

### 37. Grafik Tasarımda Sosyal Sorumluluk Projesi Geliştirme: “Bağımlılıkla M¼cadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” Örneği<sup>1</sup>

Pembe AKT¼RK<sup>2</sup>

**APA:** Aktürk, P. (2024). Grafik Tasarımda Sosyal Sorumluluk Projesi Geliştirme: “Bağımlılıkla M¼cadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” Örneği. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (41), 759-775. DOI: <https://zenodo.org/record/13355095>

#### Öz

Grafik tasarım yaşamı çevreleyen, düzenleyen, günlük kararlarımızı etkileyen, duygu durumumuzu, davranışlarımızı değiştiren ve geliştiren bir disiplindir. Grafik tasarım disiplini aracılığıyla tasarlanan görsel iletiler, bilgilendirme tasarımları, çeşitli grafik ürünler yaşamı kolaylaştırmakta ve anlamlı kılmaktadır. Grafik tasarım disiplini içinde ticari projeler kadar toplumsal yaşama artı değer katan sosyal sorumluluk projelerine de yer verilmektedir. Grafik tasarımda sosyal sorumluluk projesi geliştirme ile ilgili ilk deneylerin ilgili alanda eğitim veren kurumlarda yapılması önemlidir. “Grafik Tasarımda Sosyal Sorumluluk Projesi Geliştirme: Bağımlılıkla M¼cadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi Örneği” başlıklı araştırma Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fak¼ltesi Grafik Bölümü Grafik Tasarım ve Grafik Tasarım Proje dersi alan 2., 3., ve 4. sınıf öğrencilerinin katılımı ile gerçekleştirilen atölye çalışması üzerinden grafik tasarım alanında sosyal sorumluluk projesi geliştirmeyi ele almaktadır. Araştırmada grafik tasarım alanında sosyal sorumluluk projesi geliştirmenin dezavantajlı gruplara ve topluma pozitif katkı sağlamasının önemi vurgulanmaktadır. Bağımlılık konulu atölye kapsamında düzenlenen konferansa katılarak bilgilenen, ardından yön bilgiyi alarak tasarımlar yapan öğrenciler grafik tasarımda sosyal sorumluluk projesi geliştirme sürecini deneyimlemiştir. Atölye kapsamında tasarlanan ve farklı bağımlılık türlerini ele alan 50 afişten 10’u bu çalışma kapsamında incelenmiştir. Araştırmada grafik tasarımda sosyal sorumluluk projelerinin önemi vurgulanmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Grafik Tasarım, Sosyal Sorumluluk, Bağımlılık, Atölye, Afiş.

<sup>1</sup> **Beyan (Tez/ Bildiri):** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.  
**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.  
**Finansman:** Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.  
**Telif Hakkı & Lisans:** Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.  
**Kaynak:** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.  
**Benzerlik Raporu:** Alındı – Turnitin, Oran: %4  
**Etik Őikayeti:** editor@rumelide.com  
**Makale Tür¼:** Araştırma makalesi, **Makale Kayıt Tarihi:** 03.06.2024-**Kabul Tarihi:** 20.08.2024-**Yayın Tarihi:** 21.08.2024; DOI: <https://zenodo.org/record/13355095>  
**Hakem Değerlendirmesi:** İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme  
<sup>2</sup> Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fak¼ltesi, Grafik Bölümü / Research Assis., Selcuk University, Faculty of Fine Arts, Graphics Department (Konya, Türkiye), pembe.akturk@selcuk.edu.tr, **ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0002-1888-5754> **ROR ID:** <https://ror.org/045hgzm75> **ISNI:** 0000 0001 2308 7215 **Crossref Funder ID** 501100007086

## Developing a Social Responsibility Project in Graphic Design: "Poster Design Workshop on Creating Awareness About Addiction" Example<sup>3</sup>

### Abstract

Graphic design is a discipline that surrounds and organizes life, affects our daily decisions, changes and improves our mood and behavior. Visual messages, informational designs and various graphic products designed through the graphic design discipline make life easier and more meaningful. Within the graphic design discipline, social responsibility projects that add value to social life as well as commercial projects are included. It is important that the first experiments on developing social responsibility projects in graphic design are carried out in institutions providing education in the relevant field. In this regard, the seeds of developing social responsibility projects should be planted in institutions that provide education in the graphic design discipline. The research titled Developing A Social Responsibility Project In Graphic Design: "Poster Design Workshop On Creating Awareness About Addiction" Example was carried out with the participation of 2nd, 3rd and 4th grade students taking the Graphic Design and Graphic Design Project course at Selçuk University Faculty of Fine Arts, Department of Graphics. It discusses developing a social responsibility project in the field of graphic design through a workshop. The research emphasizes the importance of developing a social responsibility project in the field of graphic design and making a positive contribution to disadvantaged groups and society. Students, who were informed by attending the conference held within the scope of the workshop on addiction and then made designs by taking the directional information, experienced the process of developing a social responsibility project in graphic design. 10 of the 50 posters designed within the scope of the workshop and addressing different types of addiction were examined within the scope of this study. The research emphasizes the importance of social responsibility projects in graphic design.

**Keywords:** Graphic Design, Social Responsibility, Addiction, Workshop, Poster.

<sup>3</sup> **Statement (Thesis / Paper):** It is declared that scientific and ethical principles were followed during the preparation process of this study and all the studies utilised are indicated in the bibliography.

**Conflict of Interest:** No conflict of interest is declared.

**Funding:** No external funding was used to support this research.

**Copyright & Licence:** The authors own the copyright of their work published in the journal and their work is published under the CC BY-NC 4.0 licence.

**Source:** It is declared that scientific and ethical principles were followed during the preparation of this study and all the studies used are stated in the bibliography.

**Similarity Report:** Received - Turnitin, Rate: 4

**Ethics Complaint:** editor@rumelide.com

**Article Type:** Research article, **Article Registration Date:** 03.06.2024-**Acceptance Date:** 20.08.2024-

**Publication Date:** 21.08.2024; **DOI:** <https://zenodo.org/record/13355095>

**Peer Review:** Two External Referees / Double Blind

## Giriş

Çağdaş yaşamda, üretimin bir parçası olan grafik tasarımcının yaptığı tasarımlarla yalnızca ekonomiye değil aynı zamanda topluma da faydalı olması beklenmektedir. G¼ndelik yaşam pratikleri tasarımlar üzerinden belirlenmekte ve tasarımlar yaşamımızı, bizi sarıp sarmalamaktadır. Görsel iletişimin gücünü keşfeden insan fikirleri yok edip yeniden inşa edebilmek için tasarımın olanaklarından faydalanmaktadır. Bu araştırma kapsamında söz konusu güc¼n sosyal sorumluluk gerektiren konularda kullanılması örnek atölye çalışması üzerinden ele alınmaktadır. “Bağımlılıkla M¼cadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fak¼ltesi Grafik Bölümü’nde eğitim gören öğrencilere grafik tasarımın görsel bir dil sistemi oluşturmanın ötesinde, yaşamı düzenleyen bir disiplin olduğu bilinci aşılanması amacıyla yapılmıştır. Atölye çalışması öğrencilerin ilgili konuda derinlemesine bilgi edinmelerini sağlarken aynı zamanda bu konuda tasarımlar üreterek hedef kitleyi bilinçlendirme görevi edinmelerini sağlamaktadır. Atölye çalışması, bir grup insanın herhangi bir konuda birlikte aktif, eleştirel bir ortamda belirli bir zaman diliminde hızlı ve verimli şekilde bilgilenmesi ve üretim yapması sürecidir. Katılımcılar, “Bağımlılıkla M¼cadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi”nde; afişin, sosyal sorumluluğun, bağımlılığın ne olduğunu tartışarak, bağımlılığı önleme konusunda grafik tasarım disiplini içinde neler yapılabileceği konusunda fikir alışverişinde bulunmuşlardır. Ardından katılımcılar, bağımlılık konulu konferansta bağımlılıkla m¼cadele konusunda yapılanlar ve yapılması gerekenler hakkında detaylı bir şekilde bilgilendirilmişlerdir. Katılımcılara hazırlayacakları afiş tasarımları konusunda yön bilgi verilmiştir. Katılımcılar hızlı fikir eskizlerini olgunlaştırma konusunda atölye yür¼t¼c¼leri ile iş birliği içinde çalışarak, nihai tasarıma birlikte karar vermişlerdir. Atölye çalışması; sürecin oldukça değerli olduğu, iş birliği, fikir birliği ve fikir farklılığının deneyimlendiği bir üretim ortamı sunmaktadır. Atölye çalışmasında öğrenci bağımlılık konusunda bilgilendirici, ilham veren afişler tasarlayarak;

