

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANABİLİM DALI

TASARIM ALANINDAKİ
İTERAKTİF PORTFOLYOLARIN İNCELENMESİ

Şeyma TURGUT

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN:
Dr. Öğr. Üyesi Güllü YAKAR TAPU

KONYA-2023



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Şeyma TURGUT		
	Numarası	18812801007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Grafik Ana Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Güllü YAKAR TAPU		
Tezin Adı	Tasarım Alanındaki İnteraktif Portfolyoların İncelenmesi			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Şeyma TURGUT

ÖNSÖZ

Tasarım alanında, her tasarımcının kendini ifade etmek, çalışmalarını en iyi şekilde sunmak, akılda kalıcı bir izlenim yaratmak gibi bir gayesi olmaktadır. Bu eylemi somut şekilde ifade etmenin yolu ise, birikim ve çok çalışmanın karşılığı olan ürünleri ‘portfolyo’ dosya ve sunumlarında bir araya getirerek sunmaktır.

Günümüz teknolojisi ve internet çağında statik, yani basılı portfolyolar yetersiz kalmakla beraber sınırlı sayıda hedef kitleye ulaşmaktadır. Portfolyo niteliğine sahip web siteleri ve sosyal platformlarda sergilenen dinamik, interaktif portfolyolar ise kalabalık kitlelere daha hızlı ve etkili yollardan ulaşabilmektedir. Bu çalışma portfolyo tasarımlarının, günümüzdeki yansımalarını içermektedir.

En başta tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Güllü YAKAR TAPU olmak üzere; tez içeriğimi geliştirmem konusunda bana yardım eden Arş. Gör. Mevlüt ÜNAL, kıymetli eşim Öğr. Gör. Sabri TURGUT ve manevi desteğini eksik etmeyen Annem Münire ÖZAYAN’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Bu süreçte beni idare eden çocuklarım; Cansu ve Mete’ye ise minnettarım.

Şeyma TURGUT



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Şeyma TURGUT		
	Numarası	18812801007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Grafik Ana Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Güllü YAKAR TAPU		
Tezin Adı	Tasarım Alanındaki İnteraktif Portfolyoların İncelenmesi			

Portfolyolar, sistemli ve amaçlı sunum tekniğinden oluşmaktadır. Farklı şekillerde basılı ve dijital olarak hazırlanabilen portfolyo tasarımları, yaygın kullanılan internet sayesinde web siteleri, sosyal platformlar gibi dijital ortamlarda sergilenmektedir.

Araştırmanın kavramsal çerçeve bölümünde portfolyo türlerine, sunum tekniklerine, tasarım öğeleri ve kullanılan araçlara yer verilmiştir. Araştırmada incelenen beş yerli tasarımcı; GMK'dan ödül almış tasarımcılar arasından rastgele seçilirken, beş yabancı tasarımcı ise; Behance platformunda Mart ayı 2023 yılına ait en çok takdir görme oranlarına sahip ve kişisel web sitesi olanlar arasından seçilmiştir.

Portfolyo niteliğindeki web siteleri, tasarımcıların; kreatif alanı, portfolyo türü, web ara yüz rengi, tipografi kullanımı ve interaktif yönü ile incelenmiştir.

Yapılan araştırma sonucu; günümüz teknoloji çağında, tasarımcıların kişisel web sitelerinin portfolyoları haline geldiği gözlemlenmiştir. İnteraktif portfolyolar, statik konumda olan portfolyolara göre daha dikkat çekici, etkileşimi ve iletişimi kolay, güncel, hedef kitlesi yüksek oranlara sahip bir sunum tekniği olarak görülebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Portfolyo, İnteraktif Portfolyo, Dijital Portfolyo, CV



ABSTRACT

Author' s	Name and Surname	Şeyma TURGUT		
	Student Number	18812801007		
	Department	Graphic		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Assist. Prof. Güllü YAKAR TAPU		
Title of the Thesis/Dissertation	Analysis of Interactive Portfolios in the Field of Design			

Portfolios consist of a systematic and purposeful presentation technique. Portfolio designs, which can be prepared in print and digitally in different ways, are exhibited in digital environments such as websites and social platforms, thanks to the widely used internet.

Portfolio types, presentation techniques, design elements and tools used are included in the conceptual framework section of the research. The five domestic designers examined in the research; Five foreign designers were chosen randomly from GMK awarded designers; On the Behance platform, it was chosen among those with the most appreciated and personal website in March 2023.

Portfolio websites, designers; creative area, portfolio type, web interface color, use of typography and interactive aspect.

As a result of the research; In today's technology era, it has been observed that designers have become portfolios of personal websites. Interactive portfolios can be seen as a more attractive, easy to interact and communicate, up-to-date presentation technique with a high target audience compared to static portfolios.

Keywords: Portfolio, Interactive Portfolio, Digital Portfolio, CV

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	i
ÖNSÖZ.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iii
TANIMLAR LİSTESİ	vii
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ	ix
GÖRSELLER LİSTESİ	x
BİRİNCİ BÖLÜM – GİRİŞ.....	1
1. 1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	1
1.2. Problem Durumu	1
1.3. Sayıtlar.....	1
1.4. Sınırlılıklar.....	1
1.5. Yöntem	2
İKİNCİ BÖLÜM – KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	2
2.1. Portfolyo ve Sunum Teknikleri	2
2.1.1. Görsel İletişim Tasarımı	2
2.1.2. Portfolyo	3
2.1.2.1. Özgeçmiş (CV)	5
2.1.2.2. Portfolyo Kullanım Amaçları ve İçeriği	6
2.1.3. Kişisel Sunum Teknikleri	7
2.1.3.1. Kişisel Sunum	7
2.1.3.2. Aktif Sunum.....	8
2.1.3.3. Pasif Sunum	9
2.2. Basılı Portfolyolar.....	9
2.2.1. Kitap Portfolyo	11
2.2.2. Çanta Portfolyo.....	12
2.2.3. Dosya/Klasör Portfolyo	13
2.3. Dijital Portfolyolar.....	14
2.3.1. Slayt Portfolyo	16
2.3.2. Statik Portfolyolar.....	17
2.3.3. Dinamik Portfolyolar	19
2.3.4. İnteraktif Portfolyolar	21
2.3.5 e-Portfolyo	22
2.4. Portfolyo Tasarımında Kullanılan Genel Programlar.....	23
2.4.1. Adobe Photoshop.....	23

2.4.2. Adobe Illustrator	24
2.4.3. Adobe Indesign	24
2.4.4. Adobe After Effects	25
2.4.5. Adobe Animate	25
2.5. Dijital Portfolyo Tasarım Süreci.....	26
2.5.1. Araştırma	26
2.5.2. Akış Çizelgesi	27
2.5.3. Arayüz Tasarımı ve UX/UI Kavramı	27
2.5.4. Tipografinin Kullanımı	30
2.5.6. Renk ve Görüntü Öğelerinin Kullanımı	36
2.5.7. Ses Öğelerinin Kullanımı ve Çoklu Ortam Özellikleri.....	40
2.6. Web Sitesi Tasarım İlkeleri	41
2.6.1. Tutarlılık / Görsel Süreklilik.....	42
2.6.2. Açıklık	42
2.6.3. Denge	42
2.6.4. Görsel Hiyerarşi.....	43
2.6.5. Vurgu	43
2.6.6. Öngörülebilirlik	43
2.6.7. Ritim	43
2.6.8. Oran ve Orantı	44
2.6.9. Sadelik	44
2.7. Uyum ve Bütünlük.....	44
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM – BULGULAR VE YORUM.....	45
3.1. Portfolyo İnceleme	45
3.1.1. Mehmet Gözetlik	46
3.1.2 Mesut Uğurlu	49
3.1.3 Olgun Kaşıkçı	51
3.1.4. Eren Su Kibele Yarman	54
3.1.5. Duru Ekşioğlu	56
3.1.6. Laura Normand	58
3.1.7. Adam Miklosi	61
3.1.8. Junya Watanebe	64
3.1.9. Andreu Zaragoza	66
3.1.10. Roman Lel	68
SONUÇ	71
KAYNAKÇA	73
GÖRSEL ve SANAL KAYNAKÇA	78

TANIMLAR LİSTESİ

BİYOĞRAFI: ‘Öz geçmiş’

LİTERATÜR: ‘Kaynak’

MULTİMEDYA: Animasyon, çizim, görüntü, grafik, ses gibi özelliklerin bir arada kullanılarak bilgisayar üzerinden iletilmesi veya işlenmesi.

KALİGRAFI: Güzel yazı ve unsurları kullanılarak geliştirilen, sıklıkla dekoratif amaçlı kullanılan bir el sanatı çeşididir.

FÜTÜRİSTİK: Kendi zamanına göre ileriye öngörebilen, ilerici modern çizgiler taşıyan demektir.

ENFORMASYON: ‘Haberleşme, bilgilendirme’

MANİPÜLASYON: ‘Hareket verme, harekete geçirme, yönlendirme, etkileme’

SERVER: ‘Sunucu’. Bilgisayarı, internete bağlamayı sağlayan aracı kuruluştur.

DOMAİN: ‘Alan adı’ Web sitesinin adı ve adresine verilen genel bir tanımdır.

PROJEKSİYON: Bir film veya belgenin ışık kaynağından çıkan ışınlarla ekran veya perde üzerinde görüntüsünün oluşturulma işi, iz düşümü.

SOFİSTİKE: Yapmacık, yanıltıcı, karmaşık. Gelişmiş ve özel anlamlarına da gelebilmektedir.

HURUFAT: Baskıda kullanılan matbaa harfleri ve işaretleri.

PAPİRÜS: Eski Mısırlıların çıplak saplı, otsu bir bitki olan papirüsten yaptığı kağıtlara verilen isimdir.

STATİK: ‘Devinimi olmayan, durağan’

DİNAMİK: ‘Canlı, etkin, hareketli’

İNTERAKTİF: ‘Etkileşimli’

NAVİGASYON MENÜ: ‘Gezinim, dolaşma çubuğu’ Web sitelerinde ziyaretçileri yönlendirme amaçlı kullanılmaktadır.

KISALTMALAR LİSTESİ

JPEG: Joint Photographic Experts Group (*Birleşik Fotoğraf Uzmanları Grubu*) tarafından standartlaştırılmış bir sayısal görüntü kodlama biçimidir.

PDF: İngilizce olan bu ifadenin açılımı "Portable Document Format"dır. PDF türü belgeler tüm platformlar arasında taşınabilen, aktarılabilen, yazdırılabilen sayısal bir dosya biçimi şeklindeki belgelerdir.

PNG: Portable Network Graphic'in kısaltması olan PNG, bir raster görüntü dosyası türüdür. PNG'ler, grafikleri saydam veya yarı saydam arka planlarla işleyebildiğinden, özellikle web tasarımcıları arasında popüler bir dosya türüdür.

BİTMAP: Herhangi bir sıkıştırma yapmadan resmin özelliklerini tutan, Microsoft firmasına ait bir resim dosyası biçimidir.

CD: Compact Disc ya da yoğun disklerdir.

DVD: Digital Versatile Disc (Çok Amaçlı, Sayısal Disk) anlamına gelmektedir. CD'ye göre, çok daha yüksek kayıt kapasitesine sahip bir formattır.

USB: İngilizce "Universal Serial Bus" kelimesinin kısaltmasıdır. USB'nin Türkçesi "Evrensel Seri Veriyolu"dur. USB dış donanımların bilgisayar ile bağlantı kurabilmesini sağlayan seri yapılu bir bağlantı biçimidir.

GIF: İngilizce Grafik Değiştirme Biçimi' anlamına gelen Graphics Interchange Formatın kısaltmasıdır ve bir sayısal resim saklama biçimidir.

RGB: Açılımı "Red-Green-Blue" olan RGB; kırmızı, yeşil ve mavi renklerden farklı renkler ortaya çıkarmaya yarayan bit metottur.

CMYK: (Cyan, Magenta, Yellow, Key) (Türkçe: Cam göbeği, Eflatun, Sarı, Siyah), matbacılıkta kullanılan bir çıkarmalı renk modelidir. CMYK modeli, beyaz bir yüzeyi (kağıt) maskeleyen prensibi ile çalışır. Işık mürekkep tarafından emilir bu sebeple model çıkarmalı olarak adlandırılır, çünkü mürekkepler beyaz ışıktan kırmızı, yeşil ve mavi renkleri çıkarmaktadır.

UX: (User Experience) 'Kullanıcı deneyimi'

UI: (User Interface) 'Kullanıcı arayüzü'

GMK: 'Grafikerler Meslek Kuruluşu'

TABLolar LİSTESİ**Tablo 1:** İncelenen Portfolyoların Genel Özellikleri

GÖRSELLER LİSTESİ

- Görsel 1:** CV(Özgeçmiş) Örneği
Görsel 2: Kitap Portfolyo Örneği
Görsel 3: Çanta Portfolyo Örneği
Görsel 4: Klasör Portfolyo Örneği
Görsel 5: Behance Ana Sayfa Görseli
Görsel 6: Dijital Portfolyo Örneği
Görsel 7: Slayt Portfolyo Örneği
Görsel 8: Statik Portfolyo, Özgeçmiş/İnfografik
Görsel 9: Statik Portfolyo İçeriği
Görsel 10: Dinamik Portfolyo İçeriği
Görsel 11: İnteraktif Web Sitesi
Görsel 12: UX/UI Piktogram Görseli
Görsel 13: Gotik Yazı Görseli
Görsel 14: Roman Yazı Karakteri Görseli
Görsel 15: Serif/Sans Serif Yazı Karakteri Görseli
Görsel 16: Script & Curcives Yazı Karakteri Görseli
Görsel 17: Çok Yönlü Yazı Karakteri Görseli
Görsel 18: Dijital Sentez Kuramı Görseli
Görsel 19: Mehmet Gözetlik, Web Sitesi-Ana Sayfa
Görsel 20: Mehmet Gözetlik Web Sitesi-Çalışmalar
Görsel 21: Mehmet Gözetlik 29.GMK Ödülü
Görsel 22: Mesut Uğurlu, Web Sitesi-Ana Sayfa
Görsel 23: Mesut Uğurlu 41. GMK Ödülü
Görsel 24: Olgun Kaşıkçı Web Sitesi-Ana Sayfa
Görsel 25: Olgun Kaşıkçı, Web Sitesi-Çalışmalar
Görsel 26: Olgun Kaşıkçı 41. GMK Ödülü
Görsel 27: Kibele Yarman, Web Sitesi-Ana Sayfa
Görsel 28: Kibele Yarman 41. GMK Ödülü
Görsel 29: Duru Ekşioğlu, Web Sitesi-Ana Sayfa
Görsel 30: Duru Ekşioğlu 41. GMK ödülü
Görsel 31: Laura Normand, Web Sitesi-Ana Sayfa
Görsel 32: Laura Normand, Web Sitesi-Çalışmalar

Görsel 33: Laura Normand, Behance-Beğeni Oranı

Görsel 34: Adam Miklosi, Web Sitesi-Ana Sayfa

Görsel 35: Adam Miklosi, Web Sitesi-Çalışmalar

Görsel 36: Adam Miklosi, Behance-Beğeni Oranı

Görsel 37: Junya Watanabe, Web Sitesi-Ana Sayfa

Görsel 38: Junya Watanabe, Web Sitesi-Çalışmalar

Görsel 39: Junya Watanabe, Behance Beğeni Oranı

Görsel 40: Andreu Zaragoza, Web Sitesi-Ana Sayfa

Görsel 41: Andreu Zaragoza, Web Sitesi-Çalışmalar

Görsel 42: Andreu Zaragoza, Behance-Beğeni Oranı

Görsel 43: Roman Lel, Web Sitesi-Ana Sayfa

Görsel 44: Roman Lel, Web Sitesi-Çalışmalar

Görsel 45: Roman Lel, Behance Beğeni Oranı

BİRİNCİ BÖLÜM – GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma görsel iletişim tasarımı alanında dijital portfolyoların modern çağa göre değişen konumunu ele almaktadır. Portfolyolar, yetkinlik ve becerilerin yansıtıldığı gelişim dosyaları ve sunumlarıdır. Kağıt üzerinde başlayan, teknolojinin gelişimi ile farklı şekillerde ele alınan portfolyo sunumları günümüzde çoklu ortamlarda fazlasıyla gelişmiş ve profesyonellik kazanmıştır.

Günümüzde yaygın kullanılan internet ve sosyal medya, birçok erişime olanak sağladığı gibi portfolyolara da kolayca ulaşmanın bir yoludur. Geçmişte kağıt üzerinde kalan çalışmalar, şimdi ise çok alanda paylaşım ve ulaşım olanağına sahiptir. Güncel yaklaşımlar ile kendini her gün yenileyen ve kişileri çok daha hızlı etkisine alan portfolyoların zaman içerisinde uğradığı değişimi keşfetmek, dijital yönlerini ele almak ve farklı sunum örneklerini incelerken, portfolyo oluşturacak tasarımcılara kariyer gelişimini etkileyecek portfolyolar hazırlamalarında akademik bir kaynak sunmak amaçlanmıştır.

1.2. Problem Durumu

“Portfolyo hazırlarken kullanılan dijital yöntemler ve günümüze yansımaları nelerdir?” cümlesi yapılan araştırmanın problemi olarak belirlenmiştir.

1.3. Sayıtlar

1. Bu çalışmada dijital ve interaktif portfolyo ile ilgili taranan kaynakların, doğru ve gerçeği yansıtan bilgiler olduğu kabul edilmiştir.

2. Çalışmada sunulan görsellerin nitelikli çalışmalardan alındığı varsayılmıştır.

1.4. Sınırlılıklar

Portfolyolar, birçok meslek alanında yaygın kullanılan uygulamalardır. Portfolyo ve özgeçmiş tasarımlarını çok yönlü ve kalabalık platformundan sıyrılarak, zaman içinde uğradığı değişiklikler ve kullanıldığı alanlar düşünülerek, çalışmayı ekonomik ve anlaşılır kılmak adına; ‘Tasarım Alanındaki İnteraktif Portfolyoların

İncelenmesi' başlığı altında beş adet yerli 'GMK Ödülü' almış tasarımcı ve beş adet 'Behance beğeni' oranı yüksek yabancı tasarımcıya yer verilmiştir.

1.5. Yöntem

Çalışma nitel araştırma yöntemi ile, internet ve literatür taramasından faydalanarak oluşturulmaya çalışılmıştır. Portfolyo ve özgeçmiş tasarımının tanımları yapılarak, tasarımda kullanılan araç ve yöntemlere değinilmiştir. Tasarım alanında öne çıkan web siteleri ve bloglar, yayınlanan portfolyo örnekleri incelenerek dijital ortamda sunulan interaktif yönleri ele alınmıştır. Tasarım alanında kullanılan araç, yöntemler ve portfolyo hakkında güvenilir oldukları varsayılan kaynak ve kitaplardan yola çıkılarak içerik oluşturulmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM – KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Portfolyo ve Sunum Teknikleri

Bu bölümde; görsel iletişim tasarımı, portfolyo, özgeçmiş ve sunumun genel tanımları yapılmıştır. Sunum tekniklerinden bahsedilerek, ihtiyaç halinde hangi alanda, nasıl kullanılacağına dair bilgi verilmiştir.

2.1.1. Görsel İletişim Tasarımı

Görsel iletişim tasarımı; günümüzde oldukça popüler ve sık kullanılan, toplumda önemli bir gereklilik haline gelen iletişim türüdür. "Bu boyutun etkin ve yaratıcı bir şekilde kurgulanması başlı başına bir ihtisas ve sanat dalıdır." (Uçar, 2017: 16-17).

Görsel iletişim; görsel araçlarla fikirlerin, bilginin ve enformasyonun ulaştırılması veya değişimidir (Oxford, 2008).

Parterson & Saville (2012: 21) görsel iletişim tasarımını; hareketli nesnelerin tasarımında, iletilmek istenen mesajın anlamını oluşturma süreci şeklinde tanımlamışlardır. Onlara göre görsel iletişim tasarımı, profesyonel tasarımcının görsel uyarıların kontrolünü ve manipülasyonunu sağlayabildiği bir araçtır. Tasarımcılar, görsel yolla iletişim kurmanın yolunu öğrenerek; ürün ve içeriklere kodlama yöntemiyle görsel mesajlar yerleştirebilmektedir (Doğan, 2015: 19).

Günümüz iletişim araçlarının çoğalması, yaygınlaşması ve kolay erişilir olması bu uzmanlık dalını daha da önemli hale getirmiştir. Genel anlamı ile “iletişim tasarımcısı” adı verilen bu meslek, birçok yan dalı ile farklı uzmanlık konularına sahiptir. Bu alanların en önemlilerinden birisi de görsel iletişim tasarımıdır. Görsel iletişim tasarımının, günümüzde böylesine önemli olmasının sebepleri ise planlanması ve tasarlanması gerekliliğidir. Görsel iletişimin tanımını, Schramm’ın tanımından yola çıkarak; söze gerek duymaksızın, görme duyusuna dayanan duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi, olarak yapılabilir.

Görsel iletişim tasarımı; başka bir duyu organı kullanılmaksızın, görme duyusu ile karşı tarafa aktarılabilen mesajın tasarımı ve anlamını oluşturabilmektir. İletilmek istenen mesajda anlama ve yorumlama olanağı sağlayan içerik oluşturmak ve sadece görme duyusu ile görsel bir dilde iletişim sağlamak oldukça profesyonel bir eylemdir. Bu alan; günlük yaşantımızda sürekli kullandığımız görsel içerikleri anlamlandırma becerisine sahip olmak için toplumu doğrudan etkileyen bir konumdadır.

Yetenekli tasarımcıların eğitimini almak için başvurduğu fakülteler ve yüksek okullar mevcuttur. Görsel iletişim tasarımı alanı, Güzel Sanatlar fakültelerinde ve meslek liselerinde bölüm olarak yer almaktadır. Bu alan grafik, illüstrasyon, fotoğraf gibi birçok alanı içinde kapsayabilir.

2.1.2. Portfolyo

Portfolyo; kişinin bilgi ve becerilerini, mesleki yeterliliğini aktarmasının görsel bir yoludur. Müşteri, işveren ya da tasarımcılara çalışma aşamalarını, bilgi birikimi ve özgeçmişini sunabileceği bir araçtır. Yöntem ve yeteneklerin, yapılan tasarım ve çalışmalarla herhangi bir alanda yansıtıldığı bir aktarma metodu, sunum şekli olarak da algılanabilir.

Portfolyolar içerikleri bakımından genel olarak iki başlıkta sınıflandırılabilirler: Öğrenci portfolyoları ve profesyonel portfolyolar. Bu sınıflandırma hedef kitlenin portfolyoyu hazırlayan kişiden beklentisiyle biçimlenebilir. Öğrenci portfolyosundan, eğitim sürecini temsil eden çalışmalar, sanatçı /tasarımcı adaylığı için öngörü sağlayan bir sunum beklenirken; profesyonel

portfolyolardan kimlik ve üslubu oluşmuş kendi alanı içinde hedefleri belirgin, spesifik becerilerin gösterildiği bir sonuç beklenmektedir (Kara, 2019: 166).

“Portfolyo; tasarımcının tekniğini ve becerisini sergilemek amacıyla düzenlenmiş, onun en iyi çalışmalarını barındıran koleksiyonudur. Portfolyo tasarımındaki temel amaç, işverene tasarımcının çeşitli alanlardaki yeterliğini göstermektir. Portfolyo, tasarımcıyı görsel olarak en iyi şekilde ifade etmek için bir girişimdir. Potansiyel müşteri ve işverenlerin; tasarımcının yeteneklerini, kapasitesini, tarzını, çalışma yöntemini inceleyecekleri ve beklentilerini karşılamaya uygun olup olmadığını anlamaya çalışacakları bir sunum ögesidir (Kaya, 2014: 4).”

Daha genel bir tanım olarak; portfolyo kişinin biyografisi veya özgeçmişini içinde barındıran, belirlediği çalışmaları sergilediği fiziksel bir klasör veya online araçlarla sunum şeklidir.

Portfolyo; tasarımcı, sanatçı ve mimarların yaptıkları işleri tanıtmak ve kendini yansıtmak amacıyla hazırlanan, hedefe göre düzenlenmiş belge topluluğudur. Portfolyo basitçe bir mimar veya tasarımcı olarak yetenek ve ilgilerinizi ortaya çıkaracak şekilde biçimlendirilmiş çalışmalarınızın en iyi parçalarının bir koleksiyonu; bu ilgi ve yeteneklerin profesyonel kariyer ve eğitiminiz boyunca gelişmesidir (Linton, 1996: 21).

Houston Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dekanı Patricia Belton Oliver, öğrencilerine hitaben portfolyo hakkında şunları ifade etmiştir;

“Portfolyonuz ne yalnızca yeteneğinizin ve deneyiminizin bir sunumu, ne de özgeçmişinizin görsel bir açıklamasıdır. Portfolyonuz, bir tasarımcı olarak otoportrenizi sunar; nasıl düşündüğünüzü, hassasiyetlerinizi, tekniğinizi, sunduğunuz tasarım kişiliğinin ne kadar bilincinde olduğunuzu ve çalışmalarınızla izleyiciye ne anlatmaya çalıştığınızı yansıtır. Bir portfolyo, yapım süreciyle kendi konsepti, bütçesi ve programı olan bir tasarım problemi olduğu kadar, nihai haliyle de kendi özgün tasarım felsefenizi aktaran bir mekanizmadır (Oliver, t.y: 3).”

Görsel iletişim tasarımı alanlarında eğitim alırken portfolyonun önemini kavramak ve ne olduğu, nasıl olacağı hakkında bilgi sahibi olmak, gelecek için yapılan iyi planlardan biri olabilir. Bu sebeple eğitim alırken veya iş hayatında yapılan çalışmaların düzenli ve sıralı stoklanması, kişinin kimlik oluşturması, gelişimini gösterebilmesi açısından da önem taşımaktadır. Bir tasarımcının güncel teknoloji karşısında donanımlı ve bilgi sahibi olması, tasarımcının kariyeri için

gerekliliktir. Teknolojiyi çağa uygun ve etkin kullanabilmek portfolyo hazırlarken, tasarımcıyı olumlu yönde etkileyecektir. Eğitim hayatı ve iş alanında edindiği tecrübelerle dayanarak oluşturduğu portfolyonun sunumu, tasarımcının tercihinine bağlı olarak değişim gösterebilir.

