

Datapunt 1D

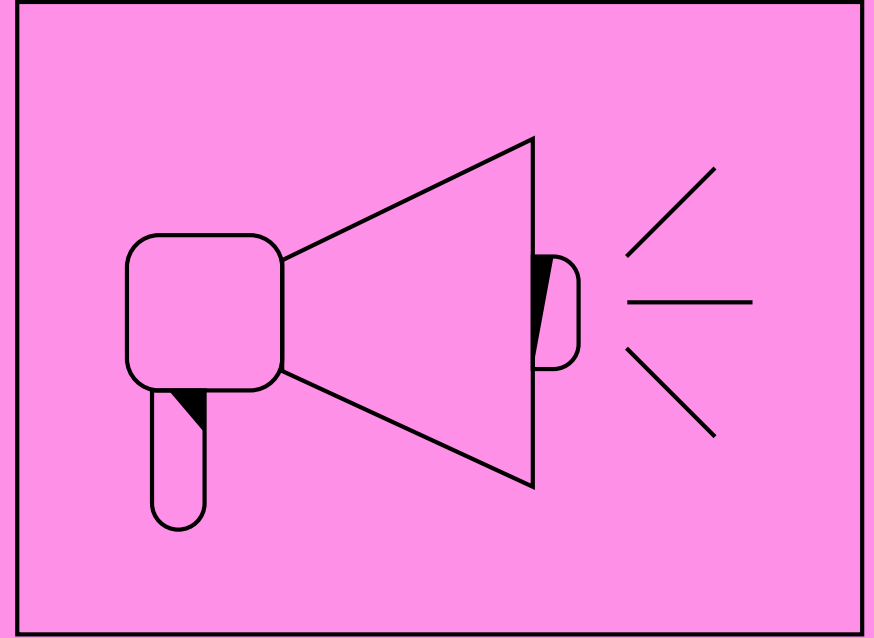
Sinem Ekim

2150197

Cursus 1

2425

Infographic &
Campagneposter



Infographic Diabetes

Type 2 Diabetes

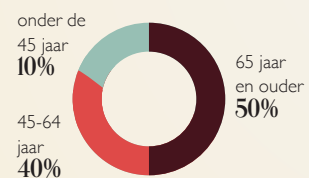
Aantal mensen met **Diabetes type 2**:
1,2 miljoen
7% van de bevolking.

Deze dataset biedt een gedetailleerd overzicht van de prevalentie, demografie, risicofactoren, complicaties en kosten van **Diabetes type 2** in Nederland. (gegevens van 2022)

Geslachtsverdeling



Leeftijdsverdeling



Geografische verdeling



Behandelmethode



medicatie
70%



insuline
30%



dieet
50%

Gezondheidscomplicaties



20% met
hart- en vaatziekten



15% met
nierproblemen



10% met
oogproblemen


Het doel was om meer aandacht te brengen naar diabetes type 2 door middel van diagrammen en percentages. Zodat mensen weten hoeveel mensen met diabetes type 2 in Nederland in zijn met een overzicht risicofactoren en demografie.

Om het boodschap te vesterken heb ik een hart in een ijshoorntje ontworpen om (suikerziekte) te weergeven door de boosdoener.



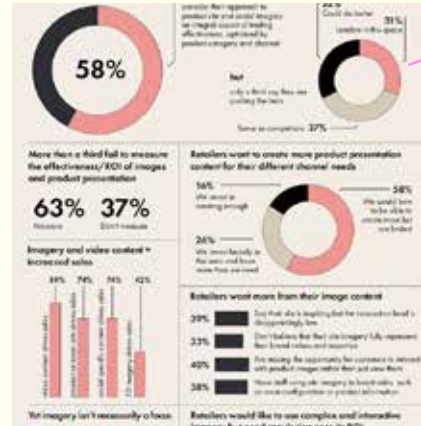
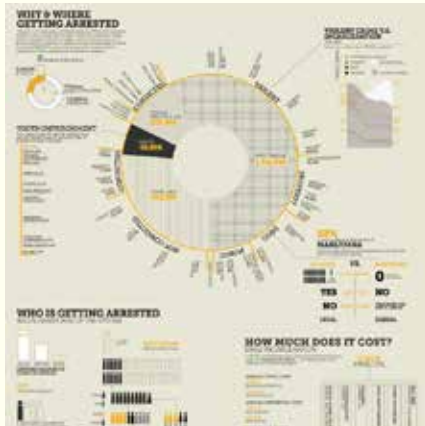
LUK 1.2

De student past onderbouwd aangereikte ontwerpprincipes toe in eigen ontwerp.