- S¼rd¼r¼lebilir bir gelecek yaratma konusunda duyarlı,
- Grafik tasarım disiplininin sosyal sorumluluk projeleri oluşturma gücü konusunda deneyimli,
- İş birliği yapma ve grupta çalışma konusunda tecr¼beli,
- Toplumsal fayda yaratmada duyarlı,
- Bağımlılık ve türleri konusunda bilgi sahibi,
- Dezavantajlı grupların topluma ve hayata kazandırılmasında duyarlı,
- Kendi disiplininin imkanlarını sosyal sorumluluk projelerinde kullanabilen bir tasarımcı/tasarımcı adayı olmaktadır.

**Araştırmanın amacı:** Bağımlılık sorununa dikkat çekerek bağımlılık konusu üzerinden grafik tasarım disiplini içinde sosyal sorumluluk projesi geliştirmenin deneyimlenmesini sağlamak, atölye çalışması kapsamında hazırlanan afişler üzerinden afişlerin ulaştığı/ulaştırıldığı kişilere ve bağımlı bireylere yaşamda başka seçeneklerin mümkün olduğu mesajını sözel ve görsel eşitliğin uyum içinde olduğu kolay algılanabilir grafik bir dille aktarabilmektir. Gerçekleştirilmiş olan atölye çalışmasının somut verilerinden yola çıkarak topluma fayda odaklı projelerin geliştirilebileceği konusunu yazınsal olarak da ifade etmektir.

**Araştırmanın yöntemi:** Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden “dok¼man analizi” yöntemi kullanılmıştır.

Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yöntemdir. Doküman çeşitleri olarak kitaplar, mektuplar, dergiler, günlükler, haritalar, çizelgeler, istatistikler, anayasa ve yönetmelikler, yasal metinler, gazeteler, fotoğraflar, anılar, röportajlar, okul kayıtları, sağlık ve kamu kayıtları, resimler, videolar, mesajlar vb. sayılabilir. (Kıral, 2023, s.170-173).

Bu araştırmada "Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi"nde hazırlanan afişlerden konu dağılımı gözetilerek seçilen afişler incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Araştırmada aynı zamanda nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yöntemi kullanılmış, "Grafik tasarım disipliniinde sosyal sorumluluk bilinci ve sosyal sorumluluk projesi nasıl geliştirilebilir?" problem cümlesi "Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi" örneği üzerinden cevaplanmaya çalışılmıştır. Durum çalışması/örnek olay incelemesi, bir sosyal olgunun kendi bağlamı içinde, çeşitli veri toplama teknikleriyle bilgi toplanarak ampirik olarak incelenmesidir (<https://anabilgi.anadolu.edu.tr/?contentId=82877>, erişim tarihi:26.03.2024). Durum çalışmaları için en uygun sorular ne, nasıl, neden soruları olarak önerilmektedir. Bu sorulardan hepsi ya da herhangi biri doğrultusunda durum örnek/örnek olay incelenmesi yapılabilmektedir.

**Araştırmanın kapsamı:** Araştırma "Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi"nde hazırlanan 50 afişten farklı bağımlılık türlerini ele alan afişlerden 10'unu kapsamaktadır. Atölye lisans 2., 3. ve 4. sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen 10 afişten 4'ü 4. sınıf öğrencilerine, 3'ü 3. sınıf öğrencilerine, diğer 3'ü ise 2. sınıf öğrencilerine aittir. Afişlerde teknoloji, alkol, ilişki, ilaç, temizlik, yeme ve alışveriş gibi bağımlılık türleri ele alınmıştır.

**Araştırmanın önemi:** Araştırma eğitim öğretim sürecinde yapılan proje ve atölye çalışmalarının somutlaştırılması ve katılımcılara sosyal sorumluluk bilinci kazandırılması açısından önemlidir. Bir tasarım disipliniinde, sosyal sorumluluk gerektiren bir konuda atölye çalışmasının gerçekleştirilmesi, uygulama çalışmaları üretilmesi ve çalışmanın yazımsal olarak ifade edilmesi çalışmanın gerçekleştirildiği yıllarda kurumda/ülkede grafik tasarım eğitiminin hafızanın tutulması anlamında da önemlidir. Araştırma, grafik tasarım disiplini içinde sosyal sorumluluk projelerinin süreci hakkında bir örnek oluşturmaktadır.

**Araştırmanın sınırlılıkları:** "Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi" katılımcıları Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü'nde eğitim gören ve Grafik Tasarım II, Grafik Tasarım III, Grafik Tasarım Proje dersini alan lisans 2., 3. ve 4. sınıflardan oluşmaktadır. Atölyeye 2., 3. ve 4. sınıflardan oluşan toplam 50 kişi katılmış ve afiş tasarlamıştır. Bu araştırma kapsamında afişlerin tamamını incelemek mümkün olmadığından 50 afiş tasarımı arasından konu dağılımındaki çeşitlilik doğrultusunda seçilen 10 afiş incelenmiştir. Bu doğrultuda atölye çalışması 2., 3. ve 4. Sınıf öğrencilerinden Grafik Tasarım ve Grafik Tasarım Proje Dersini alan öğrencilerden gönüllü olarak atölyeye katılmak isteyen öğrencilerle sınırlandırılmıştır.

## Sosyal Sorumluluk ve Grafik Tasarımda Sosyal Sorumluluk Projesi Geliştirme

Sosyal sorumluluk, bireyin kendisinin de dahil olduğu toplumu ilgilendiren konularda toplumun ve yaşadığı evrenin ihtiyaçlarına uygun olarak duyarlı davranış geliştirme durumu olarak açıklanabilir. Küreselleşme/uluslararası bütünleşme süreci ile sosyal sorunlar artmış ve artan sorunlara ortak çözüm

geliştirme aciliyeti oluşmuştur. Sosyal sorumluluk kelimesi etimolojik olarak incelendiğinde sosyal kelimesinin; “İngilizce ve Fransızca “social” sözcüğünden türeyen bir sıfat olduğu ve “toplumsal” anlamında olduğu görülmüştür (<https://sozluk.gov.tr>, erişim tarihi: 26.03.2024). Sorumluluk kelimesi ise TDK tarafından “Kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi; sorum, mesuliyet” olarak tanımlanmıştır (<https://sozluk.gov.tr>, erişim tarihi: 26.03.2024).