2.1.2.1. Özgeçmiş (CV)

Özgeçmiş, bir kişinin, geçmişinde yer alan önemli bilgileri, sahip olduğu yetkinlik ve becerilerini kendi tarzı ve üslubuyla iletmediği bir tür yazılı biyografi ve kimlik bilgilendirme formudur. Özellikle iş başvurularında istenilen bu formlar; kurumlara ön bilgi edinme olanağı sağlayarak, kişilerin hakkında araştırma yapılması için de zaman yaratır. Başvurular çok ise, yalnızca özgeçmişe bakılarak eleme de yapılabilir. Özgeçmişin, kişileri doğru tanıtmayı ve yansıtmayı oldukça önemlidir. Klasik özgeçmiş formunda; tarih, başlık, özgeçmiş metni, doğum ve aile bilgileri, resmi ve özel eğitim bilgileri, askerlik bilgisi, iş deneyimi, uğraşlar, medeni hal ve ad-soyad gibi başlıklar yer alabilmektedir (Kaya, 2010: 1).

Özgeçmiş bir kimsenin yeteneklerini güzel bir sayfa üzerine okunabilir bir yazı ve şık bir kompozisyon ile göstermek için hazırladığı sunumdur. İyi tasarlanmış bir özgeçmiş, hem tasarım hem de içerik açısından doğru niteliklere sahip olmalıdır. Tasarım açısından yetersiz ve içeriği doğru hazırlanmayan bir özgeçmiş formu sanat yönetmeni, müşteri veya kurumlar tarafından değerlendirilmeyebilir (Eisenman, 2008: 47).

Günümüzde imkanlar dahilinde modern tarzda çeşitli tasarımlara sahip özgeçmişler de hazırlanabilmektedir. İnternet sitelerinde hazır şablon ve tasarımları kullanabilirken, teknolojiye ve bilgisayar programlarına hâkim kişiler ise çok daha yaratıcı özgeçmişler oluşturabilmektedir. Dijital ortamda interaktif şekilde hazırlanan özgeçmişler ise, kişileri görsel yönden daha çok etkileyerek akılda kalıcı bir unsur yaratmış olurlar. Hedef kitle ile etkileşime girmek, portfolyoyu öne çıkartma konusunda etkili bir rol oynayabilmektedir.

Portfolyo ve özgeçmiş benzer literatüre sahip olsalar dahi farklı içeriklerden oluşmaktadırlar. Özgeçmiş; kişinin eğitim-öğretim hayatını, okuduğu bölüm ve çalıştığı firmaları, hangi alanda ne kadar beceriye ve deneyime sahip olduğu ve

referanslarına kadar kişisel verilerin sunulduğu statik bir bilgilendirme formudur. Portfolyo ise daha öznel yorumlanabilen, bilgi ve becerilerin çalışmanın bir ürünü olarak basılı veya dijital şekilde sergilenebileceği bir sunum tekniğidir.



Görsel 1: CV (Özgeçmiş) Örneği (Sanal 1, 2022)

2.1.2.2. Portfolyo Kullanım Amaçları ve İçeriği

Portfolyo, kullanıldığı alana göre farklı amaçlara hizmet edebilir. Eğitim ve iş alanında karar verici, biçimlendirici değerlendirme yapmak veya geleneksel yöntemlerle değerlendirmenin zor olduğu alanlarda kişisel gelişim takibini sağlamanın kolay ve etkili bir yolu olarak kullanılmaktadır. Özellikle eğitim alanında öğrenci merkezli öğrenmeyi, öğrencilerin aktif katılımını ve kendini bir birey olarak iyi yansıtmasını, desteklemesini sağlamaktadır. Tasarımcılar açısından kullanım amacı ise; ürünlerin veya çalışmaların düzenli stoklanmasını sağlayarak gelişimi kaydetmek ve müşterileri doğrudan etkileyerek, akılda kalıcı bir izlenim oluşturmaktır. Tasarımcılar ve öğrenciler; logo, amblem, kurumsal kimlik, grafik çalışmalar, fotoğraf, illüstrasyonlar, mimari çizim veya başka türde projeler için basılı veya dijital şekilde portfolyo sunabilmektedir.

Öğrenci portfolyoları; öğrenme becerileri ve uzmanlıkların görselleştirilmesi amacıyla kullanılan etkili yöntemlerden biridir (Fazal & Goldsby, 2001: 607-616). Bu sebeple portfolyolar, kişinin beceri, uzmanlık ve eğitimlerini yansıtmak amaçlı kullanılmaktadır (Di Marco, 2006). Portfolyolar basılı veya dijital olarak kullanılan belgelerdir. Kişisel değerlendirme ve iletişim açısından oldukça önemli olan portfolyolar, tasarımcılar için ise çağın gerekliliği haline gelmiştir. Dijital portfolyolar; geleneksel portfolyoların hiçbir zaman sahip olamayacağı bir güce sahiptir. Rekabet dolu bir sektörde birçok firmaya ve kuruma erişim sağlayan dijital tasarımlar, tasarımcının becerilerini portfolyo aracılığıyla belgelemesi için birçok olanak sunmaktadır. Portfolyolar tasarımcıların eğitim hayatı ve kariyeri boyunca yaşadığı gelişimin kanıtı niteliğini taşımaktadır. Sektörel, nesnel kurallara dayalı olduğu halde öznel bir üretim olan portfolyo tasarımı, mesleki yaratıcılığın, üretkenliğin ve vizyonun gösterilmesini sağlayan belge ve sunumlardır (Sanders,2000: 11-18).

Portfolyolar, öğrenme hedefleri doğrultusunda öğrenmenin ve gelişimin dışı vurumudur. Eğitim, öğretim, iş hayatı ve birçok alanda farklı konular ele alınsa da içeriğin temel esası kişinin kendini yansıtmayı ve çalışmalarıyla gelişimi aktarabilmesi yönündedir. Esneklik ise portfolyo içeriği için önemlidir. Dengeli sınırlılık; uygun ve yaratıcı içerik oluşması için ideal olmalıdır. Tasarımcılar kısıtlayıcı ve daraltılmış bir çevrede yeterli performans gösterememektedir. Sunumlar, makalalar, araştırma projeleri, literatür tarama, video filimler, tasarım modelleri, grafik, reklam, eskiz çizimleri, mimari ve daha birçok alan portfolyo içeriği oluşumuna etkendir.

2.1.3. Kişisel Sunum Teknikleri

Portfolyo bir çeşit kişisel sunum ve aktarım dosyasıdır. Bu sebeple sunum yöntem ve tekniklerinden bahsetmek doğru olacaktır. Portfolyo hazırlığı yapan tasarımcı veya kişinin, hangi sunum tekniğini nasıl kullanacağını bilmesi oldukça önemlidir.

2.1.3.1. Kişisel Sunum

Sunum bir mesajı iletmek amacıyla gerçekleştirilen, sözlü veya görsel bir

iletişim yöntemidir. Etkili bir sunum; yansıtılmak istenen düşüncelerin başarılı bir şekilde aktarılmasını veya ikna edilmek istenen kitlenin başarılı bir şekilde ikna edilmesini sağlar. Bir topluluğun önünde konuşma yapmak, insanlara hitap etmek, görüşlerin ve çalışmaların, dinleyiciye doğru biçimde aktarılmasını sağlamak etkili bir sunum ile mümkündür (Kaya, a.g.e., s. 40).

Özellikle sanat alanında çalışmaların sergilenmesi ve sunum şekli o çalışmanın olumlu veya olumsuz olarak nitelendirilmesinde büyük ölçüde etkilidir. Sunum aşamasında özenle seçilen çalışmalar, belirlenen hedef kitleye uygun bir teknikle aktarılmalıdır. İşler iyi düzenlenmiş, tasarlanmış ve etkili sunum tekniği belirlenmiş olmalıdır. Sunum planı; giriş, gelişme ve sonuç olarak düzenlenmelidir. Amaç ve çalışmanın önemine vurgu yapılarak sonuca varılmalıdır. Kişinin öz geçmişi, deneyimleri ve geçmiş başarıları hakkında bilgi içermeli, kendine özgü, alışılmıştan dışında güçlü bir görüntü ve duruş sergilemelidir (Çakır, 2009: 19).

Kişisel sunum için doğru yöntem ve tekniklerin izlenmesi önemlidir. Kişiyeye göre farklılık gösteren bu yöntemler; yazılı(mektup) tanıtım, referans, portfolyo, slayt sunumları, reklam, broşür, ders ve eğitimler, tasarım, çevre faktörü gibi unsurlardan oluşabilmektedir.

Uzman ve kendine güvenen bir tasarımcının sunum aracı olarak kullanabileceği pek çok teknik olmasına rağmen hepsinin artı ve eksi yönleri vardır. Örneğin; bir slayt gösterisi yeterli sayıda ve çoğunlukta hitap kitlesi bulunduğunda etkili olabilir, bir broşür ya da mektup ise yeterli sayıda basılması ve doğrudan kişilere ulaştırılması halinde bir sonuç verebilir. Doğru tanımlanmış ve zamanında yapılan sunumlar tanınmayı etkiler ancak zamansız ve yanlış planlanması halinde tanınmaktan ziyade sunuma zarar da verebilir (Öz, 2003: 2).

2.1.3.2. Aktif Sunum

Kişi ya da firmanın, aktif olarak kendisi veya bir temsilcisi aracılığıyla olası müşteriye çalışmasını sunmasıdır (Öz, 2003: 2). Sunum yöntemi çalışmanın türüne, hitap kitlesine veya müşteriye, sunum ortam koşullarına ve imkanlarına göre değişkenlik gösterebilmektedir.

Aktif sunum yöntemleri de kendi içinde birçok alt başlıkta incelenebilir.

Doğrudan görüşme, slayt gösterimi, portfolyo sunumu, halkla ilişkiler, reklamcılık, kurgusal ve yarışma tarzı sunumlar, konferanslar bu yöntemler içerisindedir.

2.1.3.3. Pasif Sunum

Kişi ya da firmanın, hakkındaki bilgi ve dokümanları müşteriye göndermesi, ile gerçekleşen bir sunum şeklidir. Pasif sunumun birden fazla çeşidi bulunmaktadır. Referans, mektup, promosyon broşürleri veya tanıtıma yönelik nesnelere, video sunumları bunlara verilebilecek örnekler arasında yer alabilmektedir.

Kişisel tanıtımda, pasif sunum örneği olarak özel gün kartları, kişisel tanıtım objesi olarak da kitap ayraçları sıkça kullanılan yöntemlerdir. Günümüzde çok daha fazla alternatifle karşımıza çıkan bu yöntem kişi veya firmalara karşı algımızı etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır (Öz, a.g.e., ss. 13-14).

2.2. Basılı Portfolyolar

Portfolyo ve CV hazırlamanın birden fazla yolu ve türü vardır. İhtiyaç duyulan ve koşullara göre uyarlanabilecek çeşitleri birçok insan ve alan için avantaj sağlamaktadır. Kamu kuruluşları veya özel sektör gibi alanlarda kişi kendine ve kurumuna uygun olanı seçerek bir özgeçmiş hazırlayabilir. Tasarım alanları ise günümüz rekabet ortamında seçici ve özenli olmalıdır. Basılı, dijital veya sanal ortama uygun içerikler oluşturma konusunda güncel fikirlere sahip olmalıdır. Basılı portfolyolar; çeşitli kağıt vb. materyaller üzerine, farklı baskı teknikleriyle işlenebilen, boyut seçenekleri olan içeriklerdir. Baskı teknikleri kendi içinde farklı sınıflara ayrılmaktadır. Çok sayıda basılacak ürünler için tip, ofset gibi teknikler kullanılırken, günümüzde yaygın olarak ekonomik, hızlı erişimi olan dijital baskı yönteminden faydalanılmaktadır. Dijital portfolyolar ise kağıt üzerinde başlayan tasarımları veya dijital çizim vb. içerikleri bilgisayar aracılığı ile yansıtılabilmenin teknolojiye bağlı yoludur.

Basılı portfolyonun yaratacağı etki dokunarak hissedilebilir olmasından kaynaklı olumlu ve güvenilir bir algı oluşturabilmektedir. İyi tasarlanmış ve düzenlenmiş bir çalışmada kullanılan kâğıt, çeşitli dokusal alanlar ve diğer üretim yöntemleri portfolyoyu etkileyici kılmaktadır. Basılı portfolyolar, geçmişten günümüze tasarımcılar tarafından sıkça tercih edilen sunum teknikleridir. Basılı

çalışmaları taşıma ve sunmak için kullanılan araçlar ise farklı form ve şekillerde üretilebilmektedir. En sık kullanılan çeşitleri kitaplar, klasörler ve çantalar olmuştur.

Basılı portfolyolar; tasarlayanın çalışmalarını kolaylıkla aktardığı, hayal gücünü sergilediği ve farklı boyut, dokularda ele alabileceği somut bir uygulama tekniğidir. Tasarımcı çalışmalarını kâğıt üzerine dökerek, elle tutulabilir ve incelenmesi ve etkilemesi kolay bir sunum elde edebilir. Her alanda olduğu gibi kullanışlı yönlerinin yanı sıra olumsuz yönleri de bulunmaktadır.

Etkili bir sunum için ve görüşmede kullanılacak materyal dokusunu aktarabilmek adına, basılı portfolyolar uygun ve kullanışlı olabilir. Basılı portfolyoların oluşturulması baskı, kâğıt, mizanpaja yönelik bilgi ve çaba gerektirirken, güncellenmesi ve ekonomik yönden pahalı olması dezavantaj da oluşturabilir (Yum, 2021: 32).

Sanat ve tasarım faktörleri portfolyo oluşturma aşamalarında özgünlük ve yaratıcılık beklentisini yükseltebilmektedir. Bu sebeple tasarım alanı mezunu olan ve bu işi yapan tüm bölümler çalışmalarını sunmak ve fark yaratmak için, yüksek performans ürünleri ortaya koymak durumunda kalabilir. Farklı boyut ve dokular, tipografi, renk, tasarım ve program kullanımı gibi teknik boyutları iyi kullanarak hayal gücü ve yeteneklerini sergilemek için öznel ve seçici olmak durumunda kalabilmektedirler.

Tasarım alanı portfolyolarının standart özgeçmiş ve portfolyolardan farkı, renkli içerikleri, elde yapılan uygulamaları, basılı veya dijital sunumları ile özgün içeriklere sahip olmasıdır. Tasarım alanlarında kullanılan portfolyolar da mesleki ayrıcalıklar dahilinde değişkenlik gösterebilir. Dijital portfolyolar özellikle tasarımcı ve mimarlar tarafından kullanılan online, web sitelerinde sunulan hareketli tasarımlardan oluşmaktadır.

Dijital portfolyolar basılı olanlara göre daha fazla kişiye ulaşabilme olanağı sunmaktadır. Teknoloji ile beraber olanakların genişlemesi, çeşitli pratik uygulamaların bulunması ve yaygın kullanılan internet sonucunda dijital portfolyolar daha fazla kişiye ulaştırılmaktadır. Taşınabilir iletişim araçları (tablet, telefon vs.) ve ekonomik, işlevsel yönleri ile dijital portfolyolara yönelim artmaktadır.

Basılı alanlarda statik konumda kullanılan kitap, dosya, çanta gibi portfolyolar, dijital ortamda oluşturulan dinamik, interaktif yollarla yansıtılabilmektedir.

“Portfolyo, tasarımla ilgili eğitim alınan anabilim dalından bağımsız olarak hazırlanan bir belgedir. Mimarlık ve tasarım alanlarıyla ilgili diploma sahibi tasarımcıların tercih ettikleri portfolyolar, farklı uygulamaların bir arada kullanılması sonucunda oluşturulan kitap, broşür veya dijital dosya formatında olabilmektedir. Ağırlıklı olarak grafik tasarım ile endüstriyel tasarım ürünü olarak kabul edilen portfolyolar, mimarlık, iç mimarlık, plastik sanatlar, görsel iletişim tasarımı, moda tasarımı, tekstil tasarımı, çevre tasarımı, peyzaj tasarımı ve şehir bölge planlama öğrenci ve mezunları tarafından kullanılmaktadır. Tasarımla ilgili meslek gruplarına uygun biçimlerde ve farklı teknikler kullanılarak geliştirilen portfolyolarda, mesleki kurallar çerçevesinde kurgulanan içeriğin yanı sıra kişiselleştirme tercihleri, portfolyonun iletişimsel çizgisini belirleyen nitelikler arasındadır (Yum, 2021: 39).”

2.2.1. Kitap Portfolyo

Kitap portfolyolar; basılı ve incelenmesi kolay olmakla birlikte, etkileyici bir sunum tekniğidir. Oluşturulurken belirli program ve baskı bilgisi gerektirebilmektedir. Tasarım alanı ve birçok farklı sektörde sıkça kullanılan bir iletişim aracıdır.

Ciltleme türü, kâğıt kalitesi ve ebatları kitap portfolyolar için seçenek sunmaktadır. Spirallerle birleştirme veya vidayla tutturulan sayfalar kitabın tasarımını ve işlevini etkileyebilir. Mükemmel görünüm için zarif ve pürüzsüz bir sonuç elde edilmelidir. Spiral, tarak, halka ve dikişli tutturma teknikleri kullanılmaktadır. Ekonomik ve güncelleme açısından kullanışlı bir yöntem değildir.

Kitap portfolyo tasarımı; kapak, ciltleme ve basım aşamasının yanı sıra içeriği ve akıcılığı ile de iyi sergilenmelidir. Her sayfa kendi içinde değerlendirilmekle beraber iki sayfaya yansıyan tasarım öğeleri parça-bütün ilişkisini korumalıdır. Kapağın görsel algıyı etkileyen yönü, özel tasarım gerektirebilir. Sayfaların sade ve tipografinin anlaşılır olması, etkili görseller ve yeterli bir biyografi portfolyoyu olumlu yönde etkileyebilmektedir (Çakır, 2009: 28).

Geleneksel dosya portfolyolar hazırlamak yerine, tasarımcılar daha etkili ve sık bir sunum için deneyimlerini bütün olarak birleştirmeye çalıştıkları tek baskılı

kitaplar hazırlamaktadırlar. Proje ve materyalleri, tipografi eskizlerini, amaçlarını ve hedeflerini açıklayarak, tematik veya biyografik bir düzen halinde birleştirip düzenlemektedirler. Geleneksel tasarım portfolyoları bir sonraki göreve hazır bir tasarımcı mesajı verirken, kitap portfolyo yaklaşımı oldukça etkileyici ve sofistike görünebilir. Özenli hazırlanmış ve tasarlanmış kitap portfolyo, tasarımcıları standart problemleri çözmek için tasarım işi arayandan çok bir sanatçı gibi gözükmelerini sağlamaktadır (Eisenman, 2008:18).

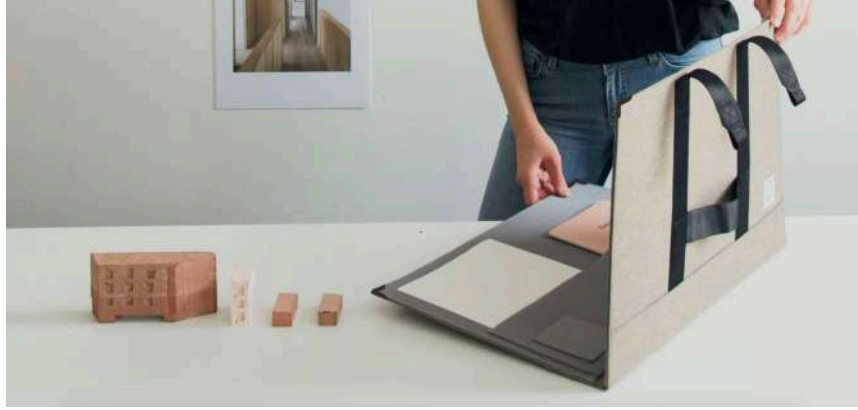


Görsel 2: *Kitap Portfolyo Örneği (Sanal 2, 2022)*

2.2.2. Çanta Portfolyo

Büyük ebatta çalışmalar için tercih edilen çanta portfolyo, küçük boyuta indirgenmesinde etkisi kaybolan çalışmalar için ideal yapıya sahiptir. Deri, kumaş, kauçuk, plastik, keçe, alüminyum vs. gibi birçok materyalden oluşabilir. Görsel sanatlar alanında kullanılan “bazuka” olarak da bilinen taşıma tüpleri de çanta portfolyo taşıma ürünü olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Bir kutu içerisinde sunulacak portfolyolar kutunun boyutuna ve işlevine uygun şekilde tasarlanmalı ve özenli, dengeli şekilde yerleştirilmelidir. Bu yöntemle oluşturulacak portfolyo sunumlarının “müşteri veya mülakatın gereksinimleri doğrultusunda düzenlenebilme avantajı” sunduğunu ve bu sayede her iki tarafın ihtiyaçlarına göre esneklik ve değişkenlik gösterebileceğini ifade etmiştir (Ambrose & Harris, 2012: 146).



Görsel 3: Çanta Portfolyo Örneği (Sanal 3, 2022)

2.2.3. Dosya/Klasör Portfolyo

Dosya portfolyolar pratik ve ekonomiktir. Portfolyo sunumu için kapak ve içerik kısımları sayfa numaralarına göre uygun baskı alındıktan sonra içerisine poşet dosya veya tel zımbalama yöntemi ile yerleştirilmektedir. Taşınması ve kullanımı kolay dosya portfolyolar genellikle öğrenciler tarafından tercih edilmektedir.

Farklı boyutlarda ve tasarımlarda dosyalar olmakla beraber genellikle; plastik, kâğıt gibi materyalden üretilmektedir. İçerisine broşür, asetatlar, yayımlar, krokiler, grafikler yerleştirilirken kapak kısmının özenli seçilmesine dikkat edilmelidir. Klasör portfolyolarda 10-12 bölüm ideal olabilir. 20'den fazla bölüm sıkıcı ve gereğinden fazla içerik olarak algılanabilmektedir. Portfolyo içeriğinin sade, yalın, görsel ve estetik açıdan iyi tasarlanmış olması, etkili bir sunum için gereklidir (Çakır, 2009: 27).

Çanta ve dosya şeklinde hazırlanan portfolyo sunumları pratik olmaması ve güncelleme zorluğu yanında ekonomik görülmemektedir. Aynı zamanda tasarımı estetik algıdan uzaklaştırmasından dolayı fazla tercih edilen yöntemler değildir. Klasik yöntemler olarak sunumlar için halen kullanılmakta olan bu yöntemler, günümüzde teknoloji ve internetin sunduğu olanaklar yanında zayıf kalmaktadır.



Görsel 4: Klasör Portfolyo Örneği (Sanal 4, 2022)

2.3. Dijital Portfolyolar

Günümüzde tasarımcıların, özgün şekilde çalışmalarını sergiledikleri ekonomik, kullanışlı ve etkili dijital portfolyolar, teknoloji çağının gerekliliği haline gelmektedir. Tasarımcıların ve öğrencilerin çalışmalarını veya ürünlerini sergilemek için, basılı sunumların dışına çıkarak dinamik ve interaktif düzenlemelerle dikkat çekici unsurlara dönüştürebildikleri alanlardır. Kişisel web siteleri portfolyo şeklinde tasarımlarla ilgi çekici ve kolay erişilir hale getirilebilmektedir. Hareketli görseller oluşturmak, video içerikler hazırlamak ve çalışmalara boyut kazandırmak dijital portfolyolarla mümkün olabilmektedir. Müşteri ve meraklılarına albenisi yüksek, sıradışı sunumlar yansıtmamanın bir aracı olan dijital portfolyo, internet erişimi olan herkes için ulaşılabilir konumdadır. Basılı portfolyoların aksine yüksek oranda hedef kitleye ulaşmayı sağlayan konforlu ve yaratıcı bir sunum tekniğidir.

“Eskiden bir portfolyo, durağan bir çalışma koleksiyonundan başka bir şey değildi. Bir düzine kadar kopya basıp bunları şirketlere gönderirdiniz. O zamanlar için mantıklı olabilir. Günümüzde, portfolyonuz bir iş kolundan daha fazlası olmalıdır. Web’in erişilebilirliği ve boyutu size büyük bir fırsat sunuyor. İçeriğinizi milyarlarca kişiye aktarmanızı sağlar. Potansiyel hedef kitleniz çok büyüktür. Web’i kullanarak portfolyonuzu insanları çekmek için bir platform olarak kullanabilirsiniz. Kariyerinizi artırabilecek insanları çekebilirsiniz” (Broeck 2015).

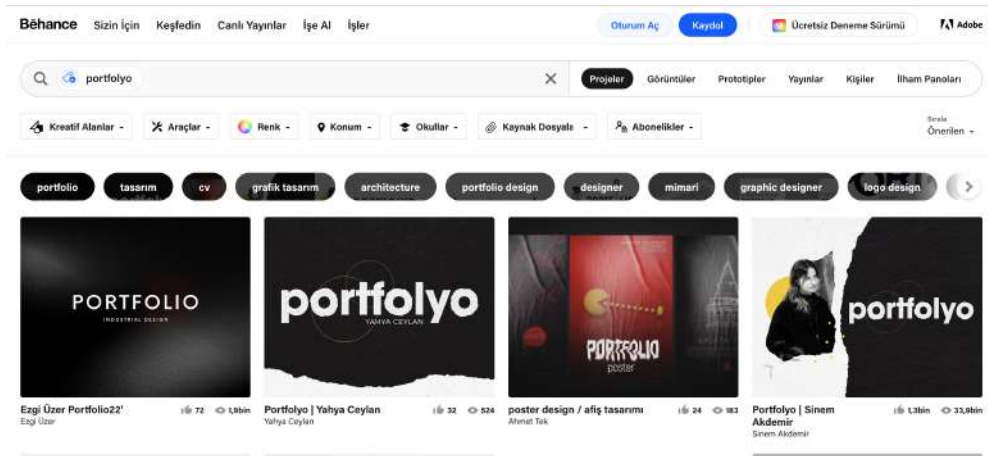
Tasarımcının sadece kendisine ait bir web sitesi üzerinden sergilediği portfolyo tasarımlarına kişisel online portfolyo denmektedir. Tasarlanan kişisel online sitenin; sunucu (server) ve alan adı (domain) problemleri, tasarlanması, hayata

geçirilmesi ve takibi tasarımcıya aittir. Özgün olduğu için sosyal portfolyo sitelerine göre avantajlıdır. Tasarımcı, tüm görsel içerik ve işlevi kendi isteği doğrultusunda şekillendirebilmektedir. Kurulum ve takibi profesyonel bilgi gerektirmekle beraber, aylık alan adı ve ücretleri mevcuttur. Sosyal portfolyo sitelerine göre daha kişisel ve yaratıcı bir sunum sağlayabilmektedir (Kaya, 2014: 10).

