

10. Bipolar Bozukluk Üzerine Görsel Afiş Tasarımlarının Toplumsal Farkındalığa Katkısı¹

Suna Özgür KARAALAN²

APA: Karaalan, S. Ö. (2025). Bipolar Bozukluk Üzerine Görsel Afiş Tasarımlarının Toplumsal Farkındalığa Katkısı. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (45), 116-134. **DOI:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.15092536>

Öz

Grafik sanatı tarihi ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında başlamıştır. Baskı tekniklerinin kullanılması, çoğaltılarak yaygınlaşması, toplumları yönlendirmiş ve bilgilendirmiştir. Bu çalışmanın kapsamı Bipolar hastalığının toplum üzerindeki olumsuz imajını silmek, görsel afiş tasarımları ile pozitif farkındalık kazandırmaktır. Bipolar hastalığının afiş tasarımları tasarlanan konunun içeriğine, toplumun sosyal ve kültürel özelliklerine ayna tutması, canlı ve estetik bir gösterge olarak kalması amaçlanmıştır. Çalışmada Bipolar haftası “30 Mart Dünya Bipolar Günü” kapsamında Grafik Tasarımı Bölümü öğrencilerine Bipolar farkındalık günü kapsamında afiş tasarımları yaptırılmıştır. Grafik Tasarımı öğrencilerinin tasarladığı afişler, sosyal afişler kapsamında ele alınmıştır. Tasarımlar, yalnızca estetik ve sanatsal değeriyle değil, aynı zamanda iletişim aracı olarak da kullanılmıştır. Yöntem olarak nitel ve nicel araştırmalar kullanılmıştır. Literatür taraması kapsamında basılı ve elektronik kaynaklar incelenmiş, akademik makaleler değerlendirilmiş ve üniversite hastanesinin Psikiyatri bölümü öğretim üyeleriyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada belirli bir hedef kitle tanımlanmamış; yaş, cinsiyet, ırk, din ve dil gibi gruplandırmalara gidilmemiştir. Bunun temel nedeni, iletişimde algının tarafsızlığını korumaktır. Tasarımcılar, etkileşimli bir tasarım oluşturabilmek için öngörülebilirlik sisteminin mevcut durum verilerini kullanmış ve bu veriler doğrultusunda sonuca ulaşmıştır. Bu sonuçlar, tasarımcının önceki iş deneyimlerinden elde edilen verilerle desteklenmiştir. Bipolar afiş tasarımlarının etkili olması, kullanıcıların deneyimlerine olan güvenini pekiştirmeyi amaçlamaktadır. Fark edilebilirliği artırmak için afişlerde canlı renkler ve dikkat çekici grafik tasarım öğeleri tercih edilmiştir. Makalenin temel amacı, sürekliliği sağlayan bir yapı oluşturmak ve toplumda farkındalık yaratarak çalışmanın önemini vurgulamaktır.

Anahtar kelimeler: Grafik Tasarımı, Afiş Tasarımı, Bipolar hastalığı, Farkındalık

¹ **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 yayımlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını 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: %15

Etik Şikayeti: editor@rumelide.com

Makale Türü: Araştırma makalesi, **Makale Kayıt Tarihi:** 18.11.2024-**Kabul Tarihi:** 26.03.2025-**Yayın Tarihi:** 27.03.2025; **DOI:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.15092536>

Hakem Değerlendirmesi: İki Dış Hakem / Çift Tarafli Körleme

² Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü / Kocaeli University, Faculty of Fine Arts, Graphic Design (Kocaeli, Türkiye) **eposta:** ozgurkaraalan@gmail.com, **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-5232-1197>, **ROR ID:** <https://ror.org/0411seq30>, **ISNI:** 0000 0001 0691 9040, **Crossref Funder ID:** 501100004077

Contribution of Visual Poster Designs on Bipolar Disorder to Social Awareness³

Abstract

The history of graphic art began for the first time in the first half of the 20th century. The use of printing techniques, their reproduction, and dissemination have guided and informed societies. The scope of this study is to erase the negative image of Bipolar disease in society and to raise positive awareness with visual poster designs. The poster designs of bipolar disease are intended to mirror the content of the subject it is designed for, the social and cultural characteristics of the society, and to remain a vivid and aesthetic indicator. In the study, within the scope of Bipolar Week, Graphic Design Department students were made to design posters within the scope of Bipolar Awareness Week. The posters designed Graphic Design students were handled within the scope of social posters. The designs were used not only for their aesthetic and artistic value but also as a means of communication. Color and composition elements, psychological effects, symbolic meanings, and important formal elements were used as a means of expression. As a method, qualitative and quantitative research methods (mixed) were used. In the literature review, printed and electronic sources were scanned, academic articles were examined, and face-to-face interviews were conducted with Department of Psychiatry faculty members. In this study, no mass group was determined as the target group. Age, gender, race, religion, language, etc. are not grouped. The reason for not limiting is to ensure the objectivity of the perception in communication. To make an interactive design, the designers used the current situation data of the predictability system, used the data of the user action, and reached the result. These results were obtained from the designer's previous work experiences. The usability of the bipolar poster designs was intended to reinforce the interacting user's trust in their experience. It has been realized with colors and selected graphic design elements to provide noticeability, and being in a structure that will ensure continuity emphasizes the importance of working by raising awareness in society.

Keyword: Graphic Design, Poster Design, Bipolar disease, Awareness

³ **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: %15
Ethics Complaint: editor@rumelide.com
Article Type: Research article, **Article Registration Date:** 18.11.2024-**Acceptance Date:** 26.03.2025-**Publication Date:** 27.03.2025; **DOI:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.15092536>
Peer Review: Two External Referees / Double Blind

Giriş

Tasarım son yıllarda ortaya çıkan bir terimdir. Tasarım sistemi, planlama ve düzenleme oluşturmanın birçok düzence içerir. Mesajın daha anlaşılır bir biçimde iletilmesi temel amaçtır. Grafik terimi Latince "grafyn" kelimesinden türemiştir ve bir yüzey üzerinde görüntü tasvirine denir. Grafik, sanat çalışmalarında geniş bir kullanım alanına sahiptir ve "-graf" ekinin eklendiği tüm alanların grafik sanatlarına kayıtlıdır. Örnek olarak; Fotoğraf, serigraf, litografi v.b (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Grafik>, erişim tarihi:25.06.2024). Mesajı aktarma ve yaygınlaştırmak için kullanılan yazı ve görsellerin okunabilir ve görülebilir şekilde yüzeyde tasarlanarak planlanmasına Grafik Tasarımı denir.

Araştırma kapsamında, afiş tasarımının grafik sanatlarındaki önemi, afiş tasarımının gelişimi, tasarımlarda renk kullanımı üzerinde durulmuştur. Renklerle anlatılmak istenen, estetik, sembolik ve psikolojik değerlerin göstermiş olduğu çeşitlilikler anlatılmıştır. Afiş tasarımlarının özellikleri, amaca uygun bir afiş tasarımı için dikkat edilmesi gereken estetik değerler ve tasarım ilkelerinden bahsedilmiştir.