- BC 1.2.1 Je benoemt ontwerpprincipes die je herkent in (interactieve) media en -producten om je heen.
 - BC 1.2.2 Je past grafische ontwerpprincipes toe om de boodschap effectief over te brengen. (Ik heb gebruik gemaakt van hierarchie, contrast, een overzichtelijk lettertype en een goede balans van witruimte en harmonieuze kleuren. Daarnaast heb ik gebruik gemaakt van het GSR analyse en storytelling.
- 

Herken jij ontwerpprincipes en GSR in werk om je heen (gebruikte bronnen dus) en hoe zijn ze toegepast? Hoe gebruik jij die bronnen in jouw ontwerpen?

Diagrammen (Logos en Semiotiek)



Ik heb vooral gekeken naar het gebruik van Semiotiek.
(Tekens en gebruik van diagrammen).
Ik heb vooral gebruik gemaakt van de bronnen, door ze naast te houden en het als voorbeeld te nemen.

Zelf zocht ik vooral naar een radiale balans, dus een leuke tekening wat Pathos activeert in het midden te zetten en er om heen belangrijke informatie. (Semiotiek).

Verder heb ik icoontjes gebruikt voor medicatie en organen, om een zwaar onderwerp zacht uit te drukken met leuke vormen en kleur. (punt, vlak, lijn en contrasterende kleuren).



Tekens

Tekening over het onderwerp

Radiale balans met informatie er om heen

- **Hierarchie:** heb ik gebruikt door verschillende tekstgroottes te gebruiken, zodat het van boven naar beneden wordt bekeken.

- **Contrast:** Deze combinatie lijkt het meest op een neutrale harmonie met een mix van koele en warme tinten, en bevat vooral aardse en zachte elementen. Hoewel het geen strikte kleurharmonie vertegenwoordigt, biedt het wel een mooie balans tussen de verschillende tonen.

- **Lettertype:** Ik heb gebruik gemaakt van makkelijk leesbare lettertypes, aan de hand van feedback van mijn klasgenoten vonden ze het heel duidelijk lezen, sinds het een makkelijk rustig, leesbaar lettertype is. Ik maak vooral gebruik van Gill Sans (informatieve tekst) en Swashington (Titel, aanduiding).

- **Analogous:** Hoewel ze niet direct naast elkaar op de kleurencirkel staan, zou je de combinatie van blauw en crème als een soort analoge relatie kunnen zien, omdat crème een neutrale tint is die de koele en warme kleuren kan verbinden. Daarbij contrasteert rood weer heel goed en ik heb ook ingespeeld op psychologie, sinds rood de kleur is van bloed en ik het heb over diabetes.

- **Radiale Balans:** Er wordt gebruikt gemaakt van groepering en ritme om het ijsje heen, waardoor het informatie centraal blijft en makkelijk te lezen is.

- **Storytelling:** Ik heb storytelling gebruikt aan de hand van visuele elementen, data en feiten, zodat mijn boodschap duidelijk overkomt. Het heeft ook een goed structuur, sinds er gebruik wordt gemaakt van hiërarchie en indeling, zelfs zonder ingesloten vlakken.

- **Logos:** Er wordt gebruik gemaakt van statistieken, universele waarheden (het komt uit een 2022 analyse).

- Met het **GSR analyse** heb ik gebruik gemaakt van de vragen: **Wat zie ik?** Een effectieve infographic over diabetes type 2.

- **Begrijp ik het?** Ja het boodschap is duidelijk door de effectieve storytelling en tekens (diagrammen en iconen van medicatie en organen). Je weet direct waar het over gaat en wat de percentages zijn.

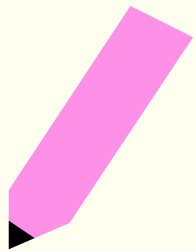
- **Overtuigt het mij?** Door de visuele elementen overtuigt het mij om gezonder te eten, zodat ik diabetes kan vermijden.

LUK 1.3

De student verkent op een methodische manier verschillende aangereikte ontwerptools om (onderdelen van) interactieve digitale producten te realiseren.

- BC 1.3.1 Je laat zien dat je met verschillende ontwerptools hebt geëxperimenteerd.





Potloodtool:

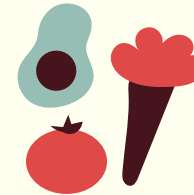
Om vrij te tekenen.

Gebruikt voor de iconen.

(organen en medicatie) pentool is te strak en heeft zijn grenzen.

Rechts een voorbeeld.

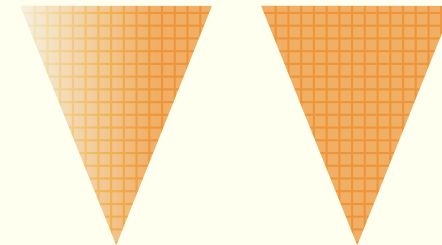
potlood



pentool



zonder gradient komt het te hard over.



met pentool heb je meerdere paden en kun je jezelf tijd geven, met de potlood trek je 1 lijn.

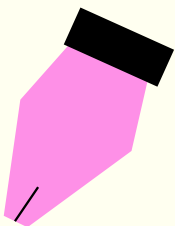


Gradient:

Gebruikt in het ijsje, om diepte te creëren. Dat heb ik gedaan door van licht naar donker te gaan met de kleuren.

Pentool:

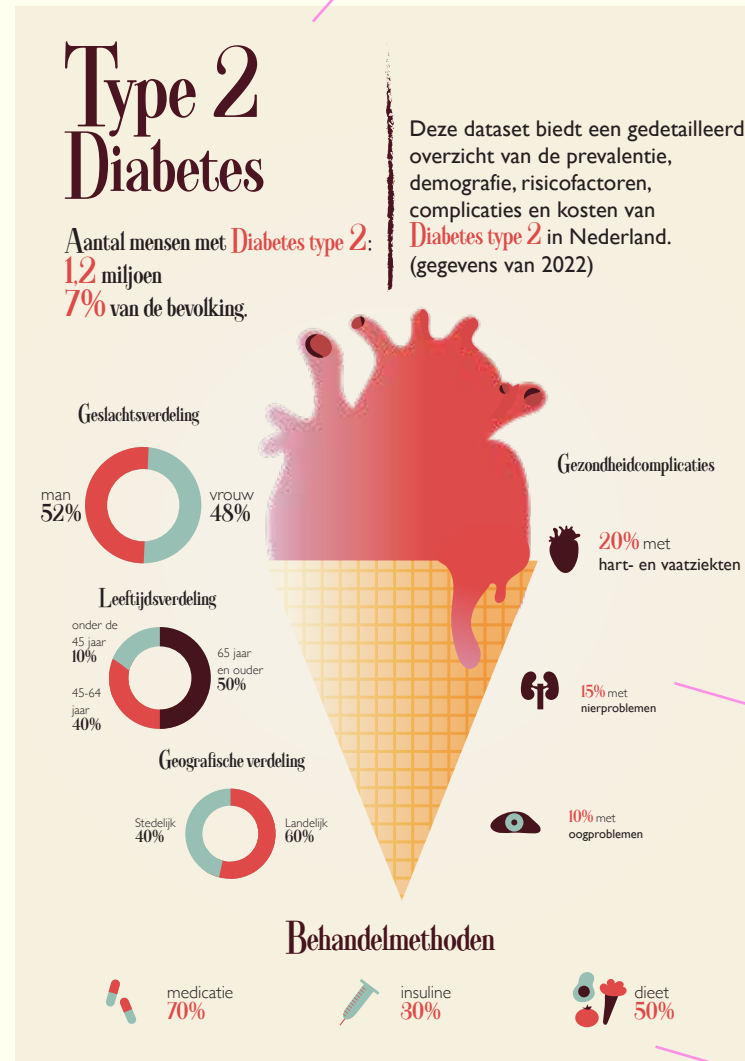
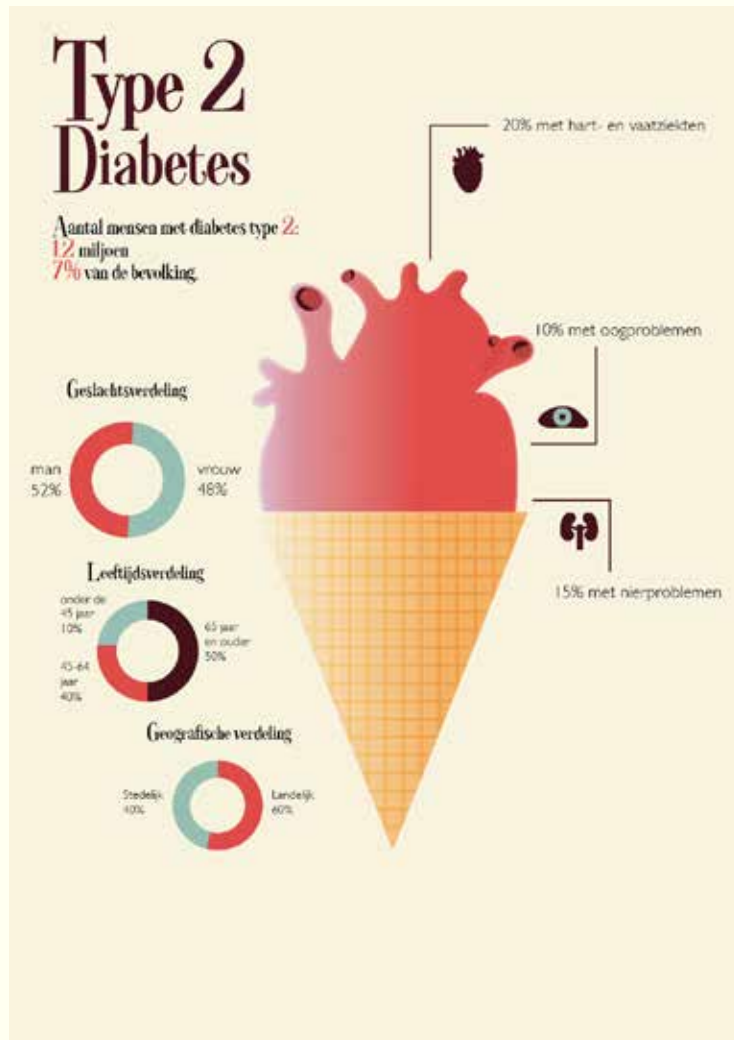
Gebruikt voor het hartje om op een makkelijkere wijze over te trekken. Terwijl je met de potlood rondere vormen maakt.