California Devlet Üniversitesi'nden etkileşimli Teknoloji Uzmanı Dr. John Ittelson dijital ortamdaki portfolyoları şöyle değerlendiriyor:

“Günümüzde sınırlama sadece teknoloji değil; dijital portfolyoların yapımı ve incelenmesi de oldukça zor. Ancak, tasarımcı ve sanatçıların yaratıcılıklarını dijital ortamın yeni araçları olumlu etkilemektedir. Dijital ortama alışık olmayan izleyiciler için etkileşimli dijital fotoğraflar, video ve yazılar, çok ilgi çekici ve mükemmel görünebilmektedir. Sadece tasarımcılar ve sanatçılar dijital ortamdaki çalışmayı objektif değerlendirebilmektedir (Çakar, 2009: 34).”

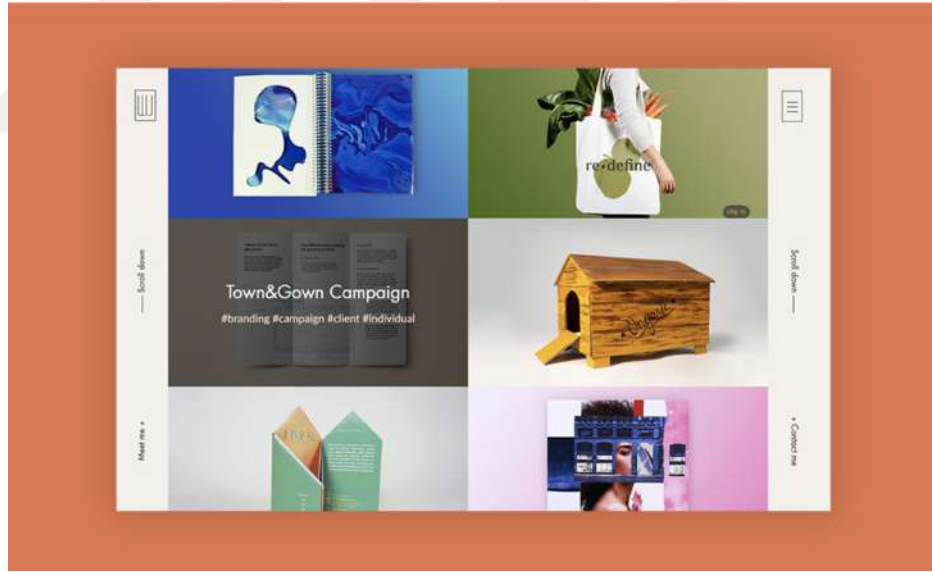
Dijital ortamlarda portfolyo sergilemek için birçok sosyal portfolyo sitesi mevcuttur. Bu alanlarda portfolyoları paylaşmak ve sunmak ‘kişisel online’ bir site oluşturmaktan daha az zahmetlidir. Çalışma alanlarına göre sınıflandırma yapan ve hazır temalar, özgün sayfa tasarımları gibi seçenekler sunan online platformlar tasarımcılar için kolaylık sağlamaktadır. Yaygın kullanılan; behance, linkedln, dribbble gibi web sayfaları çalışma ve portfolyoların sergilendiği platformlara örnek teşkil etmektedir.



Görsel 5: Behance Ana Sayfa Görseli (Sanal 5, 2022)

Dijital ortamda portfolyo hazırlamak için belirli bir alt yapıya sahip olmakla birlikte, iyi bir bilgisayar kullanıcısı, meraklı bir araştırmacı ve görsel yönden estetik bir algıya sahip olmak gerekebilir. Hali hazırda bulunan çalışmalar düzenli depolandığı ve doğru programlar kullanılarak aktarılmaya çalışıldığı sürece dijital portfolyolar hayli kullanışlı ve modern bir iletişim sağlamaktadırlar.

Dijital portfolyoları kendi içinde sınıflandırıldığında; statik(durağan), dinamik(hareketli), interaktif(etkileşimli) olarak üç guruba ayırmak mümkündür. Tasarımcı çalışmalarını, alanına ve hedef kitlesine göre sergileyeceği bir sunum tekniği seçmelidir. Dijital olarak sunulan portfolyolar, kullanıcıya yönelik özellikler belirlenerek interaktif, hareketli görüntü ve videolarla dinamik, sadece görsel ve tipografi unsurları kullanılarak statik konumda tercih edilebilmektedir.



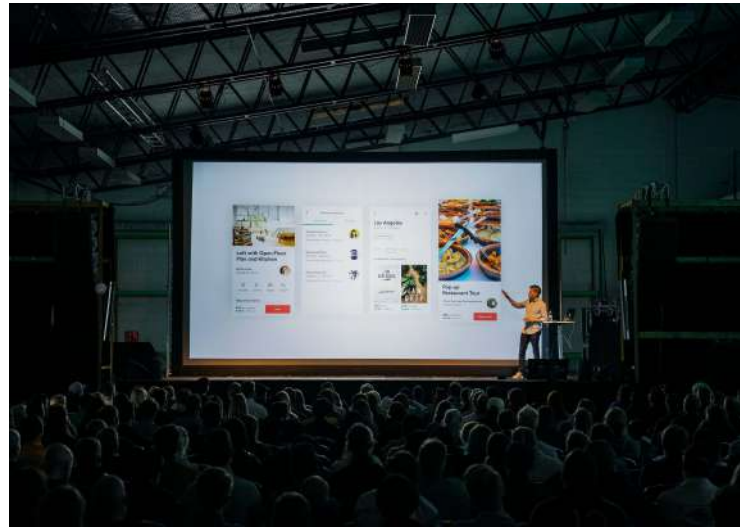
Görsel 6: *Dijital Portfolyo Örneği (Sanal 6, 2022)*

2.3.1. Slayt Portfolyo

Slayt portfolyo, fotoğrafların, metinlerin yani içeriğin belirli bir düzen içinde dijital ortamda hazırlanarak, sunumun slayt gösterim makinası (projeksiyon) ile karanlık bir ortamda beyaz perdeye aktarılması sayesinde gerçekleşen bir gösterim şeklidir. Hedef kitlesi çok olan; kalabalık gruplar, konferanslar ve toplantılarda

kolaylık sağlayabilir. Dijital ortamda hazırlanan portfolyoların büyük ebatlarda olması ve algının sadece perdeye odaklanması açısından olumlu etkiler oluşturabilmektedir. Her sunumun, artı ve eksi yönleri bulunmaktadır. Slayt sunumunun olumsuz yönü ise; karanlık ortamda yapılması durumunda seyircilerin not alma gibi eylemlerde zorluk yaşaması, sunucunun toplum içinde konuşurken zorlanması gibi yönleri olabilir. (Çakır, 2009: 34).

Slayt portfolyo, hazırlanan içeriğin kalabalık kitlelere aktarımını sağlayan bir tür sunum aracıdır. Bilgisayar ortamında ‘powerpoint’ gibi programlarla proje, portfolyo veya başka amaçla hazırlanan içeriğin görsel ve tipografi düzenlemeleri oluşturulur. Uygun formatta kaydedilen çalışma; taşınabilir bellek veya bilgisayar aracılığı ile projeksiyon makinasına aktarılarak sunumu gerçekleştirilmektedir. Profesyonel bir sunum için, kalabalık kitleye hitap edecek kişi bunu daha öncesinde prova ve tekrar etmelidir. Algının dağılmaması ve izleyicilerin dikkatini çekmek adına ses tonu ve beden dili iyi kullanılmalıdır. Projeksiyona yansıyan portfolyonun akışı daha önceden gözden geçirilmeli ve akıcı, özetleyici bir sunum sağlanmalıdır.



Görsel 7: Slayt Portfolyo Örneği (Sanal 7, 2022)

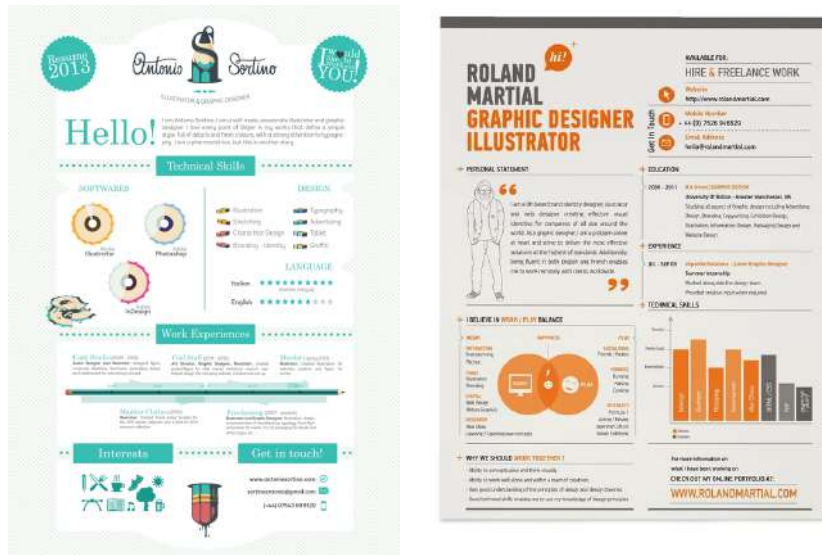
2.3.2. Statik Portfolyolar

Statik kelime anlamı olarak “durağan” demektir. Portfolyoda statik tasarım; genel yapısı değişkenlik göstermeyen, görsel ve tipografi unsurları ile hazırlanmış

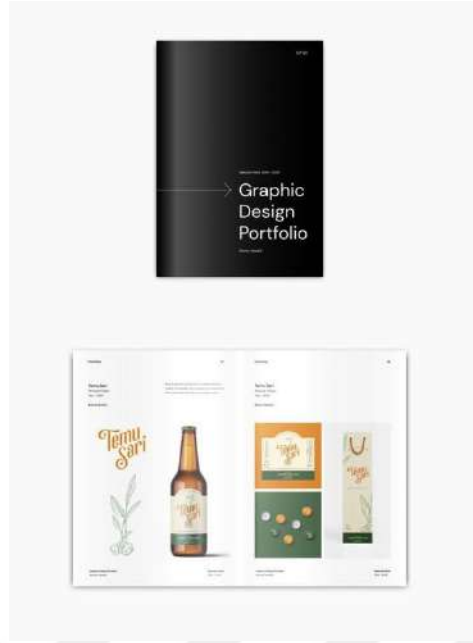
durağan, veya basılı halde sunulmuş içeriklerdir. Basılı olarak hazırlanan portfolyoların üzerinde ekleme çıkarma gibi işlemlerin uygulaması zaman alabilmektedir. Dijital ortam da portfolyo tasarımı ise güncelleme açısından daha kullanışlıdır. Günümüz teknolojisiyle basılı halde bulunan portfolyolar, tarama yöntemi vs. gibi araçlar yardımıyla dijital ortama aktarılabilmektedir. Dijital ortamda oluşturulan her içerik dinamik veya interaktif değildir.

Statik portfolyolarda en yaygın kullanılan tür kitap portfolyolardır. Görseller ve tipografi öğeleri ile tasarlanan basılı öğrenci dosyaları, iş başvurularında kullanılan özgeçmiş formları, mimarlar ve tasarımcıların sunduğu bazı eskiz çalışmaları da statik konumdadır.

Grafik tasarımcıların portfolyo içeriklerinde kullandığı amblem ve logolar için Uzuntaş ve Yazar şu şekilde aktarımda bulunmuştur; Baskı yöntemlerindeki gelişmeler sayesinde statik logo kavramına yansıyan renk, doku, saydamlık, ışık, üç boyut, hareket efekti, fotografik görüntüler ya da parçalardan oluşan yapılar gibi biçime yansıyan yeni anlatım yönleri bulunmaktadır (Uzuntaş & Yazar, 2017: 102-103).



Görsel 8: Statik Portfolyo / Özgeçmiş İnfografik (Sanal 8, 2022)



Görsel 9: Statik Portfolyo İçeriği (Sanal 9, 2022)

2.3.3. Dinamik Portfolyolar

TDK'ye göre dinamiğin kelime anlamı; canlı, etkin ve hareketli demektir. Portfolyo üzerinden değerlendirildiğinde dinamik portfolyo; dijital ortamda hareketli görüntü ve video içerikleri sunan, kullanıcı ile sayfa geçişi özelliği dışında etkileşimde bulunmayan sunumlardır. Dinamik portfolyo içerikleri, link uzantıları ve aktif yönlendirme butonlara sahip değildir.

Portfolyo; tasarımcının çalışmalarını sunabilmesi ve yeteneğini sergileyebilmesi açısından etkili bir ölçektir. Fakat dijital/online araçların gelişmesi portfolyoların erişilebilirliği konusunda önemli bir yere sahip olmuştur. Modern çağın gerekliliği olan güncel ve etkili iletişim için tasarımcılar artık portfolyolarını elektronik ortama taşımaktadır. Dijital medyanın sunduğu esneklik ve çoklu ortam kapasitesi sayesinde tasarımcılar; metin, çizim, fotoğraf, animasyon, video ve ses gibi ürünleri sunabilme ve etkileşimli olarak kullanabilme fırsatına sahip olmuşlardır. Böylece tasarımcıya iç dünyasını daha özgün, daha bütün ve çok daha zengin bir tarzda yansıtabileceği portfolyolar hazırlama olanağı doğmuştur (Kaya, 2014: 8).

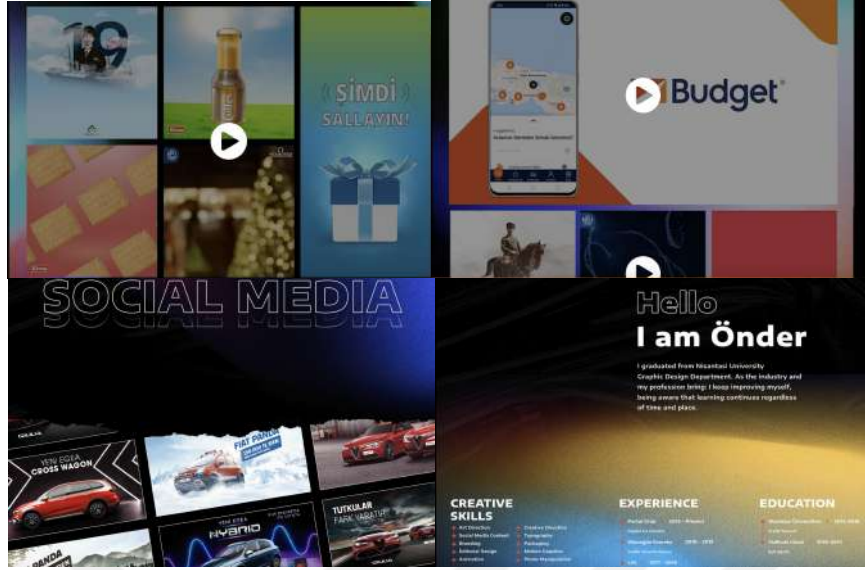
Dijital ortamda dinamik görseller ve animasyonlar portfolyo tasarımını ve içeriğini olumlu yönde etkilemektedir. Statik konumda bir portfolyodan çok daha

fazla albeniye sahip dinamik portfolyolar, içerik konusunda hareketli görseller sayesinde oldukça dikkat çekmektedir. Dijital ortamın ekle-çıkartma özelliği dinamik portfolyo olgusunu daha kullanışlı hale getirebilmektedir. ‘Ergüven’ bir tasarımcının portfolyo içeriğini oluşturabilecek logolar konusunda dinamik vurgudan şöyle bahsetmiş;

“Dinamik logolar statik logoların ötesinde değişebilen ve farklı biçimlerde kullanılabilen görsel temsil araçlarıdır. Bir başka deyişle dinamik logolar belirli bir düzen içinde birden fazla biçimi, rengi, ya da deseni olan logolardır. Dinamik logolar bir kurumun, ürünün veya hizmetin birden fazla logo ile temsil edilebilmesini sağlayabilmektedir. Böylece statik bir logo yerine durmadan yenilenen logolarla, yaşayan bir temsil sistemi meydana gelmektedir. Statik logolarda yer alan önermeler sabit özellikler gösterirken, dinamik logolar birbirinden farklı önermeler sunabilir. Bunun nedeni dinamik logoların temsil ettiği temel kavramın “değişim ve yenilik” olmasıdır (Ergüven, 2012: 16).”

Portfolyo tasarımında dinamik algısını kavrayabilmek için, dijital ortamdan faydalanmak gereklidir. Sosyal platformlarda sergilenen portfolyo tasarımları, izleyiciye video içerikleri, hareketli görseller sunarak dinamik alt yapısına sahip izlenceler oluşturabilmektedir. Dijital çağın yeni gerekliliklerinden olan dinamik algı birçok alanda aktif olarak kullanılmaktadır. Farklı olmak, ayrışmak adına hareketli görseller kullanarak kendini ifade etmek günümüzde popüler bir arayış olmuştur. Dinamik özelliklere sahip portfolyo tasarımları hareketli ve canlı bir kimlik imajı da oluşturabilmektedir.

Görsel 10’da tasarımcı ‘Önder Başoğlu’ statik konumdaki özgeçmişini, sonrasında video içerikleri ve sayfa yönlendirmeleri ile devam ettirmiştir. İzleyici portfolyoyu incelerken aktif değildir. İçeriğe müdahale edemediğimiz, hareketli görsellerin aktif yönlendirmelere sahip olmadığı portfolyo sunumunun dinamik olduğu söylenebilir.



Görsel 10: Dinamik Portfolyo İçeriği (Sanal 10, 2022)

2.3.4. İnteraktif Portfolyolar

TDK'ye göre interaktif kelime anlamı olarak 'etkileşimli' demektir. Portfolyo tasarımında interaktif eylem görmek için, bazı tasarımcıların kişisel web sitelerini veya sosyal platformlarda paylaşılan örnekleri incelemek mümkündür. Tasarımcı, seçmiş olduğu çalışmaları interaktif şekilde sergilemek için, dijital ortamda hazır bulunan şablonlardan veya bilgisayar programlarından yararlanabilmektedir.

İnteraktif portfolyo paylaşımları, dijital ortamda ve web sitelerinde sıkça kullanılmaktadır. Yönlendirme yapan ve izleyiciye müdahale etme olanağı sunan portfolyolar interaktif olarak kabul edilmektedir.

Tasarım sektörünün iletişim odaklı doğası gereği yaratıcı portfolyolar, çevrimiçi platformlarda yayınlanmaları sonucunda kalabalık kitlelere ulaşmaktadır. Günümüzde kolay erişilebilen web siteleri birçok tasarımcıya farklı proje ve içerik üretimi konusunda yarar sağlamakla beraber sunum tekniği açısından fark yaratma olanağı da tanımaktadır.

PDF, interaktif veya web portfolyolarının aynı anda birden fazla kişi tarafından görüntülenebilmesi, adayın firmalara erişimini kolaylaştırmaktadır (Greenberg, 2004: 28-37).

“Etkileşimlilik (interaktivite) üç farklı şekilde gerçekleşir: “kullanıcıdan-kullanıcıya”, “kullanıcıdan-sisteme” ve “kullanıcıdan-dokümana.” Kullanıcıdan- kullanıcıya olan etkileşim bilgisayar üzerinden elektronik olarak gerçekleşen etkileşim türüdür. Burada etkileşimin kontrolü her iki taraftadır ve genelde eşit şartlarda gerçekleşir (Jones, 2003: 243).”

İnteraktif kavramını, birleşik medya türlerinden ayıran özellik; etkileşim yolu ile kullanıcıya kontrol imkânı vermesidir. Kullanıcı medyayı istediği gibi yönlendirerek, bilgi akışı üzerinde değişiklik yapabilmektedir. Ama bu kontrol her zaman çoklu ortam (multimedya) tasarlayıcısı tarafından konulan ölçüt ve sınırlılıklar dâhilinde oluşur. Bu ölçüt ve sınırlılıklar medya üretiminin yapıldığı bilgisayar programına kodlanmış olan olasılıklar sayesinde konulmaktadır (Chapman, 2004: 15).



Görsel 11: İnteraktif web sitesi (Sanal 11, 2022)

Sanatçı Marvan Ramadan; ‘markalaştırma, paketleme, mizanpaj tasarımı, kullanıcı arayüzü tasarımı gibi alanlarda uzun süredir aktif olduğunu belirtmiştir. Görsel 11’deki portfolyosu; kategorize ettiği çalışmalarında yer alan tipografi öğelerini, buton olarak aktivelediği interaktif içerikten oluşmaktadır. Kişisel logo kullanımı, biyografisi ve sosyal medya yönlendirmeleri mevcuttur.

2.3.5 e-Portfolyo

e-Portfolyo yani elektronik portfolyo; tasarımcıların iş sahasında, çalışmalarını yer, mekan gözetmeksizin paylaşabildiği ortamdır. Sanal ortamlar portfolyo açısından zengin olanaklara sahip ve erişilebilirlik yönünden kullanışlıdır.

Günümüz teknolojisinde yaygın kullanılan e-portfolyolar özellikle iş başvuruları ve öğrenci dosyaları değerlendiren, inceleyen kişiye stok ve konumlandırma açısından oldukça kolaylık sağlamaktadır. Basılı portfolyolara göre ekonomik ve güncel bir teknolojidir. Çalışmaların veya dosyaların saklanması ve kaydedilmesi açısından ise güvenilirdir.

Elektronik portfolyolar sunum olanaklarının medya ayağını oluşturur. İşitsel-görsel dosyaları, grafikleri, dış kaynaklı referansları, fotoğrafları ve portfolyolara çeşitlilik ve ilgi çekicilik sağlayan dijital çalışmaların kullanımını sağlar. Organize edilen ve hızlı bir şekilde içerikleri kaydedilebilen e-portfolyonun ilerlemesi, bir önceki haline geri dönmesi ya da farklı bileşenlerinin yeniden gözden geçirilmesi elektronik portfolyoların önemli bir avantajıdır (Özyenginer, 2006: 9).

Elektronik portfolyoların, geleneksel portfolyolara göre depolama, taşınabilme, aktarılma gibi avantajları vardır. e-portfolyo eğitim alanında her yerde kullanılmakla beraber, kullanıcılara yönelik gelişmeler her geçen gün değişkenlik göstermektedir. e-portfolyolar, kullanım amacına göre dönüştürülebilir ve yeniden oluşturulması mümkündür (Ittleison, 2001).

“Kâğıda basılı statik bir portfolyonun aksine, elektronik portfolyolar; verinin depolanmasına, istenildiği vakit ulaşılmasına, güncellenmesine ve gerektiğinde çeşitli elektronik ya da fiziksel biçimlerde eleştirilmelere sunulabilmesine olanak tanımaktadır. Elektronik portfolyolar çeşitli formlar alabilir ancak özünde öğrencilerin hem temel kişisel başarılarını hem de daha geniş çaplı akademik başarılarının belgelerini rahatça saklayabilmelerine ve güncelleyebilmelerine imkân veren bir sistemdir. Elektronik portfolyolar kâğıt portfolyolardaki gibi aynı tip bilgileri içerir fakat bilgi elektronik olarak toplanır, depolanır ve yönetilir (Lambert, 2007).”

2.4. Portfolyo Tasarımında Kullanılan Genel Programlar

2.4.1. Adobe Photoshop

Tasarımcı ve grafikerlerin, çalışmalarında veya fotoğraf düzenlemelerinde sıklıkla kullandığı program oldukça kullanışlı ve popülerdir. Photoshop, bitmap resimlerle yani piksel olarak adlandırılan birçok küçük kareden oluşan sürekli tonlu resimlerle ve ayrıca vektör grafiklerle de çalışılabilmektedir. Photoshop temelde bir fotoğraf işleme programıdır.

Photoshop ile yapılabilen işlemler şu şekildedir:

- Özgün desenler oluşturulabilmektedir.
- Bir fotoğraf taranarak bilgisayara aktarılabilir ve işlenebilmektedir.
- Bir dia taranarak bilgisayara aktarılabilir ve işlenebilmektedir.
- Bir negatif taranarak bilgisayara aktarılabilir ve işlenebilmektedir.
- Bir video görüntüsü yakalanabilir ve işlenebilmektedir.
- Sayısallaştırılmış resimler bilgisayara aktarılıp işlenebilmektedir (Gürkan, 2006: 3).

2.4.2. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator programı, hem grafik hem de metin içeren karmaşık çizimler oluşturmada kullanılır. Metin ve grafikleri işlemek için hızlı, güçlü yöntemler sağlamaktadır ancak bu özellikler bir boşlukta gelişmemiştir. Sözcükleri ve grafikleri işlemek için bir araç olarak mikrobilgisayarın devam eden gelişiminin doğal bir sonucudur. Bu imkanlar, eskiden çok daha maliyetli ve karmaşık ekipman gerektirmesine karşılık; günümüzde tipografi, grafik, broşür, haber bülteni, kitap ve dergi gibi belgelerin oluşturulmasını mümkün kılmaktadır (Holzgang, 1998: 13).

Illustrator'ın çizim araçları; tasarımlarda rengi, metni ve resmi kontrol etmenin birçok yolundan yararlanmaya olanak tanımaktadır. Illustrator, yaratıcı fikirlerin ifade edilmesini ve sunumla denemeler yapılmasına imkan tanımaktadır. Adobe'nin birçok programıyla sıkı şekilde entegre edilmiştir (Smith, 2010: 1).