30 Mart Vincent Van Gogh'un doğum günüdür. Ünlü ressamın bipolar bozukluğu olduğu bilinmektedir. Tüm dünyada bipolar bozukluk ve hastalığa karşı mücadele günü olarak kutlanmaktadır. Grafik Tasarımı Bölümü öğrencileri ile bipolar farkındalık haftası kapsamında tasarımlar yaptırılmıştır. Tasarım aşamasına geçmeden önce öğrencilere konuyla ilgili olarak seminer verilmiş, literatür çalışması yaptırılmıştır. Yaklaşık altı haftalık tasarım sürecinden sonra tasarımlar sergilenmiş ve sergi süresince yapılan anket ile afiş tasarımında bipolar farkındalığının ne ölçüde bilinçli olarak kabul edildiği, bipolar hastalarının kabullenebilirlik ölçüsünün olup olmadığı sorgulanmıştır. Ayrıca tasarım yapan öğrencilerden, görüşler alınmıştır. Bu çalışma kapsamında yer alan öğrenciler tasarımcı olarak gönüllü katılımcı olmuşlardır. Bulgular ve anketler kapsamında, Grafik Tasarımı eğitimi alan öğrenciler tarafından hazırlanan afiş tasarımları incelenmiş ve bu tasarımların, tasarım ilkelerine uygunluğu ile öğrencilerin bu konudaki bilgi seviyeleri değerlendirilmiştir. Toplumda bipolar hastalığına yönelik farkındalık oluşturmayı amaçlayan anket çalışmasından elde edilen veriler doğrultusunda çeşitli öneriler sunulmuştur. Bu araştırmanın amacı, karma yöntem olarak bilinen nitel ve nicel araştırma tekniklerinin kullanıldığı bir çalışma kapsamında, Grafik Tasarım Bölümü öğrencilerinin tasarım ilkelerinden yararlanarak pozitif farkındalık oluşturma sürecini incelemektir. Araştırmanın önemi ise afiş tasarımları üzerinden bipolar hastalığı ile ilgili toplumun hastalığa karşı dikkatini çekmek ve olumsuz düşüncelerini olumlu yönde değiştirmektir. Araştırmanın sınırlılıklarını, araştırma kapsamında hazırlanan Bipolar hastalığı ile ilgili tasarlanmış afişler üzerinden katılımcıların görüşlerinin alındığı anketler oluşturmaktadır. Anket Google Forms üzerinden yapılandırılmıştır. Katılımcılar kişisel verileri koruma kanunu kapsamında aydınlatılmış olup kişisel verileri ankette kullanılmamıştır. Çalışmada etiği dikkate alınmış olup, metni ayrıca bir intihal tarama programından geçirilmiştir. Bu çalışmanın, benzer araştırmalar için farklı örneklerle karşılaştırma yapılmasına ve araştırmaların derinliğini artırarak katkı sağlamasına olanak tanyacağı düşünülmektedir.

1.Literatür Tarama

1.1.Afiş ve Afiş Çeşitleri

Afiş, Türk Dil Kurumu'nda geçen tanımıyla, bir şeyi duyurmak ve tanıtmak amacıyla kalabalık ortamlara asılan duvar ilanı olarak yer almaktadır. Afiş kelimesi Fransızca olarak gelen, 'Plakat Almanca'da', 'Poster de İngilizce'de kullanılmaktadır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Afi%C5%9F> , erişim

tarihi:25.06.2024).

Bir ürünü tanıtmak veya bir fikri iletme amacıyla tasarlanan; kısa, estetik kaygıyla dengelenmiş mesajlar içeren çarpıcı grafik tasarımlar afiş olarak adlandırılır. Genellikle, toplumu bilinçlendirmek hedeflenir. Yazılı ve görsel elemanlarla oluşturulur. Afişi diğer grafik ürünlerden ayıran en önemli özelliği geniş kitlelere hitap etmesidir. En dikkat edici noktası vermek istediği iletiyi sık sık tekrarlamasıdır. Afiş tasarımlarının amacı iz bırakmaktır ve anlatmak istediği mesajın özelliklerini aktarırken, bir yandan da o toplum hakkında bilgi verir. Afişin kullanım alanları, farklılıklar gösterebilir. Bu farklılıklar, farklı görseller toplumların yapısı hakkında mesajlar içerir. Bu mesajlar şifreler, kodlar simgeler içerebilir. Allen'e göre; Afişler tasarımlarının amacı farklı alanlara ve farklı konulara hitap edebilir. Kültürel kapsamda tasarlanan afişler toplumun değerlerini sosyal ve ekonomik olarak ayırmadan ön planda tutmayı amaçlar. Örneğin, tiyatroları ön plana çıkarmak, ürünlerin tanıtımını ve satış oranını arttırmaktır. Afiş tasarımları, insanlar arasındaki iletişimi harekete geçirme konusunda etkisini korumaktadır. (Allen, 1994:52).

Afişte iletilmek istenen slogan ve olması gereken mesaj-imege bütünlüğü, sözel hiyerarşi, fark edilebilirlik etkenlerdir. Mesaj doğrudan alıcıya iletilmelidir. Tasarım içinde, semboller, resimlemeler, yazılar, fotoğraflar ile güçlendirilmelidir. Afiş tasarımında mekân ikiye ayrılır. Mekânlar afişlerin fark edilme süreleri ile ilgilidir. İç mekân afişlerinin fark edilme süreleri açık mekân afişlerine göre çok uzundur. Açık mekân afişleri, ilan tabelâlarına, düz yüzeylere ve ağaç gövdelerine asılmaktadır. İç mekân afişleri de sanat galerileri ve sergi salonlarında ve panolarda kullanılan afişlerdir. Afiş tasarımları; ticari, kültürel ve sosyal afişler olmak üzere üç grupta incelenebilir (Ünalın,2001, s.26-27).

1.1.1.Reklâm (Ticari) Afişler

Reklam afişleri, özellikle endüstri, gıda, turizm, otomotiv, moda ve teknoloji gibi sektörlerde yaygın olarak kullanılan güçlü bir tanıtım aracıdır. Bu afişler, tüketicilerin dikkatini çekmek, ürün veya hizmetin bilinirliğini artırmak ve satın alma davranışlarını etkilemek amacıyla tasarlanır. Ticari afişlerin temel işlevi, reklamı yapılan ürün veya hizmetin görsel imajını oluşturmak ve potansiyel müşterilere etkili bir şekilde tanıtmaktır. Genellikle çarpıcı renkler, dikkat çekici görseller, yaratıcı tipografi ve etkili sloganlar kullanılarak tasarlanır. Bu unsurlar, tüketicilerin zihinlerinde kalıcı bir izlenim bırakmayı hedefler. Hedef kitle açısından değerlendirildiğinde, reklam afişleri satın alma karar sürecinde önemli bir rol oynar. Ürün hakkında net ve güçlü mesajlar vererek tüketicilerin karar verme aşamasındaki kararsızlıklarını azaltır. Özellikle kampanya ve indirim dönemlerinde, afişlerin stratejik noktalara yerleştirilmesi, marka bilinirliğini artırırken satış oranlarını da olumlu yönde etkiler.

Reklam afişlerinin tasarımında psikolojik unsurlar da göz önünde bulundurulur. Renk psikolojisi, tipografi seçimi ve görsel kompozisyon, tüketicinin algısını yönlendiren önemli faktörlerdir. Örneğin, sıcak renkler enerji ve hareket hissi uyandırırken, soğuk renkler güven ve sadelik mesajı verebilir. Reklam afişleri, pazarlama stratejilerinin önemli bir parçasıdır ve marka bilinirliği oluşturmanın yanı sıra tüketici davranışlarını yönlendirmede etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Başarılı bir reklam afişi, görsel içerik açısından etkileyici olmalı ve hedef kitle üzerinde güçlü bir etki bırakmalıdır.

1.1.2.Kültürel Afişler

Kültürel afişler, izleyicileri çeşitli kültürel etkinliklere çekmek, bilgilendirmek ve etkinliğin amacını görsel bir anlatımla doğru bir şekilde aktarmak için tasarlanan grafik iletişim araçlarıdır. Sanatsal bir

yaklaşım ile hazırlanan bu afişler, estetik unsurları ve etkili tipografi kullanımını ön planda tutarak hedef kitlenin ilgisini çekmeyi amaçlar. Bu tür afişler, kamu kurumları, özel kuruluşlar ve kültürel organizasyonlar tarafından hazırlanarak, geniş kitlelere hitap edecek şekilde tasarlanır. Kültürel afişlerin hazırlanmasında farklı sanat formları kullanılırken, aynı zamanda güzel sanatların temel ilkelerine bağlı kalınması gerektiği vurgulanmaktadır (Özönder, 1999, s.20).

