

## Sosyal Sorumluluk ve Farkındalık Yaratma Amaçlı Afişlerin İncelenmesi \*

*Examination of Posters Aimed at Creating Social Responsibility and Awareness*

### ÖZET

Sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma projeleri, toplumda pozitif değişimler sağlamayı hedefleyen önemli girişimlerdir. Bu tür projeler, genellikle çeşitli sosyal sorunlara dikkat çekmek, farkındalık oluşturmak ve insanların hayatlarını iyileştirmek için tasarlanırlar. Örneğin, çevre koruma projeleri, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve iklim değişikliği gibi önemli konulara odaklanırken, eğitim projeleri, okuryazarlık oranlarını artırmak ve dezavantajlı gruplara erişim sağlamak gibi amaçlar güdebilir. Bu projeler, sivil toplum kuruluşları, şirketler ve bireyler arasında iş birliği ile hayata geçirilir ve genellikle gönüllülerin katılımını teşvik etmektedir. Sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma projeleri, toplumun her kesiminde dönüştürücü değişimler yaratma potansiyeline sahip önemli araçlardır. Bu amaçla yapılan faaliyetlerde grafik tasarım da işlevsel önemli roller üstlenmektedir. Özellikle son yıllarda gündemi meşgul eden aile içi şiddet, kadına yönelik şiddet, madde bağımlılığı, ekran bağımlılığı, çevresel sorunlar, geri dönüşüm, savaş, ırkçılık, göç benzeri konular grafik tasarım yarışmalarında grafik çevrelerinde sıklıkla işlenmekte toplumda bir farkındalık oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bahsi geçen konular için hazırlanan afişler, büyük ölçekte görsel iletişim sağlayarak, mesajı hedef kitleye kolayca aktarabilir. Sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratmak isteyen organizasyonlar, çarpıcı bir afişle toplumun dikkatini çekebilir ve insanları o soruna karşı bilinçlendirebilir. Çalışma kapsamında afişin tarihsel süreci kısaca aktarılmış; konuyla alakalı farklı ülkelerden afiş örnekleri incelenmiş, betimsel analiz yöntemi ile uzman görüşleri ve kuramsal yaklaşımlar aktarılmaya çalışılmıştır. Elde edilen veriler ışığında konuyla ilgili paydaşlara Türkçe bir kaynak oluşturulması aynı zamanda literatüre katkı sağlanması hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Sorumluluk, Farkındalık Yaratma, Afiş, Grafik Tasarım

### ABSTRACT

Social responsibility and awareness-raising projects are important initiatives aimed at bringing about positive changes in society. Such projects are usually designed to draw attention to various social problems, raise awareness and improve people's lives. For example, environmental protection projects focus on important issues such as the sustainable use of natural resources and climate change, while educational projects may aim to increase literacy rates and provide access to disadvantaged groups. These projects are collaborative between non-governmental organisations, companies and individuals and often encourage the participation of volunteers. Social responsibility and awareness-raising projects are important tools that have the potential to create transformative changes in all segments of society. In the activities carried out for this purpose, graphic design also plays an important functional role. Especially in recent years, domestic violence, violence against women, substance abuse, screen addiction, environmental problems, recycling, war, racism, migration, etc. issues that are occupying the agenda are frequently processed in graphic design competitions in graphic circles and an awareness is tried to be created in the society. Posters prepared for the aforementioned topics can easily convey the message to the target audience by providing visual communication on a large scale. Organizations that want to create social responsibility and awareness can attract the attention of the society with a striking poster and raise people's awareness of that problem. Within the scope of the study, the historical process of the poster was briefly conveyed; poster samples from different countries related to the subject were examined, and expert opinions and theoretical approaches were tried to be conveyed with the descriptive analysis method. In the light of the data obtained, it is aimed to create a source in Turkish for the relevant stakeholders and to contribute to the literature at the same time.

**Keywords:** Social Responsibility, Awareness Raising, Poster, Graphic Design

### GİRİŞ

Sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma amacıyla hazırlanan afişler, toplumun önemli konularına dikkat çekmek ve insanları harekete geçirmek için güçlü bir iletişim aracıdır. Bu afişler, birçok farklı konuda farkındalık oluşturabilir, insanların düşünce yapısını değiştirebilir ve sosyal değişimi teşvik edebilir. Örneğin, çevre bilinci ve sürdürülebilirlik konusunda yapılan afişler, insanları doğal kaynakların korunması, atık yönetimi ve yenilenebilir enerji gibi konulara yönlendirebilir. Aynı şekilde, eşitlik, insan hakları, toplumsal cinsiyet eşitliği ve şiddetin önlenmesi gibi konularda da afişler etkili bir araç olabilir. Söz konusu afişler, güçlü görseller, vurucu sloganlar ve etkileyici mesajlarla

Şadi Kardeşahinoğlu<sup>1</sup>   
Saniye Nur Sürücü<sup>2</sup> 

### How to Cite This Article

Kardeşahinoğlu, Ş. & Sürücü, S. N. (2023). "Sosyal Sorumluluk ve Farkındalık Yaratma Amaçlı Afişlerin İncelenmesi", International Academic Social Resources Journal, (e-ISSN: 2636-7637), Vol:8, Issue:50; pp:2823-2831. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNALS.70556>