2.4.3. Adobe Indesign

Profesyonel yayıncılığın geleceği ve yoğun grafikli belgeler oluşturma çözümüne sahip olan Adobe Indesign, hassasiyet, kontrol, sorunsuz entegrasyona sahip son derece yetenekli bir tasarım ve üretim aracıdır. Gerek duyulduğunda Adobe yazılımlarını kullanarak InDesign'ın hemen her bölümünü geliştirip, özelleştirilebilmektedir. InDesign, yüksek hacimli renkli baskı makinelerinde profesyonel kalitede, tam renkli çıktılar üretebilmektedir. Ayrıca masaüstü yazıcılar,

PDF dosyaları ve HTML dosyaları gibi çok çeşitli çıktı cihazlarını ve formatlarını destekleyen bir sisteme sahiptir (Adobe Systems, 1999: 1).

Genelde dergi, gazete ve kitap tasarım süreçlerinde, mizanpaj düzenlemelerinde aktif kullanılmaktadır. İçeriği kullanışlı olmakla beraber Adobe programlarıyla etkileşimli kullanılabilir.

2.4.4. Adobe After Effects

Adobe After Effects, dijital video için güçlü özel efektler ve 2D animasyon yazılımıdır. Ticari video ve sinema filmi post prodüksiyonundan CD-ROM başlığı geliştirmeye kadar birçok alanda kullanılmaktadır. Adobe After Effects, dinamik tasarımlar oluşturmak için ihtiyaç duyulan araç ve menü yapısına sahiptir. Birden çok katmanı birleştirebilir, sınırsız sayıda öğeyi canlandırabilir ve özel efektler kullanarak tasarım oluşturabilmektedir (Adobe Systems, 1996:2).

2.4.5. Adobe Animate

Labrecque, J. & Schwartz, R. (2016) program hakkında; animasyon, tasarım ve etkileşimli yönlerle tek bir yaratıcı ortamda çalışabilme özelliğine vurgu yapmaktadırlar. Eski sürümü ‘Flash Professional’ olan program yeni adıyla ‘Adobe Animate’ olarak kullanılmaktadır. Animasyon ve etkileşimli projelerde kullanılan program hareketli görüntüler elde etmek için tasarlanmıştır.

Adobe AnimateCC ile etkileşimli medya oluşturmanın temellerini öğrenmenize yardımcı olmak için vektör şekiller, bitmap görüntüler, metin ve koddan oluşan bir düzenden oluşmaktadır. Etkileşimli medyada gelişmiş geçişler, efektler ve etkileşimli öğeler içeren çok çeşitli animasyonlu ve etkileşimli proje türleri oluşturmak için güçlü bir programdır. Çeşitli yerel uygulama ve web teknolojileri aracılığıyla projeleri web tarayıcıları, masaüstü bilgisayarlar ve mobil cihazlar dahil olmak üzere sürekli büyüyen bir dizi platforma aktarmak için ‘Animate CC’ programı tasarlanmıştır (Labrecque, Schwartz, 2016: 5,10).

Tasarım alanlarında, portfolyo veya başka amaçla yapılan çalışmaların uygulama aşaması için gerekli olan, sıkça tercih edilen programlar yukarıda belirtilmiştir. Programlara ilave başka uygulamalar eklenebilmektedir.

2.5. Dijital Portfolyo Tasarım Süreci

Birçok alanda olduğu gibi dijital portfolyo tasarımı için de planlama yapılması gerekmektedir. Portfolyo ve özgeçmişlerin hazırlanmasında etken maddeler ve teknik özellikler yer almaktadır. Bu aşamalar uygulamaların doğru kullanılmasına ve sunumların doğru aktarılmasına yardımcı olmaktadır.

Danielson ve Abrutyn (1997), portfolyo tasarım süreci ve adımlarını aşağıdaki şekilde ifade etmektedir.

- a) Toplama: Portfolyonun hedef kitleyi toplanan içeriği belirlemektedir.
- b) Seçim: Mesleki beklentilere uygun içerik, toplanan ve derlenen tüm veri arasından seçilmelidir.
- c) Düşünme: Her içeriğin belirli bir düşünce ve stratejiyle ele alınması gerekmektedir.
- d) Yansıtma: Kişisel vizyon ve mesleki kariyer hedeflerinin belgenin tümünde yansıtılması gerekmektedir.

Ivers ve Barron (1998), portfolyo proje gelişimini inceleme, karar verme, planlama, tasarlama, geliştirme, uygulama ve değerlendirme olarak ele almaktadır.

Portfolyo tasarımı için süreci tasarımcı kendi bölüm ve hedefine göre tercih edebilmektedir.

2.5.1. Araştırma

Dijital ortamda portfolyo hazırlamak için belirli bir alt yapıya sahip olmakla birlikte, iyi bir bilgisayar kullanıcısı, meraklı bir araştırmacı ve görsel yönden estetik bir algıya sahip olmak gerekmektedir. Hali hazırda bulunan çalışmalar düzenli depolandığı ve doğru programlar kullanılarak aktarılmaya çalışıldığı sürece dijital portfolyolar hayli kullanışlı ve modern bir iletişim sağlamaktadır.

Portfolyo tasarımı için ön araştırma süreci önemlidir. Taslak çalışmalar dijital ortama aktarılıp düzenlenmeli ve program becerisi kullanılarak depolanmalıdır. Sanal ortamda hangi platform tercih edileceğine karar verildikten sonra web düzenlemeler ve yönlendirmeler incelikli olarak gözden geçirilmelidir. Portfolyoların tasarımcı

tercihlerine, mesleki hedeflere ve işverenlere erişim stratejilerine göre farklı şekillerde hazırlanması mümkündür. Tasarımcılar hedef kitlesi ve bölümlerine göre yetkinlik ve becerilerini sergilemek için portfolyo oluşturabilirler.

2.5.2. Akış Çizelgesi

Akış şeması, çeşitli türlerde kutucuklardan oluşabilir. Sıralamayı gösterir ve bu şematik gösterim, belirli bir problem için bir çözüm modelidir. Akış çizelgeleri, çeşitli alanlarda bir süreci veya programı analiz etmek, tasarlamak, belgelemek veya yönetmek için kullanılır.

Dijital portfolyo tasarımına başlamadan önce mutlaka bir taslak, eskiz veya plan yapılmalıdır. İçerik ve sistemine benzer dijital portfolyolar incelenmelidir. Sunum önem sırasına göre anlaşılır ve yalın şekilde ifade edilmelidir. Dijital portfolyo içeriği kısa bir biyografi ve sonrasında genel ve benzer projelerden ayrıntılı projelere doğru bir hiyerarşik sistem izleyebilir. Web sitelerinde kullanılacak portfolyolar için kapak, ana sayfa ve alt sayfalardan oluşan bir sistem oluşturmak mümkündür (Bağcıvan 2003).

2.5.3. Arayüz Tasarımı ve UX/UI Kavramı

Modern dünyada neredeyse tüm insanlık bilgisayarla, mobil cihazlarla ve kitle iletişim araçları ile sürekli etkileşim halindedir. Evde, işte, sosyal hayatta eğitim ve üretim aracı olarak kullanılan kişisel bilgisayarlar veya mobil cihazlarda kaçınılmaz olarak bir Grafiksel kullanıcı arayüz (GUI - Graphical User Interface) ile karşı karşıya kalınmaktadır (Batı, 2012: 29).

Arayüz tasarımı; dijital platformlar üzerinde kullanıcı ile yazılım arasındaki iletişimi sağlayan ve içerik yönlendirmesi yapan bir köprü olarak tanımlanmaktadır (Türkmenoğlu & Dilek Atalar, 2020: 1042). Dijital ekranlarda yer alan ikonlar, yazı karakterleri gibi grafik elemanlar yardımıyla pencereler arasında gezilerek arayüz yardımıyla etkileşim sağlanmaktadır. Arayüz, yazılım ile kullanıcı arasındaki iletişimin fiziksel alandan dijital alana geçiş ağı sağlayarak içeriğe yönlendirmesiyle bilgi alışverişini sağlayan bir yapı olarak tanımlanabilir (Tunalı, 2016: 22-23).

Grafik arayüzün amacı yalnızca yazılıma ya da işletim sistemine görsel bir düzenleme kazandırmak değildir; kullanıcının ihtiyaçlarına ve uygulamanın

amaçlarına göre tasarlanan içeriğin, işlevi ve kullanımını kolaylaştırmakta oldukça önemlidir (Akkemik 2009: 31). Bu bağlamda herhangi bir arayüzün kullanılabilirliği ve akılda kalıcılığı işlevselliğine bağlı olarak değişim göstermektedir. Kullanıcı dostu tasarımlarla, kullanıcıların beklentilerini hızlı ve anlaşılır şekilde karşılamak hem arayüzün verimini artırmakta hem de tercih edilme oranını artırmaktadır. Arayüz tasarımında deneyim tanımı; etkileşimli ürünlerin kullanımı sonucunda kullanıcının ürün ile etkileşimi sırasında ne hissettiği, ürünün işlevselliğinden ne kadar faydalanabildiği ve ürünün kullanım ortamına ne kadar uygun olduğu gibi yönlerini içermektedir (Kuru 2015: 568).

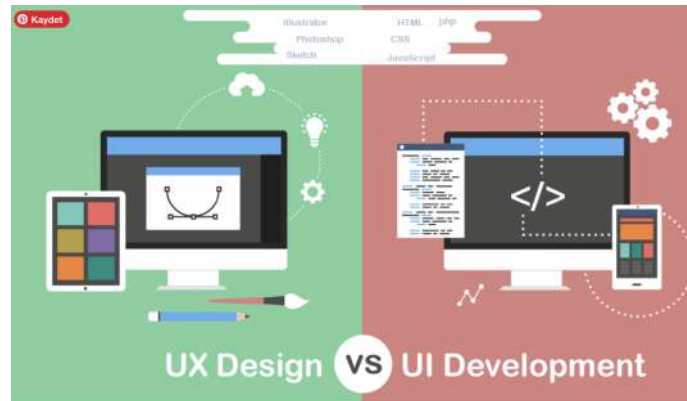
Son yıllarda internet ve teknoloji kullanımının yaygınlaşması, insanların elektronik olarak iletişim kurdukları farklı cihazlar ve farklı platformların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu durum, arayüz tasarımlarının da çeşitlenip gelişmesine yol açmıştır. Çeşitli cihazlar hem kişisel hayatta hem de iş hayatında oldukça fazla kullanılmaya başlamıştır. Taşınabilir ve ergonomik cihazlar, masaüstü bilgisayar kullanımının önüne geçmiştir. Her yerde internete erişebildikleri bu cihazlar sayesinde internet sayfaları da evrilmiştir. Bu durum; sosyal, siyasal ve ekonomik olarak toplumlara etkileyebilen “sosyal medya” kavramının doğmasını sağlamıştır (Sakman, 2017: 227).

Kullanıcının arayüz ile iletişimde görsel boyut ele alındığında bilgilendirme tasarımlarında bahsedildiği gibi iletilmek istenen mesajın tasarım öğelerine bağlı olarak doğru biçimde tasarlanması arayüzünde işlevini kolaylaştırıp, arttıracaktır. Hedef kitle ile bilgi arasındaki iletişimi sağlayan, doğru yönlendirme ve fonksiyonel görünüm sunan arayüz tasarımı, sunucu ve okuyucu arasında önemli bir rol oynamaktadır.

Kullanıcı arayüzü ‘User Interface’ (UI), kullanıcı ile bilgisayar arasında etkileşim sağlayan donanım ve yazılım olarak tanımlanmaktadır (Cotton & Oliver, 1997). UI tasarımı; kurulan sistem ile kullanıcı deneyimini etkileşimli kılan, anlaşılır ve kullanıcıyı teşvik eden bir yapıya sahip olmalıdır. Doğru etkileşime sahip, aktif bir arayüz tasarımı, grafik tasarım ilkelerine uygun biçimde ele alınmalıdır. Ekran görüntü öğeleri arasında uyum ve kontrast renkler sağlanarak gerekli gruplar oluşturulmalı ve kullanıcıya estetik bir algı yansıtılarak sunulmalıdır. Tasarımcıların,

kullanıcı amaçlarını, becerilerini, tercihlerini ve eğilimlerini anlamaları gerekmektedir (Sollenberger, 2012). Kullanıcı kitlesi belirlendikten sonra tasarlanan arayüzde iyi bir alt yapı oluşturmak, hataları en az seviyeye indirmek ve tasarımın kullanıcı dostu olmasını sağlamak için uygulanması gereken bazı temel unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar: Yalınlık, tutarlılık/ görsel süreklilik, renk, denge, görsel hiyerarşi, vurgu, ritim, oran ve orantı, uyum ve bütünlük şeklinde ifade edilmektedir (Keş, 2009: 27).

1990'lı yıllarda internet kullanımının artması ile, kullanıcı ve sistem etkileşiminde yeni bir algı oluşmuştur. Ürün kullanılabilirliğine ve kullanıcı ihtiyaçlarına dikkat çeken çalışmalar eksik kalmaya başlamıştır. Kullanıcılar ile ürünler veya faaliyetler arasındaki etkileşimi daha total bir şekilde incelemeyi hedefleyen kullanıcı deneyimi diye adlandırılan yeni bir anlayış ortaya çıkmıştır. Kullanıcı Deneyimi (UX) tasarımı, kullanıcı ihtiyaçlarının doğru bir şekilde anlaşılması ve karşılanması ile sağlanmaktadır (Okutan, 2021: 48). 2004 yılında Peter Morville, kullanıcının UX tasarımının ana ilkelerini belirlemede destek olabilecek bir görselleştirme aracı olan UX petek sistemini geliştirmiştir. Yedi bölümden oluşan UX oluşturmanın ana unsurları (Turja, 2020: 13) şu şekilde belirtmiştir; yararlılık, kullanılabilirlik, arzu edilebilirlik, erişilebilirlik, bulunabilirlik, güvenilirlik, değerlidir.



Görsel 12: UX,UI Piktogram Görseli (Sanal 12, 2022)

Her kullanıcı için farklı deneyim oluşacağından, UX profili uygulanabilir bir netlik veya öngörü içermemektedir. Web sitesinin herkes için yarar sağlayamayacağı düşünüldüğünden çoğunluğa yarar sağlaması hedeflenmektedir.

2.5.4. Tipografinin Kullanımı

Günümüz modern çağ teknolojisi her geçen gün gelişmektedir. Kitle iletişim araçlarının çoğalması tipografinin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Tipografi artık bir metin yazısı olmaktan çok, bir tasarım unsuru olarak düşünülmekte ve bu amaca hizmet etmesi için tasarlanmaktadır. Bu tasarımları sadece broşür, afiş, dergi gibi basılı kâğıt üzerinde değil aynı zamanda bilgisayar, cep telefonu, televizyon gibi çeşitli dijital mecralarda da görebilmek mümkündür (Mazlum, 2017: 230).

Grafik iletişimde yazı en yalın ileti karakterlerinden biridir. İnsanoğlunun duygu ve düşüncelerini ifade etmesinde ve onun toplumsallaşmasında en güçlü ve etkili ileti biçimlerinden birini oluşturmaktadır. Geçmişten günümüze başka ileti biçimleri oluşturulmasına karşın, iletişimde işlevsel önemini korumaktadır. Varlığını sürdürmeyi başaran yazı bu gücü en yalın, soyutlanmış semboller, göstergeler, sonsuz seçenekli yeniden düzenlenebilirlik etkilerinden sağlamaktadır (Sarıkavak, 2017: 52).

“Tipografi, genellikle baskı amaçlı yapılmış bir tasarım içerisinde harflerin düzenlenmesiyle ilgilidir. Yazı karakterleri çeşitliliği ve bir tasarım içerisinde yazı karakterlerinin farklı kullanma yolları, yazının oluşturduğu kelimelerin anlamını iyileştirebilir veya değiştirebilir.” (Ambrose, Harris, 2014: 12-13).

Ambrose, Harris (2014) yazı karakterlerini, karakterlerin genel yapısını ve karakter biçimlerini şu şekilde ele almıştır:

Yazı karakteri sınıflandırması dört temel kategori:

- Blok: Alman el yazılarındaki el yazılarına dayanan yazı karakterlerini içermektedir.
- Dik Düz (Roma): Tüm ‘tırnaklı’ yazı karakterlerini barındırmaktadır.
- Gotik: Gotik, tüm ‘tırnaksız’ yazı karakterlerini içerebilmektedir.
- Bitişik: El yazısını taklit eden tüm yazı karakterlerini kapsamaktadır.

Grafik (Deneysel, Sembol) ise dört temel kategoriye denk düşmeyen her yazı karakterini ifade etmektedir.

Tipografik karakterler farklı şekillerde yansımalara sahip olabilir. Karakterlerin genel yapısı; modern, el yazısı, süslü, sade, fütüristik ve tarihsel olarak

ayrılabilir. Bir yazı karakteri ailesi ise farklı karakter biçimleri içerebilir. Dik, düz, italik, daraltılmış, genişletilmiş, kalın, hafif veya ince olarak farklı alanlarda vurguyu sağlamak için kullanılabilirler (Ambrose, Harris, 2014: 13-35).

“Tipografi, sözcüğünün kaynağına bakıldığında ‘type’ ve ‘graphy’den oluştuğu görülmektedir. ‘Type’ metalden kesilmiş ya da daha çok dökülmüş, yüksek baskı amaçlı harfleri –eski Türkçe ile ‘harf’in çoğulu ‘hurufat’ı ve dizgiyi imlemektedir. ‘Graph’ın ise aslı Latince’den gelen çizgi, çizim vb. anlamları vardır ve grafik kavramı zaman içinde basım ve çoğaltım yöntemlerinin görsel bildirişim velya da iletişim amaçlı kullanımını betimlemiştir” (Sarıkavak, 2018: 12).

Selamet (1997: 107-121) Yazı karakterlerinin sınıflandırmasını “Eski Gotik yazı, Roman yazısı, köşeli serifler, sans serif, el yazısı benzeri ve çok yönlü yazılar” olarak altı grupta şu şekilde ele almıştır:

20. yüzyılın ikinci yarısında dünyada tipografi alanında ortaya çıkan gelişim sonucu binlerce yazı karakteri tasarımcılar, tipograflar ve grafik öğrencileri için olumlu ve olumsuz sonuçlara sebep olmuştur. Yazı karakterleriyle ilgilenenler için çok geniş bir font kütüphanesi oluşmuş, tasarımcılar font seçimiyle tipografik rezonans yaratma konusunda kolayca ulaşıp kullanabilecekleri binlerce font ailesine sahip olmuşlardır. Bu alanda uzmanlaşmış tasarımcılar için olumlu bir gelişme sayılan bu değişim, öğrenciler ve yeni kullanıcılar için karmaşa yaratmıştır. Yazı karakterlerinin tarihi geçmişi ve imajları, grafik, ses, görüntü özellikleri, anatomik yapıları dahilinde yapılacak sınıflandırma altı temel kategoriyi ortaya koymuştur.

a) Eski Gotik Yazı Karakteri

Kaligrafik tarzda ve doğal eğimde tutulan kalın kesik uç kalemlerle yazılan özgün bir yapıya sahiptir. Aydınlık, kıvrak ve hareketli kıvrımlara sahiptir. Gotik yazı 16.yüzyıl ve sonrasında, yalnız dini kitaplarda ya da süs yazısı olarak tercih edilmiştir. Başka adıyla bilinen ‘Fraktur’ Almanların milli yazısı kabul edildiğinden Almanya’ da uzun süre kullanılmıştır. Gotik sanatında göğe yükseliş inancı ile yatay formlardan kaçınılmış ve dikey çizgiler kullanılmıştır. Gotik sanatın ruhu olan bu dikeylik uğraşı, eğri çizgileri olmayan, yanları tamamıyla düz bir stilin doğmasına yol açmıştır. Gotik stilin bu en uç versiyonuna "Textura' adı verilir ve daha yuvarlak

versiyonuna da "Schwabacher" adı verilmiştir. Karakterler genelde küçük harflerle yazılır. Büyük harflerle yazılamayacak kadar süslü yapıya sahiptirler.



Görsel 13: Gotik Yazı Görseli (Sanal 13, 2022)

b) Roman Yazı Karakteri

Basılı halde görülen doğum yeri Kuzey Avrupa'dır. Eski gotik yazı türünün temelini oluşturur. Güney Avrupalılar, kuzeyde tercih edilen bu yazı karakterini benimsememiştir. Bunun yerine Romalıların daha açık ve basit harf karakterlerini tercih etmişlerdir. Fırça kullanarak harf karakterinin kıvrım ve eğrilerini yapabilen Romalılar, geniş hatları fırçanın kenarını kullanarak dar bir çizgi ile oluşturabilmişlerdir. Bu bitişler günümüzdeki harflerin seriflerini ve baskı yazılarının Roman türünün ayırt edici özelliği olmaya başlamıştır. Romalılar bu yazı karakterini günlük yaşantılarında ve ticarete kullanmışlardır. Yazı malzemesi olarak; kamış kalem, papirüs ya da mumlu levha ile stilus denilen çubuklar kullanılmıştır. Kapital yazısı daha kıvrak hale gelerek, Kapitalis Rustika ile Unisal ve Yarı Unisal yazılar oluşmuştur. Roman yazı karakterleri kendi içerisinde; Klasik Romanlar, geçiş dönemi Romanlar ve modern Romanlar olarak ayrılmaktadır.



Görsel 14: Roman Yazı Karakteri Görseli (Sanal 14, 2022)

c) Köşeli Serifliler

Yazı karakterlerinde üçüncü türünü Köşeli Serifliler oluşturmaktadır. Yabancı kaynaklarda bu tür "Square Serif", "Slab Serif" ya da "Egyptian" isimleriyle görülür. Köşeli Serifliler ilk ortaya çıktıklarında 'Egyptian' olarak adlandırılmıştır. İngiliz yazı tasarımcısı Vincent Figgins kalın serifler, genel eşitliğe sahip bir harf karakteri üretmiş ve Mısır mimarisini anımsattığı için karaktere Egyptian (Mısırlı) adı verilmiştir. Eski Batı'nın "wanted" afişleri genellikle köşeli serifli harflerle yazılmaktadır. Köşeli Serifliler, anatomik yapı özelliğine göre iki ağırlıklı, tek ağırlıklı ve ters ağırlıklı olarak üç guruba ayrılmaktadır. Yapısal olarak sert, kaba ve hat genişliklerinde çok az fark görülür. İllüstrasyon, fotoğraf gibi alanlarda klişe teknikleri için tercih edilebilir. Kalın hatları her türlü baskıda iyi sonuç vermektedir.



Görsel 15: Serif/Sans Serif Yazı Karakteri Görseli (Sanal 15, 2022)

d) Sans Serif Yazı Karakterleri

Yunan ve Eski Roma çizgilerini taşıyan karakterde serif yoktur. ‘Sans’ Fransızca’da -sız, -siz anlamına gelmektedir. Baskıda iyi sonuçlar vermekle beraber modern ve kullanışlıdır. 1920 lerde Almanya’da Bauhaus hareketi ile popülerlik kazanmıştır. Gazete, dergi vb basılı ürünlerde kullanılmaktadır ve muhtemelen yıllarca en popüler yazı karakteri olmaya devam edecektir.

e) El Yazısı Benzeri Yazı Karakteri (Scripts & Cursives)

Tipograflar bu yazı türüne; Scripts (el yazı ya da el yazısına benzer) veya Cursives (işlek yazılar) şeklinde tanımlamaktadır. Bazı tipograflar italik yazıları (eğik harfle yazılmış Roman yazıları) ayrı bir tür olarak sınıflandırmaktadır. Eğik yazı karakteri 1490’da Venedik’te kuran basımcı ve yazı tasarımcısı olan ‘Alois Manutius’ tarafından keşfedilmiştir. Bu yazı karakteri fazla kelimenin yer alabilmesine olanak sağlayan bağımsız form ve serbest akışa sahiptir. Almanlar ve basımcılar (Latince’de ‘koş’ anlamına gelen) bu stile “Cursive” adını vermişlerdir. Scripts ve Cursives aralarındaki benzerlik yönünden aynı guruba dahil edilebilmektedir. Basılı ürünlere özel bir hava katan yazı karakteri; davet, başlık ve alt başlıklar için de kullanılmaktadır. Basılı yüzeyde kontrast ve çekicilik oluşturan karakter, okunurluk açısından zayıf olduğu için temkinli kullanılmalıdır.



Görsel 16: Script & Cursives Yazı Karakteri Görseli (Sanal 16, 2022)

f) Çok Yönlü Yazı Karakterleri

Çok yönlü yazı karakterleri gerçekte bir tür olmamakla beraber, diğer türlerin açıkça sınıflandırılmış özelliklerine sahip olmayan bütün alışılmadık tipografi kategorilerini içermektedir. Elle oluşturulmuş yazı tasarımları, özel efektler, logolar, markalar için tasarlanan harf dizaynları ve sıra dışı düzenlemelerini içermektedir. Tipografi grafik tasarımın önemli bir parçasıdır. Tipografinin temelini yazı karakterleri oluşturur ve doğru seçilmiş bir karakter, tasarımı olumlu yönde etkiler. Aynı şekilde tasarıma uygun seçilmeyen bir font karakteri ise çalışmanın tamamına önemli ölçüde zarar verebilir.



Görsel 17: Çok Yönlü Yazı Karakteri Görseli (Sanal 17, 2022)

Dijital alanlarda hareketli yani 'kinetik tipografi' unsurları da kullanılabilir. Yazının formunu, biçimini, boyutunu veya konumunu, aktarılacak istenen düşüncenin anlatım biçimine ve amacına uygun olarak şekillendirmek için kullanılmaktadır. Yazıda görülen bu hareketli değişim ve şekillenme kinetik tipografi olarak adlandırılır. Hislerin ve düşüncelerin kullanıcıya daha dikkat çekici olarak yansıtılması amacıyla hareket ve yazıyı birleştirerek oluşturulan animasyon uygulaması olarak da tanımlanabilir (Türkmenoğlu & Akengin, 2016: 903).