Kültürel afişler; festivaller, bayramlar, tiyatro oyunları, sergiler, konserler, seminerler, sempozyumlar, film gösterimleri, edebiyat etkinlikleri, dans gösterileri ve spor organizasyonları gibi etkinliklerin duyurulmasında önemli bir rol oynar (Becer, 2005, s.201-202). Bu afişler, etkinliğin içeriğini ve atmosferini yansıtan tasarım öğeleriyle desteklenmeli, izleyicide merak uyandıracak ve katılımı teşvik edecek şekilde düzenlenmelidir. Ayrıca, kültürel afişlerin tasarım sürecinde; renk kullanımı, tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve semboller gibi grafik unsurlar büyük önem taşır. Afişin etkili olabilmesi için mesajın kısa, net ve çarpıcı olması gerekmektedir. Görsel hiyerarşi kurallarına uygun olarak hazırlanan bir kültürel afiş, hedef kitlenin dikkatini çekerek, etkinliğin tanıtımına büyük katkı sağlayabilir.

Günümüzde dijital platformlarda da kullanılan kültürel afişler, sosyal medya, web siteleri ve diğer dijital mecralarda etkin bir şekilde paylaşılmakta, böylece daha geniş bir kitleye ulaşma imkânı sunmaktadır. Geleneksel basılı afişlerin yanı sıra, interaktif ve hareketli grafik içeren dijital afişler de kültürel etkinliklerin tanıtımında yaygın olarak kullanılmaktadır.

1.1.3.Sosyal Afişler

Sosyal afişler, toplumun bilinçlendirilmesi, eğitilmesi ve yönlendirilmesi amacıyla tasarlanan, güçlü görseller ve kısa, etkileyici mesajlar içeren iletişim araçlarıdır. Sosyal sorumluluk projeleri kapsamında hazırlanan bu afişler, sağlık, çevre, ulaşım, eğitim, sivil savunma, trafik güvenliği ve insan hakları gibi geniş bir konu yelpazesine sahiptir. Doğal afetler, salgın hastalıklar, toplumsal cinsiyet eşitliği ve sürdürülebilir kalkınma gibi küresel meseleler hakkında farkındalık yaratmak için de kullanılmaktadır. Bu afişler, insanların bilinçaltına işleyerek uzun vadede davranış değişikliği yaratmayı hedefler. Örneğin, sigara ve alkol kullanımının zararlarını anlatan afişler, madde bağımlılığına karşı farkındalık oluşturarak bireyleri daha bilinçli tercihler yapmaya teşvik eder. Aynı şekilde, trafik kazalarını önlemek için hazırlanan afişler, emniyet kemeri takmanın veya hız sınırına uymanın önemini vurgulayarak toplumda güvenli sürüş alışkanlıklarının gelişmesine katkıda bulunur.

Sosyal afişlerin tasarımında kullanılan renkler, tipografi, ikonografi ve görsel metaforlar, mesajın etkili bir şekilde iletilmesini sağlar. Örneğin, aciliyet ve tehlike hissi uyandırmak için kırmızı renk, huzur ve doğa bilincini çağrıştırmak için yeşil tonları tercih edilir. Sembol ve metafor kullanımı, izleyicinin duygusal bağ kurmasını kolaylaştırırken, kısa ve özlü sloganlar mesajın akılda kalıcılığını artırır.

Tarih boyunca, savaş karşıtı hareketlerden insan hakları kampanyalarına kadar birçok toplumsal meseleye dikkat çekmek için sosyal afişler kullanılmıştır. Örneğin, 20. yüzyılın ortalarında gerçekleşen halk sağlığı kampanyalarında, bulaşıcı hastalıklara karşı aşılama teşvik eden afişler büyük bir etki yaratmıştır. Günümüzde ise çevre kirliliği, iklim değişikliği ve plastik atıkların azaltılması gibi konular, sosyal afişlerin en sık ele aldığı meseleler arasındadır (Ünalın,2001, s.30).

1.2. Sosyal Sorumluluk ve Farkındalık İçerikli Afişler

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, sosyal sorumluluk, kamu idareleri, özel sektör veya sivil toplumun, belirli bir amaç çerçevesinde bir bölümün maddi kazanç elde etmesinin yanı sıra, toplumsal yararı ön

planda tutarak eylemlerini ifade etme ve sorumluluk alma biçimidir (Sosyal Sorumluluk, 1988: 1328-1329). Cevizci (2023) tarafından yapılan tanımlamaya göre, sosyal ve sorumluluk kelimeleri birbirinden ayrı şekilde tanımlanır. Sosyal kelimesi, toplumda insanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sergiledikleri davranışlar olarak nitelendir. Sorumluluk karşılığında, bireyin kendi iradesiyle, uygulayacağı davranışları bilme, anlama ve bu olayları üstlenme hali olarak tanımlanır. Farkındalık, insanların etrafındaki sorunları bilme, algılama ve hissetme becerisidir. Bu kavram, "bireyin bir konunun bilincinde olma" anlamı da taşır. Sosyal farkındalık ise, insanların başkalarının bakış açılarını anlamalarına ve buna göre etkileşim kurmalarına yardımcı olan bir beceridir (Idrus, Abidin, Hashimve Omar, 2010).

1.3. Afiş Tasarım Tarihi Gelişimi

Tarihsel olarak afiş sanatı, 19. yüzyıl başlarında taşbaskı tekniklerinin gelişimiyle ortaya çıkmıştır. Bu dönemde metin ve resimlerin birleşmesi, afişlerin çoğaltılabilir olmasını sağlamıştır. Afişin temel kavramı sade ve çarpıcı olmasıdır. (Dules Chéret -19yy). Afiş sanatının gelişiminde Jules Chéret gibi sanatçılar önemli bir rol oynamıştır. Chéret, endüstri ve ticaret için bir sanat ortamı yaratmıştır. 1890 yılında Légion d'honneur nişanı ile ödüllendirilmiştir. Manet, Daumier ve Toulouse Lautrec gibi isimler de afiş sanatının gelişimine katkıda bulunmuşlardır. Bu sanatın Avrupa ve Amerika'daki farklı bakış açıları, afiş tasarımında zengin bir çeşitlilik yaratmıştır. I. Dünya Savaşı sonrası dönemde ise, soyut afiş kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte, afiş sanatı daha da evrilmiştir. Afişin gelişimi, sarf mallarının toplu üretimi, rekabete dayalı ekonominin ilerlemesiyle aynı ilerlemiştir. İlk başlarda küçük boyutlarda olan afişler, zamanla modern sanat anlayışıyla kendi estetiğini oluşturmuş ve daha büyük boyutlara ulaşmıştır. Afişler sadece reklam ve propaganda aracı değil, aynı zamanda sanatsal bir ifade biçimidir. Afişlerin hem estetik değeri hem de toplumsal iletişimdeki rolü, onları günümüzde de etkili bir medya aracı haline getirmiştir. Afişler, sanatı ve iletişimi birleştiren, izleyici ile etkileşim kuran önemli eserlerdir. Bu bağlamda afiş sanatı, geçmişten günümüze süregelen bir evrim içerisinde, her zaman yenilikçi ve ilgi çekici kalmayı başarmıştır (e.t.11.11.2024 https://tr.wikipedia.org/wiki/Afi%C5%9F#cite_note-1).