Oud en nieuw

Duidelijke titel door ander lettertype.

Indeling van tekst en contrast
informatieve tekst ander
lettertype.



Radiale balans en ritme

Te veel witruimte en weinig hiërarchie. Het is niet overtuigend, omdat er geen ritme en balans is.

Gebruik van contrast en tekens om duidelijker over te komen.

Feedback na uitwerking:

 **Faye:** De balans is erg mooi. Alles is gelijk verdeeld. Hierdoor leest het heel fijn!

 **Eline:** Er is een sterke hierarchie. De belangrijke onderdelen staan groot vormgegeven. Contrast tussen de kleuren.

 **Ammar:** Door kleurgebruik maak je het boodschap nog duidelijker, omdat je het onderscheid.

 **Bart:** Duidelijk boodschap door gebruik van ontwerpprincipes, vermeld ze ook in je documentatie.

Campagne -poster Ongelukken

DRIVE SAFE.



Theres always someone
waiting for you.

not made by



but by sinem ekim

Het doel was om een campagneposter te maken om tegen ongelukken in te gaan. Mijn boodschap daarbij was om voorzichtig te rijden, sinds er altijd iemand thuis op je zal wachten.

Dat heb ik gedaan aan de hand van lego, door niet een persoon maar een wiel te fotograferen, om te laten zien wat er kan gebeuren als je dus niet veilig bent.

Verder heb ik lego gebruikt om het zware onderwerp zacht uit te drukken en het kindvriendelijker te maken.

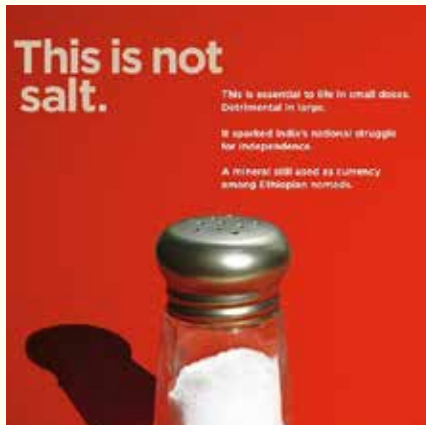
A large, stylized pink shape with wavy, organic edges that occupies the bottom half of the page, serving as a decorative background element.

Herken jij ontwerpprincipes en GSR in werk om je heen (gebruikte bronnen dus) en hoe zijn ze toegepast? Hoe gebruik jij die bronnen in jouw ontwerpen?



Kleur tekst om boodschap duidelijk te maken

Ik heb vooral gekeken naar hoe ik mijn boodschap duidelijk kan laten overkomen. Dat heb ik gedaan met typografie en contrasterende kleuren. Ik heb er voor gezorgd dat ik een dik lettertype heb gebruikt, om direct over te komen. Rood heb ik gebruikt, omdat het een signaliserende kleur is en daarom dus direct opvalt.



Ik heb bij andere campagne posters gekeken en zag dat er dus veel gebruik wordt gemaakt van witruimte en gebruik van beeld (Pathos) en dikgedrukte letters (tekens) om overtuigender over te komen.