Tipografinin önemli bileşenleri; font, font boyutu ve font rengidir. Font, birbirinden bağımsız kendine has form ve biçimlere sahip olan yazı karakterlerinin tamamına verilen addır. Ekran tasarımlarında punto olarak bilinen font boyutu son derece önemlidir. Dijital ekranda font kullanımında tutarlı olmak ve bütünlük sağlamak için aynı sitil font tercih edilebilir. Eğer mecbur kalınırsa kullanılacak olan

font stillerinin eğik ya da kalın olarak tercih edilmesi önerilmektedir (Erişti, 2014: 107).

Görsel iletişim tasarımında tipografi önemli bir yere sahiptir. Bu alanda tasarlanan statik, dinamik ve interaktif portfolyolar içinde vazgeçilmez bir unsurdur. Dijital ortamlarda yansıtılan portfolyo tasarımlarında tipografi öğeleri vurgu ve okunurluk açısından uygun font ve karakterlerde seçilmelidir. Portfolyo tasarımında özellikle kapak veya ana sayfa bölümünde tasarımcının kişisel tarzını yansıtması, diğer çalışmalardan ayrışması adına özel karakterli font veya kinetik tipografi tercihleri belirleyebilmektedir. Özgeçmiş ve çalışmaların yansıtıldığı içerik kısmında ise daha klasik tarzda, çalışmaların önüne geçmeyecek font ve punto tercihleri uygun olabilmektedir.

2.5.6. Renk ve Görüntü Öğelerinin Kullanımı

Görsel iletişim tasarımının her alanında renk unsuru önemli bir yer almaktadır. Kullanılan renklerin nitelikleri ve nerede nasıl kullanılacağı hakkında bilgi birikimine sahip olmak gerekmektedir. Tasarımcıların web sitesi ve portfolyoların da kullandığı renk tercihlerinin, her alanda olduğu gibi estetik algısı yanında psikolojik etkileri de bulunmaktadır. Renkler herhangi bir duygu veya psikolojik durumun görsel ifade biçimidir.

Tasarımda renk kullanımı konusunda katı kurallar koymak ve bunları uygulamanın bir yolu yoktur. Tasarımcıların kullanımına sunulan sistemler sadece yol gösterici unsur olarak sunulabilir. Kesin bir belirleyici özelliğe sahip değildir. Rengin nasıl ve ne şekilde kullanılacağı tasarımcının yetisine, bilgi ve görsel algısına, tasarımın konumuna göre farklılık gösterebilir. Renkler fiziksel yapılarına ve dalga boylarına göre değişkenlik oluşturmaktadır. Bu farklılık içinde bulunduğu coğrafi yapı ve kültüre paralel olarak da aynı değişime sahiptir. Renk sembolizminde de farklılık yaratacak şekilde değişim gösterirler (Uçar, 2017: 46).

Kınık (2014), birçok çalışmanın, renk psikolojisi ve etkileri konusunda benzer tespitlerinin bulunduğu, renklerin belirli bir dile sahip olduğundan ve psikolojik etkilerinden özetle şu şekilde bahsetmektedir:

Sarı: Mutluluğu, geçiciliği ifade eder. Dikkat çekici bir renktir. Güneşin rengi ve günlük hayata hâkim bir renk olan sarı; huzur verici etkilerinin yanında, hüznün ve özlemin de rengidir. Zekâ, incelik ve pratikliği de temsil edebilmektedir.

Kırmızı: Dominant, dinamik, çarpıcı, heyecan verici, dikkat çeken, harekete geçiren bir renktir. Bakan kişinin ilgisini toplar ve yoğunlaştırır. Dekorasyon alanlarında kullanıldığında ortama hayat ve enerji veren etkileri, gıda ve pazarlamada canlandırıcı, heyecanlandırıcı ve kışkırtıcı etkileri bulunmaktadır.

Mavi: İnsanda kan akışını yavaşlatan; huzur ve dinginlik veren bir yapıya sahiptir. Sakinleştirir, tokluk hissi verir. Gökyüzünü ve geniş ufukları simgeler. Sınırsız ve sonsuz evrensel enerjiyi yansıtabilmektedir.

Yeşil: Doğa ve baharı temsil eder. Dinlendirici ve sakınleştiricidir. Huzur veren, ortamlarda temiz hava canlılık hissi yaratan, uyum, ahenk ve anlayışla ilişkilendirilebilir. Güven vericidir. Yaratıcılığı körükleyen olumlu etkilerinden de bahsedilmektedir.

Turuncu: Kırmızıyla benzer özellikleri taşıyan turuncu; kırmızıdan daha az iddialı olduğu için daha çok tercih edilebilmektedir. İştah açıcıdır ve nezaketi, saygıyı vurgular. Sosyal etkileşimleri olumlu yönde etkileyebilmektedir. Güç, dayanıklılık, telaş, neşe ve bilgeliğin sembolü olarak tercih edilmektedir. Uzmanlara göre; sosyalleşme duygularını aktif eden bu renk fazla kullanıldığı ve kombinasyonu sağlanmadığında sinir sistemini olumsuz yönde etkileyebilen bir yapıya sahiptir.

Mor: Asalet, mistizm, utanç, hüznün, aşk ve aklın birleşimi, itibarın rengidir. Ortaçağ Avrupa'sında aristokratların rengiydi ve saray itibarını temsil eden bir renk oldu. Mor, büyük alanlarda görüldüğü takdirde korkutucu ve huzursuzluk veren bir renk olabilir. Erguvan, haklılık, ihtişam, egemenlik ve asillik duygusu doğuran kişiler arasında ciddiyet ve mesafe duygusu telkin eder. Menekşe moru, dini otorite, kaos, ölüm, kendini adama, ilahi aşkı temsil eden bir renktir. Leylak rengiyse melankolik duygular telkin eder. Menekşe renginin ruhsal esenlik ve sonsuzluk ile ilgili olduğu bilinmektedir. İhtişam ve lüksü simgeler. Nevrotik duyguları açığa çıkardığından korkuya sebebiyet verebilir.

Pembe: Dişi duyguların ifadesi, hayat dolu, enerji veren, sağlıklı olmanın ve genç kalmanın ifadesi olarak da tanımlanabilir. Enerjisini kırmızıdan alır, kırmızıya göre daha yumuşaktır. İlkbaharın rengi, hayalperest, çekici, hünerli, fantezi dolu bir renk olarak tanımlanmıştır.

Siyah: Gücü ve tutkuyu temsil eder. Aynı zamanda hırsın da bir ifadesidir. Karamsarlığı çağırırsa da romantik gece rengidir. Matemati simgeleyen ve üzüntüyü çağırıştıran yapıya sahiptir. Konsantrasyonu artıran yönü ve kontrastlık sağlayan etkileri vardır.

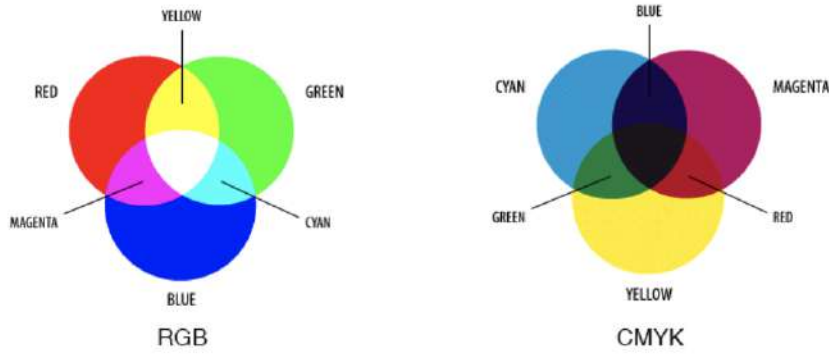
Beyaz: Saflığın, başlangıçların ve barışın rengidir. Işığı yansıtan, ferahlık kazandıran parlak ve enerji vericidir. Bunun yanında zarafetin, asaletin ve soğukkanlılığın ifadesidir. İstikrar ve devamlılığın simgesi olan beyaz, güven verici etkilere sahiptir.

Gri: Diplomatik ve ağır bir renktir. Hareketsizliği, yavaşlığı ve ciddiyeti temsil eder. Enerjiyi düşürür, yavaşlatır ve yaratıcılığı olumsuz etkilemektedir.

Kahverengi: Toprağın, yani doğum ve bereketin rengidir. Hareketleri hızlandırır. Fiziksel olarak duyarlı yapıya sahip insanlar tarafından tercih edilir. Gerçekliğin, plan ve sistemin rengidir. Canlılık ve hareketlilik sağlar. Sıcak nötr nitelikleri güvenlik ve bağlılık etkisi yaratır. Teklifsiz, kayıtsız ve rahat bir renk olan kahverengi iş ortamları için uygun olmayabilir (Kınık, 2014: 160-165).

Ekran tasarımında renklerin kullanılmasında renk bilgisine sahip olmak ve bu ölçüde hareket etmek önemlidir. Konu ile ilgili ekranda verilen renk ve grafikler öğrenenin ilgisini uyandıracak nitelikte olmalı ve art alan (geri plan) rengi ile hem vurgulama hem de görülebilirlik açısından uygun bir renk kompozisyonu oluşturmalıdır. Önemli elemanlar üzerine dikkat çekilmek istendiğinde parlak ve ışıklı renkler kullanılmalıdır. Kullanılan yazı ile izleyicinin okuması veya görmesini kolaylaştırıcı art alan rengi, uygun zıtlık oluşturacak renklerden seçilmelidir (Bülbül, 1999). Ancak, bir ekrandaki renk sayısının dördü geçmemesine özen gösterilmelidir (Yalın, 2000: 99).

Renklerin dijital ekran ve baskı ortamında kullanılan renk formatları değişkenlik göstermektedir. Basılı bir ürüne bakıldığında insan gözünün algıladığı renkler dört ana renge ait CMYK (cyan, magenta, yellow, black) binlerce küçük renk noktalarının bir araya gelerek oluşturmuş olduğu karışım sayesinde meydana gelmektedir. (Vaughen, 2004: 267). Bilgisayar ekranında ise; arkasında bulunan elektronik mekanizma kırmızı, yeşil ve mavi ışığı renk olarak noktalarla ekranın dış yüzüne yansıtır. Ekranda beliren bu noktalar yaklaşık 0.30 mm genişliğinde olup çok detaylı biçimde yan yana gelir. Kırmızı, yeşil ve mavi (RGB) noktalar bilgisayar ekranında arkadan yansıyan elektron ışınlarının şiddeti ile yanar ve insan gözü aradaki diğer tüm ara renklerle birlikte önceden sayısal olarak belirlenmiş rengi görür (Bingöl, 2010: 103-104).



Görsel 18: Dijital Sentez Kuramı Görseli (Sanal 18, 2022)

Kaliteli bir sunum ve doygun renklere sahip baskı çalışmaları için doğru formatlarda renk kullanımı önemlidir. Dijital ortamda ekranda izlenecek görüntüler için ‘RGB’, baskı için hazırlanan çalışmalara ‘CMYK’ formatı tercih edilmelidir.

Web sitesi gibi online veya CD, DVD, USB gibi taşınabilir belleklerde ekranı oluşturan görüntü öğeleri ise kullanıldığı alanlara göre seçilmiş ve işlevsel nitelikte olmalıdır. Portfolyo için kullanılan GIF, JPEG, PNG, PDF gibi formatlarda indirilen fotoğraf ve görseller dijital ortama uygun biçimde hazırlanmalıdır. İnteraktif butonlar, dinamik video içerikler ve statik görseller kullanıcı için özenle hazırlanmalı ve kullanımı için aktif yönergeler doğru şekilde aktarılmalıdır.

2.5.7. Ses Öğelerinin Kullanımı ve Çoklu Ortam Özellikleri

Çoklu ortam: grafik, ses, video, animasyon, metin, çizim gibi iletişim elemanlarını, etkileşimli bir ortam da kullanıcıya sunan bir bilgisayar uygulamasıdır (Kul, 1998: 183). Bu özelliklere ulaşmak günümüzde oldukça kolay hale gelmiştir. Bu özelliklerin bir araya gelmesi çoklu ortam özelliğini yansıtmaktadır. Görsel ve işitsel olmak üzere iki yapıyı da altında toplayan interaktif tasarım da çoklu ortam uygulamalarının temeli ara yüzü ekranıdır. Bu ekranların kompozisyonları ve planları, şemaların ve grafiklerin birlikteliği, metinlerin kullanımı ve sesin kapsamı grafik tasarım prensiplerinin uygulanmasıyla gerçekleştirilmektedir (Yurt, 2017:14).

Çoklu ortamda yazı, resim, ses, renk ve video gibi elemanların birlikte kullanılması uzun zaman almıştır. Teknik açıdan iki ya da daha fazla ortamı bir araya getirmek şeklinde ifade edilen çoklu ortamda, ses, animasyon ve videoyu beraberce kullanma çabaları ilk olarak Machintosh'un 1987'de Mac II'yi pazara sürüşü ve sesi desteklemeye başlaması ile aynı zamanda gündeme gelmiştir (D.Harrel, 1997: 24).

Vaughan'a göre; kullanıcıya herhangi bir çoklu ortam üzerinde kontrol yetkisi verilip, yapılandırılmış linkli elemanlar sunulursa o zaman interaktif medya hipermedya olacaktır. Çoklu ortam tasarlamak için bileşenlerin bir araya getirilmesi ve nasıl çalışıklarının kontrolünü sağlamak, karmaşık bilgisayar programlarına ve araçlarına da hâkim olmayı gerektirmektedir (Vaughan, 2001: 5-6).

Cawkell, çoklu ortamı (multimedya); iki veya ikiden fazla medyanın sunum bilgisini içeren süreç olarak tanımlamıştır. Yazı ve basit grafikleri bir arada kullanarak işleyen çoklu ortam (multimedya) bilgisayarlar aracılığı ile yıllardır kullanılmaktadır. Ama yıllar içerisinde elde edilen gelişmelerle çoklu ortam (multimedya) yazı, resim, video, renk ve ses elemanlarının bir arada kullanıldığı sunum şekli haline gelmiştir. Çoklu ortam (multimedya) alanında sistem ve teknolojik gelişmeler bu alanı genişleterek, hipertext, görüntü işleme, sıkıştırma sistemleri, elektronik renklendirme sistemleri, tarayıcılar, kameralar, çıktı sistemleri, monitörler, aktarım sistemleri, sanal gerçeklik, kompakt diskler, elektronik kitaplar, video konferans sistemleri ve bilgisayar oyunları gibi yeni elemanları bünyesine dahil etmiştir (Cawkell, 1996: 3).

Dijital ortamda sergilenen portfolyo çalışmaları, günümüz teknolojisinde hızlı internet ve dosya erişimleri sayesinde ‘ses öğeleri’ ile farklılaştırma, vurgulama veya ne çıkarma, kullanıcı etkileşimini arttırma gibi etkiler sağlaması yönünden kullanılan özellikler arasındadır. Kişisel web sitelerinde veya sosyal platformlarda karşımıza çıkan portfolyo tasarımlarının özellikle anasayfalarında fon müzikleri, içerik kısmında; buton sesleri, sayfa geçişlerinde efekt sesleri, animasyon kullanımında seslendirmeler gibi öğeler tercih edilebilmektedir. Dijital ortamda yansıtan bir tasarım için görüntü öğeleri ile etkileşimi sağlanan ‘ses’ unsuru doğru kullanıldığı zaman tasarımın bütünlüğüne yarar sağlayabilir.

Günümüzde her alanda aktif kullanılan internet ve taşınabilir iletişim araçları (telefon, tablet, dizüstü bilgisayar vb.) portfolyo veya projelere ulaşmanın en yaygın ve kolay yoludur. Artık birçoğu web içeriklere sahip olan tasarımlar için videolar, animasyon ve sesli görüntü sağlayan unsurlardan faydalanmak tasarımcılar için çağın gerekliliği haline gelmiştir.

2.6. Web Sitesi Tasarım İlkeleri

Web tasarım sürecinde; kullanıcıya yönelik düzenlemeler aktif kullanıma uygun ve güncel olmalıdır. Tasarımla uyumlu prototipler belirlenmeli ve erişim kontrol edilmelidir.

Stone vd. (2005) web sitesi tasarım ilkelerini aşağıda belirtmişlerdir:

- Yüksek kaliteli içerik,
- Sık güncelleme yapılması,
- Minimum indirme zamanı,
- Kolay kullanım,
- Kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun olması,
- Çevrimiçi ortamda özgün olması,
- Kimliğin siteye net olarak yansıtılması (Stone, vd. 2005: 334-336).

Web sitesi tasarlanmanın ilkeleri Keş’in ‘Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarım’ adlı kitabında, genel tasarım ilkelerine dayandırdığı maddeler aşağıdaki şekildedir;

- Tutarlılık / Görsel Süreklilik
- Açıklık,
- Denge,
- Görsel hiyerarşi,
- Vurgu,
- Ritim,
- Oran ve orantı,
- Uyum, bütünlük (Keş,2009 :27).

Web sitelerini tasarlamak için en önemli üç ilke; sadelik, öngörülebilirlik ve tutarlılıktır (Smith ve Bebak, 2001: 190).

2.6.1. Tutarlılık / Görsel Süreklilik

Web sitesi tasarımında tutarlı bir yaklaşımı sürdürmenin tek yöntemi, web sitesindeki farklı sayfa türlerinin her biri için bir şablon oluşturmaktır. Gezinme sayfaları, içerik sayfaları, form sayfaları, vb. sitedeki her sayfa bir şablondan oluşturulur ve bu sayfaların kendine özgü belirli ihtiyaçları için özelleştirilmektedir (Smith ve Bebak, 2001: 194).

Görsel unsurlar arasındaki geçiş ve akıcı bir bütünlük, göz sıçramaları hesaba katılarak doğru biçimlendirilmelidir.

2.6.2. Açıklık

Sayfa görselinde kavram ve ifadeler anlaşılır olmalıdır. Görsel unsurlar, kullanıcının gerçek dünyadaki kavramları ve işlevleri ile ilişkilendirilebilir nitelikte olmalıdır. Metaforlar veya örnekler gerçekçi ve basit tutulmalıdır (Galitz, 2002: 42).

2.6.3. Denge

Denge, web sayfası üzerindeki görsel içeriklerin ve metinlerin ölçü, konum ve ton olarak düzenlenmesidir (Turgut, 2013:140).

Günlük hayatta istemli veya istemsiz kullandığımız denge unsuru daha sezgisel bir yaklaşımdır. Denge, bir merkez eksenin her iki tarafındaki görsel ağırlığın eşit bir dağılımı ve aynı zamanda bileşimin tüm elemanları arasında eşit bir ağırlık dağılımı ile oluşturulmaktadır. Bu oluşturulan denge sayesinde genel olarak

tasarım kullanıcının duygu düzeyi ile daha uyumlu olma eğilimindedir (Landa, 2011: 26). 5).

2.6.4. Görsel Hiyerarşi

Tasarım unsurları asarındaki öncelik görsel hiyerarşiyi oluşturmaktadır. Bir tasarımda görsel hiyerarşiye, açıklık, koyuluk, uzaklık veya yakınlık, konum ve renkler etki eden unsurlar arasındadır (Becer, 2008).

2.6.5. Vurgu

Vurgu görsel düzenlemeleri içeren bir unsurdur. Görsel hiyerarşi ve çekicilik açısından olması gereklidir. Vurgunun etkisi, doku, renk, görsel titreşim ve boyutla oluşturulabilir. Ayrıca, sayfa içerisindeki beyaz alan, iyi şekilde kullanıldığında vurgu oluşturmada ilginç ve etkin bir unsur olabilir (Uçar, 2004: 155).

Tasarımcı vurgulanması gereken alanları ve konuyu belirledikten sonra vurgu öğeleri; tipografi kullanımı, yerleşim ve konum değişimi, kontrastlık, boyut değişimleri ile yön ve işaretçiler kullanılarak vurgu sağlanabilmektedir. (Landa, 2011: 56).

2.6.6. Öngörülebilirlik

Öngörülebilirlik, kullanıcının web sayfasındaki öğelerin yerini ve nasıl çalıştığını kolayca tahmin edebilmesi anlamına gelmektedir (Smith ve Bebak,2001: 192). Anlaşılır içerik ve tasarıma sahip web sitelerinde akışı sağlayan buton ve yönlendirmeler etkili bir kullanım sağlayabilmek için öngörülebilmelidirler.

2.6.7. Ritim

Grafik tasarımda, ritmik hareketler belirli düzende tekrarlardan oluşmaktadır. Birkaç fotoğrafın gruptandırılması, yazı tiplerini bir düzen boyunca tekrarlanması ritim oluşturabilmektedir. Bu tür görsel ritim, sadece düzen için görsel birliktelik duygusuyla değil, aynı zamanda gözün bir şeyden diğerine geçmesine de yardımcı olmaktadır (Golombisky ve Hagen, 2010: 54). Benzer öğelerin görsel bir uyarı oluşturması kolayca gruplaşır organize olmalarını sağlamaktadır. Böylece ritim benzerliği, bütünlüğü, uyumu ve ahengi sağlamaktadır (Gökaydın, 1990: 46).

2.6.8. Oran ve Orantı

Orantı, bir tasarımcıya göre kompozisyon içerisinde mevcut olan öğelerin boyutsal ilişkileridir. Bu ilişkilerin iyi yansıtılması, tasarımın başarısı ve tasarımcı için gereklidir. Orantı sorunlarının çözülmesi için kompozisyon içerisindeki öğeler çeşitli şekillerde sıralamalardan oluşmaktadır (Ketenci ve Bilgili, 2006: 283).

Web sitesinde kullanılan tasarım öğeleri, doğru boyut ve biçimlerde kullanıcıya sunulmalıdır. Yapılan orantısız hatalar tasarımı olumsuz yönde etkilemektedir.

2.6.9. Sadelik

Sadelik, iyi tasarımın ayırt edici özelliği olarak kabul edilmektedir. Web sayfaları için sadelik; tasarım öğeleri, grafikler ve metinlerin mümkün olduğunca az kullanılması anlamına gelmektedir. Tüm dijital ekranlarda aynı görüntüyü sağlamak ve dikkat dağınıklığına sebep olmamak adına önemli bir ilkedir (Smith ve Bebak, 2001: 191).

2.7. Uyum ve Bütünlük

Tasarım ilkelerinin en vazgeçilmez unsuru bütünlüktür. Görsel öğelerin bir bütün oluşturacak şekilde bir araya gelmesini sağlamak tasarım ve kompozisyonu doğrudan etkilemektedir (Becer, 2008: 72). Tasarımdaki öğeler arasında uyum ve anlaşma birliği bütünlüğü oluşturmaktadır. Bütünlük sayesinde görsel bir bağlantıya sahip oldukları gibi tüm öğeler birbirlerine aitmiş gibi de görünmektedir. Ayrıca tasarım için bütünlüğü sağlamanın diğer yöntemi uyumdur. Eğer çeşitli unsurlar uyumlu olmaz ayrı veya alakasız görünürlerse, tasarım içerisindeki öğeler birbirinden ayrışır böylece bütünlüğün yok olmasına sebep olmaktadır (Lauer ve Pentak, 2005: 24).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM – BULGULAR VE YORUM

3.1. Portfolyo İnceleme

Günümüzde tasarımcılar portfolyolarını kişisel web sitelerinde veya sosyal platformlarda paylaşmaktadır. Dijital ortamda, interaktif olarak sunulan portfolyolar, müşteri ve tasarımcılar için önemli bir etkileşim ve iletişim ağı oluşturmaktadır. Kullanıcı deneyimine bağlı olarak geliştirilen kişiye özel web siteleri ve arayüz tasarımları her alandan tasarımcı için ilham kaynağı olmaktadır. Statik portfolyoların aksine, hedef kitle oranı yüksek, erişilebilirliği kolay, kaydedilebilen ve güncel tasarımlar içeren interaktif portfolyolar için, internet erişimine sahip olmak ve teknolojiyi kullanmak yeterli olmaktadır.

Teknoloji kullanımı ve sosyal medya; tasarımcılar için önemli bir araç haline gelmiştir. Tasarımcılar portfolyolarını sergilemek, kendileri hakkında bilgi vermek ve iletişime geçmek için bu alanlardan faydalanmaktadır. Dünyanın her yerinden tasarımcının bulunduğu, paylaşım yaptığı sosyal platformlar ve web siteleri kullanıcı deneyimine bağlı olarak izlenme, beğeni ve ziyaretçi sayısına göre değer kazanmaktadır. Tasarım bölümlerine ait interaktif portfolyolar, bu bağlamda 2023 yılının Mart ayında en çok beğeni alan yabancı tasarımcılar ve GMK ödülü alan yerli tasarımcılar arasından rastgele seçilmiştir.

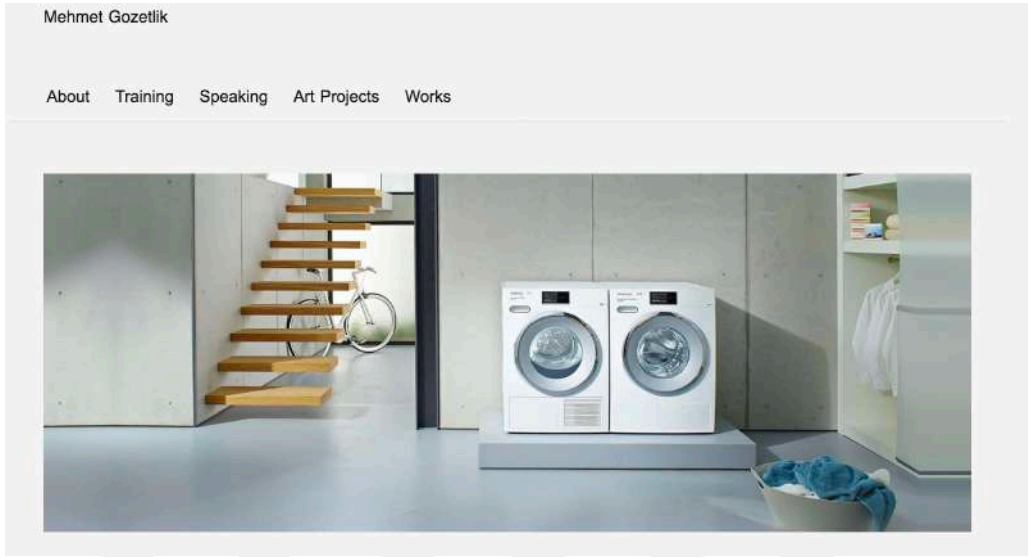
Seçilen portfolyolar, web sitesi tasarım ilkeleri gözetilerek Tablo 1’de belirtildiği üzere; sanatçı, yerli, yabancı, kreatif alan, portfolyo türü, arayüz renk ve tipografi kullanımı, GMK ödülü ve behance beğenilerine göre incelenmiştir.