Türkiye'de afiş tasarımının tarihi gelişimi, 1927 yılında Namık İsmail tarafından açılan ilk afiş tasarım atölyesi ile başlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde genellikle el ilanları ve duvar yazıları ile gerçekleştirilen duyurular, Cumhuriyet'in ilanı ile daha modern ve estetik açıdan gelişmiş bir hal almıştır.1950'ye kadar afiş tasarımı alanında adlarını duyuran birçok sanatçı olmuştur. 1960lı yıllarda Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel, Bülent Erkmen gibi tasarımcılarla afiş tasarım sanatı ilerleme göstermiştir 1960–1972 yılları arasındaki dönemde, farklı yaklaşımlar olmuştur. Konu, öz, kapsam afiş tasarımlarında önem kazanmış, öz ile bütünleşme ön plana geçmiştir. Günümüzde afiş tasarımı, uluslararası alanlarda önemli bir ivme kazanmıştır (Boztaş, 2004, s.30,31).s

1.4. Sosyal Sorumluluk ve Farkındalık Yaratmada Afiş Tasarımlarının Önemi

Afiş Tasarımlarının, Sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma projelerinde, mesajı topluma duyurmak için etkili bir yöntem olduğu görülmüştür. Sosyal sorumluluk ve farkındalık içerikli birçok afiş tasarlanmıştır. Konularının çoğunlukla savaş, bağımlılık ve şiddet kavramı öne çıktığı bilinmektedir. Afişler, kısa, etkileyici mesajlarla donatılarak dikkat çekici görseller ile, hedef kitleye amaçlar aktarılır. Sosyal afişler kapsamında olan bu afişler, toplumun ilgisini çekmeyi başarmıştır. Sosyal Afişler, toplumun yoğun olduğu yerlerde kullanıldığında, mesajın daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlar. Bu durum afişlerin etkisini artırmıştır. Görsel açıdan çarpıcı tasarımlar, konuların ciddiyetini ve amacını

vurgular. Afişler, mesajları aktaran, insanların harekete geçmelerini sağlayan tasarımlardır. İnsanlar afişleri görerek, konu çağrısına uygun eylemlerde bulunabilir, bağış yapabilir, gönüllü olabilir veya konunun yayılmasına katkıda bulunabilir (Karaşahinoğlu, Sürücü, 2024).

1.5. Afiş Tasarımında Renklerin Etkisi

Birçok araştırmaya göre, insanların renklere karşı verdikleri tepkilerin belirli ortak davranış kalıpları oluşturduğu tespit edilmiştir. Renklerin insanlar üzerindeki etkisi; bireyin cinsiyeti, yaşı, fiziksel özellikleri, kültürel geçmişi, coğrafi konumu ve sosyal çevresi gibi faktörlere bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir. Örneğin, sıcak renkler (kırmızı, turuncu, sarı) genellikle enerji, hareketlilik ve coşku hissi uyandırırken; soğuk renkler (mavi, yeşil, mor) sakinlik, huzur ve güven duygularını tetikleyebilir.

Kültürel bağlamda bakıldığında, aynı kültürel kimliğe sahip toplumların renk ve biçimi bir iletişim aracı olarak nasıl kullandıkları incelendiğinde, bu kullanım biçimlerinin dönemsel olarak farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Renklerin anlamı ve algılanışı, toplumların tarihsel süreçteki ekonomik, kültürel ve sosyal dinamiklerine göre değişebilmektedir.

Örneğin, Batı kültürlerinde beyaz renk saflık ve masumiyetle ilişkilendirilirken, bazı Asya kültürlerinde yas ve matemi simgeleyebilir. Benzer şekilde, kırmızı renk bazı toplumlarda tehlikeyi veya uyarıyı ifade ederken, başka toplumlarda şans ve bereketin sembolü olabilir. Renk algısı aynı zamanda bireylerin psikolojik ve duygusal durumlarını da etkileyebilir. Örneğin, kırmızı renk iştah açıcı bir etkiye sahip olduğu için gıda sektöründe yaygın olarak kullanılırken, mavi renk güven ve profesyonelliği temsil ettiği için bankacılık ve sağlık sektöründe tercih edilmektedir.

Bu bağlamda, renklerin psikolojik ve sosyolojik etkilerini anlamak, özellikle grafik tasarım, reklamcılık ve pazarlama alanlarında büyük önem taşımaktadır. Çünkü doğru renk seçimi, bir mesajın etkili bir şekilde iletilmesine ve hedef kitlenin algısını yönlendirmeye yardımcı olabilir. (Tekler, 2003, s.186).

Afiş Tasarımında renk kullanımının önemi:

- Yaygın sembolik konular,
- Estetik ve tasarım ilkelerinin değerleri,
- İzleyicide oluşturduğu duygusal etkiler,
- Neden oldukları çıkarımlar (Kanat, 2003, s.144).

2. Bulgular

2.1 Bipolar Hastalığı Farkındalık Günü Afiş Tasarımlarında Kullanılan Renklerin Psikolojik Etkileri

Grafik Tasarımı Bölümü Öğrencileri tasarımda renk tercihlerini bilinçli simgesel bir iletişim aracı olarak ayrıca konu odaklı farkındalık sağlamak amacıyla kullanmışlardır. Farklı ve çeşitli ruh haline sahip olan kişilerin kullanılacağı afiş tasarımlarında, renk seçimleri de değişken olmuştur. Bipolar hastalarının duygularını yansıtmak için, tasarımcılar seçtikleri renkleri, bu durumu dikkate alarak kullanmışlardır. Hastaların yaşadıkları dünyayı, iç, dünyalarını, duygularını renklerle anlatmak amacını

benimsemişlerdir.

Kandinsky'e göre, gözümüz renge bakarken rengin yarattığı intibadan etkilenir. Renklerin etkisi gözün yönü başka yere çevrildiğinde renk unutulsa da farklı renklerin bıraktığı etki sürebilir (Kandinsky, 2009, s.47).

Amerikalı psikologlar tarafından birçok araştırma yapılmıştır. M.Luckiesh, "ilan ve satış teşvikinde ışık ve renk" isimli kitabında bir deneyden bahseder. Deneyde belirli renklerin özelliklerini ayırarak duygusal değerlerini ve duygusal tonlarını belirlemek istemiştir. Örneğin, gri zemin üzerine, on iki tane renk, bir tarafa dizilerek yerleştirilmiştir. Deneye katılan bireylerden, belirli renklere maruz kaldıktan sonra, yanlarında bulunan bir tahtadaki farklı yüz ifadelerinden birini seçmeleri ve hissettikleri duyguları ifade eden bir yüz ifadesini kâğıda yazmaları istenmiştir. Deneyde kullanılan yirmi farklı yüz ifadesi, katılımcıların duygusal tepkilerini daha iyi analiz edebilmek için heyecan verici, sakinleştirici ve frenleyici olmak üzere üç ana kategoriye ayrılmıştır.

Deneyin sonuçlarına göre, heyecan verici olarak algılanan renkler genellikle kırmızıya yakın tonlar olmuştur. Kırmızı renk grubuna giren renkler, bireylerde enerji, hareketlilik ve uyarılma hissi yaratmıştır. Bu renkler, kan basıncını artırabilir, kalp atışlarını hızlandırabilir ve genel olarak dikkat çekici bir etkiye sahip olabilir. Bu nedenle, aciliyet hissi uyandırmak veya aksiyon almaya teşvik etmek için genellikle uyarı işaretlerinde, reklamcılıkta ve spor sektöründe kullanılmaktadır.

Sakinleştirici renkler kategorisinde mor rengi öne çıkmıştır. Mor renk, bilinçaltında derin düşünme, meditasyon ve rahatlama ile ilişkilendirilmektedir. Özellikle açık mor tonları, stres seviyesini düşürmeye yardımcı olabileceği için iç mekân tasarımında ve spa merkezlerinde yaygın olarak tercih edilmektedir.

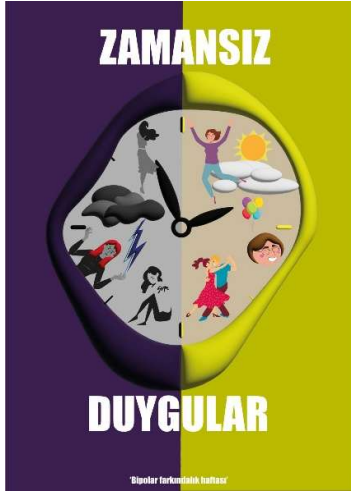
Dengeleyici renkler arasında ise yeşil ve mavimsi yeşil tonları ön plana çıkmıştır. Yeşil renk, doğa ile güçlü bir bağlantıya sahip olup, huzur, denge ve güven hissi uyandırmaktadır. Mavimsi yeşil tonları ise hem ferahlık hem de serinlik hissi vererek, bireylerin kendilerini daha dengeli ve güvende hissetmelerini sağlamaktadır. Bu çalışmanın sonuçları, renklerin bireylerin ruh halleri ve psikolojik tepkileri üzerindeki belirleyici etkisini bir kez daha ortaya koymuştur. Günlük hayatta renklerin bilinçli bir şekilde kullanılması, bireylerin zihinsel durumlarını ve duygusal tepkilerini yönlendirmede önemli bir rol oynayabilir. Örneğin, eğitim alanında dikkat çekmek için canlı renkler tercih edilirken, hastane ve terapötik ortamlar gibi yerlerde daha huzur verici ve sakinleştirici renklerin kullanılması önerilmektedir. (Kanat, 2001, s.106-107).

