



e-ISSN: 2630-631X

Article Type
Research ArticleSubject Area
Fine Arts, Graphic DesignVol: 8
Issue: 58
Year: 2022
Pp: 796-807Arrival
24 February 2022
Published
30 April 2022
Article ID 62148Doi Number
<http://dx.doi.org/10.31576/smryj.62148>

How to Cite This Article
Yücedağ, A. & Gümüş, Ç. (2022). "Sosyal Farkındalık Bağlamında Trafikte Bisiklet ve Bisiklet Kurallarına İlişkin Sosyal Medya Gönderi Tasarımları: Trafikte Biz de Varız", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 8(58): 796-807



Social Mentality And Researcher Thinkers is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

GİRİŞ

Günümüzde artan nüfus ile birlikte kalabalıklaşan toplumlarda toplu ulaşım araçlarına olan ilgi azalmış, bunlar yerini bireysel ulaşım araçlarına bırakmıştır. Bireysel ulaşım aracına özel otomobiller, motosikletler ve bisikletler örnek olarak verilebilir. Bununla birlikte petrol fiyatlarındaki artışın da etkisiyle bisikletli ulaşım tüm dünya ile birlikte Türkiye’de de popüler hale gelmektedir. Bisiklet Endüstrisi Derneği ve Cyclist’e (2020) göre, Türkiye’de 20 yaş altındaki kişilerin bisiklet kullanım oranı %14’tür. Bu oran, 20-34 yaş grubundaki bireylerde ise %38’e kadar çıkmaktadır. Türkiye’de Konya, 515 kilometre uzunluğundaki bisiklet yolu ile birinci sırada yer alırken, bu sıralamayı İstanbul 160 kilometreyle ve Eskişehir de 65 kilometreyle takip etmektedir (Çağrı, 2020).

Bisiklet kullanımının artmasıyla birlikte, trafikte yer alan bisikletli sayısında da artış görülmüştür. Ancak yeterli bisiklet yolunun bulunmadığı kentlerde, bisiklet kullanıcıları trafiğin içinde motorlu taşıtlar ile birlikte ulaşımını sağlamak zorunda kalmaktadırlar. Bu durum, bisiklet ya da trafikteki diğer motorlu taşıt kullanıcılarının, trafikte bisiklet kullanım kurallarını bilmemeleri sebebiyle çeşitli kazalara neden olmaktadır. Bu kazaların birçoğu motorlu taşıt sürücülerinin bisikletlilere arkadan çarpması sonucu meydana gelmektedir. Bisikletli Yaşam Platformunun raporuna göre, 2018- 2019 yılları arasında 258 bisiklet sürücüsünün çeşitli kazalar sonucunda trafikte hayatını kaybettiğini ve kazaların tamamının araç sürücülerinin, bisiklet kullanıcılarına trafikte arkadan çarpmasıyla meydana geldiğini açıklamıştır (Evsen, 2020).

Bisiklet kazalarının önemli bir bölümünün bisiklet kurallarının yeterince bilinmemesinden veya önemsenmemesinden kaynaklandığı değerlendirilebilmektedir. Bu maksatla bu konudaki bilgi eksikliği tamamlamak ve toplumsal farkındalığı arttırmak amacıyla sosyal medya gönderileri tasarlanmıştır. Günümüz bilgi toplumunda sosyal medya kullanımının tüm zamanların en yüksek seviyesine çıktığı bu dönemde maksimum hedef kitleye erişebilmek adına bu iletişim yolu tercih edilmiştir. Gönderiler adobe

Sosyal Farkındalık Bağlamında Trafikte Bisiklet ve Bisiklet Kurallarına İlişkin Sosyal Medya Gönderi Tasarımları: “Trafikte Biz de Varız”

Social Media Post Designs Regarding Cycling in Traffic and Bicycle Rules in the Context of Social Awareness: “We Are Also Counted in Traffic”

Alperen YÜCEDAĞ¹ Çağrı GÜMÜŞ²

¹ KTO Karatay Üniversitesi Güzel Sanatlar Ve Tasarım, Konya, Türkiye

² Doçent., KTO Karatay Üniversitesi, Güzel Sanatlar Ve Tasarım Fakültesi, Konya, Türkiye

ÖZET

Bu çalışmanın amacı trafikte bulunan motorlu ve motorsuz taşıt kullanıcılarının bilmeleri gereken bisiklet kuralları hakkında farkındalık oluşturmaktır. Hedef kitlenin bisiklet kurallarını doğru ve hızlı bir yöntem ile öğrenmesi hedeflenmiştir. Grafik tasarımın görsel tasarım ilkeleri çerçevesinde sosyal medya gönderisi şeklinde hazırlanan 7 adet tasarım, betimsel tarama yöntemi ile incelenmiştir. Trafikte bisiklet kuralları sosyal sorumluluk projesi kapsamında sosyal medya gönderileri aracılığı ile hedef kitleye ulaştırılmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, Sosyal medya gönderi tasarımı, Sosyal sorumluluk, Trafikte bisiklet kuralları.

ABSTRACT

The aim of this study is to raise awareness about the bicycle rules that motor and non-motor vehicle users in traffic should know. It is aimed that the target audience learn the cycling rules with an accurate and fast method. Within the framework of the visual design principles of graphic design, 7 designs prepared as social media posts were examined by descriptive scanning method. Bicycle rules in traffic aim to reach the target audience through social media posts within the scope of social responsibility Project.

Keywords: Graphic design, Social media post design, Social responsibility, Cycling rules in traffic.

illüstratör programında tasarlanmış ve yöntem olarak nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama yönteminden faydalanılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal Sorumluluk

Kişilerin özgür bir şekilde kendilerini tanımlamalarına, ifade edebilmelerine olanak tanıyan sosyal medya gönderileri, sosyal medya kullanıcıları tarafından birçok amaçla kullanılmaktadır. Kullanım amaçları bakımından farklılık gösteren sosyal medya gönderileri, toplumsal düzeyde de farklı amaçlarla kullanılabilir. Bu amaçlardan birisi olan sosyal sorumluluk, toplumsal fayda ve bireylerin yetiştirilmesini hedeflemektedir. Sosyal sorumluluk projesi kapsamında literatürde, yoksulluk, sağlık, eğitim, insan hakları, hayvan hakları gibi konularda çalışmalar yapılmış ve yapılmaya devam edilmektedir. Sosyal sorumluluğun, bireylerin toplumsal yaşamın sürdürülebilir olmasını sağlaması bakımından, sorumluluk bilincini aşılması bakımından, hassas duyarlı ve empati yapabilen bireylerin yetişmesini sağlanması ve kitlesel yaşam standartlarının daha üst seviyeye çıkartılması bakımından faydaları bulunmaktadır. Toplumsal bilincin artmasıyla, bireylerin kendi çıkarları yanı sıra toplumsal fayda ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmesi beklenmektedir. Özellikle son yıllarda bireyler, sadece bireysel faydalarını değil toplumsal faydaları da göz önünde bulundurarak toplumsal duyarlılık projelerine destek vermektedirler (Akkoyunlu ve Kalyoncuoğlu, 2014, s. 125-144). Toplumsal çerçevede genel olarak sosyal sorumluluk kavramından söz edilebilir, özelde ise bireysel sorumluluk kavramı ön plana çıkmaktadır. Genel anlamda sosyal sorumluluk, başkalarının ihtiyaçlarının savunulması ve çağdaş küresel toplumları ve toplulukları etkileyen sosyal konulara odaklanmayı yansıtan program uygulamasıdır (Tyer-Viola ve diğerleri, 2009, s. 110-118). Ayrıca, sosyal sorumluluk insan hakları, sosyal adalet ve toplum katılımı da dahil olmak üzere bir dizi insancıl yapıyla yakından ilişkili olarak görülmektedir (Kelley ve diğerleri, 2008, s. 1-16). Günümüzde birçok işletme, müşterilerinin ilgisini çekmek, hedef kitlesi ile bir bağ oluşturmak adına sosyal sorumluluk projeleri yürütmektedir. Sosyal sorumluluk, tüketicinin satın alma kararını sadece ihtiyaçlarını karşılamak için değil, çevreye ve kendi kararının sonuçlarına da dikkat etmesi durumunda tüketmek olarak tanımlanmaktadır (Özkan, 2009, s. 946-960).



Görsel 1: Eti Sarı Bisiklet Sosyal Sorumluluk Projesi.

Sosyal sorumluluk projelerden birine örnek olarak “eti” firmasının sürdürdüğü “sarı bisiklet” kampanyası gösterilebilir. Firma hedef kitlesine, bisiklet kullanımına özendirme, bisiklet kullanımının hemen her yaşta yapılabileceğini, spor, eğlence ve ulaşım aracı olarak kullanılabilirliğini göstermeye amaçlamaktadır.

Sosyal Medya

Tek yönlü olarak yapılmakta olan geleneksel medya paylaşımları küreselleşen dünyanın ve hızla gelişmekte olan teknolojinin doğrultusunda, yerini iletişim yönünün çoklu olarak yapıldığı sosyal medyaya bırakmıştır. Sosyal medyayı, etkileşimli, zaman ve mekân sınırlaması olmadan yapılan paylaşım, tartışma ve diyalogların olduğu iletişim şekli olarak tanımlayabiliriz. Sosyal medya kavramı ile ilgili yapılan taramalar sonucunda literatürde birçok tanımlama yapılmıştır. Kaplan ve Haenlein’e (2009, s. 59-68) göre, sosyal medya, “Web 2.0’ün ideolojik ve teknik temelleri üzerine kurulmuş ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin ortaya çıkmasına ve değiştirilmesine izin veren internet tabanlı bir grup uygulama” olarak tanımlanmaktadır. Sayımer’e (2008, s. 123) göre, sosyal medya kullanıcılara bilgilendirme, fikir, ilgi ve bilgi paylaşım ve yayın imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir. Scott’a (2010, s. 38) göre ise, sosyal medya, isminde medya kelimesi olmasına rağmen yaygın olan medyadan farklı özelliklere sahiptir. Özgünlüğünü ortaya koyan en önemli farklılığı, herkesin sosyal medyanın içeriğini yaratabilmesi, yorumlayabilmesi ve katkıda bulunabilmesidir. Sosyal medyaya üzerine yapılan tanımlamalar

ışığında şu sonuca varılabilecektir. Sosyal medyanın temeli 'iletişim' ve 'paylaşım' dan oluşur. Bu paylaşımlar bireysel günlük ve basit paylaşımlar olabileceği gibi, belirli bir konu üzerine hedef kitleleri bilgilendirme amacı taşıyan, sanatsal kaygının ön planda olduğu paylaşımlar, tanıtımlar, reklamlar da olabilir. Hedef kitleye mesaj verme kaygısı taşıyan paylaşımları sosyal medya gönderi tasarımı adı altında incelenebilecektir.

Sosyal Medya Tasarımı

Sosyal medya gönderi tasarımı, hedef kitleye verilmek istenen mesajların, dijital ortamda renk, görsel ve tipografi uyumu gözetilerek tasarlanan tanıtımlardır. Dijitalleşen gelişen ve gelişmekte olan dünya ile basılı yayım organları olan ilgi azalmış, bunun yerine sosyal medya tasarımları daha çok tercih edilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda sanat ve tasarım toplumun belli bir kısmına hitap ederken teknolojinin ilerlemesi ile toplumun hemen hemen tamamına ulaşmayı başarmıştır (Tunalı, 2004, s. 14- 78- 94). Sosyal medya tasarımı, basılı yayımlamaya göre daha az yorucu, hedef kitleye ulaşması bakımından daha hızlı ve maddi kaynak bakımından çok daha az masraflı olduğu için de basılı yayımdan daha çok tercih edilen bir yöntem haline gelmiştir.

Sosyal medya tasarımları, metin ve görsel uyum bakımından bütünlük sunmalıdır. İyi yazılmış bir metin ile kötü tasarlanmış bir görsel veya kötü yazılmış bir metin ile iyi tasarlanmış görsel, verilmek istenilen mesajın gücünü azaltacak, hedef kitlenin ilgisini çekmekte de yetersiz kalacaktır. Fakat İyi bir metin ve iyi tasarlanmış bir görseli bir araya getirdiğinizde vermek istediğiniz mesajın etkisi daha kalıcı ve daha güçlü olacaktır. Sosyal medya tasarımında doğru ve etkili bir çalışma ortaya koymak için temel sanat kurallarından yararlanılmalıdır. Tasarımın, sanat kuralları çerçevesinde belirli kaidelere uyması, tasarımda anlatılmak istenilen veya verilmek istenilen mesajın hedef kitleye doğru aktarılmasını sağlar. Bu nedenle sanat ve tasarım bir bütünsellik içinde harmanlanarak yorumlanmalıdır. Kusursuz ve yerinde boyut, tipografi ve renk kullanımı sağlanmalı ve altın oran, tekrar- ritim, koram, odak noktası- vurgu, birlik- bütünlük, ölçü- oran, uygunluk- armoni, zıtlık, denge, sosyal medya tasarımında uyulması gereken unsurlardır.

Sosyal medya gönderi tasarımı ve afiş tasarımı tasarım ilkeleri bakımından aynı çerçevede değerlendirilebilecektir. Afiş de sanatsal kaygı taşıyan görsel ve tipografik öğelerden oluşan tasarımlardır. Afiş tasarımlarını sosyal hayatın dışında dijital medyada görmek mümkündür. Böylelikle afişinde sosyal medya gönderisi haline geldiğini görebiliriz ve toplumun geneline daha kolay ulaştığını ve etkili olduğunu söyleyebiliriz (Deliduman, Çakmak, 2017, s. 315). Günümüzde afiş tasarımları da birer sosyal medya gönderisi olarak paylaşılmaktadır. Bu bağlamda Lehimler'in, afiş tasarımı için yaptığı tanım, sosyal medya gönderi tasarımı içinde söylenebilir. Lehimler'e (2019, s. 211) göre, tasarımcı, sosyal medya gönderi tasarımı, tasarlarken anlamı kuvvetlendirmek ve güçlendirmek için çeşitli tipografik ve görsel öğeleri kullanabilir ve bu öğeleri birbirleri ile ilişki bir şekilde kurgulayabilir.

Emre Becer'e (1997, s. 56) göre sosyal medya gönderi tasarımlarının değerlendirme ölçütleri şunlardır;

- ✓ Mesaj: Tasarımcı; sosyal medya gönderi tasarımı aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı, verilmek istenen bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır.
- ✓ Mesaj -İmge Bütünlüğü: Tasarıma temel oluşturan düşüncenin fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyonla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı; mizahi, trajik ya da soyut imgelerden hangisinin anlatımı daha da güçlendirdiği belirlenmelidir.
- ✓ Sözel Hiyerarşi: Tasarımcı, sosyal medya gönderi tasarımında yer alan başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında izleyiciyi mesajdaki önem sırasına göre yönlendirecek hiyerarşik bir yapı kurmalıdır.

Bisiklet

Bisiklet, kas gücüne bağlı olan, genellikle 2 teker üzerinde yol alabilen, doğaya zararı olmayan, insan sağlığına da faydası kanıtlanmış ulaşım aracıdır. Aynı zamanda petrolle ilgili ulaşım alternatif olarak daha çevre dostu bir ulaşım modelidir (Burke ve Bonham, 2010, s. 272-283), kentsel hava kirliliğini azaltmaya yardımcı olur (Di Lonardo ve diğerleri, 2013, s. 242-251). Bisikletin, dağ bisikleti, yarış bisikleti, şehir bisikleti ve son dönemde elektrik bisiklet olmak üzere kullanım ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çeşitleri bulunmaktadır.



Görsel 2: Bisiklet örneği.

Trafikte Bisiklet

Günümüzde kent içi ulaşım sistemlerini motorlu veya motorsuz, bireysel ulaşım veya toplu ulaşım ya da altyapı şekillerine göre sınıflandırmak mümkündür (Elker, 2002). Bisiklet, motorsuz bireysel ulaşım aracı olarak geçmişten günümüze kadar kullanılmaktadır.

Bisiklete binme, araç sıklığını ve emisyonlarını azaltmak ve halk sağlığını artırmak dahil olmak üzere önemli toplumsal faydaları gerçekleştirme potansiyeline sahiptir (Kahlmeier ve diğerleri, 2014, s. 587–604). Bununla birlikte, güvenlikle ilgili endişeler, özellikle bisiklete binme oranının düşük olduğu ve altyapının zayıf olduğu, bisiklet yollarının bulunmadığı şehirler bisiklet sürmenin önünde büyük bir engel oluşturmaktadır. Bisiklet katılımının düşük olduğu ve bisiklet altyapısının sınırlı olduğu kentlerde, bisikletçiler ve sürücüler sıklıkla yol alanını paylaşır. Bisikletli ulaşımın artırılması ile toplu taşıma araçları ve özel araç kullanımını önemli oranlarda azaltmaktadır. Bu yüzden özellikle bireysel araç kullanımının yer açtığı yoğun trafiğin sorun olduğu şehirlerde, bisiklet kullanımı özendirilmeli ve bisikletli ulaşım altyapısı güçlendirilmelidir (Vuchic, 2000).



Görsel 3: Bisiklet yolu örneği 1.



Görsel 4: Bisiklet yolu örneği 2.

Bisiklet kullanıcılarının güvenliği üzerindeki etkinin motorlu araçlardaki kadar net olmadığını ve yapılan çalışmaların bisiklet kullanıcılarının trafikte güvenliği için yeterli olmadığını gösteriyor (Jensen, 2013, s. 22-29). Yapılan bazı araştırmalarda, bisiklet şeritlerinin en güvensiz bisiklet sürüş alanı olduğunu göstermektedir (Brüde ve Larsson, 1996, s. 13). Bunun sebebi otoyol kenarlarında bisiklet yolu olarak ayrılan alan ile motorlu taşıtların kullandığı alan arasında herhangi bir fiziki engelin bulunmaması olarak gösterilebilmektedir.

Bisikletli, şehir içi ulaşımında kendisine ayrılmış olan bisiklet yolunu kullanıyor olsa bile sürüş güvenliği açısından uyması gereken kurallar bulunmaktadır. Bisiklet yolunun bulunmadığı caddelerde ise yolun en sağ şeridini kullanmak mecburiyetindedir ve aynı şekilde bisiklet yolunda uyması gereken kurallar burada da geçerliliğini korumaktadır. Bu bağlamda trafikte yer alan bisikletlilerin ve trafikteki diğer motorlu araç kullanıcılarının bilmesi gereken kurallar yer almaktadır.

Bisiklet kullanıcısının trafikte temel olarak yayalar ve motorlu araç kullanıcılarının uyması zorunlu olan trafik kurallarına da uyma zorunluluğu vardır. Örnek olarak bisiklet kullanıcısı yeşil ışıkta geçiş hakkına sahip olurken, kırmızı ışıkta durmak, yaya geçidinden geçerken önceliği yayalara vermek ve hız sınırlarına uyma zorundadır. Türkiye’de bisiklet kullanıcısının uyması gereken hız sınırı şehir içi 30 km. şehirler arası yollarda ise 45 km’dir. Bisikletli otoyollara giremez. Bisiklet üzerinde, araçlarda olduğu gibi sağa ve sola dönüşler için sinyal vermesine imkân sağlayacak teknik donanım bulunmamaktadır. Bisiklet kullanıcısı dönüşler için, dönmek istediği yöne doğru kolunu o yöne doğru açarak arkasından gelmekte olan taşıtları uyarır. Aynı şekilde araçlarda bulunan faren lambasının bisiklet üzerinde bulunmamasından ötürü, bisiklet kullanıcısı durmak üzere olduğunu sağ veya sol elini havaya kaldırarak, arakasından gelenleri uyarmaktadır.

Tablo 1: Türkiye’de trafikte yer alan bazı araçların uyması gereken yasal hız sınırları

Araç Cinsi	Yerleşim Yeri İçinde (km)	Şehirler Arası Çift Yönlü Karayollarında(km)	Bölünmüş Yollarda(km)	Otoyollarda(km)
Otomobil	50	90	110	120
Minibüs	50	80	90	100
Otobüs	50	80	90	100
Motosiklet	50	80	90	100
Motorlu bisiklet	30	45	45	Giremez
Motorsuz bisiklet	30	45	45	Giremez

Kaynak: Karayolları Genel Müdürlüğü (2022)

Birleşmiş Milletler’e göre bisiklet araba otobüs kamyon vb. taşıtlar gibi olmak yerine oyuncak niteliğinde kullanılan bir alet olarak görülmektedir ve zorunlu tutulan yol kenarında kullanım kuralı ve bisiklet yolu olan yerlerde karayollarında bisiklet kullanım yasağı yer almaktadır. Yol kenarı kuralı bisiklet kullanıcılarının sadece yolun sağ kısmını kullanmasına izin verirken, bisiklet yolu kuralı ise, karayolu kenarında bir patika veya ayrılmış bisiklet yolu bulunması halinde karayolunda bisiklet kullanımını yasaklamaktadır (Herlihy, 2004)

Trafikte yer alan yayalar veya araç kullanıcıları için, trafik akışını düzenlemek adına belirli kurallar getirilmiştir. Bisiklet kullanımına dair Türkiye’deki yasal hususlara 2918 sayılı TCK Karayolları Trafik Kanunu’nda yer verilmiştir. Bu Kanun’un ilgili maddeleri şu şekildedir:

Madde 3c (10) bendi, bisiklet motorsuz bir taşıttır.

Madde 37, bisiklet sürücüsü için ehliyet ve bisiklet için plaka gerekmez. Bisikleti karayolunda sürmek için 11 yaşını bitirmiş olmak yeterlidir.

Madde 46, karayolunda en sağ şeridi kullanır ve diğer taşıtlar ile aynı sorumlulukla hareket eder.

Madde 66, bisiklet yolu olan yerlerde, bisiklet ve elektrikli bisiklet karayolunda sürülemez.

a) Karayolunda ikiden fazla bisiklet yan yana sürülmez.

b) Sağa- sola dönüşlerde işaret verme dışında, çift elle sürülmesi ve genel kurallara uyulması zorunludur.

c) Yönetmelikte belirtilen sınırlar dışında yük ve eşya taşınmaz.

Yöntem

Hedef kitleye bisiklet kuralları üzerine sosyal farkındalık kazandırmak amacıyla ortaya koyan bu araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modeli kullanılmıştır.

Betimsel tarama, geniş gruplar üzerinde yürütülen, gruptaki bireylerin bir iş ve durum ile ilgili görüş ve düşüncelerinin, davranışlarının alındığı, iş ve olayların tasvir edilmeye çalışıldığı araştırmalardır (Karakaya, 2012, s. 59). Bu araştırma yöntemi nesnelere, toplumların, kurumların yapısını ve olayların işleyişini tanımlamak için kullanılır (Cohen, Manion & Morrison, 2007).

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, araştırma konusu çerçevesinde tasarlanan 7 adet sosyal medya gönderisi analizi değerlendirme kriteri maddeleri doğrultusunda çözümlenmeler yapılarak yorumlanmıştır. Bu kriterler: Slogan, mesaj, tipografi, görseller ve renktir.

Tasarımın Konusu: Trafikte Biz de Varız

Tasarımcı: Alperen Yücedağ

Yayın Tarihi: 2022

Başlık: Trafikte Biz de Varız

Renk: Mavi, Yeşil, Bej, Siyah, Beyaz, Mor

Görsel: Bisiklet, Bisiklet kullanıcısı, Yol çizgisi, Yön işareti, Tipografi

Problem: Trafikte bisikletlilerin fark edilmemesi, bisiklet kurallarının hedef kitle tarafından yeterince bilinmemesi.

Yaratıcı Düşünce: Trafikte Biz de Varız.

Hedef Kitle: Trafikte yer alan kadın ve erkekler.

Tasarım: Hedef kitlenin bisiklet kurallarını öğrenmesi, bisiklet kullanıcılarının da bu kurallara uyararak güvenli sürüş gerçekleştirmeleri için sosyal sorumluluk projesi kapsamında sosyal medya postları hazırlanmıştır.

Tasarımcı, seyir halinde olan bisiklet kullanıcısını arkasından göstermektedir. Bisikletli, görsel 5- 6- 7- 8- 10 ve 11'de sol tarafa görsel 9'da ise sağ tarafa konumlandırılmış. Bisikletlinin önünde kesikli yol çizgisi ile trafikte yol aldığı anlatılmak istenmiştir. Tasarımda bisiklet kullanıcısının giydiği tişörtün arkasında "Trafikte biz de varız" sloganı kullanılmıştır. Tasarımda okunurluğu arttırmak amacıyla alt başlığın tipografisi için siyah renkli "Avenir Next" yazı karakteri ailesinden "heavy" biçemi tercih edilmiştir.

Tasarımı açıklayan metin alt kısımda siyah dolgu üzerine beyaz renkte "Avenir Next" yazı karakteri ailesinden "medium" biçemi kullanılarak yerleştirilmiştir. Böylelikle tasarımdaki mesajın ayırt edilmesi ve okunurluğu artırılması sağlanmıştır.

Arka planda krem tonlu renk kullanılarak, tasarımda yer alan bisikletli ve tipografi ön plana çıkartılmıştır. Bisikletlinin giydiği tişört mavi, şort ve çorabı yeşil renkte tasarlanarak arka plandan ayrılmıştır. Bisiklet selesinin altında yer alan dairede sarı ve kırmızı renklerin kullanımıyla ise ışığın yandığı hissi verilmiştir.

Alt kısımda yer alan siyah bantın üst kısmında konuya destek olması açısından bisiklet görsellerine yer verilmiştir.



Görsel 5: Yavaşla.

Alt Başlık: Yavaşla

Metin: Yavaşlamak üzere olduğunuzu belirtmek için elinizi bileğinizden yukarı ve aşağı hareket ettirin.

Değerlendirme: Görsel 5’te bisikletlinin tasarımın sağ tarafında yer aldığı görülmektedir. Bisiklet kullanıcısı sağ kolunu yukarı ve aşağı hareket ettirerek, onu takip eden araç kullanıcılarına yavaşlamak üzere olduğu uyarısını vermek istemektedir. Bisikletlinin sağ kolunun hareketi bel hizasından omuz hizasına doğru üç kademede gösterilmiştir. Kolun ilk konumunun opaklık değeri %100, diğer iki konumun opaklık değeri %50 olarak ayarlanmıştır. Bu sebeple kolun yukarı ve aşağı hareket ettiği izlenimi verilmeye çalışılmıştır. Tasarımın en sağında ise kol hareketinin yönünü gösteren dikey çift yönlü ok kullanılmıştır.



Görsel 6: Dur.

Alt Başlık: Yavaşla

Metin: Durma eylemini belirtmek için bir elinizi başınızın üzerine kaldırın.

Değerlendirme: Görse 6’da bisikletli sağ kolunu kullanarak durmak üzere olduğunu göstermek istemektedir. Bisikletlinin sağ kolu omuz hizasından yukarıda konumlandırılmıştır. Avuç içi karşıya bakacak şekilde sağ elini havaya kaldırmaktadır. Bisiklet kullanıcısı bu uyarıcı işareti yaparak diğer araç sürücülerinin onu rahatlıkla fark etmelerini sağlamaya çalışmaktadır.



Görsel 7: Dönüş.

Alt Başlık: Dönüş

Metin: Planladığınız dönüşü belirtmek için kolunuzu doğrudan yanınıza doğru uzatın.

Değerlendirme: Görsel’7 de bisikletli sağ kolunu kullanarak, sağ yöne dönüş yapacağı uyarısını vermek istemektedir. Bisikletli, sağ kolunu omuz hizasından sağ tarafa doğru açıp sabit bir şekilde hareketsiz

tutmaktadır. Bu hareket ile onu takip etmekte olan diğer kullanıcılara dönüş yapacağı bilgisini vermek istemektedir.



Görsel 8: Tehlike.

Alt Başlık: Tehlike

Metin: Fiziksel olarak yaklaşan bir tehlikeye doğru yol alırken, kolunuzu arka tarafınızdan alını ve arkanızdaki bisikletçinin bundan kaçınmak için hareket etmesi gereken yönü arkanıza doğru tutun.

Değerlendirme: Bisikletli, görsel 8’te sol elini dirseği hizasından kendi arkasına doğru kıvrımıştır. İşaret parmağı ile de sağ tarafı göstermek istemektedir. Onu takip eden diğer kullanıcılara fiziki bir tehlikenin yaklaştığını ve tehlikenin yönünü işaret etmektedir. Örneğin: Yol ortasında veya yol kenarında kontrolsüz şekilde park edilmiş araç, sahipsiz saldırgan bir köpek.



Görsel 9: Çukur.

Alt Başlık: Çukur

Metin: Yolda bir çukur, rögar kapağı veya tahliye kapağı gibi bir tehlikeye doğru yol alıyorsanız, kolunuzu yaklaşan tehlikenin geçeceği tarafa uzatın ve zemini gösterin.

Değerlendirme: Görsel 9’da bisikletli tasarımın sağ tarafına konumlandırılmıştır. Bisikletlinin sağ elini yaklaşık olarak 30 derecelik açıyla düşey bir konumda sol tarafa doğru açtığı görülmektedir. Sağ tarafa açtığı elinin işaret parmağı ile de yeri işaret etmektedir. Bu uyarıcı hareket ile bisikletli, arkasındaki diğer araç kullanıcılarına işaret ettiği bölümde bir çukurun olduğunu anlatmak istemektedir. Tasarımda, bisikletlinin işaret parmağının altına dairesel ok işareti yerleştirilerek, işaretin hareket yönü belirtilmiştir.



Görsel 10: Çakıl.

Alt Başlık: Çakıl

Metin: Kaygan bir yüzey veya daha çok çakıl birikintisi gibi bozuk veya sağlam olmayan bir yol için, elinizin içi yere bakacak şekilde sağa sola hareket ettirin.

Değerlendirme: Görsel 10'da bisikletli tasarımın sol tarafına konumlandırılmıştır. Sağ kolunu belinin hizasında sağa doğru açarak uzattığı gösterilmektedir. Sağ elinin avuç içi yere paralel olacak şekilde zemine bakmaktadır. Bisikletli bu hareketi yaparak arkasından gelen diğer araç kullanıcılarını, önlerinde çakıl veya su birikintisi olduğu konusunda uyarmak istemektedir. Tasarımda bisikletlinin elinin altına sağ ve sol yönleri gösteren ok işareti yerleştirilerek, komutun hareket yönü belirtilmiştir.



Görsel 11: Teşekkür.

Alt Başlık: Teşekkür

Metin: Teşekkür etmek için, baş parmağınız havada selam verin.

Değerlendirme: Görsel 7'de, bisikletli sol tarafa yakın olarak konumlandırılmıştır. Başını sağa dönük, sola doğru hafif eğik biçimde gösterilmektedir. Bisiklet sürücüsünün sağ kolu baş hizasında havada konumlandırılmıştır. Sağ elin baş parmağı da havada durarak arkasındaki araç kullanıcılarına teşekkür ettiği gösterilmek istenmektedir.

SONUÇ

Bireysel ulaşım araçlarından biri olan bisikletin ulaşımında kendine yer bulmasıyla, diğer motorlu- motorsuz taşıt kullanıcılarının da bisiklet kuralları hakkında bilmesi gereken kuralları beraberinde getirmektedir.

Trafikte motorlu araçların fren lambası, sinyal lambası vb. uyarıcı işaretleri bulunurken, bisiklet üzerinde ise sinyal ve fren lambası gibi ekipmanların bulunmaması sebebiyle bisiklet kullanıcıları da evrensel nitelikte olan el işaretlerini kullanmaktadırlar. Trafikte yer alan bisiklet kullanıcılarını ve trafikteki diğer taşıt kullanıcılarını bilgilendirme amacı taşıyan, trafikte bisiklet kuralları ile ilgili çalışmanın bulunmaması bu çalışmayı ortaya çıkarmıştır. Hedef kitlenin de bisiklet kurallarını yeterli derecede bilmediği, bisikleti ulaşım aracı olarak görmediği anlaşılmaktadır. Trafikte bisiklet kuralları sadece bisiklet kullanıcılarının değil, trafikte yer alan tüm taşıt kullanıcılarının ve hatta yayaların da bilmesi gereken kurallar olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan çalışma sosyal farkındalık projesi kapsamında trafikte bisiklet kurallarını sosyal medya gönderi tasarımları aracılığıyla hedef kitleye iletmeyi amaçlamaktadır.

Grafik tasarımın güçlü bir ürünü olan sosyal medya gönderi tasarımında, görsel tasarım ilkeleri ve görsel algı kuramları dikkate alınmaktadır. Doğru tasarım mesajın doğru bir şekilde iletilmesini sağlar. Sosyal medya gönderi tasarımlarının amacı, mesajı hedef kitleye doğru ve hızlı ulaştırabilmesidir. Sosyal medya gönderi tasarımını oluşturan elemanların görsel bütünlük içinde bir araya getirilmesi gerekmektedir. Etkin bir sosyal medya gönderi tasarımı için disiplinler arası iş birliği çerçevesinde tasarıma biçim ve izleyeceği yolu belirleyecek grafik tasarım disiplinine ihtiyaç vardır. Bisiklet kullanım kuralları ile ilgili sosyal medya gönderi tasarımları, trafikte yer alan tüm eğitim düzeyindeki, motorlu- motorsuz her taşıt kullanıcılarını bilgilendirmeye hedeflediğinden sade, kolay ve etkili olmalıdır. Çalışmada incelenen sosyal medya gönderi tasarımları, tüm bu özellikleri taşımaktadır.

İncelediğimiz sosyal medya gönderi tasarımları eğitici olması, uyarıcı etkileri ve bilgilendirme kaygısı bakımından hedef kitle tarafından algılanabilir seviyededir. Sosyal medya gönderi tasarımları temelde anlaşılabilir ve tasarımda yer alan sloganı ile dikkat çekici düzeydedir. Tasarımlarda açıklayıcı metinler ana imgenin önüne geçmemektedir. Dikkat genel olarak tipografik mesaj ve onu destekleyen görselde toplanmıştır. Tasarımlarda kullanılan görsel imge ve tipografi birbirini desteklemektedir.

Bu çalışma bisiklet kurallarıyla ilgili toplum bilincinin artırması bakımından ve hedef kitlenin bisiklet kurallarını doğru ve hızlı bir yöntem ile öğrenmesi açısından katkı sağlamaktadır. Yapılan literatür taramasında trafikte bisiklet kuralları üzerine bir çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Yapılan çalışmalar daha çok yerel bisiklet yolları, turistik bisiklet turları, bisiklet yarışmaları üzerine olduğu, bisiklet kullanımı ve trafikte bisiklet kurallarına yer verilmediği anlaşılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, trafikte bisiklet kullanım kurallarını içeren tasarımların incelendiği bu makalede, yedi adet sosyal medya gönderi tasarımı üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Sonraki yapılacak araştırmalarda, trafikte bisiklet kurallarına uyan motorlu taşıt kullanıcıları ve motorsuz taşıt kullanıcıları üzerinde anket ve deneyler gerçekleştirilebilir. Yapılan anket ve deneyler çerçevesinde ne kadar hedef kitleye ulaşılabilirdiği araştırılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Akkoyunlu, G. & Kalyoncuoğlu, S. (2014). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının marka algısı üzerine etkisinin değerlendirilmesi. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(3), 125-144.

Becer, E. (1997). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Brüde, U. & Larsson, J. (1999). Trafiksäkerhet i cirkulationsplatser för cyklisterna och fotgängarna. Statens väg- och transportforskningsinstitut., VTI meddelande 864.

Burke, M. I. & Bonham, J. (2010). Rethinking oil depletion: what role can cycling really play in dispersed cities?. Australian Planner, 47(4), 272-283.

Cohen, L. Manion, L. & Morrison, K. (2007). Research methods in education. New York: Routledge.

Çağrı Z. (2020, Eylül 15) Bisiklet kullanımının en yüksek olduğu ülkeler hangisi? Erişim tarihi: 07.01.2022. <https://kronos34.news/tr/bisiklet-kullaniminin-en-yukse-oldugu-ulkeler-hangisi-turkiyede-durum-ne187544-2/>

Deliduman, C., Çakmak, S. (2017) Kültürel Afiş Uygulamalarında İllüstrasyon, İdil Dergisi, Sayı: 29: 315.

Di Lonardo, S. Nuvolone, D. Forastiere, F. Cadum, E. & Barchielli, A. (2013). Policies for the promotion of sustainable mobility and the reduction of traffic-related air pollution in the cities participating in the EpiAir2 project. Epidemiologia e prevenzione, 37(4-5), 242-251.

Elker, C. (2002). Ulaşımında Politika ve Pratik. Ankara: Gölge Ofset Matbaacılık.

Evsen O. (2020, Ekim 15) 2 yılda 258 bisiklet sürücüsü trafikte hayatını kaybetti: Ölüm göz göre göre geliyor. Erişim tarihi: 07.01.2022. <https://www.birgun.net/haber/2-yilda-258-bisiklet-surucusu-trafikte-hayatini-kaybetti-olum-goz-gore-gore-geliyor-320433>

Herlihy, D. V. (2004). Bicycle: the history. Yale University Press.

Jensen, S. U. (2013). Safety effects of converting intersections to roundabouts. Transportation research record, 2389(1), 22-29.

Kahlmeier, S., Kelly, P., Foster, C., Götschi, T., Cavill, N., Dinsdale, H., ... & Racioppi, F. (2014). Health economic assessment tools (HEAT) for walking and for cycling: methodology and user guide: economic assessment of transport infrastructure and policies: 2014 update. World Health Organization

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68.

Karayolları Genel Müdürlüğü. (2021). Kanun ve Yönetmelikleri. Erişim tarihi: 22.12.2021. <https://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Trafik/HizSinirlari.aspx>

Kelley, M.A. Connor, A. Kun, K.E. Salmon, M.E. (2008). Social responsibility: Conceptualization and embodiment in a school of nursing. Int J Nurs Educ Scholarsh. 5(1), 1-16.

Lehimler, Z. (2018). Afiş Tasarımında İki Dil Kullanımı. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(4), 2381-2405.

Özkan, Y. (2009). The effect of some demographic characteristics of Turkish consumers on their socially responsible consumption behaviours. World applied sciences Journal, 6(7), 946-960.

Sayımer, İ. (2008). Sanal ortamda halkla ilişkiler. Ankara: Beta Yayıncılık.

Scott, D. M. (2009). The new rules of marketing and PR: how to use news releases, blogs, podcasting, viral marketing and online media to reach buyers directly. John Wiley & Sons.

Tunalı, İ. (2004). Tasarım felsefesine giriş. Ankara: Fol Kitap Yayınevi.

Tyer-Viola, L., Nicholas, P.K., Corless, I.B., Barry, D.M., Hoyt, P., Fitzpatrick, J.J., Davis S.M. (2009). Social responsibility of nursing: a global perspective. Policy Polit Nurs Pract. 10(2), 110-118.

Vuchic, V. (2017). Transportation for livable cities. Routledge.

Görsel Kaynaklar

Görsel1: <https://www.etietieti.com/images/icerik/sosyalsorumluluk/saribisikletcover.jpg> (Erişim tarihi: 10.12.2021)

Görsel2: <https://www.bilgirehberi.net/wpcontent/uploads/2017/08/bisikletpar%C3%A7alar%C4%B1.jpg.webp> (Erişim tarihi: 15.12.2021)

Görsel3: <https://webdosya.csb.gov.tr/db/turkce/faaliyetler/ulasimda-bisiklet--8230-20191212130818.jpg> (Erişim tarihi: 17.12.2021)

Görsel4: https://www.aa.com.tr/uploads/userFiles/c9f1ae26-3cf3-4ab4-9d72230dedd01a4c/eylul_ekimyeni%2Fbisiklet.jpg (Erişim tarihi: 17.12.2021)

EXTENDED ABSTRACT

Bicycle is a vehicle used for transportation from the past to the present. In other words, it is a means of transportation that is dependent on muscle power, usually consists of pedals, handlebars and steering wheels that can travel on 2 wheels, is not harmful to nature, and has proven beneficial for human health. However, it is a preferable transportation model against environmental pollution as an alternative to transportation in relation to oil. There are various types of bikes for your needs such as mountain bike, city bike and racing bike. Recently, electric bicycle models have also started to be seen frequently. Although the bicycle is used as a means of entertainment for children, it remains a means of transportation for adults. In a crowded society, it is possible to classify urban transportation systems according to motorized or non-motorized, individual transportation or public transportation or infrastructure. It is seen that the traffic density decreases in societies with an increased rate of cycling in urban transportation, and accordingly, public health and social benefits increase. The health benefits of cycling have been proven.

Today, in cities where infrastructure is not developed and bicycle lanes are not available or insufficient, it is seen that cycling brings with it security problems. Cyclists are required to wear helmets, gloves and knee pads to ensure their own safety, and to wear phosphorescent clothing to be visible in traffic. In addition, they have

the obligation to comply with the traffic rules like other motorized and non-motorized vehicle users. With the use of bicycles for transportation in traffic, certain bicycle rules have emerged primarily for cyclists in traffic and for other vehicle users. It is observed that the interest in the use of bicycles in traffic is increasing day by day with the increasing traffic density in crowded societies. It can be said that the bicycle, which has become one of the indispensable elements of urban transportation, is in an effort to find a place for itself in traffic. In cities where there are not enough bicycle lanes, it is seen that cyclists have to share the road with other vehicle drivers in traffic. It is seen that cyclists and other vehicle users in traffic have to share the road in cities with heavy traffic flow and especially on routes where there is no bicycle path. As there are mandatory rules to be followed in traffic, there are also bicycle rules that should be known. As a result of the bicycle rules in traffic that are not taken into account, cyclists are involved in various traffic accidents, especially in cities with heavy traffic flow. It is seen that one of the most important causes of traffic accidents experienced by cyclists is that the bicycle rules are not sufficiently known and ignored by the individuals in the traffic. It has been observed that the majority of accidents involving cyclists in cities with heavy traffic occur as a result of rear-end collisions with cyclists. As a result of the accidents, serious injuries occur in cyclists and it is known that some cyclists even lost their lives. This study has emerged in order to prevent such accidents and to provide social awareness. It is aimed that all motorized and non-motorized vehicle users in traffic and individuals from all education levels of the society learn the basic cycling rules. In order to serve this purpose, 7 social media posts are designed in a plain and simple way. Prepared designs cover basic and universal cycling rules. In order for the designs to be easily understood by a wide audience, they are supported by visuals. In today's digitalized technology, preparing the works as a social media post has been chosen because it is a faster and more effective way to reach the target audience.

In traditional media broadcasts, the shares are made one-way. The target audience could not participate in the process, provide instant feedback, and interact. As a result of the globalizing world and rapidly developing technology, traditional media has left its place to social media, where the communication aspect is made in multiple ways. We can define social media as a form of communication where sharing, discussion and dialogue are interactive, without time and place limitations. The potential of social media to reach large audiences has made social media posts designs important. Social media post designs are promotions designed by considering the color, visual and typography harmony of the messages to be given to the target audience in the digital environment. Social media designs should provide integrity in terms of text and visual harmony. A poorly designed image with a well-written text and slogan, a drawing or a poorly written text and a well-designed image will reduce the power of the message to be conveyed, even prevent it from being understood, and will not be enough to attract the attention of the target audience. But when you combine a good text and a well-designed image, the effect of the message you want to give will be more permanent and stronger.

Social media posts, which allow people to freely define and express themselves, are used by social media users for many purposes. One of these aims is social responsibility, social benefit and raising individuals. This study, which includes bicycle rules in traffic, is also a social responsibility project. This study contributes in terms of raising public awareness about cycling rules and in terms of learning the bike rules of the target audience with a correct and fast method. In the literature review, it was seen that there was no study on bicycle rules in traffic. It has been understood that the studies are mostly on local bicycle paths, tourist bicycle tours, bicycle competitions, bicycle use and bicycle rules in traffic are not included. With this study, which includes the rules of bicycle use in traffic, 7 social media post designs were examined and evaluated.