Tablo.1 İncelenen Portfolyoların Genel Özellikleri

Tasarımcı	Yerli / Yabancı	Kreatif Alan	Portfolyo Türü	Arayüz Renk Kullanımı	Arayüz Tipografi Kullanımı	GMK Ödülü	Behance Beğeni (03.2023)
Mehmet Gözetlik	Yerli	Grafik Tasarım	İnteraktif		Arial Arabic Bold	29. GMK Sergisi Tipografi Ödülü	
Mesut Uğurlu	Yerli	Grafik Tasarım	İnteraktif		Germalt Alt Semi Light	41. GMK Sergisi En İyi Süreli Yayın Tasarımı Ödülü	
Olgun Kaşıkçı	Yerli	İllüstrasyon	İnteraktif		Futura Futuris Medium	41. GMK Sergisi En İyi Afiş Tasarımı Ödülü	
Kibele Yarman	Yerli	Grafik Tasarım	İnteraktif		Nexa Text Bold	41. GMK Sergisi En İyi Kitap Tasarımı Ödülü	
Duru Ekşioğlu	Yerli	İllüstrasyon	İnteraktif		Open Sans Soft Regular	41. GMK Sergisi En İyi Sosyal Medya Gönderi ve Hikâye Tasarımı	
Laura Normand	Yabancı	Grafik Tasarım	İnteraktif		Planc Regular		62.964 beğeni
Adam Miklosi	Yabancı	Endüstriyel Tasarım	İnteraktif		Cropped Zurich Std Bold		7.182 beğeni
Junya Vatanabe	Yabancı	Fotoğraf	İnteraktif		Kometa Unicase Medium		10.134 beğeni
Andreu Zaragoza	Yabancı	İllüstrasyon	İnteraktif		Chairdrobe Rounded Bold		7.511 beğeni
Roman Lel	Yabancı	UX/UI Designer	İnteraktif		Alilato Arabic Bold		187.924 beğeni

3.1.1. Mehmet Gözetlik

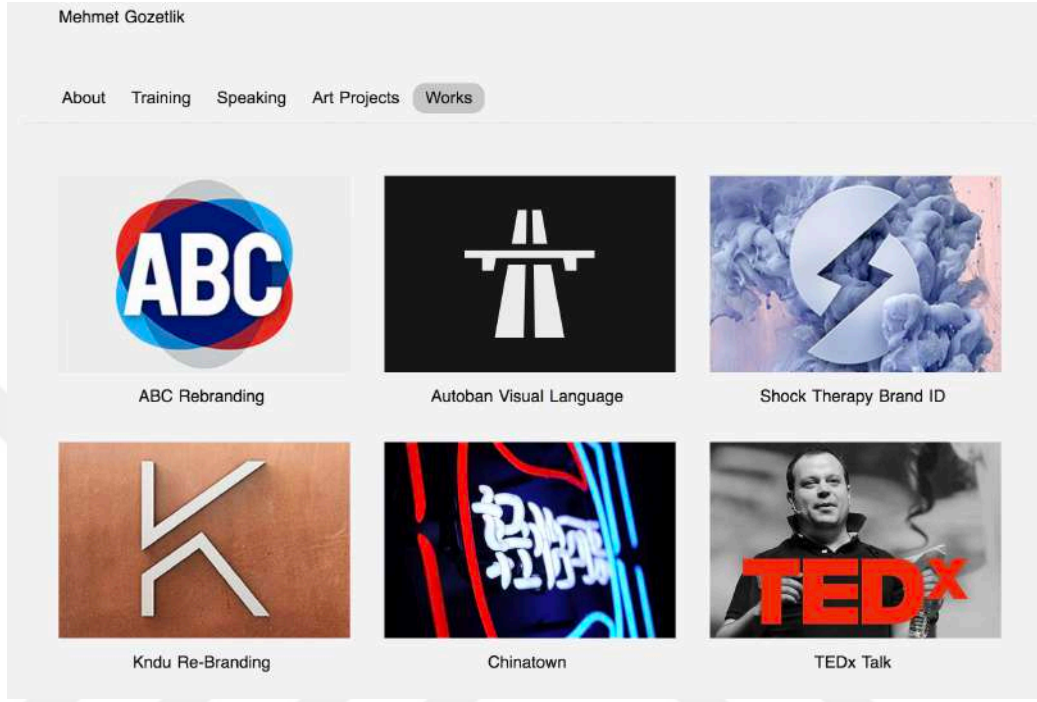
Antrepo'nun Kreatif Direktörü Mehmet Gözetlik; tasarım girişimciliği, sunum becerileri ve tipografi alanında gelişim gösteren bir grafik tasarımcıdır. Veri görselleştirme, yenilikçi problem çözme için tasarım düşüncesi, ileri sunum becerileri, görsel öyküleme, geleceğin perakende deneyimi ve uluslararası marka stratejisi konularında kurumsal eğitimler vermektedir. Ayrıca projelerinin küresel etkilerini anlatmak ve gelecekteki ihtiyaçlar hakkında fikirlerini paylaşmak için TEDx Talks, Garanti Managers Summit, International TypeCon konferansı, Open City Forum ve daha fazlası dahil olmak üzere ulusal ve uluslararası konferanslara katılmaktadır. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nden mezun olduktan sonra İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde Güzel Sanatlar Bölümü'nde yüksek lisansını tamamlayan tasarımcı; Genç Yaratıcı Girişimci Ödülü, Tipografi Başarı Ödülü, Sappi Uluslararası Baskı ve GMK gibi birçok alanda ödül almıştır.



Görsel 19: Mehmet Gözetlik Web Sitesi-Ana sayfa (Sanal 19, 2023)

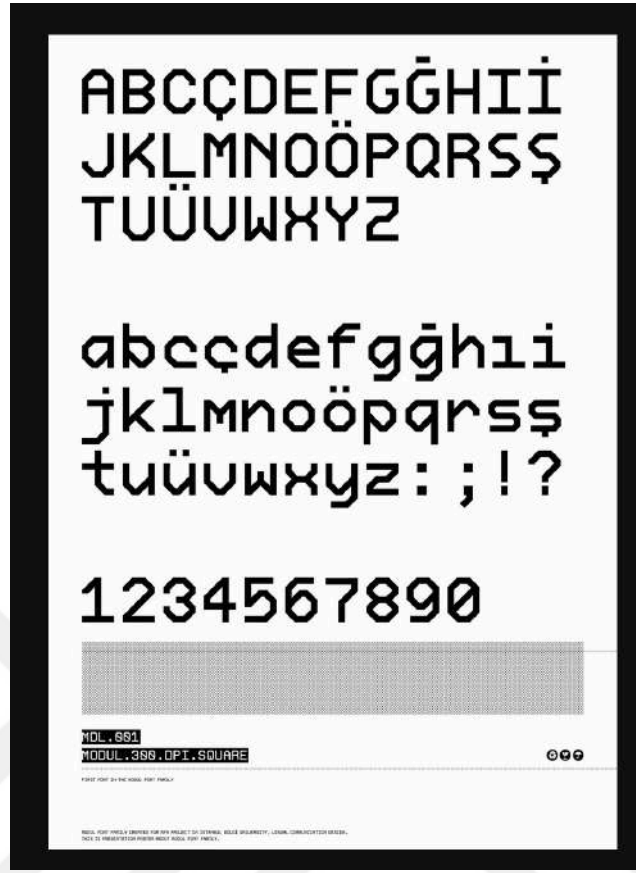
Tasarımcı çalışmalarını sunduğu kişisel web sitesinde gri renk fon üzerine, siyah renkte ve okunaklı tırnaksız ‘Ariel Arabic Bold’ font kullanmaktadır. Web sitesinin sekmesinde görünen kişisel logosu, ana sayfa ve arayüz tasarımında kullanılmamıştır. Web sitesinin yatay navigasyon menüsünde About (Hakkında), Training (Eğitim), Speaking (Konuşma), Art Projects (Sanat Projeleri) ve Works (İşler) olmak üzere beş tane buton yer almaktadır. İnteraktif unsur olarak kullanılan butonlar, üzerine gelen imleç yardımıyla kırmızı renge dönüşmektedir. Hakkında kısmında, iletişim bilgileri ve sosyal medya hesapları mevcuttur. Aynı zamanda yer aldığı sergiler, seminerler, yayınlar, ödüller ve ileriye dönük müşterilerine de yer verilmiştir. Tasarımcının çalışmaları, Oluk sütun (Gutter grid) düzene göre, onbir satırdan oluşan kaydırmalı sisteme sahip, otuz iki çalışmayı içermektedir. İnteraktif konumda olan çalışmaların her biri için görsellerin altına çalışmaların adlandırılması yapılmıştır. Çalışma içeriklerinde proje hakkında ayrıntılı bilgilendirmeler, hareketli görüntü tasarımları, kurumsal kimlik düzenlemeleri, ürün fotoğrafları ve reklam filmlerine yer verilmiştir. Tasarımcı çalışmalarını kurumsal kimlik ve markalama, tipografi, ambalaj gibi kendi içerisinde bir düzene göre sıralamaktadır. Ana sayfa üzerinde çalışmalarını sınıflandırdığı bir şablon bulunmamaktadır. Arayüz tasarımı gözü yormayacak ve çalışmaların önüne geçmeyecek şekilde tasarlanmıştır. Web sitesi; tasarım ilkeleri açısından sade, öngörülebilir ve tutarlı niteliktedir. Tipografi

tercihi okunaklı ve interaktif yönlendirmeleri aktiftir. Dinamik görsellerle desteklenen, tanınmış proje çalışmalarından oluşan portfolyo, uyumlu renk ve tipografi kullanımına sahiptir.



Görsel 20: Mehmet Gözetlik Web Sitesi-Çalışmalar (Sanal 20, 2023)

Mehmet Gözetlik, 2010 Yılı 29. GMK Sergisinde, Görsel 21’de mevcut olan en iyi tipografi ödülünü almıştır. Çalışmasının adı: ‘Modul Font Ailesi’ ve müşterisi AntrepoShop’tur.

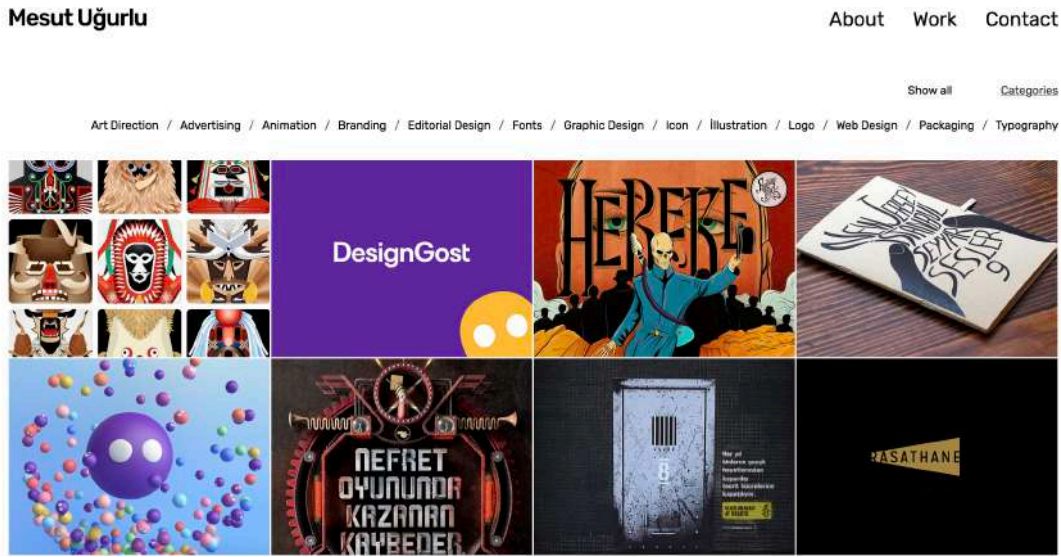


Görsel 21: Mehmet Gözetlik 29. GMK Ödülü (Sanal 21, 2023)

3.1.2 Mesut Uğurlu

Profesyonel kariyeri boyunca McCann Erickson İstanbul, Rafineri, HappyPeopleProject, Alametifarika gibi önde gelen reklam ajanslarında çalışmıştır. “Ödüllü Sanat Yönetmeni” olarak tanınan ve hem ulusal hem de uluslararası festivallerde (Cannes Festivali, Effie Ödülleri, Kristal Elma, Türkiye Grafik Tasarım Sergisi, Dünya Ambalaj Organizasyonu dahil) birçok ödül almıştır. Çeşitli uluslararası markaların yanı sıra önde gelen Türk markalarının reklam ve görsel iletişim dallarında sanat yönetmenliği yapmıştır. 2015 yılında İstanbul’da Merhaba Pazartesi İletişim ve Tasarım Ofisi’ni açarak kendi müşterilerine hizmet vermeye başlamıştır. 2018 yılında grafik tasarımcıları Türkiye’de temsil eden bir dernek olan GMK (Grafikerler Meslek Kuruluşu) yönetim kurulu üyesi olmuştur. Mesleğin ülke çapında gelişmesine yardımcı olmak ve tasarımcılar arasındaki etkileşimi artırmak amacıyla çok sayıda proje yürüterek seminerlere katılmış ve sergiler düzenlemiştir. Ayrıca 2010 yılında “Seyyar Sesler” adında müzik, tasarım ve edebiyat içerikli bir

Fanzin/dergi yayınlamaya başlamıştır. Bu 10 yılda 8 sayı çıkarmış ve Türkiye'nin birçok şehrinde dağıtımını gerçekleştirmiştir. Reklam sanatı yönetmenliği, kurumsal kimlik tasarımı, marka stratejisi geliştirme, illüstrasyon ve animasyon alanlarında çalışmalarını sürdürmektedir.



Görsel 22: Mesut Uğurlu Web Sitesi-Ana sayfa (Sanal 22, 2023)

Tasarımcı'nın web site ana sayfa düzeni, dört sütundan oluşan Modüler ızgara (Modular grid) ve on bir satırdan oluşan bitişik görsellerden oluşmaktadır. Beyaz zemin üzerinde kırk dört adet çalışması mevcuttur. Çalışmaların isimleri, üzerine gelen imleç yardımıyla ön plana çıkmaktadır. Oldukça renkli ve hareketli çalışmaları bulunan tasarımcı sade bir ara yüz tasarımıyla çalışmalarını odak noktası haline getirmiştir. Biyografisinde, kişisel fotoğrafı ve web sitesinde kullandığı amblem çalışması bulunmamaktadır.

Sadece yatay navigasyon menüsüne sahip arayüz tasarımında; About (Hakkında), Work (İş), Contact (İletişim) olarak üç buton yer almaktadır. Aynı zamanda Categories (Kategori) butonu ile çalışmalar; Art Direction (Sanat Yönetimi), Advertising (Reklam), Animation (Animasyon), Branding (Markalaşma), Editorial Design (Editoryal Tasarım), Icon (Simge), Illustration (İllüstrasyon), Logo, Web Design (Web Tasarımı), Packaging (Ambalajlama), Typography (Tipografi)

olarak on üç başlık altında kategorize edilmiştir. Siyah, beyaz ve gri renklerle kontrastlık sağlanan web ara yüz tasarımında turnaksız ‘Germalt Alt Semi Light’ fontu kullanılarak tasarım okunaklı ve anlaşılır kılınmıştır. İletişim bilgilerinde mail adresi ve harita/uydu görüntüsü mevcuttur. Portfolyo içeriğinde, çalışmaların sergilendiği kısımlarda görsel hiyerarşi ilkesine uygun yakın-uzak ilişkisi kuran efektlerden yararlanılmıştır. Tasarımcının hareketli ve renkli çalışmaları ana sayfa üzerinde öne çıkmaktadır. Hakkında verdiği açıklayıcı biyografisi mevcuttur. Düşük etkileşimli (interaktif) yönlendirmelere sahip web sitesi; arayüz tasarımı ve renk kullanımı yönüyle siyah, beyaz ve gri renklerle kısıtlanmıştır.



Görsel 23: Mesut Uğurlu 41. GMK Ödülü (Sanal 23, 2023)

Mesut Uğurlu, 2022 yılı 41. GMK Sergisinde Görsel 23’de mevcut olan en iyi süreli yayın ödülünü almıştır. Çalışmanın adı: ‘Seyyar Sesler 9/New Jersey-İstanbul’ ve müşterisi: Seyyar Sesler Fanzin’dir.

3.1.3 Olgun Kaşıkçı

Yeditepe Üniversitesi, Grafik Sanatlar ve Plastik Sanatlar bölümünden mezun olan tasarımcı, İllüstrasyon alanında faaliyet göstermektedir. Sanat yönetmeni olarak serbest çalışmaktadır.



Görsel 24: Olgun Kaşıkçı Web Sitesi-Ana sayfa (Sanal 24, 2023)

Tasarımcının kişisel web sitesi; ‘Hi, I’am Olgun An Illustrator from Earth! Scroll Down and See My Work! (Merhaba, ben Olgun Bir Dünyalı Çizerim! Aşağı Kaydırın ve İşimi Görün!) tipografisi ve kendini bir iskelet ile betimlediği karakter tasarımıyla ana sayfa üzerinde oluşturulmuştur. Web sitesi arayüzünde tasarımcının kuru kafadan oluşan amblemi bulunmaktadır. Arka planda, zemin rengi ‘kırmızı’ kullanılarak, dikkat çekici unsur ‘vurgu’ oluşturulmuştur. Siyah-beyaz renklere kullanılan tipografi öğeleri ise, kontrastlık oluşturarak okunurluk ve bütünlük sağlamaktadır. Portfolyo içeriği ve web site tasarımı, tasarımcının mizah anlayışı ve yorumunu yansıtmaktadır. Yatay navigasyon menüsünde ‘Work (İş), Contact (İletişim), About (Hakkında)’ şeklinde üç adet etkileşimli buton yer almaktadır. Sayfanın sağ üst köşesinde ise sosyal medya hesaplarına erişim sağlayan simgeler bulunmaktadır.

Ana sayfa aşağı sürüklendiğinde, iki sütunlu ızgara’dan (Column grid) oluşan, yedi satır çalışma web sitesinde devamlılık sağlamaktadır. İnteraktif olarak sunulan bölümde imleçle üzerine gelinen her bir çalışma bloğu, mavi renge dönüşerek büyük punto yazı karakterinde adlandırılmış ve tarihi belirtilmiş olarak aktifleşmektedir. Çalışma sayısı kısıtlı olan tasarımcının, ana sayfada çalışmalarını sınıflandırdığı bir şablon ya da menüde yer alan kategori listesi bulunmamaktadır. İnteraktif unsurlar aktif ve yeterli kullanılmıştır.



Görsel 25: Olgun Kaşıkçı Web Sitesi- Çalışmalar (Sanal 25, 2023)

‘About (Hakkında)’ kısmında kişisel fotoğrafı ve kısa bir biyografisi bulunmaktadır. İletişim bilgileri bölümünde ise tasarladığı bir illüstrasyon çalışması ve müşterileriyle bağlantı kurmak için oluşturduğu kutucuklar yer almaktadır. Sağ alt kısımda bulunan ‘ok’ simgesi sitede başa dönerek kaybolmayı önlemektedir. Arayüz tasarımında sans serif ‘Futura Futuri Medyum’ olan okunaklı bir font kullanılmıştır. Aynı zamanda çalışmalarında kullandığı ana renkler; kırmızı, sarı, mavi ve kontrast oluşturmak için faydalandığı siyah, beyaz renkler mevcuttur. Parlak ve yoğun renkler tasarımcının karakteristik özelliklerini yansıtır niteliktedir.



Görsel 26: Olgun Kaşıkçı 41.GMK Ödülü (Sanal 26, 2023)

Olgun Kaşıkçı, 2022 yılı 41. GMK Sergisinde Görsel 26'da en iyi afiş tasarımı ödülünü almıştır. Çalışmanın adı: 'Magnum-Create a Mini Moment for Pleasure' ve müşterisi: Unilever – Magnum'dur.

3.1.4. Eren Su Kibele Yarman

Kibele; müzeler, galeriler, yayınevleri, yayınlar ve ötesindeki müşterileri de dahil olmak üzere sanat ve kültür alanı için bilgi ve duyguyu görselleştiren bir sanat ve tasarım pratiğine sahip bir tasarımcıdır. Çalışmaları The New York Times, The Economist, The Baffler, The Atlantic ve diğer yayınlarda yayınlanan ve daha önce SALT, Sabancı Müzesi, Meşher (Vehbi Koç Vakfı) ve diğer sanat ve kültür kurumlarında sergilenerek yer almıştır.

Tasarımcı web sitesinde kişisel logosunu kullanmıştır. ‘About (Hakkında)’ kısmında ise kısa bir biyografisi, katıldığı sergiler ve aldığı ödüller mevcuttur. Kişisel fotoğrafına yer vermeyen tasarımcı 2017-2022 arasında birçok GMK Ödülü almıştır.



Görsel 28: Kibele Yarman 41.GMK Ödülü (Sanal 28, 2023)

Eren Su Kibele Yarman, 2022 yılı 41. GMK Sergisinde görsel 28’de mevcut olan en iyi kitap tasarımı ödülünü almıştır. Çalışmanın adı: ‘Ben Kimse. Sen de mi Kimsesin?’ ve müşterisi: Meşher’dir.

3.1.5. Duru Ekşioğlu

İstanbul merkezli bir illüstratör ve multidisipliner sanatçı olan Duru Ekşioğlu, 2013 yılında Doğu Üniversitesi Grafik Bölümü’nü başarıyla bitirdikten sonra 2017’de Yeditepe Üniversitesi’nde yüksek lisansını tamamlamıştır. Pickamoon

adında kendi markasına sahip tasarımcı; 2017 Eylül'de Pictoplasma Academy'ye seçilmiş ve Magic Tea Society'nin bir parçası olmuştur.



Görsel 29: Duru Ekşioğlu- Web Sitesi- Ana sayfa (Sanal 29, 2023)

Web arayüz tasarımı beyaz zemin üzerine, siyah renk 'Open Sans Soft Regular' fontu ile hazırlanmıştır. Asimetrik ızgara (Asymmetrical grid) düzene göre oluşturulan ana sayfada, on altı adet çalışma mevcuttur. Ana sayfa görseli tasarımcının çalışmalarından oluşmaktadır. Kişisel logo tasarımı mevcut olan web sitesinde, üst navigasyon menüsü 'Home (Ana Sayfa)' ve 'About (Hakkında)' olarak iki adet kısıtlı interaktif butondan oluşmaktadır. Tıklanarak aktive edilen çalışmaların adlandırılması ve kısa bir bilgilendirmesi olan portfolyo sunumu okunaklı bir yazıya sahiptir. İllüstrasyon çalışmalarında renkleri yoğun olarak kullanan tasarımcının, web sitesi sade ve açık bir tasarıma sahiptir. İnteraktif yönlendirmeleri sınırlı olan tasarımcının 'About (Hakkında)' bölümünde kişisel fotoğrafı, sosyal medya hesapları ve mail adresi yer almaktadır.

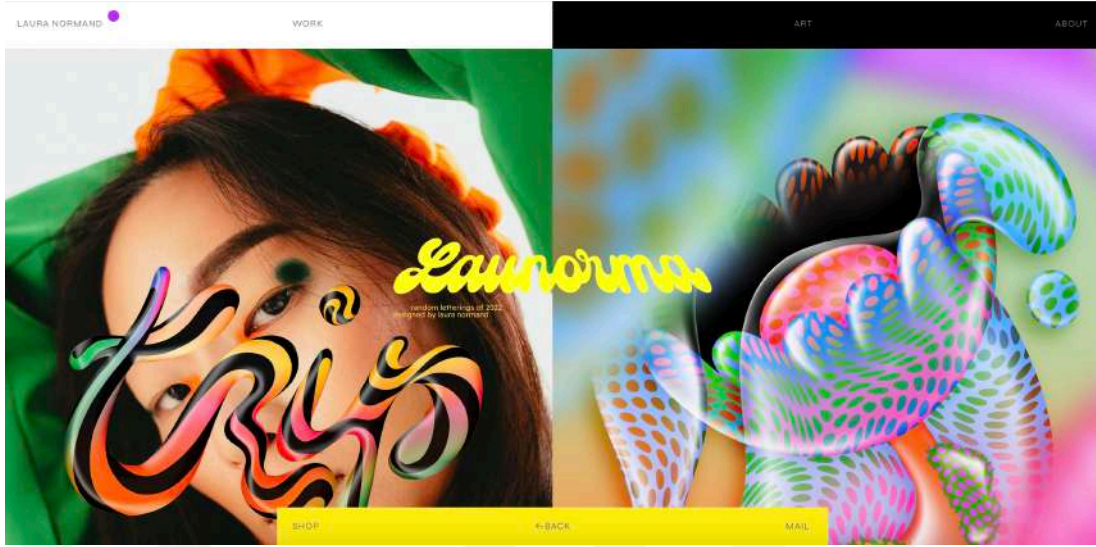


Görsel 30: Duru Ekşioğlu, 41. GMK Ödülü (Sanal 30, 2023)

Duru Ekşioğlu, 2022 yılı 41. GMK Sergisi'nde Görsel 30'da En İyi Sosyal Medya Gönderi ve Hikâye Tasarımı Ödülü'nü almıştır. Çalışmanın adı "Diyarımızın Güzellikleri" dir.

3.1.6. Laura Normand

Paris'te yaşayan tasarımcı, sanat yönetmeni ve dijital sanatçı olarak çalışmaktadır. Çalışmalarında uyumlu kıvrımlar, popüler renkler ve parlak dokulardan faydalanan tasarımcı, her projesinde yenilikçi ve benzersiz bir imajın peşinde olduğunu belirtmektedir.