Yaşamın olağan akışı içerisinde bireyin yaşam, eğitim ve iş alanlarında sorumluluk almasını gerektiren birçok konu vardır; sosyal yaşamın huzuru ve sürdürülebilirliği sorumluluk bilincinin gelişimi ile doğru orantılıdır. Bireylere sosyal sorumluluk bilincinin aşılması çocukluk çağından itibaren başlamakta, eğitimin her aşamasında devam ederek iş yaşamına ve profesyonel yaşama aktarılmaktadır. Bu doğrultuda grafik tasarım disiplini gibi bireylerin yaşama ve davranış biçimlerini doğrudan etkileyebilecek güce sahip disiplinlerin sosyal sorumluluk projeleri geliştirmeleri ve sosyal yaşama pozitif katkı sağlamaları gerekmektedir. Grafik tasarımda sosyal sorumluluk bilincinin geliştirilebilmesi ise diğer disiplinlerde olduğu gibi tasarım eğitiminde sosyal sorumluluk projeleri konusunda eğitim verilmesi ve alan ile ilgili yapılan çalışmaların yanında sosyal sorumluluk konularında da projeler üretilmesine fırsat tanınması ve öğrencilerin bu konuda bilinçlendirilmesi ile mümkündür. “Tasarım endüstrisinde cinsiyet, yoksulluk ve küresel ısınma gibi dünya çapındaki sorunlara ilişkin etik duruşu sorgulayan bir eğilim bulunmaktadır” (Ambrose ve Harris, 2012, s.56).

Grafik tasarım herhangi bir düşüncenin görsel ve tipografik öğelerle organize edilerek alıcıya sunulmasıdır. Bu doğrultuda grafik tasarım fikirler iletir, ürünler sattırır, propaganda yapar kısaca toplumları yönlendirme gücü olan önemli bir alandır. Bruno Munari’ye göre “tasarımcı estetik anlayışı olan bir planlamacıdır” bu doğrultuda konu her ne olursa olsun tasarımcı tarafından alıcıya estetik ve planlı bir şekilde sunulmaktadır (<https://www.goodreads.com/work/quotes/6272937-artista-e-designer>, 05.04.2024). Grafik tasarım sürecinde tasarımcı bağlı bulunduğu kültüre, hedef kitleye göre tasarımını oluşturmaktadır. Tasarımını oluştururken o kültürde anlamlı olan imgeler başta olmak üzere çeşitli görsel araçlardan faydalanmaktadır. Seçilen imgelerin alıcıya aktarılabilmesi için kısa bir zaman bulunmaktadır ve bu sebeple imgeler titizlikle ve doğru anlamlandırma yapılabilecek şekilde seçilmelidir (Ambrose ve Harris, 2013, s.67). Grafik tasarımcılar, toplumların anlamlandırma ve algılama durumlarını da gözetenek görsel iletişim araçları tasarlamaktadır. Görsel iletişim araçları tasarlanırken hedef kitlenin sosyokültürel, eğitim durumu, deneyimleri, estetik değerleri, maddi ve manevi kültürel değerleri göz önünde bulundurulmaktadır. Böylece tasarım hedef kitleye ulaşılabilen, mesajı iletilebilen ve alıcı tarafından anlamlandırma yapılabilmektedir. Görsel iletişim şeklinde oluşturulmuş mesajlar kalıcıdır ve farklı zaman dilimlerinde de geçerliliklerini koruyarak belge niteliği taşımaktadırlar (Uçar, 2019, s.22). Tasarımcılar görsel mesajlar inşa ederek yalnızca reklama hizmet etmemekte aynı zamanda sosyal sorumluluk gerektiren alanlarda çalışarak toplumu aydınlatmaktadır. Heller ve Anderson’a göre “(...) Grafik tasarımın emretme, savunma, eğitme kısaca izleyiciyi duygu ve davranışlarını değiştirmeye zorlama gücü vardır. Bunu yapabilmek için kelime ve resmin ana bileşenlerini karıştırmanız gerekir. Doğru unsurlarla bir poster, kitap kapağı veya broşür hem fiziksel hem de duygusal bir tepki uyandırabilir. Bu hafife alınmaması gereken bir güçtür” (2016, s. 105). Grafik tasarım eğitimi veren kurumların ve ilgili bölümlerin bu konuda çalışmalar yaparak grafik tasarım alanında eğitim görenleri bilgilendirmesi sosyal hayatın düzeni, devamlılığı, toplumsal sorunların çözümü için önem arz etmektedir. “Sosyal sorumluluk ve tasarımda sosyal sorumluluk kavramının tasarım eğitiminin verildiği tüm birimlerin öğretim programlarına ders ya da ders içi proje olarak dâhil edilmesi; bu bilincin yerleştirilmesi, toplumun tüm bireylerinin yaşam niteliğinin yükseltilmesine yönelik çabalar bakımından son derece önemlidir” (Benuğur, 2014:210). Bu doğrultuda

tasarım eğitimcisi, tasarımcı ve tasarımcı adayları grafik tasarım disiplininin gerektirdiği sorumluluk doğrultusunda üretmek üzere toplumdaki insanların bilgilendirilmesine katkıda bulunarak farkındalık oluşturmalarını sağlayacaklardır. Grafik tasarımda sosyal sorumluluk bilinci ile ilgili ilk adımların grafik tasarımcı Ken Garland öncülüğünde First Things First (İlk Önce Öncelikler) Manifestosu ile atıldığı bilinmektedir (Poyner, 2002, s.2). 1964 yılında tasarımcıların yeteneklerini daha iyi amaçlarla kullanmasına yönelik ilk metin 22 görsel iletişimci tarafından imzalanmış, bunu 1999 yılında, 33 tasarımcının imzaladığı, ilk çağrının yeniden düzenlenmiş versiyonu izlemiş, 2014'te, manifestonun 50. yıldönümünde, tüm dünyadan 1600 tasarımcı First Things First (İlk Önce Öncelikler) Manifestosu'na bağlılığını tazelemiştir. 2020 yılında manifesto yeniden güncelleniş ve özellikle iklim krizine dikkat çekilmiştir (<https://www.firstthingsfirst2020.org>). Manifestolara bakıldığında tasarımın enerjisini, güç ve potansiyelini yalnızca ticarete, satın almaya, yaşadığımız çevreye, doğaya zarar veren orantısız üretime harcanmasına karşı bir duruş sergilendiği görülmektedir. Manifestolar, tasarımcının yaratıcılığını toplumsal faydaya yönelik, sorumluluk gerektiren alanlarda kullanması gerektiğini önermekte, tasarımcıya doğaya ve insanlığa karşı ödevleri olduğunu hatırlatmaktadır. Problemlere yaratıcı görsel çözümler sunan tasarımcıları çevresel, sosyal, kültürel sorunları çözmeye davet etmektedir. Heller ve Vienne, 100 Ideas That Changed Graphic Design (Grafik Tasarımı Değiştiren 100 Fikir) Kitabının Idea No: 66 Public Service Campaigns (Fikir No: 66 Kamu Hizmeti Kampanyaları bölümünde "ticari olmayan nedenler, parlak reklam kampanyalarının ortaya çıkmasını sağlayabilir. Yaratıcı kişilerin çoğu yeteneklerini kamu yararına sunmaya heveslidir" (2012, s.139) şeklinde tespitte bulunmuşlardır. Ambrose ve Aono-Billson ise "ticari dünya, sosyal etkililik ve satışlarla ilişkilenen etik bir duruş pekâlâ tasarım uygulamasının bir parçasıdır ama grafik tasarımcı olarak aynı zamanda güce ve sosyal sorumluluğa ait bir konumumuz da vardır" (2011, s. 30). Bu doğrultuda grafik tasarımcıların ve grafik tasarımcı adaylarının topluma duyarlı ve sosyal sorumluluk projelerinde yer almaya açık yapıda oldukları görülmektedir.

