödendiği anlamını taşımaktadırlar.

Pul; ön yüzeyi çeşitli renklerle basılmış resim, şekil ve motiflerden oluşan arka yüzeyi özel bir zamlı kaplı, etrafında dantel denilen tınakları olan, bazen dantelsiz de olabilen genellikle dikdörtgen, kare, yuvarlak az da olsa üçgen bazen de değişik şekillerde ve farklı ebatlarda olan postada para yerine sürümü bulunan değerli bir kâğıttır (Evren Pul Evi, 1983, s. 6).

Genel kanıya göre, ilk posta pulunun kullanımı, Birleşik Krallık ve İrlanda’da posta sisteminde reform gerçekleştirmek amacıyla Rowland Hill tarafından başlatılan çalışmalar sürecinde hayata geçirilmiştir. 6 Mayıs 1840 tarihinde basılarak dolaşıma giren ve tarihe “Penny Black” adıyla geçen bu ilk pul, siyah renkte tasarlanmış olup üzerinde Hollandalı sanatçı William Mulready tarafından çizilen Kraliçe Victoria portresi yer almaktadır. Bu tasarımıyla pul, yalnızca işlevsel bir yenilik değil, aynı zamanda dönemin estetik ve siyasal temsil anlayışını yansıtan simgesel bir belge niteliği de kazanmıştır (Ward’s, 1918, s. 5–6).

Osmanlı İmparatorluğu Döneminde, ilk Türk Posta Pulu, ince sigara kâğıdı üzerine Darphane-i Amire’de (Devlet Darphanesi) basılmıştır. Taş baskı tekniği ile bastırılan pul, anilin boya ile renklendirilmiştir. İlk pullar iki ve beş kuruşluk olup, üzerinde padişahın tuğrası bulunuyordu. Tuğra ve desenler Sikkezenbaşı Abdülfettah Efendi ile Ensercioğlu Agop tarafından çizilmiştir (Bezaz, 2007, s. 294).

Osmanlı Devleti’nde posta teşkilatının Tanzimat’tan itibaren yeniden yapılandırılması ve 1863’te ilk pulların tedavüle çıkması, pulun yalnızca bir haberleşme aracı değil, aynı zamanda ekonomik ve kültürel bir meta hâline geldiğini göstermektedir (Kış, 2015, s. 325).

Türk filateli (pul-pulculuk) tarihini üç dönem halinde incelemek mümkündür. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1863-1922), Anadolu dönemi (Ankara Hükümeti) (1920-1923) (Osmanlı İmparatorluğunun sonu ve T.B.M.M’nin açılışı ile Cumhuriyetin ilan edilmesine kadar olan süre zarfı filateli tarihimizde Anadolu Dönemi ya da Ankara Hükümeti Dönemi olarak kabul edilmektedir). Cumhuriyet (Türkiye Cumhuriyeti) dönemi (1924- Günümüz).

“Türkiye Cumhuriyeti Devleti adına posta pulları çıkarma yetkisi 5584 sayılı Posta Kanunu ile PTT’ye verilmiştir. Halen PTT’ce sürekli posta pulu, resmi posta pulu ve anma pulları olmak üzere üç kategoride pul çıkarılmaktadır” (Tarlakazan, 2017, s. 352).

Ülkemizde basılacak pullar için emisyon programları PTT Genel Müdürlüğüne yıllık olarak hazırlanmaktadır (Bu programlar PTT flateli pul servisi veb sayfasında emisyon programı başlığı altında yer almaktadır). Programda yer alacak konuların seçiminde; Cumhurbaşkanlığı Genel Sekreterliğinden, Başbakanlıktan, Bakanlıklardan, Genelkurmaydan, Üniversitelerden, vakıf ve

derneklerden, kamu kurumlarından alınan birtakım öneriler ile kurumun tespit ettiği önemli olayların yıl dönümleri ve çeşitli konular değerlendirilmektedir (Tarlakazan, 2018, s. 712).

Posta pulları, yalnızca işlevsel bir görevi yerine getirmekle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bu pulları basan devletin para emisyonlarıyla (madeni ya da kâğıt para) eşdeğer biçimde, ülkenin ideolojik duruşunu, kültürel değerlerini ve ulusal geleneklerini yansıtan bir propaganda aracı işlevi de görmektedir. Bu bağlamda, posta pulları, modern çağın simgesel iletişim araçları arasında önemli bir yer tutmakta; bağımsız devletlerin tarihsel süreçlerini, toplumsal yapılarını ve yaşam biçimlerini anlamada değerli bir görsel ve belge niteliği taşımaktadır (Gasimova ve Ehmedov, 2013, s. 40).

Günümüzde posta hizmetlerinde kullanılmasından ziyade koleksiyon değeri olması bakımından tüm dünyada önemli bir etki alanına sahiptir. Ayrıca filateli (pul koleksiyonculuğu) alanında kültürel ve sanatsal bir değer taşımaktadır. Yıllık planlamalarla çeşitli konular üzerine farklı tekniklerde hazırlanmış görseller pulların iletişim gücünü arttırmaktadır. Ülkelerin, tarihi, kültürü, gelenekleri, özel günleri, önemli şahsiyetleri, vb. çok zengin bir konu içeriğine sahiptir. Bu konular arasında toplumsal farkındalık yaratılması çabalarına katkı sunmak adına sosyal içerikler de yer almaktadır.

Hem postalama hizmeti ve hem de dünya çapında koleksiyonerler aracılığı ile yaygın bir iletişim ağına sahip olan posta pullarında yer alan sosyal içerikler görsel anlatım yoluyla kitlelerle iletişim kurulmasına olanak vermektedir. Kamu yararı ve kitle iletişimi, iletişim işlevi açısından yalnızca posta aracı olmanın ötesine geçerek toplumsal mesajların görsel ve simgesel bir aktarımını sağlamaktadır. Bu tür pullar, kamuoyunu bilgilendirme, farkındalık oluşturma ve toplumsal duyarlılığı artırma işleviyle kültürel bir bellek unsuru olarak değerlendirilebilir.

Pul tasarımları da tıpkı afiş tasarımları gibi, görsel öğeler üzerinden mesajın anlaşılmasını kolaylaştıran birer iletişim aracıdır. Nitekim Tarlakazan ve Tarlakazan (2023, s.1690), “Afiş tasarımında metafor kullanımı, iletişim tasarımı açısından oldukça önemli bir konudur.” diyerek görsel anlatımın gücünü vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, sosyal mesajlı pullarda kullanılan sembol ve imgelerin, afişlerdeki metaforik anlatımlarla benzer şekilde toplumsal farkındalık yaratma işlevini ortaya koymaktadır.

Sosyal sorunlara, insan haklarına, çevresel duyarlılıklara ya da sağlık temalarına dikkat çeken tasarımlar, bireylerin algısını yönlendirerek toplumsal bilinç ve sorumluluk geliştirmeyi hedefler. Toplumsal faydayı önceleyen iletişim araçlarının, bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemede önemli olduğu bir gerçektir. Nitekim sağlık iletişimi alanında yapılan bir çalışmada, kamu spotlarının hedef kitle üzerindeki algısının, mesajın niteliği ve kullanılan görsellerle yakından ilişkili olduğu ortaya konmuştur (Süar Oral, 2020, s. 3713). Bu durum, sosyal mesajlı pulların da benzer şekilde toplumsal farkındalık oluşturma potansiyelini göstermektedir. Bu bağlamda, sosyal içerikli pullar yalnızca filatelik bir nesne değil; aynı zamanda devletlerin ve kurumların kamusal iletişim stratejilerinde kullandığı görsel ve sembolik bir medya aracıdır.

Yöntem

Araştırma kapsamında çalışmanın yapıldığı tarihe kadar olan sosyal konu ve içerikli basılmış 32 adet posta pulu incelenmiştir. Söz konusu 32 pul, içeriklerinde sosyal temalara yer vermeleri esas alınarak seçilmiştir. Örneklem kapsamında değerlendirilen bu pullar; eğitim, sağlık, çevresel duyarlılık, toplumsal kalkınma ile kadın ve çocuk hakları gibi alanlarda kamuoyunu bilinçlendirmeye yönelik mesajlar barındırmaları açısından önem arz etmektedir.

Araştırmanın kapsamı belirlenirken sosyal içerikli ve doğrudan iletişim amacı güden, slogan ya da mesaj içeren pul tasarımları inceleme nesnesi olarak seçilmiştir. Bu tercih, çalışmanın odak noktasını toplumsal mesajların görsel iletişimdeki işlevine yönlendirmeyi mümkün kılmıştır. Bu bağlamda, yalnızca bilgilendirme veya anma amacı taşıyan ve spesifik günlere, olaylara ya da kampanyalara atıf yapan (örneğin; 1980 Çevre Sağlığı, 1981 Sakatlar Yılı, 1981 Okuma Yazma

Seferberliği, 1982 Enerji Tasarrufu, 1986 Tabiatın Korunması ve Çevre Sağlığı, 2013 Dünya Çevre Günü, 2015 Dünya Su Günü, 2017 Türk Dili Yılı, 2021 Hoşgörü ve Sevgi vb.) pul tasarımları, araştırmanın yöntemsel sınırları doğrultusunda kapsam dışı bırakılmıştır. Böylelikle analiz, yalnızca doğrudan izleyiciye mesaj veren ve sosyal iletişim işlevini ön plana çıkaran pul tasarımlarına odaklanacak şekilde yapılandırılmıştır.

Bu pul tasarımlarında yer alan sosyal temalar; “hangi sosyal konular öne çıktığı, hangi dönemlerde yoğunlaşma olduğu, zaman içinde temaların çeşitlenmesi veya daralması vb. açılardan tematik analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Pullardaki görsel unsurlar ise; (renkler, semboller, figürler, kompozisyon vb.) görsel içerik analizi ile ele alınmıştır.

Görsel içerik analizi, fotoğraf, afiş, pul ya da film gibi görsel materyallerin sistematik biçimde incelenerek temaların, anlam örüntülerinin ve belirli kalıpların ortaya çıkarılmasını amaçlayan nitel bir araştırma yöntemidir (Luo, 2023, para. “What is content analysis?”). Bu yöntem; renk, sembol, figür ve kompozisyon gibi görsel öğeleri ayrıntılı biçimde çözümleyerek yorumlama olanağı sunar. Sosyal içerikli pul tasarımlarını değerlendirmeye yönelik bu çalışmada görsel içerik analizinin tercih edilmesi, tematik inceleme sürecini ve yapılacak görsel yorumlamaları tamamlayıcı bir yaklaşımla desteklemektedir (Alanka, 2024, s. 71; Luo, 2023).

Bulgular

Bu bölümde Türkiye Cumhuriyeti pul tarihinde yer alan sosyal konu ve içerikli basılmış posta pulları yıllara göre sıralanarak görsel analizleri yapılmıştır. Dönem olarak Türkiye Cumhuriyeti Dönemi olarak adlandırılan; 1924 yılından makalenin yazımına kadarki süreçte basılan, konu ve içerikleri, gerek üzerlerindeki sloganlarla ve gerekse toplumsal bilinçlendirme amacını doğrudan taşıyan pullar ele alınmıştır. Bu kapsamda, tekli, ikili ve üçlü blok olmak üzere toplam 32 pul tasarımı incelenmiştir. İncelenen pullara ait kronolojik döküm ve içerikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Yıl / Konu	Pul Başlığı	Görsel İçerik
1972	Dünya Sağlık Günü Pulü (tekli pul)	Kalp figürü, sağlık ve yaşam vurgusu
1972	Kansere Karşı Savaş Pulü (tekli pul)	Tıbbi cihaz, bilimsellik vurgusu
1976	Yurtta Sulh Cihanda Sulh Pulü (tekli pul)	Güvercinler, dünya küresi, kalpler – barış ve kardeşlik
1977-1981	Trafik Konulu Sürekli Seri Pulları (6’lı pul)	Trafik kuralları, trafik tabelaları, trafik bilinci
1977-1983	Orman Konulu Sürekli Seri Pulları (2’li pul)	Orman koruma, ağaçlandırma
1987-1990	Trafik Konulu Sürekli Seri Pulları (3’lü pul)	Trafik kuralları, trafik tabelaları, trafik bilinci
2012	Kardeşlik Ahlakı ve Hukuku” Konulu Sürekli Seri Pulları (2’li blok)	Birlik beraberlik vurgusu
2012	Kadın ve Toplum” Temalı Pullar (3’lü Blok)	Kadın erkek eşitliği
2013	Dünya Down Sendromu Günü” Temalı Pul Tasarımı (3’lü Blok)	Down Sendromuna karşı duyarlılık, “Dünyanın Melek Yüzleri” sloganı
2014	Organ Bağışı Pulü (2’li Blok)	Organ bağışının önemi, “İnsanlık adına bir elde siz uzatın” sloganı
2015	Obezite ile Mücadele Pulü (2’li Blok)	Elma, kalp, spor yapan figür – “Sağlıklı Beslen, Hareket Et, Mutlu Yaşa” sloganı
2015	İsraf Konulu Pul (tekli pul)	Ekmek ve başak figürü, “Ekmeğini israf etme” sloganı

2016	Yeşil Düşün Pulları (2'li blok)	İnsan başı içinde ağaç, doğa-beyin bağı; Dünya ve hayvan figürleri
2017	"Dünya Çevre Günü & Geri Dönüşüm" Temalı Pul (tekli pul)	Geri dönüşüm bilinci (geri dönüştürülmüş kağıt baskılı)
2019	Engelliler Haftası Pulu	Renkli silüetler, "Hayaller Engelsizdir" sloganı
2021	Dünya Çevre Günü Pulu	Kum saati formu, atık illüstrasyonları, "Atma Dönüştür" sloganı
2023	EUROPA Serisi Barış Konulu Pul	"Barış: İnsanlığa En Büyük Değer" teması

"Dünya Sağlık Günü" Pulu (1972)



Görsel 1. Dünya Sağlık Günü Konulu Pul, 1972

Erişim: 07.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

Türkiye Cumhuriyeti olarak adlandırılan dönemde sosyal içerikli ilk pul tasarımı, 1972 yılında "Dünya Sağlık Günü" kapsamında basılmıştır. Pulda yer verilen slogan, görsel ve tipografik öğeler, kalp sağlığı özelinde, sağlık teması üzerinde toplumsal farkındalık amacıyla bir araya getirilmiştir.