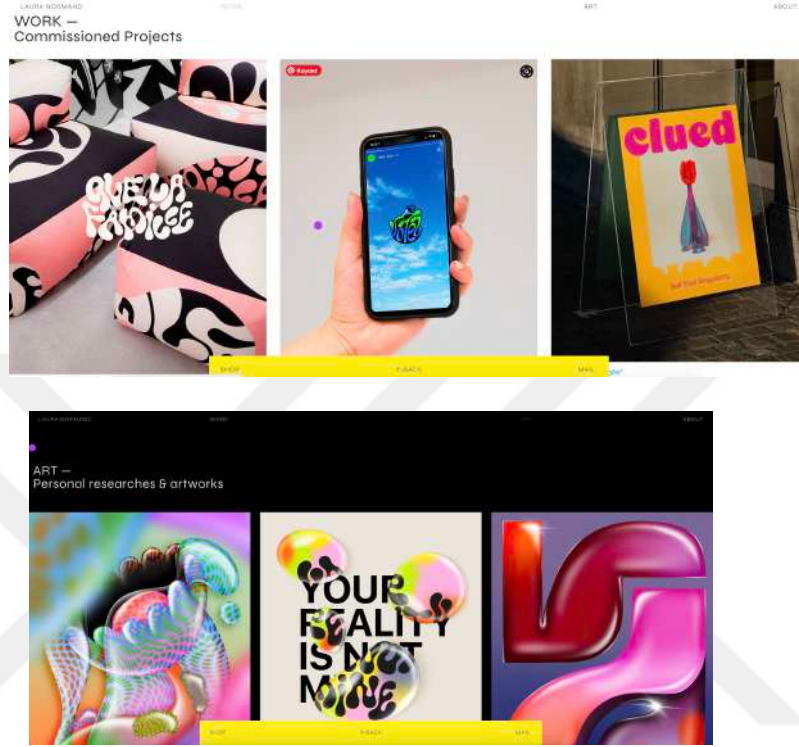


Görsel 31: Laura Normand, Web Sitesi-Ana Sayfa (Sanal 31, 2023)

Web arayüz tasarımında beyaz zemin üzerinde siyah, gri ve mor renklere tırnaksız 'Planc Regular' fontu kullanılmıştır. Tasarımcının ana sayfasında iki sütunlu ızgara (Column grid) düzene göre oluşan yirmi adet çalışması, kaydırmalı bir sisteme sahiptir. Çalışmaları oldukça dinamik ve renkli içeriğe sahiptir. Tasarım ilkelerinden denge, bütünlük ve uyum sağlanmıştır. Ana sayfanın ortasında, amblem kullanımı yerine 'Launorma' tipografisi mevcuttur. 'Shop (Alışveriş), Back (Geri) ve Mail (Posta)' butonları alt kısımda sarı tema üzerinde interaktif olarak bulunan web sitesi, üst navigasyon menüsünde 'Work (İş), Art (Sanat), About (Hakkında)' butonları ile tamamlanmıştır.

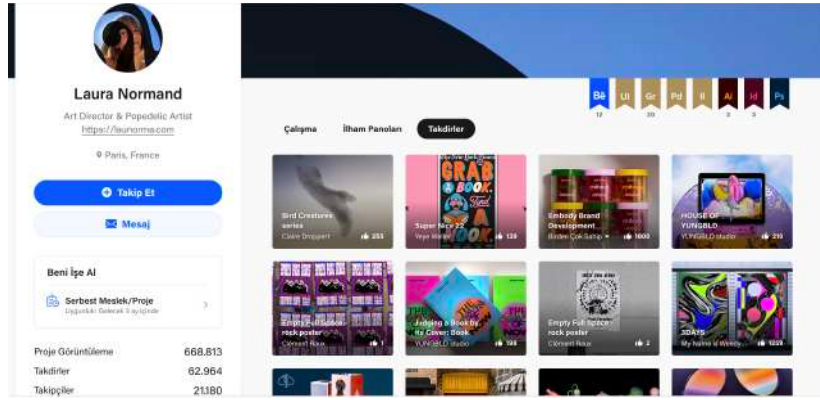
Web sitesinde gezinmek için kullanılan imlecin yanında, yer tayin eden mor renkli bir halka tasarımı mevcuttur. Tipografiden oluşan butonları, üzerine gelen imleç yardımıyla mor renge dönüştürmektedir. Etkileşim(interaktif) yönü yüksek olan web sitesi anlaşılır ve okunaklı yazı karakterine sahiptir. Çalışmaların her birinin adlandırma ve tarih bilgilendirmesi yer almaktadır. Çalışmalar kendi içerisinde sınıflandırılmamıştır. Parlak ve canlı renklere sahip hareketli çalışma görselleri, web sitesinin tamamını kapsamakta ve sanatçının kişiliğini yansıtmaktadır.

Tasarımcının ‘About (Hakkında)’ kısmında kendine özgü yorumuyla birleşen ve çalışmalarıyla uyumlu bir fotoğrafı bulunmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya hesapları, iletişim bilgileri ve öne çıkan müşteri listesi de mevcuttur.



Görsel 32: Laura Normand, Web Sitesi- Çalışmalar (Sanal 32, 2023)

Behance platformunda öne çıkan çalışmaları olan Laura Normand, grafik tasarım alanında takdir görme oranı yüksek ve kişisel web sitesine sahip olması yönüyle tercih edilmiştir. Tasarımcı interaktif yönü etkili web sitesinde kullanışlı arayüz tasarımı, renkli çalışmaları, dinamik görselleri ve tipografi kullanımı ile dikkat çekmektedir. Çok sayıda çalışması ile tatmin edici bir portfolyoya sahip olduğu söylenebilir. Behance’da Mart ayı 2023 yılına ait beğeni sayısı ve öne çıkan çalışmaları Görsel 33’de mevcuttur.

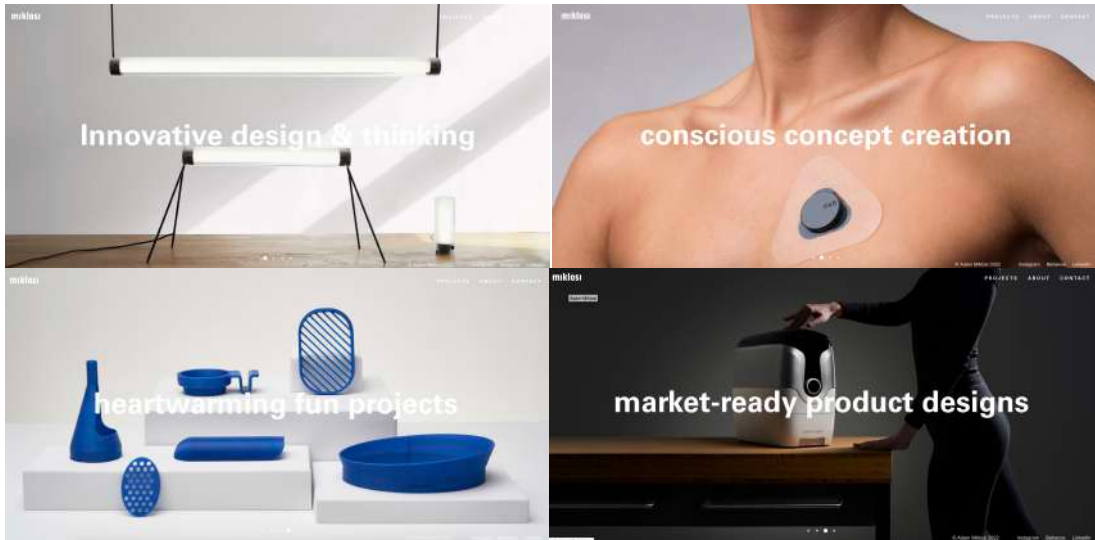


Görsel 33: Laura Normand, Behance- Beğeni Oranı (Sanal 33, 2023)

3.1.7. Adam Miklosi

Budapeşte’de serbest çalışan ve endüstriyel tasarımla ilgilenen tasarımcı; konsept, üretim, ürün geliştirme, cihaz tasarımı, markalaşma ve ambalaj tasarımı gibi konularda tecrübeli olduğunu belirtmiştir.

Hakkında verdiği bilgiler dahilinde; işlevsel ve estetik açıdan dikkat çeken çalışmaları hedefleyen tasarımcı, iş akışını tasarlama ve geliştirme yöntemiyle oluşturduğunu ifade etmiştir.

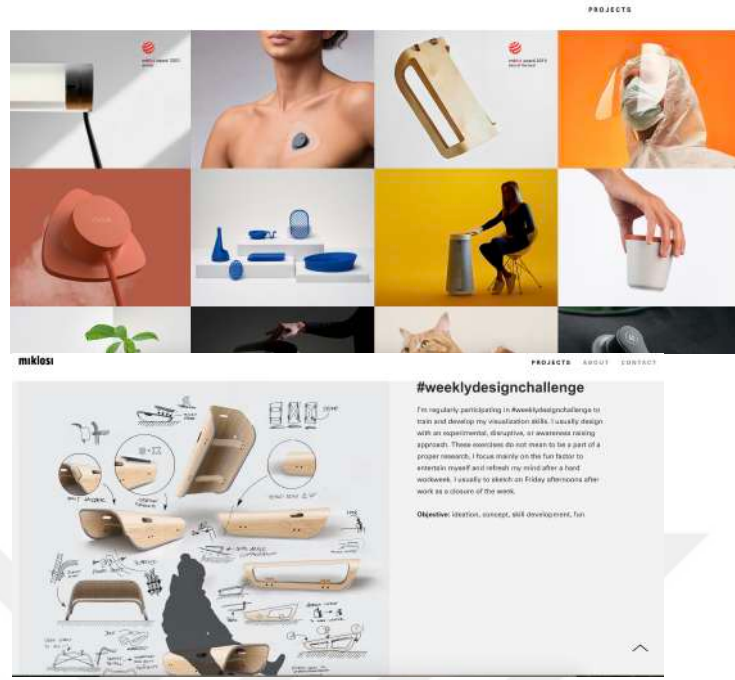


Görsel 34: Adam Miklosi, Web Sitesi-Ana sayfa (Sanal 34, 2023)

Web sitesinin ana sayfası; ‘Innovative desing & thinkingb (yenilikçi tasarım ve düşünce), conscious consept creation (bilinçli konsept oluşturma), heartwarming

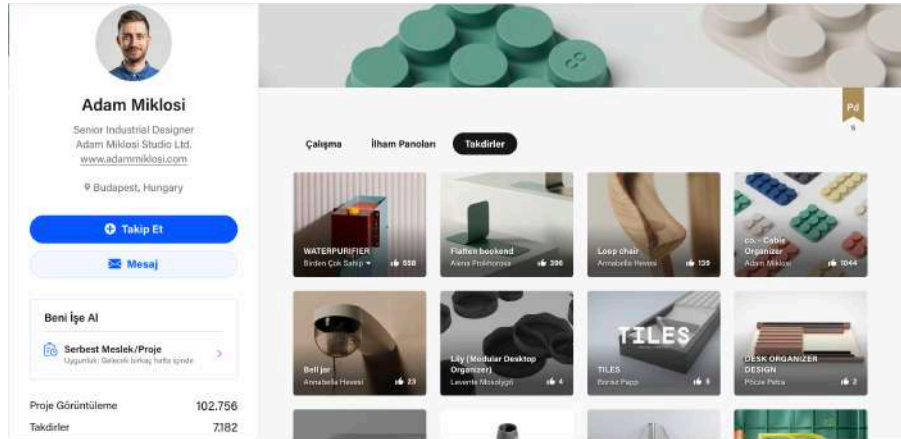
fun projects (iç açıcı eğlenceli projeler), market-ready product designs (pazara hazır ürün tasarımları)' olarak dört tane temadan oluşmaktadır. Dinamik şekilde, yana doğru kayarak hareket eden görseller sayfanın tamamını kapsayan boyuta sahiptir. Üst navigasyon menüsünde 'Project (Proje), About (Hakkında), Contact (İletişim)' olarak üç adet interaktif buton yer almaktadır. Sol üst köşede ise ana sayfaya dönüşü sağlayan tasarımcının adından oluşan bir buton vardır. Gri ve siyah tonlarda tema üzerine beyaz renk 'Correped Zurich Std Bold' font kullanımı, arayüz tasarımı okunurluk açısından olumsuz etkilemiştir.

Tasarımcının projelerinin olduğu bölüm, Modüler ızgara (Modular grid) düzene göre dört sütun, beş satırdan oluşan on sekiz çalışmadan oluşmaktadır. Projeler aktif edildiğinde çalışma hakkında görsellere ve tanıtıma yer verilmiştir. Çalışmanın adı, müşterisi, amacı ve ödüllere ulaşmak da mümkündür. Endüstriyel alanda hazırlanan tasarımların eskiz aşamaları ve fotoğrafları portfolyo içeriğini olumlu yönde etkilemektedir. Sade bir tasarımdan oluşan web sitesi ürünleri odak noktası almaktadır. 'About (Hakkında)' bölümünde ana sayfa ile bütünlük sağlayan bir görsel ve başlık yer almaktadır. 'Interdisciplinary product desing for smooth success (Sorunsuz başarı için disiplinler arası ürün tasarımı)' şeklinde oluşan başlığın akabinde tasarımcının kişisel fotoğrafının bulunduğu bir biyografisi ve müşteri logoları bulunmaktadır. 'Contact (İletişim)' bölümünde ise tasarımcının iletişim bilgileri ve sosyal medya hesapları mevcuttur.



Görsel 35: Adam Miklosi, Web Sitesi-Çalışmalar (Sanal 35, 2023)

Behance platformunda öne çıkan çalışmaları olan Adam Miklosi, endüstriyel tasarım alanında takdir görme oranı yüksek ve kişisel web sitesine sahip olması yönüyle tercih edilmiştir. Tasarımcı interaktif yönü etkili web sitesinde kullanıcı arayüz tasarımı, renkli çalışmaları, dinamik görselleri ve tipografi kullanımı ile dikkat çekmektedir. Çok sayıda çalışması ile zengin bir portfolyoya sahip olduğu söylenebilir. Behance’da Mart ayı 2023 yılına ait beğeni sayısı ve öne çıkan çalışmaları Görsel 36’de mevcuttur.



Görsel 36: Adam Miklosi, Behance Beğeni Oranı (Sanal 36 , 2023)

3.1.8. Junya Watanabe

Japon asıllı fotoğrafçı, Tokyo’da yaşamaktadır. Web sitesinde hakkında verdiği bilgiler kısmında gece fotoğrafçılığı yaptığından, popüler işlerinden ve fotoğraflarının yayınlandığı dergilerden bahsetmektedir.

‘About (Hakkında)’ bölümünde kişisel fotoğrafı, eğitim durumu, biyografisi veya iletişim için e-mail adresi mevcut değildir. Sosyal medya hesaplarındaki profile yönlendirme sağlanmıştır. Ana sayfada iletişim için oluşturulan ayrı bir bölüm yer almaktadır.

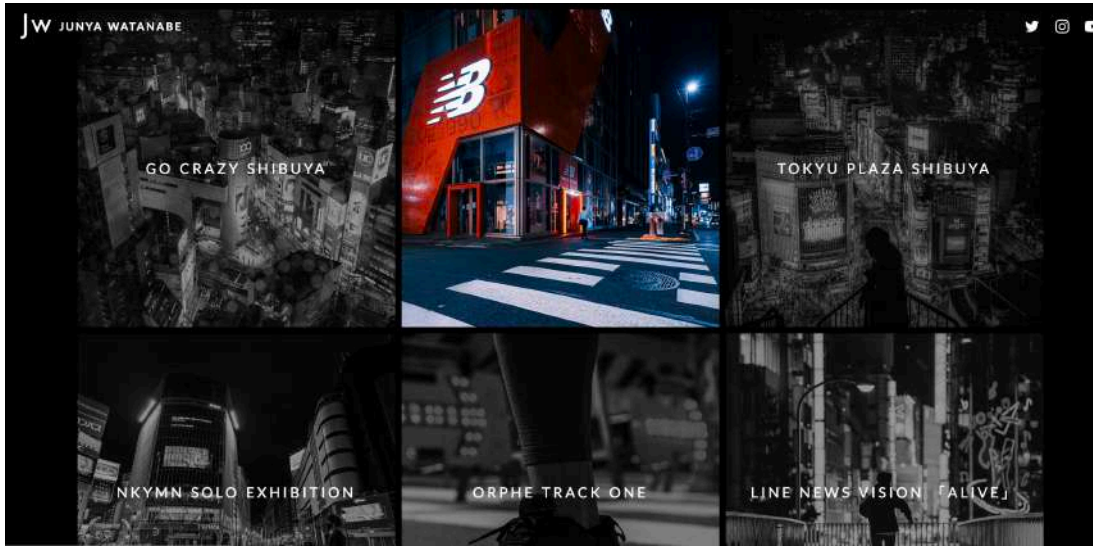


Görsel 37: Junya Watanabe, Web Sitesi-Ana Sayfa (Sanal 37, 2023)

Sanatçının kişisel web sitesinde ‘About (Hakkında), NFT-Foundation, NFT-Makersplace, Night Photography Preset (Gece Fotoğrafçılığı Ön Ayarı), Works (İşler), Contact (İletişim)’ olmak üzere altı tane başlık yer almaktadır. Çalışmalarının siyah-beyaz fotoğraflardan oluşması, tema ile bütünlük sağlaması adına aynı renklerden oluşmaktadır. Beyaz renk, tırnaksız ‘Kometa Unicase Medium’ font kullanılarak okunurluk sağlanmıştır. Tasarımcının çalışmaları Modüler ızgara (Modular grid) düzene göre oluşturulmuştur. İnteraktif başlıklar, imleç üzerlerine geldiğinde renkli görsellere dönüşmektedir. Sanatçı ana sayfanın tamamında kendine ait fotoğraflardan faydalanmıştır. Web sitesinde alt-üst navigasyon menüsü mevcut değildir. Sayfanın sol üst köşesinde yer alan sanatçının logosu, geri dönüş sağlayan

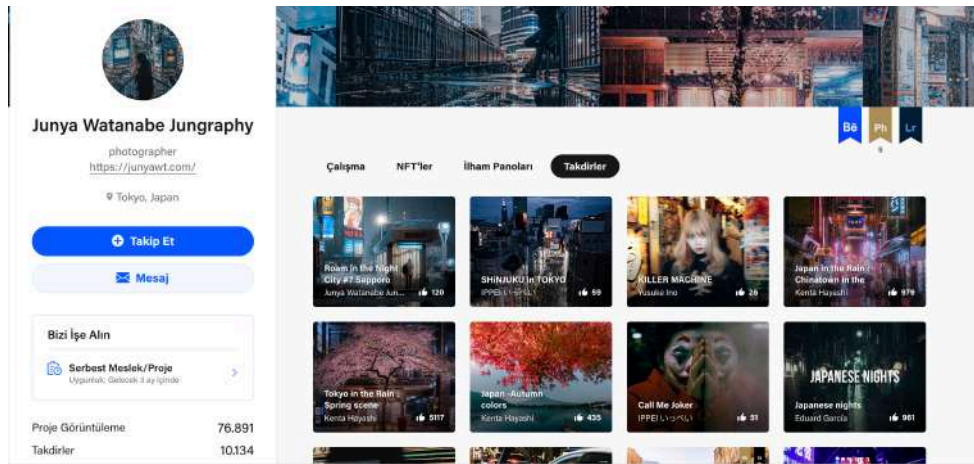
bir buton olarak kullanılırken sağ üst kısmında sosyal medya hesaplarına erişim sağlanmıştır. İşlerini kendi içerisinde kategorize edilmiş ve farklı sosyal platformlarda olan bağlantılarına link uzantısı verilmiştir. Satışa sunduğu birçok fotoğrafı mevcuttur. Işıkla boyama, gece ve bina fotoğraflarına ağırlık veren sanatçının stok bakımından geniş bir portfolyosu vardır.

Bütünlük algısı sağlanan web sitesinin, interaktif yönü kullanışlıdır. Gece çekimleri yapan sanatçı karanlıkta ışığın hâkim olduğu dokulara vurgu yaparak çalışmalarına renk katmaktadır. Siyah-beyaz fotoğraf kullanımı, tasarımcının çalışma stilini yansıtır şekilde oluşturulmuştur.



Görsel 38: Junya Watanabe, Web Sitesi- Çalışmalar (Sanal 38, 2023)

Behance platformunda öne çıkan çalışmaları olan Junya Watanabe, fotoğraf alanında takdir görme oranı yüksek ve kişisel web sitesine sahip olması yönüyle tercih edilmiştir. Tasarımcı interaktif yönü etkili web sitesinde; kullanışlı arayüz tasarımı, gece çekimleri, fotoğraflarındaki orantılı kompozisyon ve tipografi kullanımı ile dikkat çekmektedir. Çok sayıda çalışma stoğu ile zengin bir portfolyoya sahip denilebilir. Behance'da Mart ayı 2023 yılına ait beğeni sayısı ve öne çıkan çalışmaları Görsel 39'da mevcuttur.



Görsel 39: Junya Watanabe, Behance Beğeni Oranı (Sanal 39, 2023)

3.1.9. Andreu Zaragoza

Barselona merkezli serbest çalışan bir illüstratör ve grafik tasarımcı olan Andreu Zaragoza, çocukluğundan beri çizime duyduğu ilgi sayesinde Barselona’da grafik tasarım eğitimi almıştır.

Biyografisinde birkaç yıl grafik tasarımcı olarak çalıştıktan sonra, neredeyse unutulmuş kalem ve fırça tutkusuna geri dönmeye karar verdiğini belirten tasarımcı, geleneksel mürekkeple çizimler ve dijital çalışmalar yapmaktadır.



Görsel 40: Andreu Zaragoza, Web Sitesi-Ana Sayfa (Sanal 40, 2023)

Andreu Zaragoza, portfolyo niteliğindeki web sitesinde ana sayfa görseli olarak dört adet sütundan oluşan çalışma görsellerini kullanmıştır. Üst navigasyon menüsüne sahip olan tasarımcının web arayüz tasarımında ‘Work (İş), About

(Hakkında), Shop (Mağaza)’ olmak üzere üç tane kısıtlı interaktif buton bulunmaktadır. Kişisel logo-type tasarımı ise, sağ üst köşede web site içerisinde ana sayfaya geri dönüşü sağlayan bir etkileşime sahiptir.

Ana sayfada Asimetrik ızgara (Asymmetrical grid) düzene sahip dört sütundan oluşan yirmi beş adet proje yer almaktadır. Her bir çalışma adlandırma ve bilgilendirmeye sahiptir. Beyaz renk üzerine siyah renk tırnaksız, ‘Chairdrobe Rounded Bold’ font ile hazırlanan ara yüz tasarımı okunurluğu sağlamaktadır.

Portfolyo içeriği; renkli karakter tasarımları ve eskizlerden oluşan dijital çizimlere sahiptir. Web ara yüzünde beyaz renk kullanılarak çalışmaların ön plana çıkması sağlanmıştır. Çalışmalar belirli bir kategorizeye sahip değildir. Alt navigasyon barı mevcut olmayan web sitesinde logonun büyük kullanılması ve orta kısımda kalan beyaz boşluk kompozisyonu olumsuz etkilemiştir.

About kısmında biyografisi, kişisel fotoğrafı, müşteri ve sergi listesi bulunmaktadır. İletişim için e-mail ve telefon numarası mevcuttur.

POR QUÉ LAS MUJERES SALVARÁN EL PLANETA

Cover illustration for the book *Por qué las mujeres salvarán el planeta* (Why women will save the planet), a compilation of essays and interviews about ecofeminism.

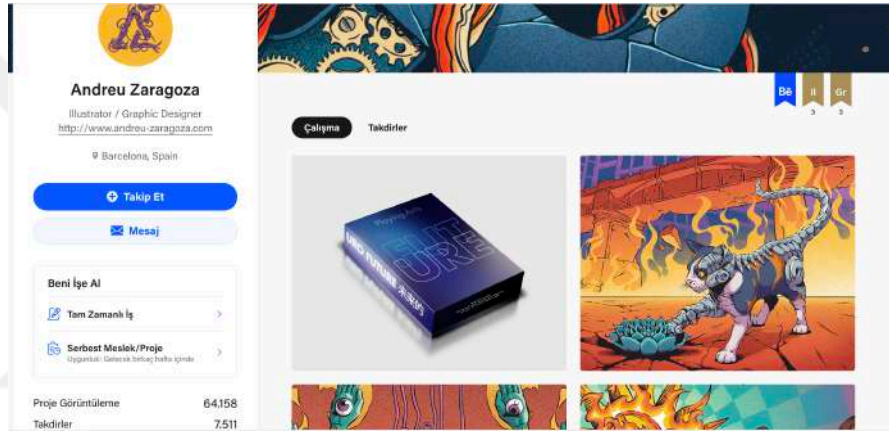
Published by Rayo Verde Editorial. Art direction and graphic design: Tono Cristófol.



Görsel 41: Andreu Zaragoza, Web Sitesi- Çalışmalar (Sanal 41, 2023)

Behance platformunda öne çıkan çalışmalarını olan Andreu Zaragoza, illüstrasyon alanında takdir görme oranı yüksek ve kişisel web sitesine sahip olması

yönüyle tercih edilmiştir. Tasarımcı düşük etkileşimli (interaktif) web sitesinde daha çok çalışmalarını dikkat çekmektedir. Çok sayıda çalışması ile tatmin edici bir portfolyoya sahip olduğu söylenebilir. Behance’da Mart ayı 2023 yılına ait beğeni sayısı ve öne çıkan çalışmaları Görsel 42’de mevcuttur.



Görsel 42: Andreu Zaragoza, Behance Beğeni Oranı (Sanal 42, 2023)

3.1.10. Roman Lel

UX, UI tasarımcı, web sitesinde ‘Hello, I’m Roman UI/UX designer Focused on Mobile and Web design’ şeklinde kısaca nereli olduğu ve ne iş yaptığından bahsettiği bir metinden oluşan ana sayfaya sahiptir. ‘About (Hakkında), Portfolio (Portföy), Contacts (İletişim)’ olarak üç adet başlıktan oluşan üst navigasyon menüsü mevcuttur.



Portfolio

Görsel 43: Roman Lel, Web Sitesi-Ana sayfa (Sanal 43, 2023)

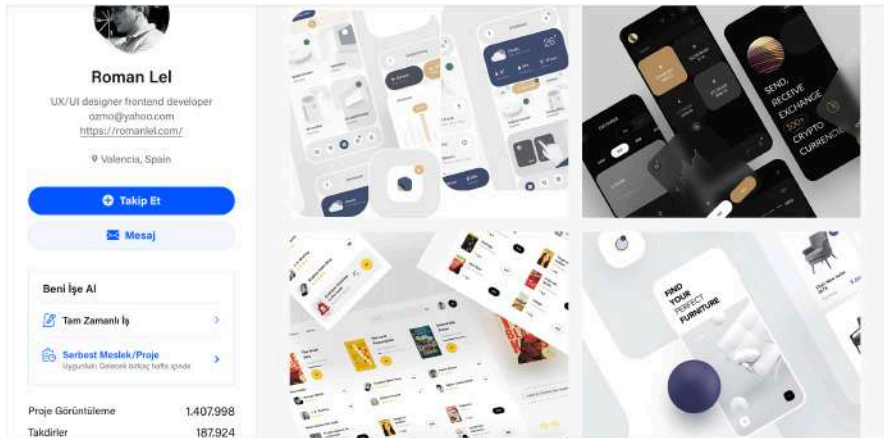
‘Portfolio’ menüsünde web arayüz tasarımları, mobil uygulamaları gibi çalışmaları bulunmaktadır. ‘Contacts (İletişim)’ bölümünde soru sormak isteyen kullanıcıların bilgilerinin alındığı bir form oluşturulmuştur.

Beyaz zemin üzerine tırnaksız ‘Alilato Arabic Bold’ fontu ile oluşturulan arayüz tipografisi okunaklı ve anlaşılır şekildedir. Tasarımcının çalışmaları gri tonlarda renk kullanımı ve tasarım konsepti açısından arayüzle uyumludur. Çalışmalar arka plan rengi ile kontrast oluşturmayarak pasif kalmıştır. Üst navigasyon menüsünün de profil fotoğrafı yer almaktadır. Ana sayfanın sonunda ‘prototyping (prototip oluşturma), ui (kullanıcı arayüzü), ux (kullanıcı deneyimi), illustration (İllüstrasyon), dashboard (pano), crypto (kripto), branding (markalaşma), logo, landing (açılış sayfası), icon (simge), app (uygulama)’ olarak belirttiği çalışma alanları mevcuttur.



Görsel 44: Roman Lel, Web Sitesi- Çalışmalar (Sanal 44, 2023)

Çalışmaların olduğu bölüm; Modüler Izgara (Modular Grid) düzene göre tasarlanmıştır. Portfolio (Portföy)'ünde dört sütun, iki satırdan oluşan sekiz proje yer almaktadır. Her bir çalışma projesi, interaktif şekilde tasarlanan kutucuklardan oluşmaktadır. Tıklanarak aktive edilen çalışmaların adlandırılması ve alan bilgileri mevcut olan portfolyo bölümünde, projeler dinamik görseller ve uygulamalar içermektedir. Birçok alanda beceriye sahip tasarımcının portfolyo içeriği oldukça fazla çalışmayı kapsamaktadır. Portfolyo menüsü, akabinde 'If you have an idea tell me about it (Bir fikrin varsa bana anlat)' şeklinde oluşturulmuş bir fikir beyan alanı yer almaktadır. Sade bir arayüz tasarımına sahip web sitesinde, mail adresi ve sosyal medya hesaplarına alt navigasyon menüsünde yönlendirme yapılmıştır.



Görsel 45: Roman Lel, Behance, Beğeni Oranı (Sanal 45, 2023)

Behance platformunda öne çıkan çalışmaları olan Roman Lel, UX, UI Tasarımı başta olmak üzere birçok alanda takdir görme oranı yüksek ve kişisel web sitesine sahip olması yönüyle tercih edilmiştir. Sade arayüz tasarımına sahip portfolyosu, daha çok çalışmaları ve dinamik içeriği ile dikkat çekmektedir. Behance’da Mart ayı 2023 yılına ait beğeni sayısı ve öne çıkan çalışmaları Görsel 45’te mevcuttur.

**SONUÇ**

Teknoloji çağının gerekliliği haline gelen iletişim araçları, tasarımcı ve öğrenciler tarafından hazırlanan portfolyoların, kalabalık kitlelere ulaşmasında önemli bir yere sahip olmuştur. Sosyal platformlar, web siteleri ise portfolyoların çok yönlü sergilenebildiği önemli mecralar haline gelmiştir. Bu önemli değişimin yansımaları öğrenci ve tasarımcıların sıra dışı sunum teknikleri ve içerikler üretmesine olanak tanımaktadır. Çoklu ortam özellikleri ise her geçen gün geliştirilmekle beraber toplumda birçok kullanım alanına fayda sağlamaktadır.

Öğrenci, tasarımcı ve sanatçılar her geçen gün saygınlık kazanmak ve kariyerini ileri taşımak amaçlı portfolyo ve özgeçmişleri için yeni sunum ve üretim tekniklerini denemektedir. Bir diğerinden ayrılarak fark yaratmanın zor olduğu günümüz koşullarında, yaratıcılık ve buluş süreçleri zorlaşmaktadır. Sanal

platformlarda özgün içerikler, telif haklarına saygı ve güven konusu dijital medyanın olumsuz yönlerindedir. Sosyal medya hesapları, web siteleri ve teknoloji kavramları tasarım dahil birçok alanda tatminsizlik ve hazır bulunurluğa da sebebiyet verebilmektedir.

Bu çalışma, tasarım alanında ‘GMK Ödülü almış beş yerli ve ‘Behance’ beğeni oranı yüksek beş yabancı tasarımcının interaktif portfolyolarını ele almaktadır. Literatür taraması ve internet aracılığı ile toplanan bilgiler ışığında portfolyo tasarımlarının basılı ve dijital türleri, tasarımda kullanılan araç, yöntem ve ilkeleri belirtilmiştir. Ele alınan on tasarımcının portfolyo niteliği taşıyan web siteleri, belirli ölçütlere ve web sitesi tasarım ilkelerine göre incelenmiştir. İncelenen portfolyoların interaktif kullanımına vurgu yapılmıştır. Teknoloji çağında web siteleri, tasarımcıların portfolyoları olmuştur. Günümüzde aktif olarak kullanılan teknolojinin portfolyolara yansıyan gelişimleri ve özellikleri incelenmiştir. Kullanıcı deneyimi olarak, tasarımcı portfolyoları üzerinde olumlu ve olumsuz yönleri belirtilmiştir. İnteraktif portfolyoların, statik konumda olan portfolyolara göre; hedef kitlesi yüksek ve yaygın kullanıma sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Bu çalışma interaktif portfolyo alanında kısıtlı kaynaklara sahip araştırmalar için örnek olabilecek incelemeleri kapsamaktadır. Tasarım bölümlerinin vazgeçilmezi olan portfolyo sunumları için ise yöntem tayin edebilmektedir.

KAYNAKÇA

Adobe Systems (1996). Adobe After Effects. Indianapolis: Adobe Press. ISBN: 1568302673.

Adobe Systems (1999). Adobe InDesign. California: Adobe Press. ISBN: 9780201658934.

AKKEMİK, S., (2009). *Sayısal Oyunlarda Etkileşim Tasarımının Rolü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.

AMBROSE, G. ve HARRIS, P. (2013). *Sayfa Düzeni*, İstanbul: Literatür Yayınları.

AMBROSE, G. Ve HARRIS, P. (2014). *Grafik Tasarımda Tipografi*, İstanbul: Literatür Yayınları Grafik Tasarım Temelleri Dizisi: 05.

ARIKAN, A. (2011). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*, Konya: Eğitim Yayınevi.

ASLANER, AG., ve AYDIN ASLANER, D. (2020). “Gelenekselden Dijitale Türkiye’de Reklamcılık”, *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 21, 17-30.

BAĞCIVAN, A. (2003). *Çocuklara Yönelik Web Sitelerinin Grafik Tasarım Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi, Ankara.

BATI, A. (2012). *İnsan-Bilgisayar Etkileşiminde Arayüz Tasarımı ve Metaforlar*, Sanatta Yeterlilik Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.

BECER, E. (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Dost Kitapevi, Ankara.

BECER, E. (2008). *İletişim ve Grafik Tasarım*. (6.Baskı) Ankara: Dost Kitabevi.

BİNGÖL, B., (2010). *Lisans Düzeyindeki Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Çoklu Ortam (Multimedya) kullanımı: Ankara’daki Görsel İletişim Tasarımı Bölümlerinin İncelenmesi*, Doktora Tezi, Ankara.

BROECK, V.D. Martijn. *Should You Design Your Portfolio For Web Or For Print?*, <https://medium.com/portfolio-principles/should-you-design-your-portfolio-for-web-or-for-print-5d7f0acd6330> (Erişim Tarihi: 17.12.2022).

BÜLBÜL, H. İ. (1999). “Öğretim Amaçlı Bilgisayar Yazılımlarında Ekran Tasarımı” *Milli Eğitim Dergisi*, 144, 74-79.

CAWKELL, T. (1996). *The Multimedia Handbook*, New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

CHAPMAN, N. & CHAPMAN, J. (2004). *Digital Multimedia*, England: John Wiley & Sons. Ltd.

COTTON, B., & OLIVER, R. (1997). *Siber Uzay Sözlüğü* (Ö. Arıkan ve Ö. Çenderoğlu, Çev.), İstanbul: Yapı ve Kredi Kültür Yayınları.

ÇAKIR, Gamze (2009). *Grafik Sanatlar Eğitimi Açısından Portfolyo Tasarımı*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi.

ÇORBACI, Uğurcan (2016). *Grafik Tasarım Ürünü Olarak Moda Portfolyosu ve Bir Moda Portfolyosu Şablonu*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

D. HARREL, W. (1997). *Director 5 ile Multimedya Öğreniyorum (Çoklu Ortam Yazarlık Atelyesi)*, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

DANIELSON, C. & ABRUTYN, L. (1997). *An Introduction to Using Portfolios in the Classroom*, Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.

DI MARCO, J., (2006). *Web Portfolio Design and Applications*, Idea Group Inc. ISBN: 1591408563, 9781591408567.

DOĞAN, E. (2015). “Türkiye’deki Görsel İletişim Tasarımı Bölümleri Üzerine Genel Bir Durum Analizi”, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1, 1, 15-33.

Educational Technology, University of Wollongong, <http://www.ascilite.org.au/ajet/ajet23/lambert.html> (Erişim Tarihi: 20.12.2022).

EISENMAN, S. (2008). *“Building Design Portfolios Innovative Concepts for Presenting Your Work”*, Massachusetts: Rockport Publisers.

ERGÜVEN, A. (2012). *Ardışık Logotayplar ve Görsel Algı*. Sanatta Yeterlilik Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

ERİŞTİ, S. D. (2014). *Çoklu Ortam Tasarımı*, Ankara: Pegem Yayınevi.

GALITZ, O., Wilbert. (2002). *The Essential Guide to User Interface Design*. New Jersey: John Willey & Sons

GOLDSBY, D. & Fazal, M. (2001). “Now That Your Students Have Created Web-based Digital Portfolios, How do You Evaluate Them?” *Journal of Technology and Teacher Education*, 9, 4, 607–616.

GOLOMBISKY, Kim ve HAGEN, Rebecca. (2010). *White Space is Not Your Enemy*. London: Elsevier.

GÖKAYDIN, Nevide. (1990). *Eğitimde Tasarım ve Görsel Algı*. (1.Baskı). Ankara: Sedir Yayınları

GREENBERG, G. (2004). “The Digital Convergence: Extending the Portfolio Model”, *EDUCAUSE Review*, 39, 4, 28–37.

HOLZGANG, D. A. (1988). *Mastering Adobe Illustrator*, San Francisco: SYBEX. ISBN: 0895884631.

ITTELSON, J. C. (2001). “Building An E-Dentity for Each Student”, *Educause Quarterly*, No. 4.

IVERS, K., & BARRON, A.E. (1998). *Multimedia Projects in Education*. Englewood, CO: Libraries Unlimited, Inc.

JONES, S. (2003). *Encyclopedia of New Media*, California: Sage Publication Inc.

KARA, C., (2019). “Türkiye’deki Grafik Tasarımcı Portfolyolarına ait Güncel Kullanım Tercihlerinin Belirlenmesi”, *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 8, 53, 49-58.

KARA, C., (2019). “Grafik Tasarımcı Olmayanların Portfolyo oluştururken Yaptığı Yaygın Tasarım Hataları ve İlgili Tasarım İlkeleri”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7, 87, 163-178.

KAYA, C. (2006). *Türk Dili Kitabı*, İstanbul: Piya Yayınları.

KAYA, K. (2014). *Sanal Portfolyo Uygulamalarının İncelenmesi Ve Bir uygulama Örneği: DPÜ GSF Online Portfolyo Sitesi*, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.

KEŞ, Y., (2009). *Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarım*, İstanbul: Hiperlink Yayınları.

KETENCİ, H., Fehmi ve BİLGİLİ, Can. (2006). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. (1.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

KINIK, M. (2014). *Grafik Tasarım: Tarih ve Teknoloji*, Konya: Zoom Yayınları.

KOLOĞLU, TF. (2015). “Web Tasarımında İşlem Basamakları ve Web Sitesinde Bilinmesi Gerekenler”, *Küresel Mühendislik Çalışmaları Dergisi*, 2, 2, 51-61.

KUL, İ., (1998). *İnternet, Elektronik ve Multimedya Teknik Terimler Sözlüğü*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.

KURU, A. (2015). “Teknolojik ürünlerde kullanıcı deneyimi üzerine bütünsel bir model”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 3, 3, 567-574.

LABRECQUE, J. & SCHWARTZ, R. (2016). *Learn Adobe Animate CC for Interactive Media : Adobe Certified Associate Exam Preparation*, San Francisco: Adobe Press.

LANDA, Robin. (2011). *Graphic Design Solution*. Boston: Clark Baster.

LAMBERT, RS., & CORRIN, LE., (2007), “Moving Towards A University Wide Implementation Of An Eportfolio Tool”, *Australasian Journal of Educational Technology*, 23, 1, 1-16.

LAUER, David., A. ve PENTAK. Stephen. (2005). *Design Basic*. (5.Baskı) Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.

LINTON, H. (1996). *Portfolio Design*, New York: W.W. Norton&Company

MARTEL, C. (1995). *Ben Enerjiyim*, İstanbul: Arion Yayınevi.

MAZLUM, H. (2017). “Modernizm Sürecinde Yeni Tipografi’nin Doğuşu ve Jan Tschichold”, **Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 18, 1, 226-247.

OKUTAN, S. (2021). *İnternet Sitelerinde Kullanıcı Arayüz Tasarımı ve Bir Uygulama Çalışması*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yaşar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Oxford Dictionaries (2008). Oxford English English Dictionary, USA: Oxford University Press.

ÖZ, H. (2003). *Kişisel Sunum Açısından Dijital Portfolyo İncelemesi ve Dijital Portfolyo Denemeleri*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

ÖZDEMİR, Ö., (2010). *Çağdaş Sanatta Dijital Teknolojilerden Yararlanan İnteraktif Sanat*, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi.

ÖZDEMİR, T. (2005). “Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler”, **Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 14, 2, 391-402.

ÖZYENGİNER, E. (2006). *Bilgisayar Dersinde Elektronik Portfolyo Yöntemi Kullanımı Üzerine Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

PATTERSON, J. & SAVİLLE, J. (2012). *Viscomm: A Guide to Visual Communication and Design*, VCE Units 1-4, NewYork: Cambridge University Press.

SAKMAN, S. (2017). “Arayüz Tasarımları İçin Prototip Kullanımı”, **Sanat ve Tasarım Dergisi**, 20, 225 – 237.

SARIKAVAK, NK. (2018). “Gutenberg Tipografisinden Çağdaş İletişim Tasarımına”, **Konya Sanat, Necmettin Erbakan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi**, 1,1, 8-27.

SARIKAVAK, NK. (2017). *Kaligrafik ve Tipografik Deneysel Tasarımlar*, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

SELAMET, S. (1997). “Yazı Karakterlerinin Sınıflandırılması” **Anadolu Üniversitesi e- Arşiv**.

SMITH, J. (2010). *Adobe Illustrator CS5 Digital Classroom*. Indianapolis: Wiley Pub.

SOLLENBERGER, K., (2012). *10 User Interface Design Fundamentals*, <http://blog.teamtreehouse.com/10-user-interface-designfundamentals> (Erişim Tarihi: 13.12.2022).

SMITH, E., Buy., BEBAK, Arthur. (2004). *Creating Web Pages For Dummies*. New Jersey: John Willey & Sons

STONE, Debbie., JARRETT, Caroline., WOODROFFE, Marrk., MINOCHA, Shailey. (2005). *User Interface Design and Evaluation*. London: Elsevier

TUNALI, E. (2016). *Resonant Field: A critical analysis of user interface design in digital media*, Yüksek lisans tezi. Ankara: Bilkent Üniversitesi.

TURJA, I. (2020). *The effects of visual aesthetics and functionality in user interface design and perception*. South-Eastern Finland University of Applied Sciences.

TURGUT, E. (2013). **Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri**, Anı Yayıncılık, Ankara

TÜRKMENOĞLU, H. ve AKENGİN, G. (2016). “Hareketli Grafik Tasarım Sürecinde Yazı Devinimi”, **İdil Sanat ve Dil Dergisi**, 5, 23, 895-908.

TÜRKMENOĞLU, H., ve ATALAR, D. (2020). “Arayüz Tasarımında Kullanıcı Deneyimi Amaçlı Prototip Tasarımı”, **İdil Sanat ve Dil Dergisi**, 9, 70, 1041-1046.

UÇAR, TF. (2017). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İstanbul: İnkılap Yayınları.

UÇAR, T., Fikret. (2004). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**. İstanbul: Anka Basım.

UZUNTAŞ, H. ve YAZAR, T. (2017). “Dijital Çağdaki Yeni Eğilimler Bağlamında Yapılan Amblem/Logo Tasarım Trendleri”, **Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art**, 2, 2, 102-103.

VAUGHAN, T. (2001). *Multimedia Making It Work*, California: Osborne/McGraw-Hill.

YALIN, H.İ., (2000). *Öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

YUM, MS. (2021). “**Tasarım Mesleklerinde Hazırlanan Portfolyolara Ait Özelliklerin Belirlenerek Değerlendirilmesi**”, **Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi**, 2021, 4, 1, 28-44.

YURT, H. (2017). **Etkileşimli(İnteraktif) Grafik Tasarım Uygulamalarında Öğeler ve İlkeler**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

GÖRSEL ve SANAL KAYNAKÇA

Görsel 1: Sanal 1 (2022), CV(Özgeçmiş) Örneği

https://www.behance.net/gallery/158126541/Resume-TemplateCv?tracking_source=search_projects%7Ccv+design

Görsel 2: Sanal 2 (2022), Kitap Portfolyo Örneği

<https://sergi.gmk.org.tr/38/proje/1332>

Görsel 3: Sanal 3 (2022), Çanta Portfolyo Örneği

<https://www.progresspackaging.co.uk/custom-made-portfolio-case-newport-works/>

Görsel 4: Sanal 4 (2022), Klasör Portfolyo Örneği

<https://tr.stockfresh.com/image/4353262/folder-with-the-label->

Görsel 5: Sanal 5 (2022), Behance Ana Sayfa Görseli

<https://www.behance.net/>

Görsel 6: Sanal 6 (2022), Statik Portfolyo İçeriği

<https://tr.wix.com/blog/makale/en-iyi-portfolio-ornekleri>

Görsel 7: Sanal 7 (2022), Slayt Portfolyo Örneği

<https://www.avansas.com/blog/etkili-sunum-teknikleri-nelerdir-etkili-sunum-nasil-yapilir>

Görsel 8: Sanal 8 (2022), Statik Portfolyo/Özgeçmiş İnfografik

<https://www.gencgrafiker.com/wp-content/uploads/2013/09/yaratici-cv-ve-portfolio-tasarimi.jpg>

Görsel 9: Sanal 9 (2022), Statik Portfolyo İçeriği

<https://tr.pinterest.com/pin/322851867049467810/>

Görsel 10: Sanal 10 (2022), Dinamik Portfolyo İçeriği

https://www.behance.net/gallery/153431001/Portfolio-2022?tracking_source=search_projects%7CGrafik+tasar%C4%B1mc%C4%B1+Portfolio

Görsel 11: Sanal 11 (2022), İnteraktif Web Sitesi

<https://www.marwanramadan.com/>

Görsel 12: Sanal 12 (2022), UX, UI Piktogram Görseli

<https://tr.pinterest.com/pin/860680178805785950/>

Görsel 13: Sanal 13 (2022), Gotik Yazı Görseli

<https://tr.depositphotos.com/vector-images/gothic-font-letter.html>

Görsel 14: Sanal 14 (2022), Roman Yazı Karakteri Görseli

<https://tr.pinterest.com/pin/726909196122753782/>

Görsel 15: Sanal 15 (2022), Serif/Sans Serif Yazı Karakteri Görseli

<https://looka.com/blog/best-sans-serif-fonts/>

Görsel 16: Sanal 16 (2022), Script & Curcives Yazı Karakteri Görseli

<https://tr.pinterest.com/adenys0341/kalligrafie-voorbeelden/>

Görsel 17: Sanal 17 (2022), Çok Yönlü Yazı Karakteri Görseli

<https://www.alastyr.com/blog/yazi-fontlari-degisik-yazi-tipleri/>

Görsel 18: Sanal 18 (2022), Dijital Sentez Kuramı Görseli

<https://serdara.com/renk-teorisi-rgb-cmyk/>

Görsel 19: Sanal 19 (2023), ‘Mehmet Gözetlik’ Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://mehmetgozetlik.com/filter/works>

Görsel 20: Sanal 20 (2023), ‘Mehmet Gözetlik’ Web Sitesi-Çalışmalar

<https://mehmetgozetlik.com/filter/works>

Görsel 21: Sanal 21 (2023), ‘Mehmet Gözetlik’ 29.GMK Ödülü

<https://gmk.org.tr/>

Görsel 22: Sanal 22 (2023), ‘Mesut Uğurlu’ Web Sitesi-Ana Sayfa

<http://www.mesutugurlu.com/about/>

Görsel 23: Sanal 23 (2023), ‘Mesut Uğurlu’ 41.GMK Ödülü

<https://gmk.org.tr/news/gmkdan/41-grafik-tasarim-odulleri-sahiplerini-buldu>

Görsel 24: Sanal 24 (2023), ‘Olgun Kaşıkçı’ Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://olgunkasikci.com/work>

Görsel 25: Sanal 25 (2023), ‘Olgun Kaşıkçı’ Web Sitesi-Çalışmalar

<https://olgunkasikci.com/work>

Görsel 26: Sanal 26 (2023), ‘Olgun Kaşıkçı’ 41.GMK Ödülü

<https://gmk.org.tr/news/gmkdan/41-grafik-tasarim-odulleri-sahiplerini-buldu>

Görsel 27: Sanal 27 (2023), ‘Kibele Yarman’ Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://www.erensukibeleyarman.com/broken-english-goodbye>

Görsel 28: Sanal 28 (2023), ‘Kibele Yarman’ 41. GMK Ödülü

<https://gmk.org.tr/news/gmkdan/41-grafik-tasarim-odulleri-sahiplerini-buldu>

Görsel 29: Sanal 29 (2023), ‘Duru Ekşioğlu’ Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://durueksioglu.com/>

Görsel 30: Sanal 30 (2023), ‘Duru Ekşioğlu’ 41.GMK Ödülü

<https://gmk.org.tr/news/gmkdan/41-grafik-tasarim-odulleri-sahiplerini-buldu>

Görsel 31: Sanal 31 (2023), ‘Laura Normand’ Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://launorma.com/>

Görsel 32: Sanal 32 (2023), ‘Laura Normand’ Web Sitesi-Çalışmalar

<https://launorma.com/>

Görsel 33: Sanal 33 (2023), ‘Laura Normand’ Behance- Beğeni Oranı

<https://www.behance.net/search/projects?field=graphic+design&sort=appreciations>

Görsel 34: Sanal 34 (2023), ‘Adam Miklosi’ Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://adammiklosi.com/>

Görsel 35: Sanal 35 (2023), 'Adam Miklosi' Web Sitesi-Çalışmalar

<https://adammiklosi.com/>

Görsel 36: Sanal 36 (2023), 'Adam Miklosi' Behance-Beğeni Oranı

<https://www.behance.net/search/projects?field=industrial+design&sort=appreciations>

Görsel 37: Sanal 37 (2023), 'Junya Watanabe' Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://junyawt.com/about>

Görsel 38: Sanal 38 (2023), 'Junya Watanabe' Web Sitesi-Çalışmalar

<https://junyawt.com/about>

Görsel 39: Sanal 39 (2023), 'Junya Watanabe' Behance-Beğeni Oranı

<https://www.behance.net/search/projects?field=photography&sort=appreciations>

Görsel 40: Sanal 40 (2023), 'Andreu Zaragoza' Web Sitesi-Ana Sayfa

<http://www.andreu-zaragoza.com/>

Görsel 41: Sanal 41 (2023), 'Andreu Zaragoza' Web Sitesi-Çalışmalar

<http://www.andreu-zaragoza.com/>

Görsel 42: Sanal 42 (2023), 'Andreu Zaragoza' Behance- Beğeni Oranı

<https://www.behance.net/search/projects?field=illustration&sort=appreciations>

Görsel 43: Sanal 43 (2023), 'Roman Lel' Web Sitesi-Ana Sayfa

<https://romanlel.com/contacts.html>

Görsel 44: Sanal 44 (2023), 'Roman Lel' Web Sitesi-Çalışmalar

<https://romanlel.com/contacts.html>

Görsel 45: Sanal 45 (2023), 'Roman Lel' Behance- Beğeni Oranı

<https://www.behance.net/search/projects?field=ui/ux&sort=appreciations>

Izgara (Grid) Sistemi Sanal Kaynak

<https://tr.linkedin.com/pulse/dijital-tasarimda-grid-kullanimi-akif-akinci>