Arrival: 08 May 2023

Published: 30 June 2023

Academic Social Resources Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

\* Bu çalışma, ikinci yazarın birinci yazar danışmanlığında hazırladığı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>1</sup> Doç., Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, Çankırı, Türkiye

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Çankırı, Türkiye

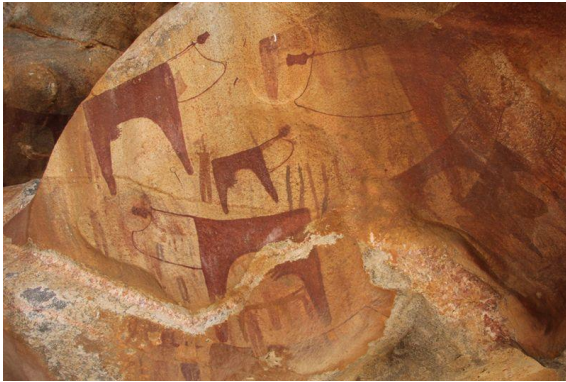
donatılarak izleyicilerde duygusal bir tepki uyandırabilir ve onları harekete geçmeye teşvik edebilir. Afişlerin amacı, toplumdaki sorunlara dikkat çekmek, insanları bilinçlendirmek ve davranış değişikliği yaratmaktır. Bu nedenle, sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma amacıyla hazırlanan afişler, toplumun gelişimi için önemli bir araç olduğu söylenebilir.

Afiş Türk Dil Kurumu Sözlüğünde; “bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar duyurusu” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 1988, s.18). Afişler, bir ürünü tanıtmak veya reklamını yapmak amacıyla tasarlanan basılı tasarım ürünleridir (Ambrose ve Harris, 2010, s.203). Fransız reklamcı Seguela afiş için şöyle demiştir. “Afiş her şeyin ya da hiçbir şeyin mecrasıdır. Bir ürünü ya da bir markayı, on beş gün içinde ya piyasaya sürer ya da batırır. Gazetecilikte birinci sayfa, ya da dergicilikte kapak ne ise reklamcılıkta afiş odur. İletişimde bir yumruk, bir darbedir” (Babacan, 2015, s.235). Afişin temelinde etkili bir sloganın illüstrasyon ya da fotoğraf ile buluşması ile ortaya çıkan basılı ilanlardır. Afiş tasarımında ticaret kaygısının yanında sanat kaygısı göz önünde bulundurulurken tasarım yapılmalıdır. Belirlenen hedef kitesine iletilmek istenilen mesaj büyük bir ustalıklarla merak uyandıracak şekilde hazırlanmalıdır. Afiş tasarımı kişilerin dikkatini çekmeyi ve cezbetmeyi başarır insanların bilinçlerine yerleşir ve verilmek istenilen mesaj hakkında olumlu bir tutum sergilenmesi sağlanır (Brockmann ve Brockmann, 2010, s.12).

İlk afiş örneklerinin dekoratif ve el becerisinin hâkim olduğu bilinmektedir. Günümüzde gelişen teknolojinin beraberinde getirdiği tasarım anlayışının genişlemesiyle; broşür, web siteleri, kurumsal kimlik, etkileşimli dergiler ve kataloglar vb. ürünler ortaya çıkmıştır. Yeni imkânlar doğuran kitle iletişim araçlarına rağmen afiş kültürel değişimlerle bünyesine yeni tasarım anlayışlarını ekleyebilmektedir. Bundan dolayı önemini ve yaygınlığını korumaktadır. Afişler; tiyatro ve sinema salonları, ticari firmalar, mitingler, caddeler, okullar ve kültürel etkinliklere kadar birçok alanda var olmayı sürdürmektedir. Günümüzde afişlerin önemini kaybetmeme nedenleri olarak hedef kitesinin insanlar olması, tüketimin toplumu ile çoğalan firmaların reklamlarında yoğun bir şekilde afiş tasarımlarını tercih etmesi ile yaşadığımız çevrede sürekli olarak karşılaşmamızdan dolayı ve yaşamımızın bir parçası haline gelerek varlığını korumayı sürdürmektedir (Mercin, 2010, s.2).

### Afişin Tarihsel Gelişimi

İlk sanat ürünleri yaklaşık 40.000 yıl öncesine kadar dayanır. Sanatın bu kadar eskiye dayanmasının nedeni olarak insanoğlunun kendisini ifade etmek istemesi, kendinden sonra gelecek topluma avcılık ve yaşam tecrübelerini aktarmak amacıyla mağara duvarlarını kazıyarak, kök boya kullanarak çeşitli görsellerin tasvirlerini yapmışlardır. Bu örnekler en ilkel afişler olarak kabul edilebilmektedir. Mağara duvarları ile temelleri atılan afiş serüveni insanoğlunun var olduğu sürece gelişerek devam edeceği düşünülmektedir (Yılmaz, 2020, s.19). Yapılan incelemeler ve araştırmalar sonucunda gün yüzüne çıkarılan ilk sanatsal örnekleri “Gorbita/Sibirya, Kakadu/Avustralya, Lascaux/Fransa, Acacus/Sahra Çölü, Chauvet/Fransa, Bhimbetha/Hindistan, Kapıkırı/Türkiye, Serra da Capivara/Brezilya, Sulawesi/Endonezya, Las Gaal/Somali” gibi ülkelerin mağara ve dağ duvarlarında bulunmaktadır (Bkz. Görsel 1).



**Görsel 1:** Las Gaal/Somali’de bulunan mağara duvarlarındaki çizimlerin görüntüsü

M.Ö.7. yüzyılda Asurlu tüccarların Anadolu’da yaptıkları ticaretlerde ürünlerin tanıtımını yapmak ve satışları artırmak amacıyla kil tablet üzerine çivi yazısı kullanarak halka duyurmuşlardır. Eski Roma İmparatorluğu’nda sirk gösterileri, gladyatör oyunları ve kraliyet üyelerinin aldığı kararları bildirmek amacıyla şehir meydanlarında bulunan beyaz duvarlara asılarak halka duyurmak için afiş benzeri ilanlar asılmıştır (Tepecik, 2002, s.72). 19. yüzyılın sonuna kadar afiş tasarımları yapımı maliyetli, uzun zaman alan ve renk bakımından sınırlı olmasından dolayı çok tercih edilmeyen sanat ürünleri arasında kalmaya mahkûm edilmiştir. 1798 yılında Johann Alois Senefelder tarafından bulunan Engelmann tarafından geliştirilen Litografi makinesinin icadıyla 120x160cm gibi büyük boyutlarda afişlerin üretilme imkânı doğmuştur. Teknik gelişmeler sonrası baskıların toplu olarak çoğaltılmasıyla birlikte doğrudan maliyetlerin düşmesi afiş sanatının gelişimini başlatmıştır (Weill, 2021, ss.12-13). Takip eden tarihsel süreç ve 1789’da başlayan Fransız Devrimi ile birlikte afişler siyasi propaganda amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. O dönemde kullanılan afişlerin içeriğinde “Özgürlük, eşitlik, kardeşlik veya ölüm” temaları kullanılarak halkı

yönlendirmek, muhalifleri kınamak ve kıskırtmak amaçlanmıştır. Fransız devrimi sonrası ise afiş sanatı Fransa'da reklam ve ticari faaliyetleri duyurmak için tercih edilmeye başlanmıştır (Bkz. Görsel 2).



**Görsel 2:** Fransız Devrimi'nden bir afiş tasarımı.1793, Jules Chéret'in litoğrafi tekniği kullanarak yaptığı afiş tasarımı.1893

Afiş sanatının ilk modern temsilcisi olarak Fransız sanatçı Jules Chéret (1836-1932) kabul edilmektedir. Tasarımcı litografi alanında özgün çalışmalar ortaya çıkarmak için kendi litografi şirketini açmış ve ilerleyen yıllarda çalışma boyutlarında 193x144cm kadar büyük afiş baskıları almayı başarmıştır. Paris'te böylesi büyük ölçüde baskı alan ilk tasarımcı olma unvanını uzun süre elinde tutmuştur. Chéret litografi tekniği ile ilk kez kadın figürü kullanan sanatçılardan birisi olmuştur. 1890 yılında Fransa Devleti tarafından "Fransa Şeref Nişanı" ödülüne layık görülmüştür. Jules Chéret isminin verildiği müze günümüzde Fransa'nın Nice kentinde bulunmakta ve yaşamı süresince yaptığı 1200 adet afiş çalışması bu müzede sergilenmektedir (Marlena, 2017). Diğer bir Avrupa ülkesi olan Almanya'da ise afiş tasarımının kapsamı sınırlıdır. Bunun temel nedenini, Almanya'da siyasi ve duyuru amaçlı hazırlanan afişleri kontrol altına alabilmek ve kısıtlayabilmek için 1848 yılında "Litfaß Sütunu" adını verdikleri bir alanda sergilenmesi üzerine hazırlanan sözleşme oluşturmaktadır. Bu sözleşmenin içeriğinde sadece reklam amaçlı afişlere izin verilmiştir. İlerleyen yıllarda şehrin duvarlarını gelişi güzel asılan ilanlardan koruyabildikleri ve en önemlisi afişlerin sergilenmeden önce engellenmesi fırsatı sunduğundan dolayı "Litfaß Sütunu" Almanya'da yaygınlaşmıştır. Günümüz Almanya'sında Litfaß Sütunlarının sayısı 67 binlere yaklaşmış; Litfaß Sütunları sadece afiş tasarımlarının sergilendiği alanlardan çıkarak tuvalet, durak, telefon kulübesi ve satış noktası gibi farklı alanlar ile birlikte kullanılacak yapılara dönüştürülmüştür (Bkz. Görsel 3).



**Görsel 3:** Almanya'da kullanılan Litfaß Sütunlarının ilk örnekleri.1860, Litfaß Sütunlarının günümüzdeki kullanım örnekleri.2016

### Türkiye'de Afiş Sanatının Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de afiş sanatı Dünya'daki tarihi kadar eskilere dayanmamaktadır. Türkiye tarihi Osmanlı Devleti'nin Lale Devri döneminde İbrahim Müteferrika ve Sait Efendinin girişimleri ile Macaristan'dan matbaanın ülkemize getirilmesi ile başlamış ve ilk afiş örnekleri Osmanlı kentlerinde görülmeye başlanmıştır.

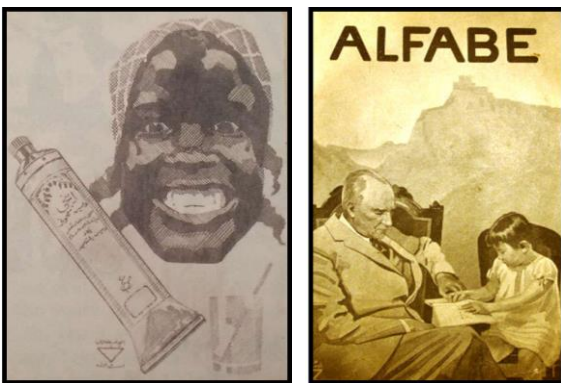
Almanya'da kullanılan Litfaß Sütunları, Fransa'daki Morris Sütunları ismiyle kullanılan afişlerin asıldığı yerler Osmanlı coğrafyasında 'ilan köşkü, afiş kulesi, satış kuleleri' gibi farklı isimlerle karşımıza çıkmaktadır. İlan köşklerinin tercih edilme nedenleri kuşkusuz Avrupa ülkelerinin tercih etme nedenleri ile benzerlik gösterdiği söylenebilir: ticari faaliyetleri denetlemek ve canlandırmak, esnaftan daha kolay vergi alabilmek, ülke genelinde oluşabilecek milliyetçilik akımı ayaklanmalarını engellemek ve devletin İslam halifesi olmasından dolayı fetvaları halka duyurmak. İlk örnekleri Osmanlı'nın kültür başkenti İstanbul'da ortaya çıkmıştır (Bkz. Görsel 4). İlan köşklerini genellikle insan yoğunluğunun fazla olduğu, tren istasyonları, meydanlar, pazar yerleri, boğazlar, ticaret yolları gibi alanlara yerleştirilmiştir (Durmaz, 2015, s.7-14).



**Görsel 4:** Cisir-i Cedit (Galata) Köprüsünde bulunan ilan köşk örneği

1900'lerin başlarında tiyatro, sinema ve yardım kuruluşlarının çağrılarını duyurmak için Arap harfleri ile hazırlanan daha çok yazı içerikli afişler yapılmıştır. İlerleyen yıllarda çok fazla olmasa da yurtdışından gelen temel ihtiyaç ürünlerine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar genellikle dükkân içlerinde sergilenmiştir (Altıntaş, 1993). Afiş sanatının temelleri, gerçek anlamda Cumhuriyetin ilanından sonra atılmıştır. Cumhuriyetin ilanı ile yapılan reformların duyurulması için afiş sanatına ihtiyaç duyulmuştur. Afiş sanatında ülkemizdeki ilk öncüleri olarak; Osman Kenan Temizan, Müni Fehim, Mithat Özarı ve İhap Hulusi Görey gibi isimleri söyleyebiliriz. Görey ve Temizan Almanya'da Grafik Eğitimi aldıktan sonra Türkiye'ye dönmüşlerdir. Almanya'da eğitim almaları onlar için tasarımlarında farklılıklara ve avantaja dönüşmüştür (aktaran Tarlakazan, 2019, ss.182-183).

Görey, Türkiye'ye dönmeden önce 1923 yılında Almanya'dan çalışmalarını İstanbul'a gönderdikten sonra büyük ilgi görmesi üzerine Görey 1925 yılında ülkeye kesin dönüş yapmıştır (Yurdakul, 2002, s.103). Görey, tasarım anlayışını Almanya'da hocası olan Profesör Ludwing Hohlwein'den almıştır. Tasarımlarında çektiği fotoğraflardan yararlanarak kompozisyonunu oluşturup illüstrasyon tekniğinin hâkim olduğu çalışmalar ortaya çıkarmıştır (Serin, Sülün, Yavuz, 2010, s.118). Görey, Türkiye'de ilk siparişini 1927 yılında İzmir'de bulunan firmasından İnci Diş Macunları isimli ürünün tanıtımı için afiş siparişi almış, bu çalışmada siyah-beyaz renkler kullanılmış ve kompozisyona gülen siyahi bir figür yerleştirilerek tasarım gerçekleştirilmiştir. Büyük beğeni kazanan bu siparişin ardından birçok firma tarafından sipariş almaya başlaması ve bu talepleri karşılayabilmek için 1929 yılında İstanbul'da atölyesini kurmuştur. Görey, afiş tasarımlarında kullandığı figürleri dostları, ailesinden ve bazı zamanlarda kendisini kullanarak ortaya çıkarmıştır. Örneğin kardeşi Yavuz Görey'i araba reklam afişlerinde, Nejat Sirel'i İş Bankası afişlerinde, kendisi ve arkadaşı Fazıl Ahmet Aykaç'ı Kulüp Rakısı etiketinde çizmiştir. 1932 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün talebi üzerine Görey'den "ALFABE" kapağının yapılması istenilmiştir (Bkz. Görsel 5). Bu talebin ardından Görey; Atatürk ve manevi kızı olan Ülkü ile birlikte birkaç poz almıştır. Atatürk kapak tasarımının mutlaka sevimli olmasını tembih etmiştir. "ALFABE" kapağı Görey tarafından büyük başarı ile hazırlanmıştır (Serin, 2010, s.123-125). İhap Hulusi Görey ve sonrasında yukarıda da bahsi geçen pek çok usta grafik tasarımcısı Türk afiş sanatının gelişimine katkıda bulunmuş önemli roller oynamışlardır.



**Görsel 5:** İhap Hulusi Görey'in İnci diş macunları ve Alfabe kapağı tasarımı

### Sosyal Sorumluluk ve Farkındalık Kavramı

Sosyal sorumluluk Türk Dil Kurumu Sözlüğünde; özel veya kamu kurumlarının, sivil toplum örgütlerinin ya da bireylerin belirli bir amaç için bir araya gelerek maddi kazanç elde etmekten ziyade toplum yararının ön planda tutularak eylemlerini ifade etme ve mesuliyet alma biçimi olarak tanımlanmıştır (TDK, 1988, ss.1328-1329). Sosyal ve sorumluluk kelimelerinin anlamlarına ayrı ayrı bakıldığında Cevizci'ye göre; sosyal kelimesini toplumda yaşamını sürdüren insanların yaşam faaliyetlerini, ilişkileri ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yaptığı eylemler olarak nitelendirirken sorumluluk kelimesini ise kişinin kendi iradesi ile kabul ettiği durumları, yapacağı eylemleri, gerçekleştireceği görev ve ödevlerini bilme, anlama ve sonuçlarını üstlenme hali olarak tanımlamaktadır (Cevizci,

1999, ss.786-787). Sosyal kelimesini toplulukla nitelendirilirken sorumluluk kelimesini ise üstlendiği görevden dolayı mesuliyet alma ve gerektiğinde hesap verme olarak nitelendirilmiştir (Doğan, 1982, ss.902-903).

Sorumluluk, bir kimsenin içinde yaşadığı toplumsal kurallar çerçevesinde üstüne düşen görev ve davranışları yerine getirirken toplumda bulunan diğer varlıkların kişisel özelliklerini göz önünde bulundurarak eylemlerinin sonuçlarını üstüne alması ve sahip çıkabilmesidir (Erol, Şahbaz, ve Ahmet, 2010, s.59).

Farkındalık kavramı ise, bir canlının çevresinde gelişen olayları bilme, algılama ve duyumsama becerisi şeklinde özetlenebilir. “Bir şeyin bilincinde olma” anlamına da gelmektedir. Göreceli bir kavram olan farkındalık, iç organlara ait bir duyu olabilirken duyu organları yoluyla alınan dış kaynaklı bir durumu da ifade edebilmektedir.

### Sosyal Sorumluluk ve Farkındalık Yaratma Afiş Örneklerinin Tasarım Analizleri

Günümüzde sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma konusunda pek çok afiş örneğinin tasarlandığı görülmektedir. Savaş kavramı da sıklıkla afiş tasarımcıları tarafından işlenmektedir Savaş kelimesi hakkında farklı tanımlar yapılmıştır. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde en az iki devletin, birbirleri üzerinde hakimiyet kurmak ve isteklerini kabul ettirmek amacıyla siyasal ilişkilerini keserek askeri güçlerle yaptıkları mücadele şeklindedir. Genel olarak savaş, devletlerin birbirleri üzerinde hakimiyet kurma, enerji kaynaklarını sömürme isteği ve toprak parçalarını genişletme arzusu sonucu ordularıyla kalkıştıkları silahlı mücadele biçiminde tanımlanabilir.

Ukraynalı tasarımcı Zhanna Barysheva, “CTRL+Z” isimli afiş tasarımını yapmıştır. Rusya’nın Ukrayna işgalinde kullandığı tank, helikopter, uçak ve zırhlı araçların üstünde spreyle boyalarla çizilen “Z” ve “V” harfleri merak edilmiş, bu harfler Ukrayna-Rusya savaşının simgesi olmuştur. Tasarımcı “Z” harfini savaşı başlatanlardan daha farklı bir amaç için kullanarak savaşı destekleyenleri düşünmeye çağırmıştır. “CTRL+Z”, Word, Photoshop ve Excel gibi birçok bilgisayar programında uygulanan geri alma işleminin kısa yol tuşudur. İşlemler sırasında yanlış yapılan eylemi geri almak için kullanılır. Ukraynalı tasarımcı yapılan zulüm, ırkçılık, umutsuzluk, ıstırap gibi duyguları iptal etme geçmişe geri dönmek için sadece iki tuşa basmanın yeterli olacağını vurgulamıştır. Zeminde kullanılan fotoğraf Rusya’nın Ukrayna’ya işgal için girdiği anın karesini afiş yüzeyinde siyah ve grinin hâkim olacağı şekilde düzenleyerek kullanmayı tercih etmiştir. Tasarımını “Savaşı İptal Et” sloganı ile desteklemiştir (Bkz. Görsel 6).



Görsel 6: Zhanna Barysheva’nın savaş konusunu işleyen afiş tasarımı

2022 American Poster Stellar Yarışması için Goyen Chen tarafından hazırlanan “War Only Brings Pain / Savaş Sadece Acı Getirir” isimli afiş tasarımı “Büyük Yıldız” ödülüne layık görülmüştür. Tasarımı Ukrayna-Rusya savaşı sürerken hazırlayan Chen; “günümüzde hangi çatışmaya şahit olursak olalım, herkesin bilmesi gereken tek gerçeğin insanların acı çekmesinin nedeninin şiddeti başlatanların sorumlu olduğudur” şeklinde ifade etmiştir. Tasarımcı afiş yüzeyini insan yüzüne benzeterek tasvir etmiştir. Savaş uçaklarını gözlere, atılan füzeleri göz yaşına, evi dudak, evin çatısını dağ olarak kullanmıştır. Tasarımda slogana yer verilmemiştir. Tasarımcı savaşın topluma acı getirdiği, savaşın kazanımı olmadığını, sonunda acı kayıpların yaşanacağını en sade ve anlaşılır bir şekilde ifade etmiştir (Bkz. Görsel 7).



**Görsel 7:** Goyen Chen'in savaş konusunu işleyen afiş tasarımı

Bir diğer konu başlığı ise bağımlılık kavramı üzerine yapılan afiş çalışmalarıdır. Bağımlılık bireyin nesneye, kişiye ya da herhangi bir uyarıcı maddeye artan miktarlarda istek ve arzu duyulma durumu olarak tanımlanmaktadır. Tütün, Kumar, Alkol, Madde ve Teknoloji bağımlılığı şeklinde beş ana başlık altında ele alınmaktadır. Dumlupınar Üniversitesi ve Sağlık Diplomasisi Derneği tarafından “Tütünsüz Hayat” temalı uluslararası afiş yarışması ile farkındalık oluşturulmak amaçlanmıştır. Çağdaş İnci tarafından hazırlanan afiş tasarımı ilk 100 eser arasına girmeye hak kazanmıştır. Tütün ürünlerinde 4000'den fazla kimyasal maddenin bulunması zamanla kişide psikolojik ve fiziksel sorunlara sebebiyet vermektedir. Bu sebebiyetler zamanla insanların hayatının aksamasına ve ölümcül tütün hastalıklarına yol açmaktadır. Tasarımcı tütün kullanımından doğacak ‘Felç, Kronik Obstrüktif Akciğer Hastalığı (KOAH) ve Tip 2 Diyabet’ gibi hastalıklar sonucu kişinin mahkûm olduğu yataktan gördüğü kısmı afiş tasarımına başarılı bir şekilde aktarmıştır. Oda içerisinde bulunan perdeyi tütün kağıdına benzetmek için perdenin alt tarafını hardal rengine üst tarafını beyaz renk kullanarak sağlamıştır. Perdenin beyaz kısımlarında kullandığı kirlilik dokusu eklenerek odanın içerisindeki kasvetini betimlenmiştir. Tasarımcı bağımlı bireylere aslında anlatmak istediği dışarıdaki güzellikler ile aralarında sadece tütün ürünleri olduğunu, bu zararlı alışkanlıklar sonucu o güzelliklere her zaman uzak kalınması durumunu vurgulanmıştır. Tasarımcı kullandığı “temiz bir nefes için perdelerden kurtul” sloganı ile tasarımını desteklemiştir (Bkz. Görsel 8).



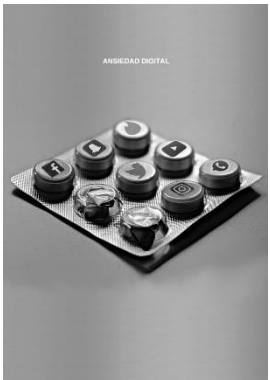
**Görsel 8:** Çağdaş İnci'nin bağımlılık konusunu işleyen afiş tasarımı

Diğer bir örnek çalışma, Alcoholics Anonymous (Adsız Alkolikler) derneğinin sipariş üzerine Ogilvy-Mather reklam ajansı tarafından hazırlanmıştır. Kampanyanın teması olarak ‘Arkadaş, İş, Aile’ konuları seçilmiş ve üç tema için afiş tasarımları hazırlanarak 2016 yılında Yeni Zelanda’da kullanılmıştır. Çalışmada alkol bağımlılığı nedeniyle ailesinden uzaklaşmış bir kişi temsil edilmektedir. Aradaki boşluğa dikkatlice bakıldığında boşluğun alkol şişesi formunda olduğu görülmektedir. Afşte toprak dokusu ve kullanılan koyu renk ile alkol bağımlılığı tedavi edilmezse sonucunun ölüm olacağı vurgulanmıştır. Slogan yerine sağ altta bağımlı bireylerin tedavilerine katkı sağlayabilecek derneğin iletişim bilgilerine yer verilmiştir. Böylelikle dernek, alkol bağımlısı bireyleri merkezlerine davet ederek bağımlılıklarından kurtulmalarını ve ailelerine tekrardan kavuşmalarını hedeflemektedir. (Bkz. Görsel 9).



**Görsel 9:** Ogilvy-Mather reklam ajansının bağımlılık konusunu işleyen afiş tasarımı

“Dijital Anksiyete/İnternetin Karanlık Yüzü” isimli afiş çalışması Matias Verteramo tarafından yapılmıştır. Anksiyete halk arasında kaygı bozukluğu olarak adlandırılan korku, endişe, hüzün gibi duygularının gün içerisinde sıklıkla yaşanmasına verilen isimdir. Teknolojiyle hayatımıza giren sosyal medya platformları insanların hayatlarını teşhir etme modasını yaratmış, bazı insanlarda bu akımlara kendilerini fazlasıyla kaptırmışlardır. Tasarım uygulamasındaki fikir ile, beğenilmeme endişesi nedeniyle yaşanacak stres ve depresyonun Dijital Anksiyete’ye dönüşebileceği gösterilmeye çalışılmıştır. Dijital platformlar aracılığı ile kurulan ilişkilerin ilaçlar gibi kısa süreli mutluluk sağlaması iki tane boş ilaç haznesiyle ifade edilmiştir. Tasarımda kullanılan fotoğrafın gri tonlarında verilmesiyle sanal ortamının yapaylığı, gerçeklikten uzak algısı ifade edilmeye çalışılmıştır (Bkz. Görsel 10).



**Görsel 10:** Matias Verteramo'nun bağımlılık konusunu işleyen afiş tasarımı

Şiddet kavramını Dünya Sağlık Örgütü; bir kişiye, gruba ya da bireyin kendine yönelik yaptığı bilinçli veya bilinçsiz şekilde bedenlerine, mallarına veya değerlerine yönelik zarar verecek hareket sonucu yaralanma, ölüm, maddi ve manevi sorunlara yol açması şeklindeki davranış bozukluğu olarak tanımlamaktadır (World Health Organization, 2002, s. 5). Şiddet türleri toplumun kültürel ve ekonomik yapısına göre değişiklik göstermektedir. Bu kapsamda aile içi şiddet, kadına yönelik şiddet, psikolojik şiddet ve cinsel şiddet konuları kapsamında afiş tasarımları üretilmektedir. Aile içi şiddet; maddi sıkıntılar, güç gösterisi, hakimiyet kurma isteği ve madde kullanımı gibi etkenler doğrultusunda kişinin diğer aile üyelerine zarar vermesi şeklinde tanımlanabilir.

Son örnek ise, Pablo Machado Encalada tarafından Meksika’da düzenlenen “Aile İçi Şiddete Karşı” konulu yarışma için hazırlanmıştır. Aile içi şiddetten hiç kuşkusuz en çok çocuklar etkilenmektedir. Araştırma verileri, çocukların evdeki şiddete canlı şahit olmasalar bile anladıkları ve hissettiklerini göstermektedir. Encalada, slogana bile ihtiyaç duymadan tasarımını bütün gerçekliği ile izleyicisine sunmak istemiştir. Tasarım yüzeyini hayali olarak ikiye ayırarak afiş tasarımını hazırlamıştır. Aile içi şiddet mağduru çocuğun çizdiği iki farklı görsele yer vermiştir. En üste çocuğun hayalini kurduğu anne ve babasının birbirine sarıldığını bu durumdan dolayı kendisinin çok mutlu olduğunu çizen çocuk alt kısımda ise gerçekte olan anne ve babasının sürekli birbirleriyle kavga ettiğini bu durumdan dolayı kendisinin de üzülüğünü çizmiştir. Çizimde en can alıcı ayrıntı kavga anında anne ve babanın ağızlarının kırmızı renk ile gösterilmesi olmuştur. Şiddet mağduru çocuk alt taraftaki çizimi yaparken öfkelenip kâğıdı kırıştırmasının tasviri ise şiddetin yarattığı olumsuz ruh haline gönderme yapmaktadır (Bkz. Görsel 11).



**Görsel 11:** Pablo Machado Encalada'nın şiddet konusunu işleyen afiş tasarımı

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Özellikle 20. yüzyılın sonuna doğru teknolojideki gelişmeler sonrası birçok farklı alanın çağa ayak uydurma zorunluluğu doğmuştur. Hiç kuskusuz afiş tasarımı bundan en çok etkilenen unsurlardan birisi olmuştur. Son yıllarda basılı materyaller yerini daha çok dijital, etkileşimli ve hareketli afiş tasarımlarına bırakmıştır. Günümüzde afiş sanatının hala tercih edilme sebebi hiç kuskusuz geçmişte temellerinin sağlam atılmasından kaynaklanmaktadır. Afiş sanatının geçmişteki tasarım anlayışının günümüz ile birlikte tekrardan yoğrulması sonucunda varlığını koruyarak gelişmeye devam ettiği söylenebilir.

Sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma projelerinde afiş kullanımı, projelerin etkinliklerini ve mesajlarını topluma duyurmak için etkili bir yöntem olduğu görülmektedir. Afişler, dikkat çekici görseller ve kısa, etkileyici mesajlarla donatılarak, hedef kitleye projenin amaçlarını ve değerlerini aktarabilmektedir. Bu afişler, toplumun ilgisini çekmeyi sağlamakta ve insanların projeye dair farkındalık kazanmasına yardımcı olabilmektedir. Afişler, stratejik olarak seçilen alanlarda sergilendiğinde ve toplumun yoğun olduğu yerlerde kullanıldığında, mesajın daha geniş bir kitleye ulaşmasına katkıda bulunabilmektedir. Bu da projenin etkisini artırarak ve toplumun projeye olan ilgisini ve katılımını teşvik edebilmektedir.

Afişler aynı zamanda projenin güvenilirliğini artırabilmekte ve projenin hedeflediği değişimi gerçekleştirmek için toplumun desteğini sağlamada önemli bir rol oynayabilmektedir. Görsel açıdan çarpıcı ve profesyonelce tasarlanmış afişler, projenin ciddiyetini ve amacını vurgulamakta, böylelikle insanların projeye güven duymasını sağlayabilmekte ve projeye destek olma eğilimini arttırabilmektedir. Afişler, projenin hedeflediği toplumsal değişimi teşvik eden mesajları aktarırken, insanları harekete geçmeye teşvik edebilmektedir. İnsanlar afişleri görerek, projenin çağrısına uygun eylemlerde bulunabilir, bağış yapabilir, gönüllü olabilir veya projenin yayılmasına katkıda bulunabilir. Sonuç olarak, sosyal sorumluluk ve farkındalık yaratma projelerinde afiş kullanımı, projenin etkisini arttırmak, toplumun ilgisini çekmek ve projeye destek sağlamak için güçlü bir araç olarak kullanılabilir.

## KAYNAKÇA

- Altıntaş, Y. (1993, 10 Haziran). Türkiye'den Afişler. *Cumhuriyet Kitap Eki*, 8-9
- Ambrose, G. & Harris P. (2010). *Görsel Tipografi Sözlüğü*. (B. Bayrak, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Babacan, M. (2015). *Nedir Bu Reklam?*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Brockmann, J. & Brockmann, S. (2010). *History of The Poster*. Chicago: Phaidon.
- Cevizci, A. (1999). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Doğan, D.M. (1982). *Büyük Türkçe Sözlük*. Ankara: Birlik Yayınları.
- Durmaz, Ö., (2015). *Geç Osmanlı ve Erken Cumhuriyet Döneminde Modernleşmenin Sosyal ve Ekonomik Bir Göstergesi Olarak Afiş Reklam Sütunlarının Tarihi*. Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Uluslararası Güzel Sanatlar Sempozyumu, Konya, Turkey.
- Erol, M., Şahbaz, İ., & Ahmet, E. (2010). Sosyal Sorumluluk Anlayışının İşletmelerde Algılanma Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *MUFAD* (46), 58-65.
- Mercin, L. (2010). 1992'den Günümüze Yaz Olimpiyat Oyunları Afişlerinin İncelenmesi. *T.C. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 2 (4), 1-15. DOI: 10.18506/anemon.366710.
- Serin, A., Sülün, E. & Yavuz, E. (2010). Çağdaş Dünya ve Türk Afiş Sanatı Bağlamında, Türk Afiş Ustası İhup Hulusi Görey'in Tamamlanmamış Afişlerine Bir Eleştirel Bakış. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 0 (17), 118-119.



Serin, A. (2010). Türk Afiş Sanatının Abidesi İhap Hulusi Görey (28 Kasım 1898-27 Mart 1986). *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 0 (6), 123-125.

Tarлакazan, E. (2017). Türkiye Cumhuriyeti Tarihinin İlk Yıllarında Afişlerde İmge Olarak Kadın: Gösterge Bilimsel Bir Analiz. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7(1), 180-197. DOI: 10.20488/sanattasarim.563674

TDK (Türk Dil Kurumu) (1988). *Genel Açıklamalı Sözlük*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.

Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar: Tarih, Tasarım, Teknoloji*. Ankara: Detay-Ofset Yayınevi.

Yılmaz, M. (2020). *Sanat Tasarım: Sanatçı-Tasarımcı*. Ankara: Dorlion Yayınları.

Yurdakul, İ. (2002). *Türkiye Cumhuriyeti Temeli Kültür II*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Weill, A. (2021). *Grafik Tasarım*. (O. Türkay, Çev.).Yapı Kredi Yayınları.

### **İnternet Kaynakları**

Marlena, V. (2017, 12 Temmuz). *Die Geschichte des Plakats*. OnlinePrinters.

<https://www.onlineprinters.de/magazin/die-geschichte-des-plakats/>

World Health Organization (2002). *World Report on Violence and Health: Summary*. Geneva.

[https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42495/9241545615\\_eng.pdf](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42495/9241545615_eng.pdf)