Pulun tasarımında ana unsur, kırmızı renkte stilize edilmiş bir insan kalbi figürüdür. Kırmızı renk, hem kalbin anatomik doğasına hem de yaşam, sağlık ve canlılıkla ilişkilendirilmiştir. Bu aynı zamanda izleyicinin de pula sembole ve slogana odaklanmasını sağlayan bir özelliktir. Kırmızı, tutku, hayat, kan ve sağlıklı da ilişkilendirilen ve görseli güçlü kılan dikkat çekici bir renktir. Pulda arka plan siyah tutulmuştur. Bu durum, kalbin dikkat çekici kırmızı rengiyle güçlü bir kontrast oluşturarak izleyicinin bakışını doğrudan merkeze yönlendirmektedir. Ayrıca kalbin etrafında yer alan damarların ışın benzeri çizgiler biçiminde resmedilmesi; enerjiyi ve sağlığın yayılımını simgeler niteliktedir. Kırmızı ve siyahla oluşturulan sınırlı renk kullanımı, bir yandan görsel bütünlüğü sağlarken diğer yandan mesajın yalınlığını ve ciddiyetini desteklemektedir. Bu aynı zamanda dönemin baskı teknolojilerinin sınırlılıkları göz önünde bulundurulduğunda ekonomik ve etkili bir çözümdür.

Pulda yer alan; "Türkiye Cumhuriyeti" ibaresi (tüm pullarda yer alması zorunludur), devletin resmi kimliğini vurgulamaktadır. Sağ kenarda dikey biçimde yer alan "Dünya Sağlık Günü" ifadesi, pulun çıkarılış amacını doğrudan belirtmektedir. Alt bölümde yer alan "Kalbiniz Sağlığınızdır" sloganı; görsel mesajı doğrudan destekleyen bir sağlık öğüdü niteliğinde kullanılmıştır. Metinlerin

tamamında kullanılan tırnaksız (sans-serif) yazı karakteri, okunabilirliği artırmakta ve modern bir tasarım anlayışı yansıtmaktadır.

Pulun temel amacı, kalp sağlığına dikkat çekmek ve toplumda sağlık bilincini artırmaktır. Kalbin büyük ve sadeleştirilmiş görsel temsili, karmaşadan uzak ve evrensel bir mesaj taşımaktadır. Örtülü olarak; “kalp yaşamın merkezidir ve korunması gerekir” mesajını yansıtmaktadır. *Studies* dergiler grubuna gönderilecek makalelerde atıf ve kaynak gösterme konusunda APA’nın son versiyonu kabul edilmiştir. Bu sebeple, gönderilecek makalelerin kaynak gösterme sistemine uygun olması gerekmektedir.

“Kansere Karşı Savaş” Pulu (1972)



Görsel 2. Kanserle Savaş Konulu Pul, 1972

Erişim: 07.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

Pul tasarımında merkezi tema, kansere karşı mücadele konseptini bilimsel ve teknolojik bir bağlamda ele almaktadır. Sol üst köşede yer alan çizgisel, soyutlanmış tıbbi cihaz figürü, radyoterapi veya görüntüleme cihazını andırmakta ve çağdaş tıbbi müdahalelere referans vererek erken teşhisin önemini vurgulamaktadır. Cihazın ucundan çıkan ışın demeti, pulun ortasına yönelmiş kırmızı oval formun içine doğru uzanmaktadır. Bu kırmızı alan, kanser hücrelerini temsil eden siyah organik formu hedef alır şekilde resmedilmiştir. Kompozisyon, bilimsel müdahalenin kanser hastalığına yönelik doğrudan ve hedeflenmiş mücadelesini simgesel bir dille anlatmaktadır.

Pul tasarımında ağırlıklı olarak kırmızı, mavi ve siyah renkler kullanılmıştır. Kırmızı bir yandan; tehlike, dikkat ve aciliyet vurgusuyla kanseri ve mücadelenin ciddiyetini temsil ederken, diğer yandan yaşam, sağlık ve enerjiyle de ilişkilendirilmiştir. Tıbbi cihazın çizgisel formunda kullanılan mavi renk, güven, bilimsellik ve teknolojik ilerleme çağrışımı yapmaktadır. Siyah renk ise kanser hücrelerini betimleyen amorf yapıda kullanılarak hastalığın karanlık ve yıkıcı doğasını simgelemektedir. Renklerin kontrastlı kullanımı, izleyicinin dikkati hemen merkeze çekmesini sağlamakta ve bu üç ana rengin uyumu, mesajın net ve kolay anlaşılabilir olmasını desteklemektedir.

Grafik tasarım unsurları arasında yer alan “yön” tasarıma hareket kazandırarak, izleyiciyi istenilen bölgeye odaklanmasında yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda; mesaj kısmında, eğimli ve ışının yönüyle uyumlu bir şekilde yerleştirilen “Kansere Karşı Savaş” sloganı, görsel hareketin doğal akışını takip etmektedir. Sans-serif yazı karakteri, okunabilirlik ve çağdaşlık açısından yine işlevsel ve bilinçli bir tercih olarak görülmektedir.

“Yurtta Sulh Cihanda Sulh” Pulu (1976)

Görsel 3. Barış Konulu Pul, 1976

Erişim: 07.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

1976 “Atatürk’ün Devrimleri ve Eserleri” teması ile hazırlanan pul tasarımında barış temasını vurgulayan simgesel bir kompozisyon tercih edilmiştir. Kompozisyonun merkezinde evrensel anlamda barışı simgeleyen iki beyaz güvercin yer almaktadır. Güvercinlerin arka planında altın tonlarında stilize edilmiş bir dünya küresi bulunmaktadır. Kürenin üzerinde yer alan kırmızı ve beyaz kalpler, küresel barışı ve sevgi mesajını pekiştiren unsurlardır. Bu öğeler sade fakat güçlü bir görsel anlatım oluşturarak pulun ana temasını izleyiciye net bir şekilde aktarmaktadır.

Pulda zemin rengi olarak mavi tercih edilmiştir. Mavi, huzur ve dinginlik çağrışımı yapan bir renktir. Bu tercih gökyüzünü ve barış ortamını temsil eder. Altın sarısı tonlarında resmedilen küre evrenselliği ve dünya çapında barış idealini simgelemekte ve barışın yalnızca yerel değil, tüm insanlık için geçerli olması gerektiği mesajını kuvvetlendirmektedir. Beyaz güvercinler ile beyaz kalpler; evrensel barış ve masumiyet sembollerken, aynı sahnede yer alan kırmızı kalpler sevgi, birlik ve kardeşlik mesajını güçlendirmektedir. Bu renk kullanımı; hem estetik bir bütünlük sağlamakta hem de mesajın algılanabilirliğini artırmaktadır. Sade ve belirgin renk geçişleri, tasarımı zarif ve didaktik kılan bir uygulama olarak göze çarpmaktadır.

Mustafa Kemal Atatürk’ün evrensel barış anlayışını yansıtan ünlü sözü olan “Yurtta Sulh Cihanda Sulh” sloganı, sosyal mesaj olarak yer almaktadır. Bu ifade, pulun temel ideolojik mesajını net bir biçimde ortaya koymaktadır. Puldaki tipografik uygulama yine sans-serif karakterle oluşturulmuştur; bu seçim okunabilirliği ve modern estetiği desteklemektedir.

1977-1981 Trafik Konulu Sürekli Seri Pulları:**“Aşırı Hız Öldürür” Temalı Pul (1977)**

Görsel 4. Aşırı Hız Pulu, 1977

Yazar Koleksiyonu, 2025

1977-1981 yılları arasında basılan ve basımı tekrarlanan bu seri trafik kuralları ile ilgili altı puldan oluşmaktadır. 1977 yılında basılan serinin ilk pulu aşırı hız ve dikkatsizlik konusundadır ve grafik iletişim diliyle sosyal bir uyarı işlevi üstlenmektedir. Pulun merkezinde devrilmiş bir otomobil ve aracın altından taşan kırmızı kan lekesi yer almakta; alt bölümde ise büyük harflerle yazılmış “Aşırı Hız Öldürür” ifadesi görselin mesajını doğrudan pekiştirmektedir.

Pulun üst bölümünde mavi zemin üzerinde “Türkiye Cumhuriyeti” ve posta değeri bilgileri yer almaktadır. Bu bölüm hem bilgi aktarımı hem de kurumsal kimlik vurgusu açısından işlevseldir. Alt kompozisyonda ise grafik bir anlatımla çizilmiş ters dönmüş bir araç illüstrasyonu bulunmaktadır. Aracın altında yayılmış kırmızı renk, sembolik olarak kanı ve ölümü temsil ederken, bu kullanımla doğrudan bir dramatik etki yaratmaktadır.

Görseldeki ters dönmüş otomobil statik fakat güçlü bir hareketsizlik hissi taşımaktadır. Bu, kazanın ciddiyetini ve ölümcül sonuçlarını doğrudan izleyiciye iletmektedir. Kan lekesiyle zemin arasında oluşturulan kontrast, izleyicinin dikkatini merkeze çekmekte ve travmatik etkiyi güçlendirmektedir.

Alt kısımda yer alan “Aşırı Hız Öldürür” ifadesi, hem içerdiği kelime seçimi hem de tipografinin sadeliğiyle dikkat çekmektedir. Tüm harflerin büyük yazılması ve kelimeler arasında ritmik boşluk bırakılması, uyarı niteliğini görsel olarak da desteklemektedir.

“Yavaş” Temalı Pul (1977)



Görsel 5. Yavaş Temalı Pul, 1977

Yazar Koleksiyonu, 2025

1977 yılında basılan bu pul, okul geçitlerine dikkat çekmek için hazırlanmıştır ve trafik güvenliği ve özellikle çocukların korunmasına dikkat çeken önemli bir kamu hizmeti görseli olarak değerlendirilebilir. Grafik tasarımı işaret dili (semiotik) kullanımı belirgindir: Yaya geçidi levhası, yavaşlama çağrısı ve çocuk figürleri üzerinden simgesel bir anlatım kurgulanmıştır.

Pulun merkezinde, bir yaya geçidi kesiti ve okul çevresinde yer aldığını gösteren bir trafik levhası yer almaktadır. İki çocuk figürlü üçgen uyarı levhası, evrensel sembol olarak, sürücülere özellikle okul çevrelerinde ve yerleşim bölgelerinde dikkatli olmaları gerektiğini hatırlatmaktadır. Üçgenin kırmızı çerçevesi, uluslararası trafik işaretlerinde olduğu gibi tehlike ve uyarı anlamını taşımaktadır. Levhayı taşıyan direk, pulu hem dikey hem de simetrik olarak ikiye bölerek güçlü bir odak merkezi yaratmaktadır.

Alt kısımda yer alan kalın çizgiler, yaya geçidini simgelerken, görselin alt sınırına yerleştirilen kalın “YAVAŞ!” ibaresi doğrudan ve emredici bir çağrıda bulunmaktadır. Ünlem işareti, vurgu ve aciliyeti artırmaktadır.