Renklerin toplum üzerindeki etkisi, bireylerin günlük yaşantılarında renk seçimlerini nasıl yaptıklarını, bu renklerin kültürel, psikolojik ve sosyolojik bağlamda nasıl anlam kazandığını göstermektedir. Toplumlar, tarih boyunca renkleri farklı anlamlar yükleyerek kullanmışlardır. Renklerin kullanımı kişilerin bireysel tercihleriyle şekillenmekle birlikte, bu tercihlerin oluşumunda içsel (duygusal, psikolojik, bireysel deneyimler) ve dışsal (toplumsal normlar, kültürel öğeler, moda, sanat, teknoloji ve doğa) etkilerin büyük rol oynadığı görülmektedir.

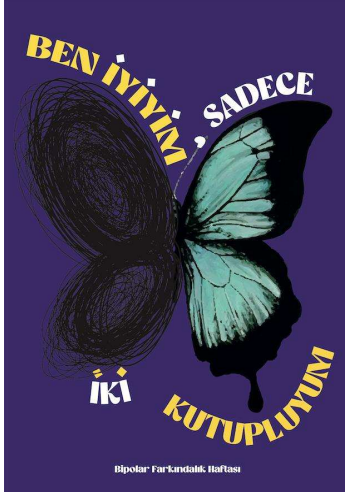
Örneğin, bazı kültürlerde beyaz renk saflık ve barışı simgelerken, bazı Doğu toplumlarında yas ve matem anlamına gelebilmektedir. Benzer şekilde kırmızı renk, Batı toplumlarında tutku, aşk ve enerji ile ilişkilendirilirken, Uzak Doğu kültürlerinde şans, refah ve mutluluğun sembolü olarak kabul edilmektedir. Bu durum, renklerin toplumlar tarafından farklı anlamlar yüklenerek kullanıldığını ortaya koymaktadır.

Renklerin bireyler üzerindeki psikolojik etkileri de oldukça önemlidir. Sıcak renkler (kırmızı, turuncu, sarı) enerjiyi artırıcı ve dikkat çekici özelliklere sahipken, soğuk renkler (mavi, yeşil, mor) daha huzur verici ve sakinleştirici bir etki yaratmaktadır. Bu nedenle, farklı sektörlerde ve alanlarda renklerin stratejik olarak kullanılması yaygındır. Sağlık sektörü, hastane duvarlarında ve tıbbi ortamlarda sakinleştirici mavi ve yeşil tonlarını tercih ederken; gıda sektörü, iştah açıcı ve enerji verici sıcak renkleri (özellikle kırmızı ve turuncu) sıkça kullanmaktadır. Bir rengin belirli amaçlara yönelik kullanımında da büyük bir rolü olduğu tespit edilmiştir. Reklamcılık ve pazarlama alanında, markaların tüketiciler üzerinde belirli duygusal tepkiler oluşturmak için renkleri bilinçli bir şekilde kullandıkları bilinmektedir. Örneğin, lüks markalar genellikle siyah ve altın tonlarını kullanarak prestij ve zarafet mesajı vermeye çalışırken, çocuk ürünlerinde canlı ve parlak renkler tercih edilerek oyun, eğlence ve neşe hissi uyandırılmaktadır. Renkler estetik bir unsur olmanın ötesinde, toplumun yapısını, kültürel değerlerini, bireylerin psikolojik durumlarını ve ticari stratejileri şekillendiren güçlü bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Renklerin bilinçli kullanımı gerek bireysel gerekse toplumsal düzeyde etkili ve anlamlı sonuçlar doğurabilmektedir.

Bipolar hastalığının toplum üzerinde görsel afiş tasarımları ile pozitif farkındalığı konulu Afiş Tasarım Atölyesi kapsamında katılımcılara yön bilgi verilirken tasarlanan afişlerde renk, imge, tipografi ve tasarım elemanlarının alıcı, izleyici tarafından kolay anlamlandırma yapılabilecek şekilde seçilmesine dikkat edilmesi gerektiği hatırlatılmıştır. Hastalık ile ilgili araştırmalar yapılmış, hastalıkla mücadele eden sanatçılar incelenmiştir.



Görsel 1. Öğrenci A tarafından “Bipolar Farkındalık Haftası” kapsamında ‘Zamansız Duygular’ afişi.



Görsel 2. Öğrenci B tarafından hazırlanan “Ben İyiyim, Sadece İki Kutupluyum” afişi.

Öğrenci A ve Öğrenci B tarafından yapılan afişte renk paletinde yer alan Mor ve Sarı Kontrastı kullanılmıştır. Öğrenci A Afiş tasarımının yüzeyini iki eşit parçaya bölmüştür. Bipolar hastalarının yansıttığı değişken duygulardan yola çıkan öğrenci saatin işleyişi ve duyguların değişimini bir araya getirmiştir. Figürler ve diğer nesnelere, örneğin bulutlar, zıtlık ve bir çok duygunun zamansız şekilde ortaya çıkışını göstermek istemiştir. Burada öğrencinin farklı zaman dilimleri içerisinde Bipolar hastalarının ruhsal değişimleri kontrast renklerle anlatılmıştır. Mor, rengin kullanıldığı alanda hastanın depresif ruh hali gösterilirken, Sarı rengin bulunduğu alanda hastanın çok mutlu ve heyecanlı ruh hali göstermiştir.

Öğrenci B’de Bipolar hastalarının duygu durumlarının değişimini renk üzerinden ifade etmiştir. Mavi renk sakinlik hissini artırırken, mavi rengin insan üzerindeki etkisi dinginlik ve huzur ile ilişkilendirmiştir. Tasarımında öğrenci, zihnin gürültüsünden arınmaya yardımcı olan maviyle, bipolar hastalarını yatıştıracak ve iyileştireceğini vurgulamak istemiştir. Bu sebeple kelebeğin kanadında mavi renk tercih edilmiş ve diğer kanadındaki karmaşaya tezat oluşturulmuş ve arka planda kullanılan mor ise depresyonla ilişkilendirilmiştir. Sloganda ise; Carrie Fisher’in bir sözünden ilham alınmıştır.

2.2. Bipolar Hastalığı Afiş Tasarımlarında Renk Açısından Yer Alması Gereken Özellikler:

Bipolar Hastalığı Afiş Tasarımları hazırlanırken, görsel etkinin güçlü olması için renklerin kontrast (zıt) kullanımı özenle planlanmıştır. Kontrast renkler, görsel algıyı güçlendiren unsurlar olsa da okuma zorluğuna yol açmayacak şekilde düzenlenmiştir. Tasarım sürecinde, okunabilirliği azaltan renk kombinasyonlarından ve zorlayıcı karakter (font) seçimlerinden kaçınılmıştır.

Renklerin geniş yüzeylerde kullanılması, mesajın net bir şekilde iletilmesini sağlarken, tasarımın genel kompozisyonunda keskin ve aşırı kontrastlardan kaçınılmıştır. Bunun temel nedeni, renklerin yalnızca dikkat çekici bir unsur olarak değil, aynı zamanda duygusal bir bağ kurma ve mesajın algılanmasını kolaylaştırma amacıyla kullanılmasıdır.

Bu tasarım yaklaşımının en önemli hedeflerinden biri, insanların dikkatini çekmek, ilgilerini

uyandırmak ve verilmek istenen mesajın olumlu bir farkındalık oluşturmasını sağlamaktır. Etkili bir tasarımın yalnızca görsel olarak dikkat çekici olması yetmez, aynı zamanda içeriği net bir şekilde iletmesi ve hedef kitle üzerinde olumlu bir psikolojik etki yaratması da gerekir. Bu nedenle afiş tasarımlarında deneyim, renk psikolojisi ve grafik tasarım ilkeleri bir araya getirilerek anlamlı ve etkileyici görseller oluşturulmuştur (Brockmann ve Brockmann, 2010, s.12).