Sosyal sorumluluk bilinci bireylere özgü algılanmamalıdır, son yıllarda topluluklar, marka ve şirketler sosyal sorumluluk bilinciyle hareket etmekte, topluluk, marka ve şirketlerin sosyal sorumluluk konularında yaptığı yatırımlar toplum tarafından değerlendirilmektedir. Toplumda şirket ve markaların tercih edilmesi, daha saygın bir yere sahip olmaları sosyal duyarlılıkları çerçevesindedir. Bu doğrultuda kurumlar kurum, şirket ve markalar çeşitli sosyal sorumluluk hedefleri belirlemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkıları yoluyla toplumun refahını iyileştirme taahhüdüdür (Kotler ve Lee, 2005, s.3). "Kurumlar uzun süreli varlıklarının kurumsal itibara bağlı olduğu düşüncesinden yola çıkarak sadece ekonomik çıkarlarına değil itibara da odaklanan kurumlar haline gelmiştir. Kurumların toplumla bağını kurabilmesi için, ekonomik ve yasal zorunluluklar ötesinde paydaşlarına karşı sorumluluk bilinciyle hareket etmesi kurumlara itibar kazandırabilmektedir" (Öztürk, 2019, s.4). Küreselleşen dünyada sosyal sorumluluk projeleri, marka ve şirketlerin müşterileri ile aralarında duygusal bağlar inşa edebilmelerine olanak sağlamaktadır. Markalar reklamlarına sosyal sorumluluk projelerini entegre ederek markanın görünürliğini ve değerini artırmakta, markanın duygusal imajını güçlendirmektedir. İtalyan giyim şirketi olan Benetton, sanatçı ve sanat yönetmeni Oliviero Toscani ile çığır açan reklam kampanyalarına imza atmıştır. Toscani'ye göre reklam yalnızca ürün satmamalı yaşadığımız dünyanın gerçeklerini de yansıtmalıdır (<https://www.brandvertising.ch/2024/05/united-colors-of-benetton/>, erişim tarihi: 26.03.2024). Toscani, Benetton markası için hazırladığı reklamlarda şok edici görüntüler kullanarak insanların dikkatini çekmek ve onları gerçeklerle yüzleştirmek için rahatsız edici görseller kullanmıştır. Markanın reklamlarında savaş, ırkçılık, AIDS, iklim sorunları gibi toplumsal sorunlar ele alınmaktadır. "Benetton reklamlarında göbek bağı henüz kesilmemiş bir bebek, beyaz bir bebeği emziren siyah kadın, öpüşen rahip ile rahibe, birbirine kelepçelenmiş siyah ve beyaz eller, çiftleşen atlar, elinde insan kemiği tutan

gerilla gibi sıra dışı fotoğraflar “United Colors Of Benetton” sloganıyla gösterilerek izleyicilerde şok etkisi yaratmış ve hafızalara kazınmıştır” (Ergüven, 2021, s.122).



Görsel 1. Oliviero Toscani tarafından Benetton markası için hazırlanan sosyal sorumluluk temalı afişler “göbek bağı henüz kesilmemiş bir bebek, 1991, Görsel 2. Oliviero Toscani tarafından Benetton markası için hazırlanan sosyal sorumluluk temalı afişler “öpüşen rahip ve rahibe”, 1992, kaynak:

<https://www.vogue.co.uk/gallery/benettons-best-advertising-campaigns>, erişim:07.04.2024.

Günümüzde insanlar kurumlar ve markaların toplumu geliştirmeye yatırım yapması ve bu gelişmelere yardımcı olacak çözümler araması gerektiğine inanmaktadır. Çevreye duyarlı kurumsal politikalar, sosyal yardım ve yatırımlar, tüketici-alıcı algısını olumlu yönde etkilemektedir. Bu çerçevede kurum, şirket ve markalar, grafik tasarımcı ile iş birliği içinde yaratıcı sosyal sorumluluk projeleri ile tüketicinin güvenini kazanmaktadır. “Görsel iletişim insan için yaşamsal bir öneme sahiptir. Çağdaş yaşamda karmaşık bilgiler hızlı algılanabilir görüntülere ve işaretlere dönüşmüştür; hayatımızı kuşatan reklam, tabela ve işaretler durmadan bize bir şeyler söyler, komutlar verir, yönlendirir” (Ergüven, 2021, s.115). Grafik tasarımcı doğru yönlendirme yapabilmek için yaratıcı fikirler bularak mesajı çeşitli görsel elemanlarla inşa eder. Görsel, sözlü ve duyuşal sinyal katmanlarından süzülen karmaşık bir dünyada sağlam, net görsel iletişim çok önemlidir. Mükemmel tasarım sadece hayatımızı anlamlandırmamıza yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda deneyimi zevkli hale getirebilir (Lupton ve Cole Phillips, 2008, s.13). “Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” kapsamında katılımcılara yön bilgi verilirken tasarlanan afişlerde imge, tipografi ve tasarım elemanlarının alıcı, izleyici tarafından kolay anlamlandırma yapılabilecek şekilde seçilmesine dikkat edilmesi gerektiği hatırlatılmıştır. “Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” kapsamında düzenlenen konferans, sergiyi duyurmak için hazırlanan afiş çalışmalarına ve düzenlenen atölyenin yön bilgi tasarımına Görsel 1’de yer verilmiştir. Meggs ve Purvis’e göre (...) insanları kültürel, ekonomik ve sosyal varlıklarıyla ilişkilendirmek için açık ve yaratıcı görsel iletişime duyulan ihtiyaç hiç bu kadar büyük olmamıştı. Mesaj ve görsellerin yaratıcıları olarak grafik tasarımcılar, kamusal anlayışa anlamlı katkıda bulunma sorumluluğuna sahiptir (2016, s. 621). Bu doğrultuda geleceğin grafik tasarımcı adaylarının da bu sorumluluğun bilincinde yetiştirilmesi gerekmektedir.

Developing a Social Responsibility Project in Graphic Design: “Poster Design Workshop on Creating Awareness About Addiction” Example / Aktürk, P.



Görsel 3. Atölye çalışması için hazırlanan yön bilgi, Görsel 4. atölye çalışması kapsamında düzenlenen “Bağımlılık Konulu Konferans” için hazırlanan afiş, Görsel 5. atölye çalışması sonucunda düzenlenen sergi “Bağımlılık Konulu Sergi” için afiş, Pembe Aktürk arşivi, 2024.

### Grafik Tasarımda Sosyal Sorumluluk Projesi Geliştirme: “Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” Kapsamında Tasarlanan Afişler

Afiş sözcüğü dilimize Fransızcadan geçmiş ve “affiche” sözcüğünden türetilmiştir. TDK afişi “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı; ası” olarak açıklamıştır (<https://sozluk.gov.tr>, erişim 03.04.2024). Afişler tasarlandığı hedef kitle, tasarlanma amacı ve ele aldığı içerik bakımından çeşitlenmektedir. Kültürel içerikli afişler, reklam afişleri, sosyal ve siyasi afişler bu çeşitlendendir. Bu araştırma kapsamında değerlendiren afişler sosyal içerikli afişler kategorisindedir. Sosyal içerikli afişler toplumu ilgilendiren eğitim, sağlık, çevre vb. konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tasarlanmaktadır. Paul Nini “Grafik Tasarımda Etik” adlı makalesinde, tasarımcının topluma yapacağı tek ve en önemli katkının tasarlanan görsel iletişim araçlarının hedef kitle için gerçekten faydalı olmasını sağlamak olacağını savunmaktadır ([https://medium.com/@info\\_88059/the-role-of-social-responsibility-in-graphic-design-4b953a327b4e](https://medium.com/@info_88059/the-role-of-social-responsibility-in-graphic-design-4b953a327b4e) erişim 07.04.2024). Bu bağlamda sosyal sorumluluk kapsamına giren ve atölye çalışmasında hazırlanan bağımlılık konulu afişlerin topluma katkı sağlayacağı öngörülmüştür. Afişlerin karşılaşma/sergi alanında izleyenlerle anlamlı ve tutarlı bir iletişim kurduğu düşünülmekte, izleyenlerde düşünce ve davranış değişikliği yaratması beklenmektedir. Bağımlılık; kişinin kullandığı herhangi bir madde ya da gerçekleştirdiği herhangi bir davranış türü üzerinde kontrolünü kaybetmesi durumu olarak açıklanmaktadır. Kontrolsüzce kullanılan her madde ya da gerçekleştirilen her davranış bağımlılık oluşturma riski taşımaktadır. (<https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/bagimlilik-nedir>, erişim 06.04.2024). Bağımlılık türleri alkol, madde, kumar, teknoloji, tütün gibi genel başlıklar altında toplanmış olsa da sık tekrar eden ve saplantı haline gelen, yoksunluğu hissedilen şeyler bağımlılık kategorisinde ele alınmaktadır. “Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” kapsamında ele alınan ve afiş tasarımı yapılan bağımlılık türleri; teknoloji bağımlılığı başlığı altında toplanabilecek mobil oyun, bilgisayar oyunları, sosyal medya, ekran izleme alışkanlıkları gibi bağımlılıklar, tütün bağımlılığı, alkol bağımlılığı, madde bağımlılığı, ilişki bağımlılığı, yeme



bağımlılığı, kumar bağımlılığı, alışveriş ve temizlik bağımlılığıdır.

Öğrenci A, Görsel 6’da verilen afiş tasarımında teknoloji bağımlılığını işlemiştir. Anlatı alanın içine yatay düzlemde yeni bir anlatı alanı olan bir mobil ekran yerleştirerek hikâyeyi mobil ekrana sığdırmıştır. Hikâyenin mobil ekran yüzeyine sığdırılması çağımızda insanların ekranlara sıkışıp kalmasına atıfta bulunmaktadır. Ekran yüzeyinde yer alan hikâye mobil ekranların yoğun kullanıldığı alanlardan olan toplu taşıma araçlarından tramvay içinde geçmektedir. Tramvay içinde arka planda yer alan ve mobil ekrana dalmış olan insanlar renk kullanılmadan çizgisel olarak ifade edilirken ön planda yer alan bir kişi elinde Bağımlı Olma! adlı kitapla görünmektedir. Çevresindeki insanların ekrana olan bağımlılığı konusundaki rahatsızlığı yüz ifadesine yansıtılmıştır. Afiş tasarımı için “teknoloji bağımlılığına dur de!” sloganı tercih edilmiştir. Öğrenci A hazırladığı afiş tasarımında illüstrasyon ve tipografi uyumunun sağlanması amacıyla kendi illüstrasyon dili ile tipografiyi hazırlaması konusunda desteklenmiş ve var olan bir yazı karakterinin geometrik alt yapısından destek alınarak tipografik düzen oluşturulmuştur. Afişin anlam kargaşası yaratmadığı, işaret ettiği bağımlılık türünü doğru yansıttığı görülmektedir. Afiş teknolojiye alternatif olarak kitabı önermekte, teknoloji sebebiyle aynılaşan, daralan dünyanın kitap okuma eylemi ile gelişerek çeşitlenebileceği önerisini sunmaktadır.



Görsel 6. Öğrenci A tarafından “Teknoloji Bağımlılığı” konusunda hazırlanan afiş, Görsel 7. Öğrenci B tarafından hazırlanan ve herhangi bir bağımlılık türüne işaret etmeyen “Bağımsız Ol!” afişi, Pembe Aktürk arşivi, 2024.

Öğrenci B tarafından hazırlanan afişin bağımlılık türlerinden herhangi birine doğrudan işaret etmediği “Bağımsız ol!” şeklinde güçlü bir slogan seçilerek sağlıklı bir yaşamı işaret ettiği görülmektedir. Görsel 7’de Öğrenci B, tipografi ve illüstrasyon birlikteliği ile hazırladığı afişte illüstrasyonu sayfaya 20-25 derecelik açıyla yerleştirerek yokuş yukarı koşuyormuş görüntüsü oluşturmuştur. Sloganı ise illüstrasyonla birlikte düşünmüş, koşan figürün bir bacağını sloganın önüne getirerek tipografi ve

illüstrasyon arasında mekân algısı yaratmıştır. Afişte yeşil zemin üzerinde yokuşa doğru konumlandırılmış illüstrasyon ve tipografi bağımlılıktan kurtulmanın zor bir süreç olduğunu anlatırken aynı zamanda bağımsızlığın muhteşem hissettirebileceğine vurgu yapmaktadır. Öğrencinin anlatı yüzeyi için yeşil rengi tercih etmesi yeşil, sağlıklı, doğal yaşam alanı mesajı vermektedir. "Bağımsız ol!" sloganının gölgesinin yeşil alana düşürülmüş olması tipografik vurguyu artırmakta, anlamı güçlendirmektedir. Gölge sloganın anlatı alanın dışına taşması kompozisyonu açarak sınırları kaldırmakta tasarımın etkisini arttırmaktadır. Afiş, sağlıklı bir yaşamın bağımlılık türlerinden herhangi birinin ağına yakalanmamakla mümkün olabileceği mesajını vermektedir.

Görsel 8'de verilen ve Öğrenci C tarafından hazırlanan afiş alkol bağımlılığına odaklanmıştır. Anlatı alanına 45 derecelik açıyla yerleştirdiği alkol şişesi içine bağımlılıktan kurtulmak için ilk adımı atan biri resimlenmiştir. Figür sağ yüzeyi kırılmış olan şişeden bir ayağını çıkarmış haldedir. Figürün vücut dili ve yüzündeki ifade ile alkol bağımlılığının ciddiyeti, alkolün yalnızca bedene değil ruha da kalıcı hasarlar verdiği vurgulanmaktadır. Alkol şişesi etiketi üzerinde yer alan standart piktogramlar şişenin ön yüzüne getirilerek büyütülmüş "alkol dostunuz değildir" ek sloganıyla mesaj güçlendirilmiştir. Afişin ana sloganı ise illüstrasyonun etrafında yer almaktadır. Tipografi, illüstrasyonun çizim dilinde benzer çizgi diliyle oluşturulmuştur. Afişte görsel anlatımı güçlendirmek için "Bağımlılığa son ver, özgürlüğüne kavuş" sloganı tercih edilmiştir. Afişte var olan yazı tiplerinden herhangi birinin seçilerek tasarıma dahil edilmesi yerine öğrencinin sorumluluk alarak çizim diliyle uyumlu tipografik düzen oluşturması afişin iletişim başarısını arttırmaktadır.



Görsel 8. Öğrenci C tarafından "Alkol Bağımlılığı" konusunda hazırlanan afiş, Görsel 9. Öğrenci D tarafından hazırlanan "İlişki Bağımlılığı/Toksik İlişki" konusunda hazırlanan afiş, Pembe Aktürk arşivi, 2024.

Öğrenci D tarafından hazırlanan afiş bağımlılık türlerinden insan/ilişki bağımlılığını konu edinmiştir.

İlişki bağımlılığı, son yıllarda giderek artan, bağlılık ve bağımlılık arasındaki farkın aşıldığı, kişiye olan anormal bağımlılıktır. Görsel 9’da yer alan afişte el ele tutuşmuş iki aşığın elleri kollarında kelepçe ile çizgisel olarak resimlenmiştir. Eller için aşkı ifade etmesi bakımından kırmızı renk tercih edilirken kelepçe için siyah renk seçilmiştir. El ele tutuşmuş iki elin siyah bir kelepçe kullanılarak tekrar birleştirilmesi ilişkideki anormal bağlılığa işaret etmektedir. Kişisel sınırların aşıldığı, hak ve özg¼rl¼klerin ihlal edildiği, anlamlı ve güvenli olmayan bir ilişki tür¼ bir tür mahkumiyettir. Afişte yer alan görsel için “Gerçek aşk sizi mahk¼m etmez özg¼rleřtirir!” sloganı tercih edilerek ihtiyaç duyduğumuz sevgi tür¼n¼n bizi olduğumuz halimizle kabullenen, kısıtlamayan, sürekli onaylanma döng¼s¼ içine sokmayan tür¼ olduğunun vurgusu yapılmıştır. Sloganda yer alan özg¼rleřtirir kelimesi karakterinin kalın ağırlılığında yazılarak özg¼r hissettiğiniz bir ilişkinin değerli olduğu mesajı güçlendirilmiştir.

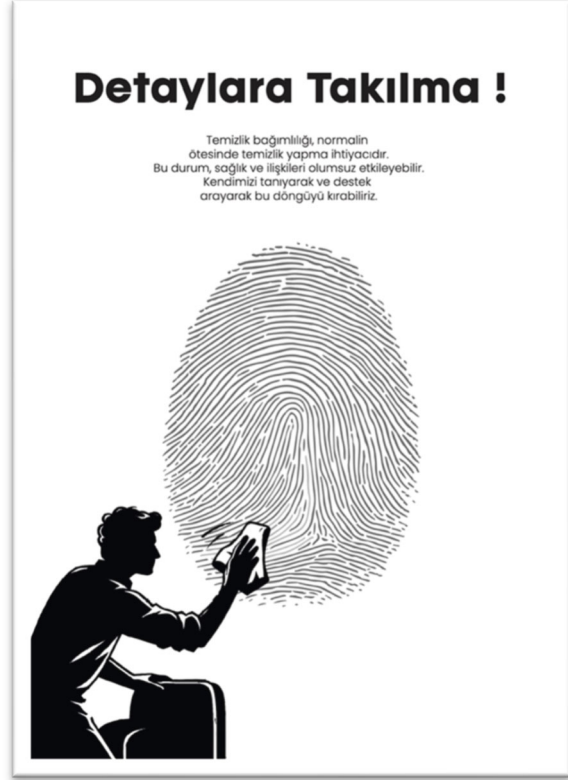
Öğrenci E’nin alkol bağımlılığı konusunda tasarladığı afişte anlatı yüzeyinde açık kompozisyonda çizilmiş ters çevrilmiş kadehe hapsolm¼ř h¼z¼nl¼ siyah bir fig¼r bulunmaktadır. Görsel 10’da yer alan afişin yüzeyinde kadehin üzerinde yer alan ve kadehin ayağına bastıran bir diğer el görünmektedir, siyah renkte tasvir edilmiş bu el kişiyi bağımlılığa hapseden alkole atıfta bulunmaktadır. Afiş alkoll¼ içeceklerin tehlikeli bir bağımlılık tür¼ olduğunu, kullanılan ill¼strasyon ve sloganın yanı sıra afiş için tercih edilen kırmızı renkle vurgulamaktadır. “Renk, grafik tasarımın temel bir öğesi, dikkat çekmek için kullanılabilir bir araçtır. İzleyiciye yol gösterir, yönlendirir ve sunulan bilgiye karşı nasıl tepki vermesi gerektiği konusunda bilgilendirir” (Ambrose ve Harris, 2013, s. 11). Afişte kullanılan ill¼strasyon alkol bağımlılığı ile oluşan kısır döng¼de hapsolm¼ř insanın dramatik durumunu göstermektedir. Afişte “bağımlı olma özg¼r ol” sloganı kullanılmış tercih edilen yazı karakterinde yer alan yuvarlak karakterlerin kapalı alan böl¼mleri alkol kullanımını sonucuna duygusal ve fiziksel yönden zarar görm¼ř bireylere atıfta bulunarak silinmiştir. Afiş alkol¼n özg¼rl¼đ¼ kısıtlayan bir alışkanlık tür¼ olduğunu ve bırakılması durumunda bedensel, zihinsel ve ruhsal özg¼rl¼đe kavuşulabileceği önerisini sunmaktadır.



Görsel 10. Öğrenci E tarafından “Alkol Bağımlılığı” konusunda hazırlanan afiş, Görsel 11. Öğrenci F tarafından hazırlanan “Teknoloji/Sosyal Medya Bağımlılığı” konusunda hazırlanan afiş, Pembe Aktürk arşivi, 2024.

Görsel 11’de Öğrenci F’nin, mobil cihazların yaşamımıza girmesiyle daha popüler hale gelen sosyal medyanın aşırı kullanımı konusunu eleştiren afişi bulunmaktadır. Sosyal medya, adı ile tezat şekilde, gerçek sosyalleşmenin önüne geçerek yaşamı kaçırmamıza sebep olmaktadır. Gerçek an ve anılar yalnızca yaşanarak biriktirilebilmektedir. Afişte, sosyal medyanın bireylere sunduğu yanılsama ele alınmış, bireylerin sosyal medyaya sıkışarak gerçek yaşamı kaçırıyor olmalarına değinilmiştir. Sosyal medyaya sayısız sözde anının sıkıştırılabildiği fikrini alıcıya iletebilmek amacıyla sıkıştırılmış bir klasör görüntüsü konulmuştur. Sanal dünyada yer alan bu yanılsamadan vazgeçilmesi mesajının verilebilmesi içinse dosyayı çöp sepetine taşı komutunun gösterildiği pencere konulmuştur. Yalın çizgi, renk kullanımı ile çözümlenmiş afişte tipografinin de minimal düzeyde kullanıldığı “Sosyal Medyada Sıkışma” sloganının afiş yüzeyinin alt kısmında kullanılan bilgilendirme metni ile desteklendiği görülmüştür.

Öğrenci G tarafından hazırlanan ve Görsel 12’de verilen afiş ilaç bağımlılığı konu almaktadır. İlaç bağımlılığı, doktor tavsiyesi ve reçetesi olmadan ilaç kullanma konusundaki ısrar ve devamlılıktır. Bu bağımlılık türü, herhangi bir yaş gurubu ve sosyal sınıfa ait bireylerde görülebilmektedir. Öğrenci G yakın planda kullandığı ilaç kapağını açan el, ilaç şişesi illüstrasyonunun içinden anlatı yüzeyi üzerine dökülen tablet ve kapsül formundaki ilaçlar, aynı şişeden uzaklaşıyor gibi görünen figürler çizmiştir. “Yaşamak için kaç” sloganına “sağlıklı bir gelecek için ilaç bağımlılığına hayır” destek metni eklenmiştir. Tehlike içeren durumlar, uyarı levhaları, acil durum belirten konularda kullanılan kırmızı renk, bu afişin görselleri ve tipografisinde de kullanılmıştır. Afişte zemin rengi olarak sağlıksız bir duruma işaret edersesine, zehirli madde uyarılarında da kullanılabilen sarı renk tercih edilmiştir.



Görsel 12. Öğrenci G tarafından “İlaç Bağımlılığı” konusunda hazırlanan afiş, Görsel 13. Öğrenci H tarafından hazırlanan “Temizlik Bağımlılığı” konusunda hazırlanan afiş, Pembe Aktürk arşivi, 2024.

Öğrenci H tarafından hazırlanan Görsel 13'te verilen afiş ise temizlik bağımlılığını konu almıştır. Öğrenci atölye çalışmasına katılanlar arasında bu konuyu ele alan tek kişidir. Temizlik bağımlılığı kişinin temizlik dışında herhangi bir şeyden keyif alamaması ve temizlik hassasiyetinin tıpkı diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi kısır bir döngüye girme durumudur. Afişte, anlatı alanının ortasına konumlandırılmış parmak izindeki en ince çizgileri elindeki bezle temizlemeye çalışan insan figürü resmedilmiştir. Öğrenci H'nin figürü parmak izi kadar ince ve detaylı çizgileri siliyor olduğunu göstererek temizlik konusundaki aşırı hassasiyeti vurgulamak istediği anlaşılmaktadır. Parmak izi temizliği suçlu kişilerin arkalarında iz bırakmamak adına gösterdiği titizlik hassasiyete de gönderme yapmaktadır. Afiş için “Detaylara Takılma!” sloganı kullanılmış ve açıklama metni ile desteklenmiştir. Açıklama metni “Temizlik bağımlılığı, normalin ötesinde temizlik yapma ihtiyacıdır. Bu durum, sağlık ve ilişkileri olumsuz etkileyebilir. Kendimizi tanıyarak ve destek arayarak bu döngüyü kırabiliriz” şeklindedir. Afiş için renk kullanılmamış beyaz zemin üzerinde anlatı şekillendirilmiştir. Afiş, temizlik bağımlılığı sebebiyle yaşam döngülerinde çeşitli sorunlar yaşayan bireylere aslında yalnızca bu konuda hassasiyeti bulunan kişilerin fark edebildiği detaylara takılmamaları önermesi sunmaktadır.

Öğrenci I bağımlılık türlerinden yeme bağımlılığı ve ona eşlik eden ekran bağımlılığı konusunda afiş tasarlamıştır. Görsel 14'te yer alan afişte çeşitli psikolojik sebeplerle yemek yemenin önüne geçilemediği bağımlılık türü ve ona eşlik eden ekran bağımlılığı için bir oda TV karşısında oturan ve kısa sürede hazırlanmış fast food ile beslenen, etrafında bulunan nesnelere oldukça büyük bir figür resmedilmiştir. Afişte ekran renkleri ile benzeşik yapıda soğuk renkler tercih edilmiştir. Yeme bağımlısı bireyin soğuk renklerle oluşturulmuş, yalnızca TV ekranından gelen ışıkla aydınlanan odası yeme ve ona eşlik eden ekran bağımlılığına bağlı oluşan psikolojik yıkımın, yalnızlaşmanın ve kendisine

yabancılaşmış olmanın duygusunu alıcıya aktarmaktadır. Afişte kullanılan “Daha fazla kilo almak istemiyorsan, koltuktan kalk” sloganıyla aşırı yemek tüketimi, ona eşlik eden ekran bağımlılığı ile azalan hareket etme özgürlüğünün kısıtlanmış olması durumuna vurgu yapılmıştır. Sloganın “koltuktan kalk” kısmı yazı karakterinin kalın (bold) ağırlığı tercih edilerek mesajın vurgusu artırılmıştır. Afişin alt kısmına ise görsel anlatı ve sözsözsel anlamı destekler nitelikte 2019-2023 yılları arası Türkiye, kısa sürede hazırlanmış fast food tüketim oranları bilgisi verilmiştir. Bu tüketim oranlarının 2019 yılında yüzde 28.6 iken 2023 yılına gelindiğinde yüzde 40.9’a yükseldiği görülmektedir. Afiş, yeme bağımlılığı ve ona eşlik eden ekran bağımlılığı sebebiyle oluşan bedensel rahatsızlıkların/fazla kilo alımının önlenmesi için koltuktan kalkmayı/hareket etmeyi önermektedir. Öğrenci I tarafından hazırlanan afiş iki ayrı bağımlılık türünü tek bir afişte ele alması bakımından diğer afişlerden ayrılmaktadır.



Görsel 14. Öğrenci I tarafından “Yeme ve Ekran Bağımlılığı” konusunda hazırlanan afiş, Görsel 15. Öğrenci J tarafından hazırlanan “Alışveriş Bağımlılığı” konusunda hazırlanan afiş, Pembe Aktürk arşivi, 2024.

Öğrenci J alışveriş bağımlılığını konu edinen bir afiş tasarımı hazırlamıştır. Görsel 15’te gösterilen afişte alışveriş bağımlısı olan bir bireyin kredi kartını kırma anı görselleştirilmiştir. Ön planda kırılmış kredi kartı, eller ve vücut detayı görünmektedir. Afişte yakın planda gösterilen ellerin ve kredi kartı kırma eyleminin emniyet kemeri takan ellere de benzediği görülmektedir. Görselin bu durumu ihtiyaç dışı alışverişin verilen net bir karar doğrultusunda bırakıldığı ve bütçenin güvence altına alındığı mesajını da vermektedir. “O seni kırmadan sen onu kır!” sloganının kullanıldığı afişte açıklama ve slogan destek metni olarak “alışveriş bağımlılığı, diğer bir adıyla onyomani, ciddiye alınması gereken psikolojik bir hastalıktır. Alışveriş bağımlıları zamanla ailelerine, ilişkilerine, dostluklarına ve kariyerlerine zarar verir, mali sıkıntıya girerler. Bu bağlamda kompulsif alışveriş bozuklukları diğer tüm zihinsel bozukluklar kadar tehlikeli olarak görülebilir” eklenmiştir. Afiş sloganında yer alan kır(mak) eyleminin daha büyük puntoda ve kırmızı renk kullanılarak yazıldığı görülmektedir. Bu hamleler afişte vurguyu

artırmak amacıyla yapılmıştır. Afişte kullanılan çizim dilinin afişin ana teması olan kırmak kavramı ile örtüştüğü görülmektedir. Kredi kartındaki kırılma görüntüsü arka planda yer alan gömlek detayındaki gölgeler ve kapama çizgisindeki kırılmalar ile örtüşmektedir. Afiş, para harcamıyormuş yanlışlığı yaratan kredi kartından ve dolayısıyla alışveriş bağımlılığından kurtulmayı önermektedir.

## Sonuç

Grafik Tasarımda Sosyal Sorumluluk Projesi Geliştirme: “Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi” sonucunda öğrenciler sosyal sorumluluk projesi geliştirme konusunda bilgilenmiş ve proje geliştirme basamaklarını yeniden hatırlamışlardır. Atölye katılımcılarına tasarımda araştırmanın önemi, neyin yapılabileceğinin yanı sıra neyin yapılamayacağı konusunun da araştırma sürecinde dikkate alınması gerektiği hatırlatılmıştır. Ticari ve ticari olmayan projelerde sosyal konuların işlenmesinin toplum tarafından ilgi ile karşılandığı bilgisi verilmiştir. Sosyal sorumluluk projelerin bireylerde eleştirel bir bakış açısı oluşturmadaki etkisi tartışılmıştır. Yapılan atölye çalışması iş yaşamında kamu kurum ve kuruluşları, özel şirketler ve markalarla çalışacak olan grafik tasarım adaylarının sosyal sorumluluk projelerinin önemini kavramasını sağlamıştır. Sosyal sorumluluk projeleriyle topluma sağlayacağı katkı ve birlikte çalıştıkları kurum, şirket, markanın imaj ve değerinin artabileceği ön görüşü kazanmışlardır. Atölye çalışmasında araştırma ve yürütücülerle yapılan fikir alışverişleri doğrultusunda bağımlılık konulu afiş tasarımlarının ilk fikirleri filizlenmeye başlamıştır. Filizlenen fikirler atölye çalışması sürecinde yeniden gözden geçirilmiş, atölye katılımcıları ve yürütücüler tarafından tartışılarak olgunlaştırılmaya çalışılmıştır. Afiş tasarımlarında kullanılacak olan görsellerin/grafiklerin yanında kelimelerin/tipografinin oldukça değerli tasarım ve anlamlandırma elamanları olduğu vurgusu yapılmıştır. Afiş tasarımlarında kullanılacak olan görsel/grafik ve sloganların yapıcı, pozitif bir dilde hazırlanması önerilmiştir. Katılımcılar afiş tasarımını en rahat üretim yapabildiği araç ve gereçlerle üretmeleri konusunda serbest bırakılmış, katılımcıların tasarımcılara destek veren çeşitli web sayfalarından sayısal çizim fotoğraf gibi hazır içerikler kullanması kısıtlanmıştır. Fikir bulma aşamasında en çok karşılaşılan ve atölye katılımcılarının özgürlük alanını daralttığı gözlemlenen konular aşağıdaki gibidir;

- Bulunan fikrin daha önce başkalarınca bulunmuş ve tasarlanmış olması, özgün fikir bulma çabası,
- Bağımlılık türlerinden en yaygın olan alkol ve sigara bağımlılığı konularına çözüm eğilimi,
- Bağımlılık konusunda tasarlanan afişlere destek, bilgilendirme metni koyabilme konusunda gösterilen direnç,
- Hazırlanan afişlerde kullanılan fotoğraf, illüstrasyon vb. gibi görsellerle uyumlu çalışacak metin fontu seçme konusunda yaşanan kaygı,
- Görsel sözel eşitliğin sağlanması konusundaki tutarsızlıklar,
- Tarafsız, özgün, bağımlı bireylere yönelik kırıcı olmayan söylem/slogan bulma konusunda yaşanan zorlukların katılımcıların özgürlük alanını daralttığı görülmüştür.

Atölye çalışması sürecinde, katılımcıları kısıtlayan ve özgürlük alanını daraltan konulara bakıldığında her tasarımcının farklı konularda benzer sorunlarla karşılaştığı görülmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların “Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım

Atölyesi"nde karşılaştığı zorluklar tasarım sürecine dahildir. Atölye çalışması kapsamında hazırlanan sosyal sorumluluk afişlerinin mesajları algılanabilir, ilişki kurulabilir niteliktedir ve toplumsal değerlerle uyumlu haldedir. Katılımcıların seçtiği sloganlarda bağımlı olma durumu mahkumiyetle bağdaştırılmış ve özgürlük, özgür olma bağlı, bağımlı olmama vurgusunun yapıldığı görülmüştür. Atölye katılımcılarının afişlerde seçtikleri görsel ve sloganları estetik bir halde sunduğu fakat sloganların genellikle emir cümlesi şeklinde kurulduğu gözlemlenmiştir. Atölye çalışması sırasında katılımcılara, hazırlanan tasarımda kullanılan illüstrasyon, çizim vd. ile tipografinin birlikte uyum içinde çalışıyor olması konusunda, doğru yazı karakteri seçimi, görsellere uygun harf formu/tipografi oluşturma konularında katılımcılar desteklenmiştir. Ayrıca katılımcılar anlamlı slogan bulmaya yönlendirilmiş, mesajın alıcıya doğru iletiliyor olması ve tasarımın işlenen konuyu aydınlatıyor olmasına dikkat edilmiştir. Atölye çalışması sonucunda 50 afiş Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü sergi alanında sergilenmiş, çalışmaya dahil olan ve olmayan öğrenciler tarafından sonuçların gözlemlenmesine olanak sağlanmıştır. Atölye çalışması sonucu düzenlenen sergi katılımcıları öz değerlendirme sürecinden geçmiştir. Atölye çalışmaları, katılımcılar ve yürütücülere verimli bir tasarım deneyimi sunan, zengin süreçlerdir. Özellikle uygulamalı ve iş birliği gerektiren alanlarda sıklıkla atölye çalışmaları yapılması yaratıcı sonuçlar elde etmeyi, üretken, esnek bir zihin sistemi yapılandırmayı sağlamaktadır. Atölye çalışmalarının toplumu veya toplumun bir kısmını ilgilendiren, sosyal sorumluluk gerektiren alanlarda yapılması grafik tasarım disiplininin ve disiplin içinde eğitim veren, eğitim gören ve üretim yapanların sorumluluğu olarak görülmelidir. Bu doğrultuda, grafik tasarım disiplinde eğitim veren kurumlarda sosyal sorumluluk projesi geliştirebilmenin tohumları ekilmelidir. Grafik tasarım disiplini içinde herhangi bir konuda sosyal sorumluluk projesi geliştirmeye dair ilk uygulamaların, ilgili disiplinin eğitim sürecinde deneyimlenmesi bir tasarımcı aday olan öğrenci açısından daha faydalı olacaktır. Grafik tasarımın fikirleri ve davranışları şekillendirebilme, değiştirebilme gücü düşünüldüğünde sosyal sorumluluk bilincinin eğitim sürecinde edinilmesi/edindirilmesi sağlıklı bir toplum yapısı oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Grafik Tasarımda Sosyal Sorumluluk Projesi Geliştirme: "Bağımlılıkla Mücadele Konusunda Farkındalık Oluşturma Konulu Afiş Tasarım Atölyesi" katılımcıları tanımlama, araştırma, fikir bulma, ilk örnek oluşturma, seçme, uygulama ve öğrenme aşamalarını başarıyla tamamlayarak tasarım sürecini tamamlamışlardır. Bu çalışmanın plan aşamasından sonuç aşamasına eylemsel ve yazınsal ifadesinin somutlaştırılmış olmasının bu alanda yapılacak atölye çalışması, sosyal sorumluluk projeleri ve araştırmalarına ilham olabileceği düşünülmektedir.



### Kaynakça

- Ambrose, G. ve Aono Billson, N. (2011). Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Renk*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda İmge*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Benuğur, ř. (2014). Grafik Tasarım Eğitiminde Görme Engelliler İçin Sosyal Sorumluluk Tasarımı. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 205-226.
- Erg¼ven, A. (2021). *İyi Tasarım Nedir?* İstanbul: H¼manist Ajans.
- Heller, S. ve Vienne, V. (2012). *100 Ideas That Changed Graphic Design*. London: Laurance King Publishing.
- Heller, S. ve Anderson, G. (2016). *The Graphic Design Idea Book*. London: Laurance King Publishing.
- Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Dok¼man Analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstit¼s¼ Dergisi*, 15, 170-189.
- Kotler, P., Lee N., (2005), *Corporate Social Responsibility: Doing the Good for Your Company and Your Cause*, Canada: John Wiley and Sons.
- Lupton, E. ve Cole Phillips, J. (2008). *Graphic Design The New Basics*. New York: Princeton Architectural Press.
- Meggs, P. ve Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Öztürk, M. C. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Uçar, T. (2019). *Görsel İletifim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Poynor, R. (2002). İlk Önce Öncelikler. Retrieved June 10, 2021, from Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu: <https://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466674451023275305.pdf>.
- <https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/bagimlilik-nedir> erişim 06.04.2024.
- [https://medium.com/@info\\_88059/the-role-of-social-responsibility-in-graphic-design-4b953a327b4e](https://medium.com/@info_88059/the-role-of-social-responsibility-in-graphic-design-4b953a327b4e)
- <https://www.goodreads.com/work/quotes/6272937-artista-e-designer>, erişim 05.04.2024.
- <https://sozluk.gov.tr>, erişim 03.04.2024.
- <https://www.firstthingsfirst2020.org>, erişim 05.04.2024.
- <https://anabilgi.anadolu.edu.tr/?contentId=82877>, erişim tarihi:26.03.2024.
- <https://www.brandvertising.ch/2024/05/united-colors-of-benetton/>, erişim tarihi: 26.03.2024.