Tasarımda ağırlıklı olarak siyah ve gri tonları kullanılmıştır. Gri zemin, nötr ve ciddi bir arka plan oluşturarak dikkat dağıtmazken; figürler, direk ve yazıda kullanılan siyah renk ciddi ve otoriter bir hava sağlamaktadır. Tabelada kullanılan kırmızı, uyarı ve tehlike anlamını güçlendirmektedir.

Tipografide kalın ve büyük puntolu harfler tercih edilerek oluşturulan “YAVAŞ!” ifadesindeki tırnaklı (serifli) font, okunabilirlik ve dikkat çekicilik açısından işlevseldir. Üst sağ köşede posta değeri ve “POSTA 500 KURUŞ” ibaresi, üst solda ise “TÜRKİYE CUMHURİYETİ” ibaresi dikey hizalanmıştır. Bu yerleşim, kompozisyonun ağırlık merkezini bozmayacak şekilde dengelenmiştir.

“Yaya Geçidi” Temalı Pul (1978)



Görsel 6. Yaya Geçidi Konulu Pul, 1978

Yazar Koleksiyonu, 2025

1978 yılı tarihli sürekli bu posta pulu, hem grafik tasarımı hem de içerdiği görsel mesaj ile dönemsel bir toplumsal bilince hizmet etmeyi amaçlamaktadır. Pulun görsel dili, yalın fakat oldukça güçlü bir iletişim stratejisine dayanmaktadır. Pulun üst bölümünde yeşil bir zemin üzerine siyah ayak izleri yer almakta, bu izlerin bir kısmı kırmızı bir çarpı (X) ile belirgin biçimde yasaklılığı vurgulamaktadır. Bu grafik müdahale, izinsiz geçişi ya da yaya geçidi dışının kullanılmamasının gerektiğini ifade eden evrensel bir uyarı işareti olarak yorumlanmıştır. Pulda kullanılan bu vurgu, doğrudan davranışsal bir yönlendirme amacı taşımaktadır.

Alt bölümde ise beyaz dikdörtgenler üzerinde ve karşılıklı gidiş gelişi sembolize eden ayak izleri bulunan yaya geçidi temsili bulunmaktadır. Mavi ile birlikte insanların çevresinde en çok etkileşim içinde olduğu ve doğada en çok görülen yeşil renk, huzur, denge ve güven duygusu yaratan bir özelliğe sahiptir ve trafikte geçme eylemi için kullanılmakta olup; pulda da bu anlamda (güvenli geçiş, güvenli adım) kullanıldığı söylenebilir. Minimal renk kullanımında, siyah ayak izleri insan etkisini, kırmızı çarpı ise otoritenin veya kuralın müdahalesini temsil etmektedir. Tipografik öğeler ise üst bölümde konumlandırılmış olup, bilgi (ülke adı, posta değeri) sade ve okunabilir bir şekilde verilmiştir.

“Geçme Yasağı” Temalı Pul (1978)



Görsel 7. Geçme Yasağı Konulu Pul, 1978

Yazar Koleksiyonu, 2025

1978 yılına ait posta pulu, karayolu trafik güvenliği bağlamında bir kamu hizmeti ilanı niteliği taşımaktadır. Tasarım, minimalist grafik öğelerle ve “Geçme yasağına uyunuz” sloganı ile etkili bir uyarı mesajı iletmektedir. Gri zemin üzerine, biri kesikli diğeri düz olmak üzere iki beyaz çizgi konumlandırılmıştır. Bu konumlandırma karayolunu simgelemektedir ve çizgiler ise sollama yasağı olan bölgeyi işaret etmektedir. Yolun sağından sola doğru eğilen kalın siyah bir ok, kurallara uymayan bir sollama eylemini temsil ederken; bu ok, pulun sol üst köşesinde parlak kırmızı bir patlama ya da çarpışma imgesiyle sonlanmaktadır. Kırmızı renk, evrensel anlamda tehlike, uyarı ve ölümle özdeşleştirilmiş bir göstergedir ve burada dikkat çekici biçimde trafik kazasının vahametini vurgulamak için kullanılmıştır.

Renk kullanımındaki sade palet, mesajın berraklaşmasını sağlamaktadır. Gri ton, nötr zemin oluşturarak yönlendirici okun ve kırmızı tehlike işaretinin öne çıkmasını sağlamaktadır. Siyah renk, kurallara aykırı bir geçme eylemini okun önündeki kırmızı alan, ölümcül bir sonucu simgelemekte bu sayede izleyicide görsel olarak bir uyarı ve farkındalık etkisi yaratılmaktadır.

Pulun sol kısmında dikey biçimde konumlandırılmış “Geçme Yasağına Uyunuz” uyarısı, açık ve kesin bir emir kipindedir. Tipografi tırnaksız (serifsiz) düz bir karakterle oluşturulmuş, sade ve okunaklı olup; mesaj doğrudan verilmekte ve herhangi bir yorum gerektirmemektedir.

“Düğüne mi? Ölüme mi?” Temalı Pul (1978)



Görsel 8. Düğün-Ölüm Konulu Pul, 1978

Yazar Koleksiyonu, 2025

Bu pul, 1978 yılında yayımlanmış olup, kırsal alanlarda yaygın olan ve toplu taşımada kullanılan traktör römorklarının tehlikeli kullanımına dikkat çekmektedir. Pulun merkezinde bir traktör ve römorka bindirilmiş, kadın, çocuk ve erkeklerden oluşan kalabalık bir figür grubu yer almaktadır. Söz konusu figürler sade silüetler hâlinde, detaydan arındırılmış biçimde resmedilmiştir. Bu stilizasyon, mesajın dramatik etkisini güçlendirirken, izleyicinin dikkatini doğrudan içeriğe yönlendirmektedir.

Traktör ve römork kırmızı-siyah tonlarda betimlenmiş; bu da görseldeki tehlike ve uyarı mesajını pekiştirici bir renk tercihi olmuştur. Zemin rengi olarak kullanılan sarı-turuncu ton, hem sıcaklık hem de dikkat çekicilik açısından etkiyi arttırmaktadır.

Üst bölümde yer alan büyük puntolu yazı: “DÜĞÜNE Mİ? ÖLÜME Mİ?”, izleyiciyi doğrudan sorumluluğa çağıran retorik bir soru niteliğindedir. Bu soru biçimi, pasif bir izleme durumundan aktif bir sorgulama ve farkındalık hâline geçişi hedeflemektedir. İki zıt kavram (düğün ve ölüm) üzerinden kurulan karşıtlık, dramatik bir gerilim yaratmakta ve tehlikenin ne denli büyük olduğunu vurgulamaktadır. Tipografinin sade ve okunaklı oluşu, mesajın algılarına bilirliliğini artırmaktadır.

“Geçme Yasağı” Temalı Pul (1979)



Görsel 9. Geçme Yasağı Pulu, 1979

Yazar Koleksiyonu, 2025

1979 yılında basılan bu pul tasarımı, trafik güvenliğine ilişkin bilinçlendirme serisinin son puludur. Tasarım, karşıdan gelen araçları geçme yasağına uymamanın yol açabileceği kazaları dramatik bir görsellikle ortaya koymaktadır.

Pulun merkezinde iki şeritli bir yol ve onun tam ortasında simgesel bir çarpışma patlaması betimlenmiştir. Beyaz yıldız biçimindeki patlama efekti, kaza anını ve çarpışmanın şiddetini vurgulayan dramatik bir öğe olarak dikkat çekmektedir. Etrafa saçılan geometrik parçalar, kazanın etkisini ve dağılmayı simgelemektedir. Sol alt kısımda, karşılıklı geçiş yasağını ifade eden dairesel trafik işareti (iki arabanın yan yana geçmesinin yasak olduğu işaret-sollama yasağı) belirgin bir şekilde yer almaktadır. Kırmızı daire ve çapraz çizgi, uluslararası trafik işaretleri sistemine uygun olarak yasak ve tehlike mesajını ifade etmektedir.

Pulun arka planında kullanılan yeşil ve turkuaz tonları, trafik işaretleriyle uyumlu bir renk dili oluşturmakta; beyaz patlama efekti ise kontrast yaratarak görselin dramatik etkisini

pekiştirmektedir. Renk kullanımı sade ve dikkat çekici olup, karmaşadan uzak, mesajı doğrudan iletmeye yöneliktir.

Üst sağ köşedeki “GEÇME YASAĞINA UYUNUZ” uyarısı (sloganı), tırnaksız bir fontla oluşturulmuş ve izleyiciye doğrudan eyleme yönlendiren bir çağrı yapmaktadır. Karşılıklı geçiş yasağının ihlali sonucu meydana gelen kazaların önlenmesi amacıyla hazırlanan bu tasarım, doğrudan hayat kurtarıcı bilgi taşıyan bir eğitim aracı işlevi de görmektedir.

1977-1983 Orman Konulu Sürekli Seri Pulları:

“Ormanlarımızı Koruyalım” Temalı Pul (1977)



Görsel 10. Orman Koruma Konulu Pul, 1977

Erişim: 14.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

1977 yılında basılan ve 1980 ve 1983 yıllarında da basımı tekrarlanan bu seri orman konulu iki puldan oluşmaktadır. 1977 yılında basılan serinin ilk pulu “ORMANLARIMIZI KORUYALIM” sloganı ile piyasaya sunulmuştur. Pul iki bölümden oluşmaktadır Merkezde üst bölümde ormanı temsilen dağ ve ağaç stilizasyonu bulunmakta ve bunların altında yanan bir kibrit görseli bulunmaktadır. Kırmızı rengin yoğunluğu dikkati sağ alt bölümde büyük harflerle yazılmış “Ormanlarımızı Koruyalım” ifadesi yönlendirmektedir. Bu yönelim görselin mesajını doğrudan pekiştirmektedir.

Pulun üst bölümünde beyaz zemin üzerinde “Türkiye Cumhuriyeti” ve posta ibaresi ve ücret bilgileri yer almaktadır. Bu bölüm hem olması zorunlu bilgi aktarımı hem de kurumsal kimlik vurgusu açısından işlevseldir. Alt kompozisyonda ise simgesel bir anlatımla çizilmiş çam ağaçları, illüstrasyonu bulunmaktadır. Dağ ve ağaçta kullanılan yeşil renk, yoğun kırmızı ile kontrast oluşturarak yangın olgusundaki dramatik etkiyi artırmaktadır.

Görseldeki ağaç stilizasyonunda statik fakat güçlü bir hareketsizlik hissi kırmızı alevin hareketi ile dengelenmekte, orman yangınlarının vahametini ve kötü sonuçlarını doğrudan izleyiciye iletmektedir. İzleyici üzerindeki travmatik etkiyi güçlendirmektedir.

Alt kısımda yer alan slogan tırnaksız, büyük harf ve siyah renk uygulaması ile kullanılmıştır. Tipografinin bu sadeliği izleyiciyi doğrudan eyleme yönlendiren dikkat çekici bir çağrı yapmaktadır. Tüm harflerin büyük yazılması ve kelimeler arasında ritmik boşluk bırakılması, uyarı niteliğini görsel olarak da desteklemektedir.

“Ağaç Dikiniz” Temalı Pul (1977)

Görsel 11. Ağaç Dikme Konulu Pul, 1977

Erişim: 16.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

1977 yılında basılan ikinci pul da ağaç dikimi ile ilgili olarak tasarlanmıştır. Posta pulu, orman varlığı ve duyarlılığı ile ağaçlandırma bağlamında toplumsal nitelikli bir kamu hizmeti ilanı niteliği taşımaktadır. Tasarım, minimalist grafik öğelerle ve “Ormanı Koruyunuz”, “Ağaç Dikiniz” sloganları ile hem bir uyarı hem de bir talep-öneri mesajı iletmektedir.

Gri zemin üzerine, yeşil çizgili yuvarlak bir form içinde toprağa köklenmiş bir ağaç görseli bulunmaktadır. Yuvarlak formun alt orta bölümünden pulun alt çerçeve sonuna uzanan ikinci bir yeşil çizgi konumlandırılmıştır. Bu konumlandırma dikkat tabelasını simgelemektedir. Ağaç görseli göğe doğru yükselen üçgen form biçiminde stilize edilmiş ve sonsuzluğu ifade etmektedir. Kök ve yapraklar birçok kültürde olduğu gibi Türk kültüründe de yer alan “hayat ağacını” sembolize etmekte ve hayatın önemini vurgulamaktadır. Yeşil renk, evrensel anlamda doğayı, yaşamı huzur ve güveni simgeleyen bir göstergedir ve burada dikkat çekici biçimde ağaçlandırma ve ağaç dikimini vurgulamak için kullanılmıştır. Gri ton, nötr zemin oluşturarak yeşil beyaz ve siyahın kullanıldığı tabela görüntüsünün öne çıkmasını ve alt bölümdeki sloganların daha kolay algılanmasını sağlamaktadır. Bu sayede izleyici üzerinde beklenen görsel uyarı ve farkındalık etkisi arttırılmaktadır.

“Ormanları Koruyunuz” uyarısı ve “Ağaç Dikiniz” sloganı, açık ve kesin bir emir kipindedir. Tipografi herhangi bir yorum gerektirmeyecek nitelikte, tırnaksız (serifsiz) düz bir karakterle oluşturulmuş, sade ve okunaklı olup; mesaj doğrudan görülmektedir.

1987-1990 Trafik Konulu Sürekli Seri Pulları:

“Emniyet Kemer” Temalı Pul (1987)



Görsel 12. Emniyet Kemer Pulü, 1987

Erişim: 16.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

1987-1990 yılları arasında basılan ve basımı tekrarlanan bu seride üç pul yer almaktadır. 1987 yılında basılmış olan serinin ilk posta pulu, kamu güvenliği temalı tasarımıyla dikkat çekmekte ve görsel iletişim aracı olarak trafik güvenliğine yönelik farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Pulun ana mesajı, alt bölümde yer alan “Kemer sizi korur” ifadesiyle doğrudan izleyiciye iletilmiştir. Bu söylem, dönemin trafik güvenliği kampanyalarıyla uyumlu biçimde, emniyet kemeri kullanımının önemini vurgulamaktadır.

Kompozisyon, sade ve sembolik bir tasarıma sahiptir. Merkezde yer alan stilize figür, iki eli de direksiyonda olan bir sürücüyü temsil etmektedir. Figürün omzundan çapraz şekilde geçen kırmızı emniyet kemeri, kompozisyonun hem görsel hem de anlamsal olarak ağırlık merkezidir. Renk seçimi, konunun önemini ve mesajın ciddiyetini pekiştirmektedir; kırmızı, dikkat ve uyarı işlevi görürken; mor ve beyaz renkler sade bir arka plan sunarak kontrast etkisi yaratmaktadır. Bu kontrast, emniyet kemerinin gözle görünür şekilde vurgulanmasına olanak tanımıştır.

Figürün sadeleştirilmiş ve yüzeysel çizgilerle betimlenmiş olması, mesajın evrensel bir biçimde algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Bu yaklaşım, grafik tasarımda sıkça kullanılan “piktogram” estetiğiyle ilişkilendirilebilir bir uygulama olarak öne çıkmıştır. Sürüş temasının ikonografik bir dille işlenmesi, farklı yaş grupları ve eğitim düzeylerine sahip bireylerin kolaylıkla anlamasına olanaklı hale getirmektedir. İki elin direksiyonda olarak resmedilmesi ana konunun yanında örtülü mesaj da vermektedir. Zira emniyetli sürüş teknikleri açısından direksiyon her zaman iki elle ve saate göre dokuzu çeyrek geçe (9:15) pozisyonunda tutulmalıdır. Tasarımda bu hususun değerlendirilmesinin de olumlu bir düşünce olduğu söylenebilir.

Tipografi açısından bakıldığında, üst bölümde “Türkiye Cumhuriyeti” ifadesi geleneksel bir serif yazı tipiyle sunulmuş, alt bölümdeki “Kemer sizi korur” mesajı ise daha sade ve okunabilir bir karakterle yer almıştır. Bu tipografik tercih, resmi devlet kimliğini yansıtan başlık ile kamuya dönük mesaj arasında bir denge oluşturmuştur.

“Alkol” Temalı Pul (1987)

Görsel 13. Alkol Felakettir Konulu Pul, 1987

Erişim: 18.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

Serinin ikinci pulu yine ilk basım tarihi 1987 olan alkol temalı puldur. Pulun görsel anlatısı ve tipografik düzenlemesi, alkolün sürüş güvenliği üzerindeki yıkıcı etkilerini kısa ve çarpıcı biçimde sunmaktadır. “Alkol felakettir” sloganı, hem alt metin hem de grafik unsur aracılığıyla vurgulanan güçlü bir kamu hizmeti mesajı oluşturmuştur.

Pulun merkezinde, kırmızı renkli ve parçalara ayrılmış bir “DUR” trafik levhası yer almaktadır. Bu levha, klasik sekizgen formuyla evrensel trafik uyarı işareti olarak resmedilmiştir. Bu tabela formu ayrıca bir kadeh görünümündedir ve kaza sonucu parçalanmış olarak stilize edilmiştir. Bu kırılma anı, alkol kullanımının insan üzerinde yarattığı kontrolsüzlüğü ve yıkıcılığı doğrudan izleyiciye iletmektedir. “DUR” levhası yalnızca fiziksel bir nesne değil, aynı zamanda yasal, toplumsal ve kişisel sınırlamaları simgelemektedir. Bu bağlamda, işaretin parçalanması sadece trafik ihlali değil, aynı zamanda bireyin kendinden geçme ve sınır tanımaz hale gelmesini de ifade etmektedir.

Arka planda yer alan eğimli ve perspektifli yol çizgisi, dinamik bir derinlik hissi oluşturarak hız ve kontrol kaybı temasını güçlendiren bir etki yaratmaktadır. Levhanın alt kısmındaki kırmızı parçacıklar, çarpmanın şiddetini ve yıkımın genişliğini pekiştirmekte, kırmızı rengin geleneksel olarak tehlike ve uyarı çağrışımları oluşturması da mesajı desteklemektedir. Arka planın koyudan açığa doğru degrade geçişi ise dramatik bir atmosfer yaratmaktadır. Üst bölümdeki koyu tonlar karanlık ve karamsarlık hissi uyandırırken, olayın ciddiyetini ve olası sonuçlarını düşündürmektedir.

Tipografik düzenlemede, “Alkol felakettir” ifadesi sade ve sans serif (tırnaksız) bir yazı karakteriyle sunulmuştur. Bu yalın ifade biçimi, mesajın doğrudan ve tartışmasız biçimde algılanmasını sağlamaktadır.

“Trafik İşaret ve Levhaları” Temalı Pul (1987)



Görsel 14. Trafik İşaretleri Konulu Pul, 1987

Erişim: 20.04.2025, <https://www.pulhane.com/index.html>

Serinin üçüncü ve son pulunun da ilk çıkış tarihi 1987’dir. Pulun teması, trafik işaretlerine uyumun hayati önemini vurgulamak üzerine kurulmuştur. Alt kısımda yer alan “İşaretlere uyunuz” ifadesi, izleyiciye doğrudan, uyarıcı ve buyurgan bir tonla hitap etmektedir. Pulun merkezinde, kırmızı çerçeveli ve beyaz zemin üzerinde “70” rakamı yer alan bir hız limiti levhası görülmektedir. Ancak levha, tıpkı diğer kampanya pullarında olduğu gibi, bir araç tarafından çarpılarak parçalanmış şekilde resmedilmiştir. Bu görsel müdahale, trafik kurallarının ihlal edilmesinin doğrudan bir tehdit unsuru olduğunu ve fiziksel yıkımla sonuçlanabileceğini simgelemektedir. Kırılan tabeladan saçılan kırmızı parçalar, sadece tabelanın değil aynı zamanda kurallar düzenin ve bir sistemin bozulduğuna da işaret etmektedir.

Yolun perspektifli çizimi ise hem diğer pul ile (alkol temalı) tasarım bütünlüğü sağlamakta ve hem de hareket ve yön duygusu oluşturarak izleyiciyi olayın içine dâhil etmektedir. Bu sayede görsel mesajın daha etkili bir biçimde aktarılması sağlanmaktadır.

Renk tercihi, mesajın doğrudan ve etkili biçimde iletilmesine olanaklı hale getirmiştir. Kırmızı renk hem işaret levhasında hem de kırık parçacıklarda belirgin şekilde yer alarak tehlike ve dikkat çağrışımı yapmıştır. Arka plandaki yeşil zemin ise kırmızıyla kontrast oluşturarak odaklanmayı merkezdeki çarpma sahnesine yönlendirmiştir. Temel tasarım eğitiminin bu renk karşıtlığı, grafik tasarımda yaygın bir dikkat çekme stratejisi olarak birçok tasarım uygulamasında tercih edilmektedir.

Tipografi, sade ve işlevsel bir anlayışla kullanılmıştır. Üst bölümde yer alan “Türkiye Cumhuriyeti” ve “150 Lira” ibareleri, devletin kurumsal kimliğini vurgularken, alt bölümdeki “İşaretlere uyunuz” mesajı sans serif ve kolay okunabilir bir yazı karakteriyle sunulmuştur. Böylelikle mesaj, tüm toplumsal kesimlere hitap edecek şekilde erişilebilir kılınmıştır.

“Kardeşlik Ahlakı ve Hukuku” Konulu Sürekli Seri Pulları (2012)

Görsel 15. Kardeşlik Konulu Pul, 2012

Erişim: 25.04.2025, www.filateli.gov.tr

2012 yılında tedavüle çıkan bu pul tasarımı, “Kardeşlik Ahlakı ve Hukuku” teması etrafında şekillenmiş iki puldan oluşmaktadır. Tasarım, görsel ve kavramsal öğeleriyle toplumsal birlikteliğe, kardeşlik hukukuna ve ahlaki değerlere vurgu yapmaktadır.

Pul bloğu iki ayrı görselden oluşmaktadır. Sol tarafta yer alan görselde, merkezde karşılıklı iki “Vav”dan oluşan bir çiçek motifinin, daire etrafında yuvarlak formda çoğaltılması ile oluşturulmuş desenli bir obje bulunmaktadır. Bu obje farklı ten renklerinde ellerle çevrelenmiştir. Bu ellerin farklı tonlarda betimlenmesi, kültürel ve etnik çeşitliliği, insanlığın farklı renk ve kimliklerini simgeler niteliktedir. Eller arasındaki işbirliği ve farklı renklerin birlikteliği; uluslararası insan hakları perspektifine ve evrensel kardeşlik ideallerine gönderme yapmaktadır. Aynı zamanda; bu eller, merkezdeki objeyi birlikte kavrayarak “birlikte var olma”, “ortak değerleri koruma” ve “dayanışma” kavramlarını vurgulamaktadır. Kürenin üzerinde yer alan girift desenler merkezdeki “Vav”ların büyütülerek zemine gömülmesi ile oluşturulmuştur. Bu uygulama İslam sanatına ve Osmanlı süsleme geleneğine gönderme yapar nitelikte olup, tasarımın kültürel referans zeminini oluşturmaktadır.

Sağ taraftaki ikinci görselde ise, kırmızı bir gül ve hemen yanında üzerinde “Arapça Allah ve Muhammed yazılı ışıklı küreye benzeyen bir form bulunmaktadır. Gül, klasik anlamda sevgi, dostluk ve barışın evrensel simgesi olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda gülün, Hz. Peygamber’in sembolü olduğu, O’nun (s.a) yüzünün güzelliğini hatırlattığı, kabrinin “gül bahçesi”, insanlığa tebliğ ettiği Kur’ân-ı Kerim’in de “gül tohumları saçan” bir kitap olduğu ifade edilmektedir (Açıkel, 2018, s. 71). Gülün yanından yükseliyormuş izlenimi veren ışıklı küre, kardeşlik hukukunun aydınlatıcı ve kapsayıcı yönüne işaret etmektedir. Bu ikili yapı, ahlaki ve hukuki boyutların birbirini tamamladığını metaforik biçimde ifade etmektedir.

Pul bloğunun üst kısmında beyaz renkte ve okunaklı bir fontla “Kardeşlik Ahlakı ve Hukuku” başlığı yer almaktadır. Beyaz renk; saflık, barış ve iyi niyeti temsil ederken, mavi arka plan dinginlik ve sükunet duygusu yaratmaktadır. Aynı zamanda mavi, sadakat ve güven kavramlarıyla da özdeşleştirilebilir. Tipografide kullanılan minimal yaklaşım, mesajın doğrudan ve net bir şekilde iletilmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca her iki pulun alt kısmında yer alan “Gün Kardeşlik Günüdür” ve “Biriz Bir'deniz Kardeşiz” ifadeleri, tasarımın kavramsal bütünlüğünü güçlendiren mesajlardır. Bu ifadeler, günümüz toplumlarında sıkça vurgulanan bir arada yaşama kültürünü vurgulamaktadır.

“Kadın ve Toplum” Temalı Pullar (2012)



Görsel 16. Kadın ve Toplum Konulu Pul, 2012

Erişim: 26.04.2025, www.filateli.gov.tr

Bu pul serisi, 2012 yılında basılmış üç puldan oluşmakta ve toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın hakları ve kadınların toplumdaki yeri üzerine görsel ve metinsel mesajlar içeren bir bütün olarak tasarlanmıştır. Seri, kadına dair farklı renk, görsel ve temalarla bir bütünlük oluşturarak toplumsal bilinci artırma amacı taşımaktadır.

İlk pulda, mor-pembe tonların hâkim olduğu sade bir arka plan üzerinde, küreyi (dünyayı) taşıyan biri kadın, biri erkek, iki stilize insan figürü soyut bir formda kurgulanmıştır. Bu tasarım, kadın erkek eşitliği temelinde; kadının da erkek gibi toplumun yükünü taşıyan, dönüştüren ve şekillendiren özne olduğunu sembolize etmektedir. Alt kısımda yer alan “Kadınlar Toplumun Aynasıdır” ifadesi, kadınların sosyal yapının temel yansıtıcı unsuru olduğu düşüncesini destekler niteliktedir.

İkinci pulda da birinci ile aynı görsel unsurlar, farklı renk kombinasyonu uygulanarak kullanılmıştır. Degrade bir arka plan üzerine yine aynı stilize kadın ve erkek figürü yerleştirilmiştir. Buradaki renk geçişi, adalet ve eşitlik fikrini vurgulayan geçişli tonlarla güçlendirilmiş; mavi ve sarı tonları hem umut hem de sıcaklık duygusunu çağrıştırmaktadır. “Daha Adil Bir Dünya İçin Yanımda Ol” sloganı ise yalnızca kadınlara değil tüm topluma yönelik bir çağrı niteliğindedir ve toplumsal dayanışma vurgusu yapmaktadır.

Serinin üçüncü pulunda farklı bir görsel dil benimsenmiştir. Siyah beyaz çizimle sadeleştirilmiş bir kadın yüzü ve yanında pembe bir çiçek (papatyagillerden gerbera türü olması muhtemel; gerbera çiçeğinin evrensel anlamı; genellikle kadınlara atfedilen; güzellik, masumiyet, umut, saflık ve sadık aşktır.) yer almaktadır. Çiçeğin canlı rengi, kadının doğurganlık, güzellik ve yaşam kaynağı olma özelliklerine vurgu yaparken; yüz ifadesinin sadeliği, kadının bireysel kimliğini ve toplumdaki varlığını simgelemektedir. “Biz De Varız” ifadesi, kadının toplumsal hayattaki aktif ve eşit varoluşuna dikkat çeken güçlü bir slogan ve söylem olarak tasarımıyla bütünleşmektedir.

Seri genelinde renklerin simgesel anlamları öne çıkmaktadır. Pembe ve mor tonlar genelde kadınlığı, şefkati ve duyarlılığı temsil ederken; mavi tonlar umut ve eşitlik duygusunu pekiştirmektedir. Tipografi yalın, okunaklı ve sade seçilmiş; bu sayede mesajın doğrudan ve vurucu bir biçimde izleyiciye ulaşması sağlanmıştır.

“Dünya Down Sendromu Günü” Temalı Pul Tasarımı (2013)

Görsel 17. Down Sendromu Konulu Pul, 2013

Erişim: 25.04.2025, www.filateli.gov.tr

“Dünyanın Melek Yüzleri” alt başlığıyla piyasaya sürülen bu özel pul bloğu, farkındalık oluşturmayı amaçlayan sosyal içerikli bir iletişim aracı olarak tasarlanmıştır. “21 Mart Dünya Down Sendromu Günü” kapsamında çıkarılan bu pul, tipik filatelik sınırların ötesine geçerek toplumsal duyarlılığı teşvik eden bir görsel söylem üretmektedir. Tasarımda hem bilimsel hem de duygusal öğeler bir araya getirilerek çok katmanlı bir anlatım hedeflenmiştir.

Pul bloğu ayrı değerde üç pul tasarımından oluşmaktadır. Sol üst pulda kromozom dizilimi ve DNA sarmalı kullanılmıştır. Bu simgeler Down sendromunun genetik temeline referans vermekte ve bilimsel farkındalık kazandırarak, entelektüel bir boyut kazandırmaktadır. Sağ üst pulda Down sendromlu bir çocuğun büyük portresi pastel bulutlar eşliğinde verilmiştir. Arka plandaki gökyüzü ve pembe kalp, umut ve sevgi temalarını yansıtmaktadır. Alt pulda ise on çocuk, yeşillikler içinde, çiçeklerle dolu bir kır manzarasında el ele tutuşarak yürümektedir. Bu figürler, birlikteliği, kapsayıcılığı ve neşeyi temsil ederken, tasarıma hareket ve yaşam enerjisi kazandırmıştır.

Pulda kullanılan mavi, pembe ve yeşil renkler; çocukluğu, saflığı ve umudu çağrıştırmaktadır. Mavi gökyüzü, yeşil kır manzarası ve çiçekler, pozitiflik ve doğallığın altını çizirken, pembe kalpler tasarımın duygusal boyutunu güçlendirmektedir.

Üst başlık: “DÜNYA DOWN SENDROMU GÜNÜ” ifadesi büyük harflerle yazılarak dikkat çekici hale getirilmiştir. Alt başlık: “Dünyanın Melek Yüzleri”, hem metaforik hem de empatiyi güçlendiren bir anlatımla, görsel bütünlüğü desteklemiştir. Yazı tipi sade ve okunaklı olup, baskın görsellerin önüne geçmeyecek şekilde dengelenmiştir.

Konu ile ilgili Romanya (2021), (<http> 1) ve İspanya’da (2023), (<http> 2) basılan pullar da sosyal farkındalık anlamında ve sosyal içerikli grafik dilin zaman içerisindeki dönüşümünü ve toplumsal mesajın iletiliş biçimlerini değerlendirmek açısından önem taşımaktadır.



Görsel 18. 2021 Romanya (Sol) Erişim: 25.04.2025, <https://www.ebay.com/itm/196162395335>

Görsel 19. 2023 İspanya (Sağ) Erişim: 25.04.2025, <https://www.wopa-plus.com/en/stamps/product/&pid=84110&origin=tid-31#>

2021 yılında Romanya tarafından basılan ve Dünya Down Sendromu Günü'ne atfen yayımlanan pul, soyut figüratif öğeler kullanarak kapsayıcılık ve dayanışma kavramlarına vurgu yapmayı hedeflemektedir. Görsel sadelik ve sembolik anlatım üzerinden mesaj üretmek, bu dönemde görsel ekonomiyle farkındalık yaratma eğilimini yansıtmaktadır. 2023 yılında İspanya'da DOWN ESPAÑA organizasyonunun girişimiyle hazırlanan tematik pul serisi, insan haklarını savunmak, sosyal katılımı teşvik etmek ve toplumsal içermeye ilkesini görünür kılmak amacıyla kavramsal ve çağdaş bir grafik anlayışı benimsemektedir. Her üç örnek de, dezavantajlı bireylerin kamusal alandaki temsiliyetine katkı sunmak, farkındalık yaratmak ve filatelik tasarımı sosyal bir iletişim aracı olarak konumlandırmak bakımından dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda, farklı tarihsel ve kültürel bağlamlarda üretilmiş olmalarına rağmen, her üç pul tasarımının da toplumsal sorumluluk temelli bir grafik yaklaşım sergilediği görülmektedir.

“Organ Bağışı ” Pulu (2014)



Görsel 20. Organ Bağışı Konulu Pul, 2014

Erişim: 27.04.2025, www.filateli.gov.tr

“İnsanlık adına bir elde siz uzatın” alt başlığıyla 2014 yılında piyasaya sürülen bu özel pul bloğu organ bağışının önemini vurgulayan ve bu konuda farkındalık oluşturmayı amaçlayan sosyal içerikli bir ürün olarak tasarlanmıştır. Pul iki ayrı değerde, tek kompozisyon olarak tasarlanmıştır.

Kompozisyonda iki el arasında görüntülenen bir kalp figürü bulunmakta ve yardımlaşmayı, yaşam vermeyi ve dayanışmayı simgelemektedir. Pulların dışında blok sınırında sağ alt bölümde yer alan tutuşan eller, birlikteliği, yanında olma ve destek olma anlamındadır. Ayrıca, organ bağışı konusundaki ihtiyaç sahipliğini ve etik duyarlılığı vurgulamaktadır.

Arka plan flu tutulmuş, odakta kalp ve eller net olarak yer almıştır. Bu da görsel mesajın etkisini artırmasını sağlamıştır. Kırmızı kalp figürü, yaşamın ve aciliyetin altını çizirken, açık mavi ve bej tonları umudu, huzuru, güveni ve şefkati çağrıştırmaktadır. “Organ Bağışı” üstte, kırmızı renkle yazılarak mesajın konusu öne çıkarılmış; alt kısımda ise “İnsanlık adına bir elde siz uzatın” sloganı, empati temelli bir çağrı olarak vurgulanmıştır.

“Obezite İle Mücadele” Pulu (2015)



Görsel 21. Obezite İle Mücadele Pul, 2015

Erişim: 27.04.2025, www.filateli.gov.tr

“Sağlıklı Beslen, Hareket Et, Mutlu Yaşa” alt sloganıyla piyasaya sürülen bu pul, obezite ile ilgili farkındalık oluşturmak amacıyla sosyal içerikli mesaj iletisi için tasarlanmıştır. Bu pul tasarımı da yine diğer sosyal içerikli pullarda olduğu gibi, postalama hizmetinin ederi karşılığı olmaktan çok; tipik filatelik sınırların ötesine geçerek toplumsal duyarlılığı teşvik eden bir görsel söylem üretmektedir.

Kalp atışı grafik çizgisi üzerinde, yeşil bir ürün (elma), doğal ve sağlıklı beslenmeyi temsil etmektedir. Kalp; sağlıklı bir yaşamı, spor hareketi yapan (jimnastik) insan figürü sporu ve hareketi tasvir etmektedir. Kompozisyondaki görseller yatay bir hiyerarşiye sahip olup, merkezde sağlık ve hareket sembolleri ile mesaj bütünsel biçimde verilmiştir.

Kullanılan renklerde; siyah (koyu gri) çizgiler bilimselliği, kırmızı kalp yaşamı ve sağlığı vurgularken; yeşil ürün ise doğallığı temsil etmektedir. Arka plan beyaz bırakılarak merkezdeki unsurların öne çıkması sağlanmıştır. Tipografideki renk kullanımında “mutlu yaşa” ifadesi kalple uyumlu şekilde kırmızı renkte yazılarak ana mesaj kuvvetlendirilmiştir. “Sağlıklı beslen”, sağlık ve doğallığı sembolize eden ürünle aynı renkte kullanılarak doğallık pekiştirilmiştir. Paralel şekilde spor yapan insan figürü “hareket et” yazısı ile aynı renkte kurgulanarak denge sağlanmıştır.

“İsraf” Konulu Pul (2015)



Görsel 22. İsraf Konulu Pul, 2015

Erişim: 27.04.2025, www.filateli.gov.tr

“Ekmeğini israf etme” sloganı ile üretilmiş olan pul tasarımı, doğru tüketim ve israf konusunda farkındalık yaratmak ve toplum bilincine katkı sağlamak amacıyla tasarlanmıştır.

Pulun merkezinde bir ekmek stilizasyonu ve onun hemen üzerinde konumlandırılmış başak (buğday) görseli bulunmaktadır. Ekmeğin ana malzemesi olan Başak sembolü, dairesel bir akış yönünde konumlandırılmıştır. Bu, üretim döngüsünü ve emeğin devamlılığını simgelemektedir.

Tasarımda kullanılan renkler ağırlıklı olarak kahverengi ve tonlarıdır ki bu durum doğallığı, toprağı ve emeği çağrıştırmaktadır. Zemin beyaz olarak bırakılarak kompozisyona ve israf etme emir kipiyle konuya odaklanmayı kolaylaştırmıştır.

Tipografide farklı font ağırlıkları kullanılarak “israf etme” mesajı öne çıkarılmış, görsel hiyerarşi sağlanmıştır. Alt bölümde yer alan “ekmeğimizi, emegimizi, geleceğimizi koruyalım” mesajı ile sosyal konu ile ilgili vurgu tekrarlanmıştır.

“Yeşil Düşün” Temalı Pullar (2016)



Görsel 23. Çevre Konulu Pul, 2016

Erişim: 28.04.2025, www.filateli.gov.tr

Bu pul serisi, 2016 yılında basılmış ve çevre bilinci, sürdürülebilir yaşam ve ekolojik denge temalarını merkeze alan bir görsel anlatıma sahip iki puldan oluşmaktadır. “Yeşil Düşün” başlığı altında sunulan bu iki parçalı seri, doğa ve insan arasındaki simbiyotik (ortak yaşam) ilişkiye vurgu yaparken, çevre koruma bilincinin önemini kavramsal ve metaforik unsurlarla ifade etmektedir.

İlk pulda, doğa ve insan zihni bütünlüğü vurgulanmıştır. Açık yeşil bir zeminde stilize bir insan baş profili içerisine yerleştirilmiş bir ağaç betimlenmiştir. Ağacın dalları, insan beyninin kıvrımlarıyla örtüşen bir biçimde düzenlenmiş olup, doğa ve zihinsel faaliyet arasındaki organik bağı temsil etmektedir. Bu görsel düzenleme, çevre bilincinin zihinsel bir farkındalık meselesi olduğunu vurgulamaktadır. Ağacın sağlam kökleri, bilgi ve bilinç temellerini; gövdesi ise insanın çevre ile bütünleşmiş varoluşunu simgelemektedir. Aynı zamanda, ağacın canlı ve sağlıklı görünümü, sürdürülebilir yaşam pratiğinin önemini de ima etmektedir.

İkinci pulda, doğa koruma ve ekosistem duyarlılığı vurgulanmıştır. Küre şeklinde betimlenen bir dünya üzerinde farklı hayvan türleri (kutup ayısı, zürafa, ceylan, kuşlar, böcekler, vb.) ve yeşil alanlar görülmektedir. Üzerinde açılmış büyük bir yaprak, hem bir şemsiye hem de bir koruyucu örtü işlevi görerek, doğanın ve tüm canlıların korunma gereksinimini simgelemektedir. Bu metaforik anlatım, çevrenin ve doğal yaşamın insan eliyle bilinçli bir şekilde korunması gerektiğini vurgulamaktadır. Yaprığın şemsiye gibi kullanılması, çevre korumanın hem bireysel hem de toplumsal sorumluluk olduğuna işaret etmektedir. Bu şemsiye görselinin hemen altında konumlanan rüzgârgülü görseli rüzgâr enerjisini yani yeşil enerjiyi öne çıkarmaktadır. Her iki pulda kullanılan metaforik imgeler (insan beyni şeklindeki ağaç ve koruyucu yaprak şemsiye) çevre konusunun yalnızca biyolojik bir mesele değil, aynı zamanda etik, zihinsel ve sosyal bir sorumluluk olduğunu vurgulamaktadır. Pulun etrafında uçuşan kuşlar, özgürlüğü ve ekolojik çeşitliliğin devamlılığını temsil etmektedir.

Pul serisi genelinde yeşil tonları hâkimdir. Yeşil renk, doğanın kendisini, yaşamı, yenilenmeyi ve sürdürülebilirliği sembolize ederken; beyaz arka plan sadelik ve saflığı ifade etmektedir. Tipografi yalın, okunaklı ve minimal seçimle kurgulanmıştır. “Yeşil Düşün” ifadesi, etken bir ifade ile doğrudan çevreci bir mesaj verirken; çevre bilincinin bir düşünce ve yaşam biçimi olarak içselleştirilmesi gerektiği fikrini de desteklemektedir.

Bu konuya dikkat çekmesi bakımından, tasarım anlayışı, görsel dili ve renk kullanımı açısından benzer özellikler taşıyan Amerika Birleşik Devletleri Posta İdaresi tarafından hazırlanan pulları da incelemek, uluslararası bağlamda çevresel farkındalık temalı filatelik tasarımların ortak estetik ve iletişim stratejilerini karşılaştırmalı olarak değerlendirmek açısından anlamlı olacaktır.



Görsel 24. Go Green ABD Pulu,

Erişim: 05.07.2025, <https://about.usps.com/postal-bulletin/2011/pb22307/html/kit.htm>

Amerika Birleşik Devletleri Posta Servisi tarafından yayımlanan “Go Green” temalı anma pulları aracılığıyla, doğal kaynakları korumaya ve çevre sağlığını desteklemeye yönelik bireysel katkıların önemine dikkat çekmek istenilmektedir (http 3).

Bu pullar, herkesin çevre üzerinde doğrudan ve anlık etki yaratabilmek için uygulayabileceği basit, düşük maliyetli ve ücretsiz adımları teşvik ederek, çevresel farkındalığı artırmayı ve sürdürülebilir yaşam alışkanlıklarını yaygınlaştırmayı amaçlamaktadır. Görsel anlatım yoluyla olumlu bir tutum geliştirmeye yönelik bu tasarımlar, çevre temalı filatelik iletişimde işlevsel bir farkındalık aracı olarak değerlendirilmektedir.

2011 yılı Sosyal Farkındalık pulu teması kapsamında hazırlanan ve 16 parçadan oluşan “Yeşile Dön” anma pulu serisi, çevre bilincini artırmaya yönelik görsel bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Pul tasarımlarında; doğal kaynakları korumak ve çevrenin sağlığını iyileştirmek amacıyla bireylerin günlük yaşamda kolaylıkla uygulayabileceği basit, düşük maliyetli ya da maliyetsiz eylemleri teşvik etmek hedeflenmektedir. Bu doğrultuda; geri dönüşüm yapmak, enerji tasarrufu sağlamak, toplu taşıma araçlarını kullanmak, suyu verimli tüketmek gibi eylemlerin çizimlerle temsil edilmesi, hem eğitici hem de yönlendirici bir tasarım yaklaşımının benimsendiğini göstermektedir. Anma pulu bloğu, sürdürülebilirlik temalı görsel anlatımı güçlendirmek ve kamuoyunda çevresel farkındalık yaratmak açısından dikkate değer bir örnek olarak değerlendirilmektedir.

“Dünya Çevre Günü & Geri Dönüşüm” Temalı Pul (2017)



Görsel 25. Geri Dönüşüm Konulu Pul, 2017

Erişim; 28.04.2025, www.filateli.gov.tr

Bu pul, çevresel farkındalık ve sürdürülebilirlik bilinci oluşturmayı amaçlayan, sosyal sorumluluk içeriğine sahip bir iletişim ürünüdür. Doğrudan bir slogan ve mesaj iletmemekle birlikte en önemli özelliği üretim malzemesi ve bununla ilgili bilginin pulun alt kısmında yer verilmesidir. “Bu pul %50 geri dönüşümlü kâğıttan üretilmiştir” notuyla, izleyiciye kullanışlı bir mesaj verilmekte ve geri dönüşüm bilinci üretim boyutunda da gösterilmiştir. Pulun geri dönüştürülmüş kâğıttan basılmış olması, içerikle biçim arasında anlamlı bir bağ kurarak aslında çok fazla söze gerek kalmadan mesajın önemini ve inandırıcılığını artırmaktadır.

Görselin merkezinde yer alan geri dönüşüm simgesi, iç içe geçmiş dünya silüeti ile birlikte ele alınmış ve çevre teması güçlü biçimde görselleştirilmiştir. Geri dönüşüm sembolünün oluşturduğu alan, dünya haritası şeklinde yeşil yapraklardan ve doğa motiflerinden oluşan bir küre

ile bütünleştirilmiştir. Bu yöntem, doğa ile dönüşüm arasındaki simbiyotik (ortak yaşam) ilişkisiyi temsil etmektedir.

Alt kısımda yer alan çocuk figürü, çevre bilincinin erken yaşta kazanılması gerektiğine vurgu yaparken, aynı zamanda masumiyet ve gelecek kuşakların korunması temalarına da referans vermektedir. Kompozisyonadaki yeşil ve tonları doğayı, yaşamı ve sürdürülebilirliği temsil ederken, arka planda yer alan açık mavi gökyüzü ve doğa manzarası, tasarıma ferah ve umut dolu bir atmosfer kazandırmıştır. Yazı tipi tırnaksız, sade ve okunaklıdır; dekoratif detaylardan uzak durularak çevre temasının yalınlığıyla uyum sağlanmıştır.

Çevresel duyarlılık teması ile ilgili kullanıcı kitlenin interaktif olarak eyleme geçirmesi bakımından işlevin ön planda olduğu benzer ve çarpıcı bir örnek de Finlandiyada üretilen pul tasarımlarıdır. İklim krizine dikkat çekmek için üretilen bu pullar ısıya duyarlı mürekkeple basılmıştır. Bu sayede kullanıcının dokunması ile birlikte ısının artması sonucunda pul üzerindeki görseller de değişmektedir (http 4).



Görsel 26. Isıya Duyarlı Pul

Erişim; 05.07.2025, <https://www.dezeen.com/2020/09/29/berry-creative-climate-change-stamps/>

Türkiye’de üretilen ve üzerinde “Bu pul %50 geri dönüşümlü kâğıttan üretilmiştir” ibaresi bulunan pul, yalnızca mesaj içeriğiyle değil, aynı zamanda malzeme seçimiyle de çevresel farkındalık oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu yönüyle, fiziksel temas yoluyla görüntüde değişim sağlayan ve kullanıcıyla etkileşime giren Finlandiya örneği ile işlevsel bir benzerlik taşımaktadır. Pulun üretim materyali aracılığıyla doğrudan çevre bilincine atıfta bulunması, onu yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik mesajının taşıyıcısı olan nesnel bir tasarım öğesi hâline de getirmektedir. Bu bağlamda söz konusu pul, çağdaş grafik tasarım anlayışı içerisinde işlevselliği ve mesaj gücüyle öne çıkan nitelikli bir tasarım örneği olarak değerlendirilebilir.

“Engelliler Haftası” Pulu (2019)



Görsel 27. Engelliler Haftası Konulu Pul, 2019

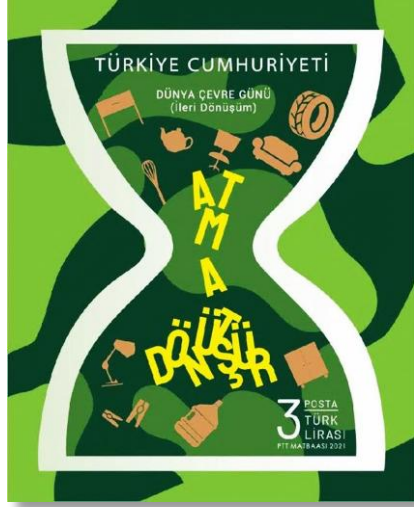
Erişim; 05.05.2025, www.filateli.gov.tr

2019 yılında üretilen pul “Engelliler Haftası”na ithafen hazırlanmıştır ve bu konuda toplumsal farkındalık yaratma amacı taşımaktadır. Tasarım, renk ve form yoluyla kapsayıcılığı, çeşitliliği ve eşitliği vurgulayan güçlü bir görsel iletişim dili kullanılmıştır. Ayrıca en önemli özelliği; zemin üzerinde yer alan kabartmalı “Braille” yazısı, görme engelli bireyler için de erişilebilir bir tasarım anlayışını yansıtmaktadır. Bu detay, pulu yalnızca bir görsel iletişim nesnesi olmaktan çıkarıp, çok duyulu bir tasarım nesnesine dönüştürmektedir.

Pulun üst bölümünde, “ENGELLİLER HAFTASI” ifadesi yer almakta; bu ifade, tematik bağlamı izleyiciye doğrudan iletmektedir. Orta kısımda ise farklı engel gruplarını temsil eden bireylerin çeşitli fiziksel ve sanatsal aktivitelerini simgeleyen silüetler bulunmaktadır. Silüetler arasında tekerlekli sandalye kullanan birey, görme engelli birey ve farklı spor branşlarıyla uğraşan çeşitli organları ampute figürler dikkat çekmektedir. Bu figürler, engelli bireylerin aktif yaşamlarını, potansiyellerini ve topluma katkılarını sembolize etmektedir.

Silüetlerde kullanılan renk geçişleri; turuncu, pembe, yeşil ve mor tonlarıyla hayatın canlılığını ve çeşitliliğini temsil etmektedir. Renklerin akışkan biçimde birbirine karışması, engellerin aşılabileceği ve farklı bireylerin bir arada uyum içinde var olabileceği mesajını güçlendirmektedir.

Arka planda kullanılan açık yeşil ve açık mavi tonları, dingin bir atmosfer oluşturarak umut, barış ve kapsayıcılık kavramlarını desteklemektedir. Alt kısımda yer alan “HAYALLER ENGELSİZDİR” ifadesi, tasarımın ana iletisini sloganlaştırarak, izleyiciye ilham verici bir çağrı yapmaktadır. Bu yazı aynı zamanda bazı harflerin engellilik durumlarına göre görsellerden faydalanarak hazırlanmış ve tipografik açıdan daha vurgulu hale getirilmiştir.