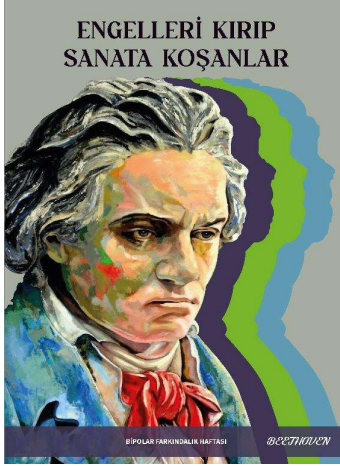
Görsel 3. Öğrenci C tarafından “Bipolar Farkındalık Haftası” kapsamında ‘Uyumsuzluğun Uyumu’ afişi.



Görsel 4. Öğrenci D tarafından hazırlanan “Kafamın İçindekileri Bir Bilsen” afişi.

Öğrenci C Bipolar hastalığına farkındalık yaratmak amacıyla figürleri ve renkleri harmanlayarak kullanmıştır. Bipolar hastalığı için kullanılan ‘iki uçlu bozukluk’ terimi için turuncu ve mor renkleri kullanarak yansıtmayı amaçlamış, fakat toplumdaki farklı görümler de bipolar hastalığına sahip insanlarda toplum içerisinde aynı ortamda ve yaşamda bulunmakta olduklarını vurgulamıştır. Öğrenci D ise; Bipolar hastalarının hayal güçlerine dikkat çekmek istemiştir. Afişe başlamadan önce bipolar hastaları hakkında araştırma yapan öğrenci, diğer insanlara nazaran daha yoğun duygulara sahip olduklarını, toplum içerisinde diğer bireylere oranla daha fazla empati yapabildiklerini ve yüksek hayal

güçlerine sahip olduklarını fark etmiştir. Bunu ifade edebilmek için bir metro ortamı yaratmış ve afişin merkez noktasına bipolar hastası bireyi temsilen bir kadın figür yerleştirmiştir. Çizdiği illüstrasyonlar ve ışık efekti ile de bipolar hastalarının hayal gücü adına pozitif farkını daha iyi ifade edebilmek için illüstrasyonlarında ve kadın figüründeki renkleri metrodaki diğer figürlere nazaran daha canlı ve farklı bir şekilde ortaya çıkarmaya çalışmıştır.



Görsel 5. Öğrenci E tarafından “Bipolar Farkındalık Haftası” kapsamında ‘Engelleri Kırıp Sanata Koőanlar’ afişi.



Görsel 6. Öğrenci F tarafından hazırlanan “Hayata Bir De Buradan Bak” afişi.

Öğrenci E, Afiş tasarımında Romantik Dönem bestecilerinden biri olan Beethoven'ı kullanmıştır. Tasarım öncesi yapmış olduğu literatür taramasında sanatçının bipolar hastası olduğunu öğrenmiştir. Dolayısıyla tasarımında Beethoven'a heykel etkisi vererek, müziğinin geçişlerine dikkat çekmek istemiştir. Beethoven'ın arkasındaki silüetlerin ise yine müziğinin insanlar üzerinde farklı etki bıraktığını göstermek için renklerle anlamlandırmıştır. Silüetlerde mor renginin gücü, yeşilin umudu ve mavinin sakinliği sembolize ettiği için tercih edildiği görülmektedir. Ayrıca fonda kullanılan gri rengin ise ciddiyeti temsil ettiği vurgulanmak istenmiştir. Öğrenci F, Bipolar hastası olması sebebiyle ünlü ressam Van Gogh'un gözünden onun dünyasını ve sanatına olan bu farklı bakış açısını yansıtmak istemiştir. Çünkü Van Gogh resimlerinde teknik ve renk kullanımıyla sanata yön vermiştir.



Görsel 7. Öğrenci G tarafından “Bipolar Farkındalık Haftası” kapsamında ‘Her Ruh Hali Bir Hikâye’ afişi.

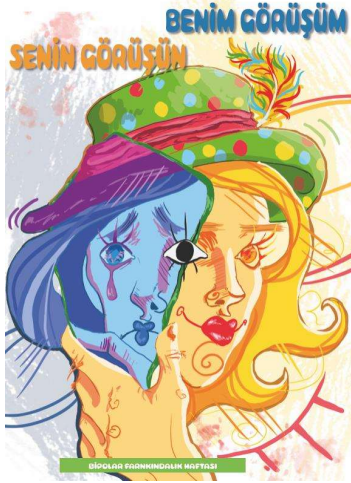


Görsel 8. Öğrenci H tarafından hazırlanan “Seçimlerinde Renk Olsun” afişi.

Öğrenci G'ye göre Bipolar; içsel dünyamızdaki derinliklerinde dalgalanan duyguların karmaşasıdır ve her bir dalga, farklı bir duyguyu temsil etmektedir. Bu duygular bipolar hastalarına göre, bazı anlarda huzur veren bir sessizlik, bazı anlarda ise fırtınalı bir deniz gibidir. Dolayısıyla, bu afişte, suyun içinde cenin pozisyonunda olan insan, belirsizlik ve duygusal çalkalanmalardan korunan bireyi temsil etmiştir. Su birikintisindeki her bir insan portresiyle, bipolarlıkta yaşanan duygu geçişleri simgesel bir anlatımla yansıtılmıştır. Öğrenci H, insanların kişilik özelliklerini şapkalar üzerinden yansıtmak istemiştir. Şapka gibi kişisel aksesuarlar insanların kişilikleri hakkında çağrışım yapar ve karşı tarafa bilgi verir. Yapılan seçimler kişiliklerin ruh halinin duygu durumlarının birer yansımasıdır. Birbirine zıt duygu durumlarını ve ruh hallerini yaşayan bipolar bireyler aslında özgün ve yaratıcı kişilerdir. Öğrenci tasarımında bipolar hastalarının bu ruh hallerini ve dünyayı her gün yaşayış biçimlerindeki farklılığı şapkalar üzerinden anlatmaya çalışmıştır.



Görsel 9. Öğrenci L tarafından “Bipolar Farkındalık Haftası” kapsamında ‘Ruh Hali Çeşitliliği’ afişi.



Görsel 10. Öğrenci M tarafından hazırlanan “Benim Görüşüm Senin Görüşün” afişi.

Öğrenci L’ ye göre Pablo Picasso’nun bipolar hastası olmasından dolayı, Picasso’nun resim tekniğinden ilham alınarak yapılan bir çalışma oluşturmuştur. Matruşka; iç içe yerleştirilmiş, boyutları giderek küçülen çok sayıda bebekten karmaşa içinde bir düzen oluşturmuştur. Renklerdeki kullanım Picasso tekniğini vurgulamak için seçilmiştir. Matruşkanın bu özelliğinden yararlanıp ortaya bu tasarımı çikarmıştır.

Öğrenci M ’ye göre, Bipolar hastalığın yaşadığı duygusal dalgalanmaları, en iyi yansıtan hastalık olarak görmüştür. Hem pozitif hem de negatif duyguları renklerle yansıtmıştır. Sıcak tonlar neşeyi ve mâni dönemini, soğuk tonlar ise depresifliği ve depresif dönemi temsil etmiştir. Bu nedenle tasarımı, insanların bu hastalığa karşı ön yargılarını kırmak için daha çocuksu ve renkli bir şekilde oluşturmayı seçmiştir.