Ik heb weer een moodboard er naast gehouden en het als inspiratie erin verwerkt. In hun werk is GSR ook best duidelijk, door gebruik van eenvoud, overtuigend beeld en gebruik van tekst (tekens).

Dikke letters en direct.

Rode kleuren en contrast, witruimte. Speels door gebruik van humor.

- **Hierarchie:** heb ik gebruikt door tekstgrootte te gebruiken en op te letten met letterdiktes, zodat het van boven naar beneden wordt bekeken.

- **Contrast:** Door gebruik te maken van primaire kleuren (complementaire kleuren) in alleen belangrijke toevoegingen. (In tekst en kleur van de deur om op te vallen op een wit achtergrond), komt mijn boodschap duidelijker over door heel veel witruimte.

- **Lettertype:** Ik heb gebruik gemaakt van een heel dik lettertype en beneden voor de slogan een dunner lettertype om onderscheid te houden, maar ook krachtig over te komen met eenvoud.

- **Balans:** Er wordt gebruikt gemaakt van balans door gebruik van witruimte, eenvoud en complementaire kleuren. En door twee lettertypes te gebruiken, in plaats van meerdere komt het boodschap duidelijk over door dik en dun tekst.

- **Storytelling:** Ik heb storytelling gebruikt aan de hand van beeld dat emotie schakelt. Je krijgt er direct een gevoel van Pathos bij. Door

visuele hiërarchie en indeling (dikke tekst en daarna sterk beeld, daarna dun tekst) wordt er direct een connectie gemaakt met het publiek.

- **Pathos:** Er wordt gespeeld met emotie door gebruik van speelgoed om toch een ongeluk te presenteren, wat duidelijk wordt laten zien.

- Met het **GSR analyse** heb ik gebruik gemaakt van de vragen: Wat zie ik? Een effectieve infographic over diabetes type 2.

- **Begrijp ik het?** Ja het boodschap is duidelijk door de effectieve storytelling en beeld. (gebruik van indeling en overtuigend beeld).

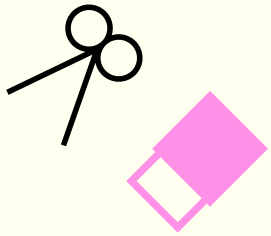
- **Overtuigt het mij?** Doordat je eigenlijk een persoon verwachtte, maar een wiel ziet krijg je ook direct de boodschap om veiliger te rijden en aan de persoon te denken die op jou wacht. Dus het overtuigt inderdaad.

LUK 1.3

De student verkent op een methodische manier verschillende aangereikte ontwerptools om (onderdelen van) interactieve digitale producten te realiseren.

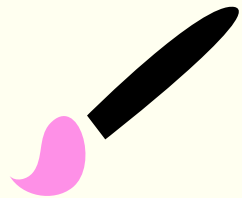
- BC 1.3.1 Je laat zien dat je met verschillende ontwerptools hebt geëxperimenteerd.





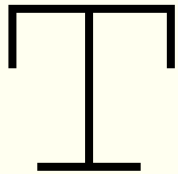
Selectietool+knipmasker:

Om beeld van de achtergrond te halen en zelf kiezen wat je weggumt en houdt, met het toverstafje pakt het niet alles direct mee dus je kunt met de knipmasker het direct weer toevoegen..



Schaduw:

Ik heb zelf schaduw gemaakt, door een vorm te tekenen met de kwast en daarna Gaussiaanse blur toe te voegen, om het realistisch te maken, zonder schaduw zie je dat het geen balans heeft.



Tekst:

Ik heb gespeeld met tekstgrootte en dikte, om te kijken welk lettertype het best bij mijn boodschap past.



Oud en nieuw

Gebruik van dik tekst en contrast om krachtig en duidelijk over te komen.

DRIVE SAFE.



There might be someone
waiting for you.

not made by



but by sinem ekim

DRIVE SAFE.



Theres always someone
waiting for you.

not made by




but by sinem ekim

Veel witruimte & eenvoud!

Might naar always om overtuigender over te komen.
Tekst beneden is dikker gemaakt en is te zien in mijn
uiteindelijke versie.

Feedback:

 Joris: Het gebruik van beeld is sterk, misschien rook en schaduw om diepte te creëren en nog duidelijk over te komen? Zeg "always" in plaats van "might".

 Huug: Boodschap is meteen duidelijk door de titel. Goede balans gebruikt, met grote hoeveelheid witruimte.

 Jennifer: Goed beeld, maakt het zware onderwerp wat zachter, creatief bedacht.

 Esther: Goed gebruik van witruimte en titel, maar het tekst onder valt weg, maak het dikker om op te vallen.