“Dünya Çevre Günü” Pulu (2021)

Görsel 28. Geri Dönüşüm Konulu Pul, 2021

Erişim; 05.05.2025, www.filateli.gov.tr

Bu pul tasarımı, 2021 yılında “Dünya Çevre Günü” kapsamında “İleri Dönüşüm” temasıyla hazırlanmıştır. Tasarım; çevre bilincini artırmak, sürdürülebilir tüketimi teşvik etmek ve atıkların dönüşüm potansiyeline dikkat çekmek amacıyla oluşturulmuş etkili bir grafik iletişim örneğidir. Pulun merkezinde yer alan ve kum saatini andıran form, zamanı vurgularken, iklim krizi, küresel ısınma, atıklar, duyarsızlık vb. ortaya çıkan çevre sorunlarının çözümünde zamanın kritik önemini simgelemektedir. Kum saati biçimi aynı zamanda geri dönüşüm ve döngüsel ekonomi kavramlarına atıfta bulunan metaforik bir işlev üstlenmektedir. Zaman kavramının vurgulanması, kaynakların sınırlı olduğuna ve sürdürülebilirlik için bilinçli tüketimin gerekliliğine işaret etmektedir.

Kum saatinin iç bölümünde “ATMA DÖNÜŞTÜR” sloganı dikkat çekici bir tipografik yerleşimle sunulmuştur. Aynı alanda; şişe, elektronik cihaz, lastik, plastik ve kâğıt gibi çeşitli atık türlerini temsil eden nesne illüstrasyonları, ileri dönüşümün geniş kapsamını ve çeşitli materyallerin yeniden kullanım olanakları görselleştirilmiştir.

Pulda renk kullanımı, doğaya gönderme yapan yeşil ve tonları üzerine inşa edilmiştir. Zemin üzerindeki açık ve koyu yeşil desenler, doğal dokuları ve çevre ile bütünleşmeyi temsil ederken, aynı zamanda tasarıma derinlik ve ritim katmaktadır. Yeşil tonların hâkimiyeti, çevreci mesajın görsel düzlemde de güçlendirilmesini sağlamaktadır.

Pulun üst kısmında yer alan “DÜNYA ÇEVRE GÜNÜ (İleri Dönüşüm)” başlıkları, izleyiciye bağlam sunmakta ve “atma dönüştür” mesajıyla bu bağlamı kuvvetlendirmektedir.

“EUROPA” Serisi Barış Konulu Pul (2023)



Görsel 29. Avrupa-Barış Konulu Pul, 2023

Yazar Koleksiyonu, 2025

Araştırma kapsamında ele alınan ve sosyal içerikli son pul olan bu tasarım, 2023 yılında “EUROPA” serisi kapsamında hazırlanmış olup, “Barış: İnsanlığa En Büyük Değer” teması üzerine inşa edilmiştir. Tasarım, evrensel barış ve birliktelik mesajını güçlü bir görsel sembolizmle ifade eden örnek bir grafik iletişim çalışmasıdır.

Pulun merkezinde, renkli şeritlerin birbirine dolanarak oluşturduğu düğüm formu yer almaktadır. Bu düğüm formu, farklı kültürlerin, kimliklerin ve ulusların karşılıklı saygı, anlayış ve dayanışma temelinde nasıl bir araya gelebileceğini metaforik bir biçimde temsil etmektedir. Aynı zamanda bu form, karmaşıklık içinde bütünlüğü ve çözümün ancak birlikte hareket edildiğinde bulunabileceği fikrini görselleştirir.

Kullanılan renkler; turuncu, kırmızı, mavi, yeşil, siyah ve sarı; çok kültürlülük, çeşitlilik ve küresel kapsayıcılığı simgelemektedir. Renklerin keskin sınırlarla ancak uyum içerisinde yan yana gelmesi, çeşitliliğin uyum içinde var olabileceğini vurgulamaktadır. Özellikle farklı ten renklerini temsil eden el figürleri, kültürel ve etnik çeşitliliğin kabul ve hoşgörü temelinde bütünleşebileceğini somutlaştırmak için kullanılmıştır.

Sol kenarda yer alan “EUROPA” logosu, bu tasarımın Avrupa çapında yayımlanan ortak bir tema dâhilinde üretildiğini gösterirken, sağ kenarda yer alan “Barış: İnsanlığa En Büyük Değer” yazısı, temayı doğrudan ve açıklayıcı biçimde izleyiciye iletmektedir. Üst kısımda Tasarımda kullanılan minimal tipografi ve boş alanlar, merkezdeki grafik öğenin etkisini artırmakta ve mesajın doğrudan algılanmasını kolaylaştırmaktadır.

Sonuç

Bu makalede, grafik tasarımın sosyal konu ve içerikler bağlamındaki işlevi ile pul tasarımları üzerindeki yansımaları ele alınmış, bu unsurların nasıl birer görsel iletişim aracına dönüştüğü irdelenmiştir.

Araştırma; pul tasarımı ile ilgili literatüre farklı bir perspektiften bakılarak; yıllara göre tasnif şeklinde, sosyal içerik ve konulu pullar üzerinden yürütülmüştür. Türk filatelik tarihinde yer alan ilk puldan, araştırma yapılan tarihe kadar olan süreçte basılan tüm pullar; “PTT filateli servisi, basılı kaynaklar ve internet kanalları” üzerinden; tarihsel sıralama ile incelenerek belirlenmiştir. Belirlenen pullar; toplum bilincini oluşturmak ya da güçlendirmek amacı ile çeşitli sosyal konularda farkındalık yaratmak amacı ile üretilmiş pullar olmakla birlikte bu pullarda yer alan konular, görsel içerikler,

figürler ve semboller, görsel içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Bu kapsamda değerlendirme; Türkiye’de 1977–2025 arası sosyal mesajlı pulların ilk kronolojik analizi niteliğindedir.

Çalışma kapsamında sosyal konu ve içerikli olmakla birlikte; slogan içeren ve doğrudan izleyiciye mesaj veren pul tasarımlarına yer verilmiştir. Bu kapsamda süreç içerisinde basımı gerçekleştirilmiş çeşitli anma, kutlama, özel gün vb. spesifik konulu (konu olarak; 1980 Çevre Sağlığı, 1981 Sakatlar Yılı, 1981 Okuma Yazma Seferberliği, 1982 Enerji Tasarrufu, 1986 Tabiatın Korunması Ve Çevre Sağlığı, 2013 Dünya Çevre Günü, 2015 Dünya Su Günü, 2017 Türk Dili Yılı, 2021 Hoşgörü ve Sevgi, vb. anma amaçlı) pullar analiz kapsamı dışında tutulmuştur.

Yapılan çalışmada konu ile ilgili ilki; 1977 yılında sonuncusu araştırmanın yapıldığı tarih (Haziran 2025) itibariyle 2023 yılında basılmış olan 32 adet pul olduğu tespit edilmiştir. Bu 32 pulun tamamı, sosyal içerikli konulara temas etmeleri açısından seçilmiştir. Özellikle toplumsal farkındalık yaratmayı hedefleyen, eğitim, sağlık, çevre, kalkınma, kadın ve çocuk hakları gibi alanlarda mesajlar içeren pullar örneklem olarak değerlendirilmiştir. Değerlendirmeye alınan pullarda ele alınan konular; trafik güvenliği, sağlık ve çevre konuları, israf, geri dönüşüm, su tüketimi, barış, kardeşlik, sevgi ve hoşgörü, özel ve engelli bireylere farkındalık, orman yangınları, organ bağışı ve toplumda kanının konumu gibi sosyal içeriklerdir. Buna göre;

Çevre bilinci ve çevre koruma temalı pullar; toplumsal farkındalığı artırmayı amaçlayan sanatsal ve güçlü bir görsel iletişim diliyle üretilmiş; çevreci bir manifesto niteliği taşımaktadır. Bu tür tasarım ürünlerinin, iletişim çalışmalarını destekleme ve toplumsal duyarlılığı pekiştirme potansiyelinin yüksek olduğu görülmektedir.

Aynı şekilde, engellilik konusunu ele alan ve özellikle engelli bireylerin toplumsal yaşamda görünürlüklerini artırmayı hedefleyen pullar da sosyal kapsayıcılık ilkesine vurgu yapmaktadır. Bu tür tasarımlar, toplumun dezavantajlı kesimlerine yönelik empati geliştirilmesine ve farkındalık oluşturulmasına katkı sağlamaktadır.

Ayrıca, Down sendromlu bireyler için hazırlanan farkındalık pulu da ayrımcılıkla mücadele, farklılıklara saygı ve kapsayıcı toplumsal yapıların inşasına katkı sağlayacak düzeyde tasarlanmış, mesaj değeri yüksek çalışmalardır. Bu tür pullar, yalnızca bir iletişim aracı değil; farklılıkların kabulü, toplumsal kapsayıcılık ve sevgi temelli iletişimin görsel bir manifestosudur. Aynı zamanda kamu vicdanını harekete geçiren, bilinç yükseltici birer sanat nesnesi işlevi de görmektedir.

Kadın hakları temalı pullar ile toplumsal cinsiyet eşitliğini gündeme taşıyarak kadınların siyasal, sosyal ve ekonomik alanlardaki varlığının güçlendirilmesine yönelik sembolik mesajlar sunmaktadır. Bu tür tasarımlar, bireysel haklar ve toplumsal adalet ilkeleriyle uyumlu biçimde, kamusal söyleme müdahil olmaktadır.

Benzer şekilde, israfa karşı hazırlanan pullar ve özellikle su tasarrufuna yönelik pullar da sürdürülebilir yaşam kültürünün teşviki açısından işlevsel rol üstlenmektedir. Doğal kaynakların korunması ve bilinçli tüketim alışkanlıklarının yerleşmesi adına bu görsel araçlar, kamuya dönük etkili birer eğitim ve farkındalık aracıdır.

Organ bağışı temalı pullar, yaşamı paylaşma, başkalarına umut olma ve tıbbi etik bağlamında toplumsal sorumluluk bilincini beslemektedir. Bu bağlamda tasarlanan görsel öğeler, hayat kurtarmanın ve dayanışmanın görsel bir temsiline dönüşmektedir.

Tüm bu tematik örnekler göz önünde bulundurulduğunda, pul tasarımları; sosyal duyarlılık, insan hakları, çevresel bilinç ve etik sorumluluk gibi çok katmanlı konularda iletişim çalışmalarını güçlendirme potansiyeli yüksek, etkili ve kalıcı tasarım ürünleri olarak değerlendirilmektedir.

Araştırmada yer verilen pullar taşıdıkları görsel özellikleri ile sadece posta gönderim bedelini gösterir görsel birer materyal ya da filatelik bir unsur değil; aynı zamanda hazırlandıkları dönemin

sosyal, politik ve kültürel atmosferini de yansıtan, bir kamu spotu işlevi üstlendikleri görülmektedir. Bu kapsamda hem bir koleksiyon malzemesi ve hem de kültürel bir belge niteliğindedir.

Pul tasarımları çok farklı temalarda ve çok fazla çeşitlilikte görsel içeriklerle hazırlanabilen tasarım ürünleridir. Devlet otoritesi ve önderliği ile kamusal birçok paydaş görüşü ile belirlenebilir olması konu çeşitliliğini de artırmaktadır. Bu bağlamda sosyal içeriğe sahip pul tasarımları da dikkat çekilmesi istenen konularda toplumsal bilincin oluşturulması anlamında önemli bir yere sahiptir. Bu açıdan bakıldığında pul tasarımları; grafik tasarımın “minimal alanda maksimum iletişim” ilkesine uygun başarılı bir uygulama alanları olarak öne çıkmaktadır.

Konu kapsamında yapılan değerlendirmeye göre; pullar doğrudan mesaj aktarımıyla etkili bir kamusal iletişim aracına dönüşmüştür. Yaratıldığı ve tedavüle çıktığı dönemlerin sosyal kültürel yansımalarının görülmesi ve değerlendirilmesini mümkün kılmakla birlikte, sosyal sorumluluk bilincini yayması ve taşıdığı mesajı kısa sürede ve evrensel simgeler üzerinden aktarabilmesi açısından da grafik tasarımın işlevsel iletişim boyutunu başarıyla temsil ettiği söylenebilir.

Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlardan biri de; sosyal içerikli pulların, bir nesne olmaktan öte, döneminin toplumsal önceliklerine işaret eden bir iletişim aracı olduğudur. Bir koleksiyon ürünü olması pulun evrensel bir dolaşıma geniş kitlelere ulaşması hedeflenen çeşitli özel temalarda da duyarlılık ve kamuoyu oluşmasında fark yaratabilecek bir özelliktir.

Bir diğer sonuç da pullardaki konu ve görsel içeriklerin sembolik anlatımı ile hem işlevsel hem de eğitici bir tasarım ögesi olduğudur. Üzerlerinde bulunan yerel ve evrensel mesajlarla toplumsal eğitimi ve bilinçlendirmeyi hedefleyen kamu hizmeti iletişimi misyonunu üstlenmektedir. Bu anlayışla ortaya çıkan tasarımlar, grafik tasarımın yalnızca estetik değil aynı zamanda toplum güvenliği ve davranış değiştirme süreçlerinde de ne kadar etkili bir araç olduğunu göstermektedir. Yine bu bağlamda pulların eğitimin her kademesindeki öğrenciler için eğitici bir materyal olması bakımından da önem arz etmektedir.

Ayrıca; günümüz grafik tasarım pratiklerinde, iletinin yalnızca görsel biçimiyle değil, aynı zamanda üretim sürecinde tercih edilen malzeme ve teknolojiler aracılığıyla da güçlendirilmesi, tasarımın çok katmanlı bir anlam alanı oluşturmasına olanak tanımaktadır. Buradan hareketle; araştırma kapsamında değerlendirilen örneklerden; Braille alfabesinden esinlenerek dokunsal deneyim sağlayan delikli yapılar, geri dönüşümlü kâğıt kullanımı ve ısıya duyarlı mürekkep gibi uygulamalar; tasarımı, yalnızca bir görsel iletişim nesnesi olmanın ötesine taşıyarak duyarlar arası bir farkındalık aracına dönüştürmektedir. Bu tür yenilikçi yaklaşımlar, pulu hem fiziksel hem de kavramsal düzeyde anlam yüklü bir nesneye dönüştürmekte; sürdürülebilirlik, erişilebilirlik ve etkileşim gibi çağdaş tasarım odaklarını bir araya getirerek filatelik tasarımı disiplinlerarası bir platform hâline getirmektedir. Dolayısıyla, kullanılan materyal ve tekniklerin bilinçli bir kurgu ile seçilmesi, pulların iletisel işlevini artırmakta ve onları güncel grafik tasarım söylemleri içinde önemli bir konuma taşımaktadır.

Sosyal içerikli ve mesaj odaklı pul tasarımlarında, tasarım ile son kullanıcı arasındaki ilişki, yalnızca görsel algı üzerinden kurulan bir etkileşimden ibaret değildir; aksine, bu ilişki, anlam üretimi, tutum geliştirme ve toplumsal farkındalık oluşturma süreçlerini içeren çok katmanlı bir iletişim dinamiğiyle şekillenmektedir. Pul tasarımlarında verilen sosyal mesajların amacı, toplumu korkutmak değil, bilgilendirmek ve farkındalık kazandırmaktır. Bu yaklaşım, kamu spotları için de geçerlidir. Nitekim Balcı, Gülveren ve Balcı (2015, s.302), “Kamu spotlarının amacı korkutma yerine, madde bağımlılığına karşı bilinçlendirmeye yönelik olmalı.” diyerek görsel iletişim araçlarının toplumsal bilinç oluşturmadaki rolünü vurgulamaktadır. Dolayısıyla sosyal mesajlı pullar da kamu spotlarıyla benzer biçimde, izleyici ya da kullanıcıda farkındalık yaratarak davranış değişikliğine katkı sağlayabilmektedir.

Pulun küçük boyutuna rağmen taşıdığı semboller, renk tercihleri, tipografik kurgular ve bazen üretim materyali üzerinden sunulan mesajlar, kullanıcıyla doğrudan ve hızlı bir etkileşim kurmayı hedefler. Bu bağlamda, tasarımın etkili bir iletişim aracı olabilmesi; hem estetik hem de işlevsel boyutlarının, hedeflenen sosyal mesajla uyum içinde kurgulanmasına bağlıdır. Son kullanıcı, bu tür tasarımları yalnızca görsel olarak algılamakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal sorumluluğun bir parçası olarak da içselleştirebilir. Dolayısıyla, sosyal içerikli pul tasarımları, tasarımcı ile kullanıcı arasında anlam temelli bir bağ kurarak, grafik tasarımın dönüştürücü ve bilinç uyandırıcı potansiyelini görünür kılmaktadır.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında pul tasarımlarının temsil ettikleri konularda iletişim çalışmalarını güçlendirme potansiyeli olan, etkili ve önemli tasarım ürünleri olduğu söylenebilir.

Kaynakça

- Açıkkel, Y. (2018). Hz. Peygamber-gül ilişkisi ve ilgili rivayetlerin değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(30), 71-103.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sbe/issue/38515/450613>
- Alanka, D. (2024). Nitel bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: teorik bir çerçeve. *Kronotop İletişim Dergisi*, 1(1), 62-82. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kronotop/issue/82784/1405579>
- Babacan, M. (2008). *Nedir bu reklam*. Beta Yayınları.
- Balcı, S. Hakan G. and Balcı, M. (2015). Madde bağımlılığı konulu kamu spotlarının lise öğrencilerine değerlendirilmesi. *Journal of Turkish Studies*, vol. 10, no. 6, pp. 287–306.
<https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.8092>.
- Bennet, P. D., (1995). *Dictionary of marketing terms*. 2.ed. American Marketing Publisers Chicago.
- Berger, A. A. (2011). *Ads, fads, and consumer culture: advertising's impact on American character and society*. fourth edition. Rowman&Littlefield publishers, USA
- Bezaz, G. Y., (2007). *Geçmişten günümüze haberleşme ve PTT T,tarihi*, Türkiye Haber-İş Sendikası Yayınları.
- Eczacıbaşı. (1997). *Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi*. Yapı-Endüstri Yayınları.
- Evren Pul Evi. (1983). *Pul nedir? Koleksiyon nasıl yapılır? Tanımlar deyimler araç ve gereçler*. Evren pul Evi Yayını.
- Dursun, İ. (2020). Çevreci Tüketime Yönelik Sosyal Pazarlama Kampanyalarında Bölümlendirme Kriteri Olarak Yaş. *Turkish Studies – Social Sciences*, vol. 15, no. 2 (CUDES 2019 Special Issue), pp. 185–200. <https://search.trdizin.gov.tr/en/yayin/detay/419380/cevreci-tuketime-yonelik-sosyal-pazarlama-kampanyalarinda-bolumlendirme-kriteri-olarak-yas>
- Gasimova, S. Ve Ehmedov, R. (2013), Azerbaycan'ın ilk posta pulları, *IRS Cultural Heritage*, (7), 40-43
- Hofsoos, E. (1996). *Reklam ve yönetim*. Emel Matbaası.
- http 1.<https://www.ebay.com/itm/196162395335> (E.T. Haziran 2025)
- http 2. <https://www.wopa-plus.com/en/stamps/product/&pid=84110&origin=tid-31#> (E.T. Haziran 2025)
- http 3. <https://about.usps.com/postal-bulletin/2011/pb22307/html/kit.htm> (E.T. Haziran 2025)
- http 4. <https://www.dezeen.com/2020/09/29/berry-creative-climate-change-stamps/> (E.T. Haziran 2025)
- Kış, S. (2015). Pul para oldu: Osmanlı Devleti hazinesine kaynak arayışında antika posta pulları. *Journal of Turkish Studies*, vol. 10, no. 9, 2015, pp. 321–340.
<http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8421>
- Luo, A. (2023, June 22). Content analysis-Guide, Methods & Examples: A research method used to identify patterns in recorded communication. Scribbr.
<https://www.scribbr.com/methodology/content-analysis/>, (E.T. Mayıs 2025).
- RTÜK (2025) <https://www.rtuk.gov.tr/kamu-spotlari-yonergesi/3795>
- Süar Oral, S. (2020). Sağlık temalı popüler yerli dizilerin başrol karakterlerinin rol aldığı kamu spotlarının sağlık çalışanları tarafından alınlanması: Sağ kalım kampanyası çerçevesinde

- 'Coronavirüs 14 Gün Kuralı' kamu spotları örneği. *Journal of Turkish Studies*, 15(8), 3711–3740. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44429>
- Tarlakazan, B. E. (2017). Sanatçı ve tablolar konulu cumhuriyet dönemi Türk posta pulları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(50), 340-354. <https://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1666>
- Tarlakazan, B. E. (2018). Pul tasarımlarında Osmanlıdan günümüze kadın figürü. *İdil Dergisi*, 7(46), 711-727 <https://www.idildergisi.com/makale/pdf/1524145746.pdf>
- Tikveş, Ö. (2005). *Halkla ilişkiler ve reklamcılık*. 2. Baskı, Beta Yayınları.
- Tarlakazan, E. Tarlakazan, B.E. (2023). Film afişlerinde metaforik anlatım. *Journal of Turkish Studies*, vol. 18, no. 4, 2023, pp. 1683–1700. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.69800>.
- Topçuoğlu, N. N. (1996). *Basında reklam ve tüketim olgusu*. Vadi Yayınları.
- Yıldız, Ö. E. ve Deneçli, C. (2011) Sosyal içerikli reklamların kullanımı: bir çözümleme örneği, *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 96-110. <https://dergipark.org.tr/pub/yalovasosbil/issue/21785/615296>
- Yücel, N. Yücel, A. Gündüz, K. & İnan, M. (2020). Korona virüs riskine karşı 14 kural, kamu spotunun eye-tracking ile analizi. *Journal of Turkish Studies*, 15(6), 979-999. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44402>
- Ward's W. (1918), *The postage stamps of Great Britain*, Booklet Number 22 (third Edition). Severn-Wylie-JewettCo. Mekeel's Weekly Stamp News, Portland, ME, Beverly, MA, 5-7.
- Weinreich, N. K. (1999). *Hand-on social marketing: a step by step guides*. Sage Publications, USA
- www.pulhane.com/index.html, 2025
- www.filateli.gov.tr/, 2025

Görsel Kaynakçası

- Görsel 1. Dünya Sağlık Günü Konulu Pul, 1972, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 07.04.2025).
- Görsel 2. Kanserle Savaş Konulu Pul, 1972, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 07.04.2025).
- Görsel 3. Barış Konulu Pul, 1976, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 07.04.2025).
- Görsel 4. Aşırı Hız Pulu, 1977, Yazar Koleksiyonu, (2025).
- Görsel 5. Yavaş Temalı Pul, 1977, Yazar Koleksiyonu, (2025).
- Görsel 6. Yaya Geçidi Konulu Pul, 1978, Yazar Koleksiyonu, (2025).
- Görsel 7. Geçme Yasağı Konulu Pul, 1978, Yazar Koleksiyonu, (2025).
- Görsel 8. Düğün-Ölüm Konulu Pul, 1978, Yazar Koleksiyonu, (2025).
- Görsel 9. Geçme Yasağı Pulu, 1979, Yazar Koleksiyonu, (2025).
- Görsel 10. Orman Koruma Konulu Pul, 1977, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 14.04.2025).
- Görsel 11. Ağaç Dikme Konulu Pul, 1977, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 16.04.2025).

-
- Görsel 12. Emniyet Kemer Pulu, 1987, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 16.04.2025).
- Görsel 13. Alkol Felakettir Konulu Pul, 1987, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 18.04.2025).
- Görsel 14. Trafik İşaretleri Konulu Pul, 1987, <https://www.pulhane.com/index.html>, (Erişim: 20.04.2025).
- Görsel 15. Kardeşlik Konulu Pul, 2012, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 25.04.2025).
- Görsel 16. Kadın ve Toplum Konulu Pul, 2012, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 26.04.2025).
- Görsel 17. Down Sendromu Konulu Pul, 2012, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 25.04.2025).
- Görsel 18. 2021 Romanya Pulu, <https://www.ebay.com/itm/196162395335>, (Erişim: 25.06.2025).
- Görsel 19. 2023 İspanya Pulu, [https://www.wopa-plus.com/en/stamps/product/&pid=84110 & origin=tid-31#](https://www.wopa-plus.com/en/stamps/product/&pid=84110&origin=tid-31#), (Erişim: 25.06.2025).
- Görsel 20. Organ Bağışı Konulu Pul, 201, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 27.04.2025).
- Görsel 21. Obezite İle Mücadele Pul, 2015, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 27.04.2025).
- Görsel 22. İsrar Konulu Pul, 2015, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 27.04.2025).
- Görsel 23. Çevre Konulu Pul, 2016, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 28.04.2025).
- Görsel 24. Go Green ABD Pulu, <https://about.usps.com/postal-bulletin/2011/pb22307/html/kit.htm>, (Erişim: 20.06.2025).
- Görsel 25. Geri Dönüşüm Konulu Pul, 2017, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 28.04.2025).
- Görsel 26. Isıya Duyarlı Pul, <https://www.dezeen.com/2020/09/29/berry-creative-climate-change-stamps/>, (Erişim: 20.06.2025).
- Görsel 27. Engelliler Haftası Konulu Pul, 2019, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 05.05.2025).
- Görsel 28. Geri Dönüşüm Konulu Pul, 2021, www.filateli.gov.tr, (Erişim: 05.05.2025).
- Görsel 29. Avrupa-Barış Konulu Pul, 2023 Yazar Koleksiyonu, (2025).