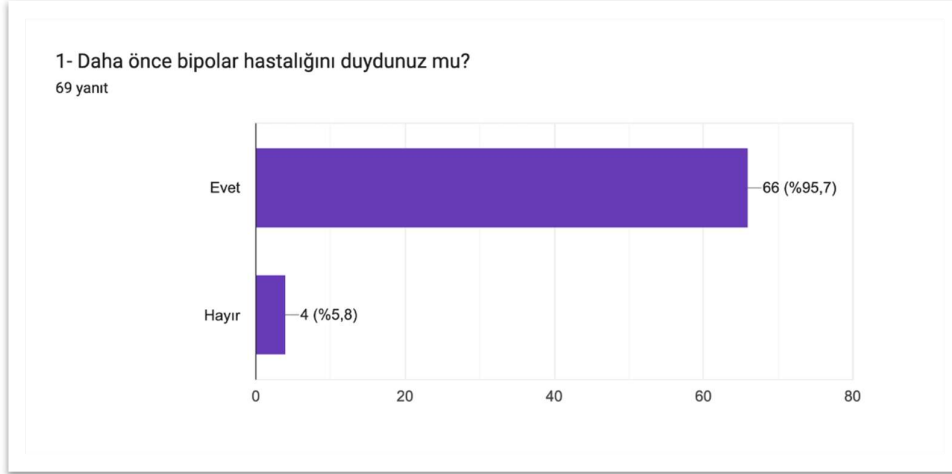
Üniversite Tıp Fakóltesi Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Ana Bilim Dalı tarafından “30 Mart Dünya Bipolar Günü” için düzenlenen etkinlikler kapsamında “Farkındayız Yanındayız” başlıklı poster sergisi 29 Mart 2024 tarihinde Üniversite Hastanesi Yemekhane Giriři Fuaye Alanında açılmıştır. Grafik Tasarımı Bölümü öğrencilerinin hazırladığı afişlerden oluşan sergide Bipolar Bozukluk hastalığına ilişkin

duyguların izleyicilere doğru ve pozitif olarak aktarılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda sergi ziyaretçilerinin görüşlerini ve onlarda uyandırdığı duyguları öğrenmek amacıyla 5 soruluk bir anket çalışması yapılmıştır. Yapılan anketin sonuçları aşağıda raporlanmıştır.

Soru-1: Daha önce bipolar hastalığını duydunuz mu?

Ankete katılan 66 kişi “evet”, 4 kişi ise “hayır” cevabını vermiştir.

“Evet” cevabı %95,7, “hayır” cevabı ise %5,8’lik dilimi oluşturmaktadır.

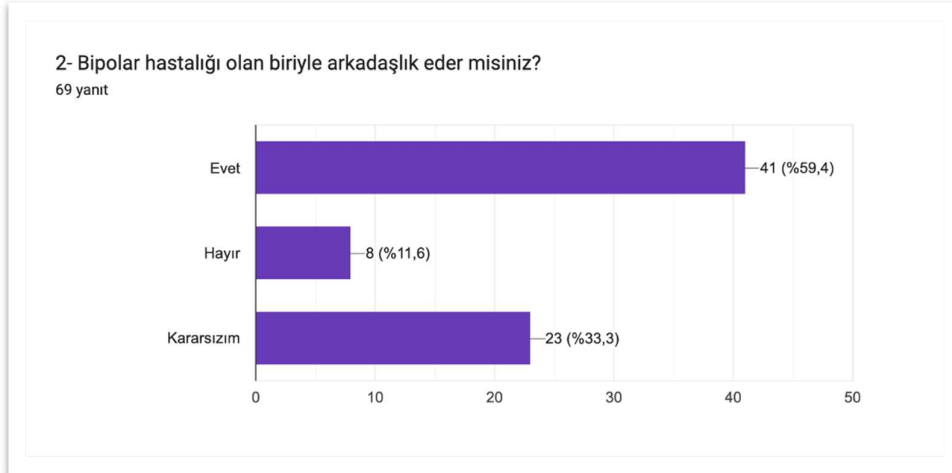


Görsel 9. Google Forms Anket Sonuçları, 2024.

Soru-2: Bipolar hastalığı olan biriyle arkadaşlık eder misiniz?

Ankete katılan 41 kişi “evet”, 8 kişi “hayır”, 23 kişi ise “kararsızım” yanıtını vermiştir.

“Evet” cevabı %59,4, “hayır” cevabı %11,6, “kararsızım” cevabı ise %33,3’lük dilimi oluşturmaktadır.



Görsel 10. Google Forms Anket Sonuçları, 2024.

Soru-3: Sergi sonrası bipolar hastalığına ilişkin aklınızda farklı bir imaj oluştu mu?

Ankete katılan 41 kişi “evet”, 15 kişi “hayır”, 14 kişi ise “kararsızım” yanıtını vermiştir.

“Evet” cevabı %59,4, “hayır” cevabı %21,7, “kararsızım” cevabı ise %20,3'lük dilimi oluşturmaktadır.

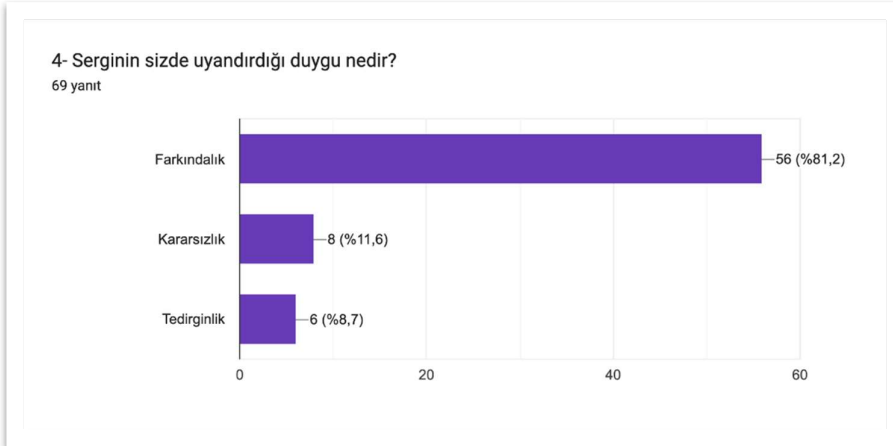


Görsel 11. Google Forms Anket Sonuçları, 2024.

Soru-4: Serginin sizde uyandırdığı duygu nedir?

Ankete katılan 56 kişi “farkındalık”, 8 kişi “kararsızlık”, 6 kişi ise “tedirginlik” yanıtını vermiştir.

“Farkındalık” yanıtı %81,2, “kararsızlık” yanıtı %11,6, “tedirginlik” yanıtı ise %8,7'lik dilimi oluşturmaktadır.

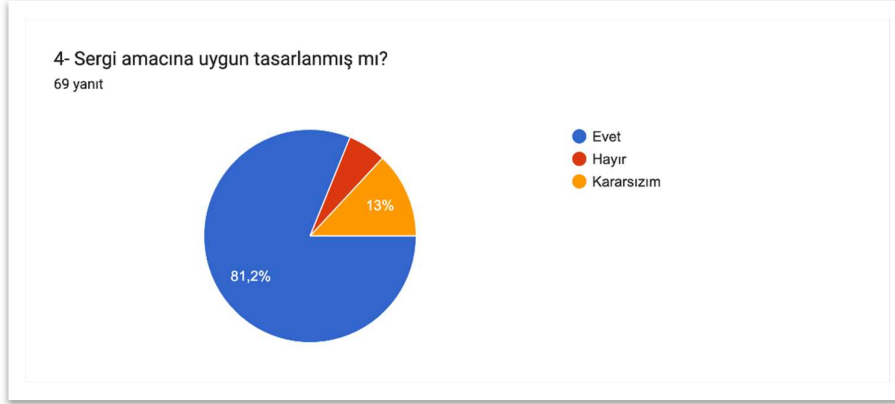


Görsel 12. Google Forms Anket Sonuçları, 2024.

Soru-5: Sergi amacına uygun tasarlanmış mı?

Ankete katılan 56 kişi “evet”, 4 kişi “hayır”, 9 kişi “kararsızım” yanıtını vermiştir.

“Evet” yanıtı %81,2, “hayır” yanıtı %13, “kararsızım” yanıtı ise %5,8'lik dilimi oluşturmaktadır.



Görsel 13. Google Forms Anket Sonuçları, 2024.

Anket sonuçlarına göre, katılımcıların %95,7'sinin Bipolar hastalığını duyduğunu, %59,4'ün Bipolar hastası birisiyle arkadaşlık edebileceğini, %59,4'ün sergi sonrası Bipolar hastaları ile ilgili farklı imaj edindikleri, %81,2'nin serginin Bipolar hastalığına yönelik farkındalık oluşturduğunu ve %81,2'nin serginin amacına ulaştığını beyan etmiştir.

3. Sonuç

Sosyal sorumluluk ve bilinçlendirme projelerinde afişlerin rolü, projenin etkisini güçlendirmek, toplumun ilgisini çekmek ve projeye destek almak için etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Yapılan çalışma içerisinde 'Bipolar Hastalığı Afiş Tasarımın'da içerik yönünden yer alması gereken özellikleri şu şekilde sıralayabiliriz.

- Bipolar hastalığı afiş tasarımlarındaki her bir kelime, posterin anlaşılmasında önemli bir rol oynar ve gereklidir. Ancak, sunulan bilgiler mümkün olduğunca kısıtlı olmalıdır.
- Bu tasarımlar, izleyicilere ilham vermeli ve duygusal içerikler taşımalıdır.
- Bipolar hastalığı afişleri, izleyiciye yaratıcı, dikkat çekici, hızlı ve etkili bir şekilde mesaj iletmelidir.
- Mesaj, doğrudan, kısa ve öz bir biçimde sunulmalıdır.
- Afişlerdeki görsellerin mesaj iletimindeki rolü artırılmalı, kelime sayısı azaltılmalıdır.
- Tasarımlar, kendine has olmalı ve benzer kuruluşların afişlerinden ayırt edilebilir olmalıdır.
- Grafik tasarım, özgün olmalı ve alışılmışın dışında dikkat çekici unsurlar barındırmalıdır.
- Afişler, en az 30 metre mesafeden okunabilecek boyutta ve okunaklı bir yazı tipi ile tasarlanmalı, karmaşık ve zor okunur yazı stillerinden kaçınılmalıdır.
- Afişlerin yerleştirileceği alanlarda yaratacağı etki göz önünde bulundurulmalıdır.
- Bipolar afiş tasarımları, televizyon ve diğer medya ilanlarıyla uyumlu bir bütünlük oluşturacak şekilde hazırlanmalıdır.

Bipolar hastalığı afiş, tasarımlarında her saat ve mevsim koşulundan (kar, yağmur, sis gibi) etkilenmeyecek şekilde oluşturulmalıdır. Tasarımların kompozisyon açısından sahip olması gereken nitelikler; kompozisyonu sade bir biçimde düzenlemek, imge karmaşası yaratmamak ve basit görsel düzenlemelerle gereksiz ayrıntılardan kaçınmaktır. Yazı ve görsellerin birbirini tekrar etmemesi, görselin afiş üzerinde mümkün olduğunca büyük boyutlarda yer alması da dikkate alınmalıdır (Çetin,

2005, s.59).

Birinci Ve İkinci Hafta	Literatür taraması	Bipolar hastalığı hakkında bilimsel kaynakların incelenmesi
Üçüncü Ve Dördüncü Hafta	Bipolar hastalığı olan sanatçıların araştırılması	Bipolar Hastalığı konusunda görsel ve yazılı dökümanların oluşturulması
Beşinci Ve Altıncı Hafta	Eskiz çalışmaları, grafik tasarımı öğeleri göz önünde tutularak slogan ve kompozisyon oluşturma	Adobe programları kullanarak, afişlerin oluşturulması

Anket sonuçlarına göre bipolar farkındalık günü gerçekleştirilen sergi için tasarlanan Afişler izleyicide farkındalık oluşmasını sağlamış, Bipolar hastalarına karşı olumlu imaj sağlanmıştır.

Sonuç olarak, Toplam 40 Grafik Tasarımı öğrencisinin katıldığı tasarım aşamaları şu şekilde olmuştur.

Bipolar farkındalık günü için tasarlanan afiş tasarımlarında, öğrenciler sosyal sorumluluk projesi geliştirme konusunda bilgilendirilmiştir. Tasarımcılar, araştırmanın önemini, neyin yapılabileceği ve neyin yapılamayacağı konusunun bilgilendirilmiştir. Yapılan afiş tasarımlarının sosyal afiş tasarımlarına girdiği vurgulanmıştır. Sosyal sorumluluk projelerinin işlenmesinin toplum tarafından ilgi ile karşılandığı bilgisi verilmiştir.

Afiş tasarımlarında kullanılacak görsellerin ve sloganların olumlu, yapıcı bir dil kullanarak hazırlanması önerilmektedir. Tasarımcılar, afiş tasarımı en verimli bir şekilde gerçekleştirebildikleri programlarla yapma özgürlüğüne sahip olmuşlardır. Ancak, tasarımcılara destek veren çeşitli web sitelerinden dijital çizim ve fotoğraf gibi hazır içerikler kullanmaları kısıtlanmıştır.

Tasarım aşamasında karşılaşılan zorluklar arasında, özgün bir fikir bulma çabası, daha önceden yapılmış olma kaygısı, H hastalık hakkında bilgi, metin, olay gibi konularda karşı çıkma, hazırlanan afişlerde kullanılan fotoğraf, illüstrasyon vb. gibi görsellerle uyumlu olma, yazı karakteri seçme konusunda yaşanan kaygıyı sıralayabiliriz.

Tarafsız, özgün ve bağımsız bireylere yönelik incitici olmayan ifadeler ve sloganlar bulma konusunda yaşanan güçlüklerin, katılımcıların özgürlük alanını kısıtladığı tespit edilmiştir.

Atölye çalışması sonucunda çıkan afiş tasarımları, sosyal sorumluluk projeleri ve araştırmalarına bir ışık tutabileceği düşünölmektedir.

Kaynakça

- Afiş (2024). (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Afi%C5%9F>)
- Allen Rodney F.(1994). *Poster as Historical Documents-A Resource for the Teaching of Twentieth Century History*, The Social Studies, 2, 52
- Becer, E. (2005). *İletişim Ve Grafik Tasarım*. Ankara, Dost Yayınevi.
- Boztaş, E. (2004). *Grafik Tasarım Eğitiminde Bilgisayar Destekli Paket Programı Olarak Afiş*. Y.Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Brockmann, J. & Brockmann, S. (2010). *History of The Poster*. Chicago: Phaidon
- Cevzici. (2023). *Academic Social Resources Journal Open Access Refereed & Indexed & Journal 2827 ASR journal Year 2023, Vol:8, Issue:50 (JUNE) 1999, ss.786-787*.
- Çetin, I. (2005). *Sanat Eğitiminde Afiş*. Y.Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı.
- Grafik (2024). (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Grafik>)
- Idrus, Z., Abidin, S. Z. Z., Hashim, R. & Omar, N. (2010). *Social awareness: The power of digital elements in collaborative environment*. WSEAS TRANSACTIONS on COMPUTERS, Issue 6, Volume 9, ISSN: 1109-2750
- Kanat, A. (2001). *Renk Ve Duyu Psikolojisi*. İzmir, İlya Yayınları.
- Kandinsky, W. (2009). *Sanatta Zihinsellik Üzerine*. Çeviren: Tevfik Turan. İstanbul:Hayalbaz Yayıncılık.
- Karavaşinoğlu Ş.& Sürücü S.N., (2023). *Sosyal Sorumluluk ve Farkındalık Yaratma Amaçlı Afişlerin İncelenmesi*. Academic Social Resources Journal Open Access Refereed & Indexed & Journal. t 01.06.2024 <https://asrjournal.org/files/asrjournal/62e2ee79-1119-4204-a10b-00de88d01b87.pdf>
- Özönder, U. (1999). *1940 Sonrası Amerikan Grafik Sanatında Afiş Tasarımı*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi
- Raizman, D. (2020). *Reading Graphic Design History Image, Text, and Context*, Bloomsbury Visual Arts,
- Sosyal Sorumluluk (1988). TDK, 1988, ss.1328-1329
- Teker, U.(2003). *Grafik Tasarım ve Reklam*, Dokuz Eylül Yayıncılık, İzmir.
- Ünalın, H. T. (2001). *Modernizmi Hazırlayan Sanat Hareketlerinin Afiş Tasarımına Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi.