

**GRAFİK TASARIMDA
AKADEMİK ARAŞTIRMALAR
2**

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN



© Copyright 2024

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN 978-625-375-029-9	Sayfa Mizanpaj Tasarımı Akademisyen Dizgi Ünitesi Dış Kapak ve Bölüm Kapak Tasarımları Doç. Dr. Tarık YAZAR
Kitap Adı Grafik Tasarımda Akademik Araştırmalar 2	Yayıncı Sertifika No 47518
Editörler Tarık YAZAR ORCID iD: 0000-0002-8966-3702 Fahrettin GEÇEN ORCID iD: 0000-0002-0787-7505	Baskı ve Cilt Vadi Matbaacılık
Yayın Koordinatörü Yasin DİLMEN	Bisac Code ART000000
	DOI 10.37609/akya.3261

Kütüphane Kimlik Kartı
Grafik Tasarımda Akademik Araştırmalar 2 / ed. Tarık Yazar, Fahrettin Geçen.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.
177 s. : resim, tablo. ; 160x235 mm.
Kaynakça ve İndeks var.
ISBN 9786253750299

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

BÖLÜM 1	
Meta Kurgu Olarak Tipografik Dizinleme	1
<i>Yaşar USLU</i>	
BÖLÜM 2	
Tüketim Kültürü Bağlamında Ticari Tabelaların İncelenmesi:	
Kütahya Örneği.....	13
<i>Bora Bekir YÜCELEN</i>	
<i>İlhami DİKSOY</i>	
BÖLÜM 3	
Bilgi Görselleştirme Tasarımı ve İnfografik	35
<i>Tarık YAZAR</i>	
BÖLÜM 4	
Grafik Tasarımda Görsel Kültür Motivasyonları.....	77
<i>Aslı İNANLI</i>	
BÖLÜM 5	
Yeni Medyada Grafik Tasarımı: Dijital Dönüşüm,	
Yaratıcı Süreç ve İnovasyon	91
<i>Oya Cansu DEMİRKALE KUKUOĞLU</i>	
BÖLÜM 6	
İllüstrasyonda Dijitalleşmenin Etkisi ve	
Yeni Yönelimler	115
<i>Aysel GÜNEY TÜRKEÇ</i>	
BÖLÜM 7	
Marka İmajı Bağlamında Font Tasarımının Önemi ve	
Hedef Kitle İle İlişkisi.....	135
<i>Mimire YILDIZ</i>	
BÖLÜM 8	
Bir Arşiv Aracı Olarak Görselleştirmeler: Savaş Anlatımı	
Çerçevesinde Uygulanmış Çalışmalar	157
<i>Şerafettin DEDEOĞLU</i>	

YAZARLAR

Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin DEDEOĞLU
İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Grafik
Tasarımı Programı

Öğr. Gör. İlhami DİKSOY
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel
Sanatlar Fakültesi

Dr. Öğr. Üyesi Aslı İNANLI
Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar
Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Oya Cansu
DEMİRKALE KUKUOĞLU**
Samsun Üniversitesi, İnsan ve Toplum
Bilimleri Fakültesi, İletişim Tasarımı ve
Yönetimi Bölümü

**Dr. Öğr. Üyesi Aysel GÜNEY
TÜRKEÇ**
Amasya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,
Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim-İş
Eğitimi AD.

Prof. Dr. Yaşar USLU
Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar
Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü

Doç. Dr. Tarık YAZAR
Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel
Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

Dr. Öğr. Üyesi Münire YILDIZ
Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü

Öğr. Gör. Bora Bekir YÜCELEN
Şırnak Üniversitesi

**Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2**

Bölüm 1

**META KURGU OLARAK
TİPOGRAFİK DİZİNLEME**

Prof. Dr. Yaşar USLU



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

Meta Kurgu Olarak Tipografik Dizinleme

Yaşar USLU¹

GİRİŞ

Günümüzde çevremize baktığımızda birçok görselleştirme ile karşılaşırız. Bunun sebebi, aktarılmak istenen mesajın güçlü, sıra dışı bir biçimde iletilmesi ve izleyicinin ilgisini çekme olmasıdır. Fikirlerin ve mesajların, izleyiciye uygun biçimde iletilmesi zihinde kurulan kompozisyonların görsel imgelere çevrilmesi şeklindedir. Birçok alanda çarpıcı, yaşamsal, dinamik ifade ve yorumlar, zihinde var olan kurmaca yaratının içinde yer alır. Böylece fikrin ya da mesajın daha etkili ve verimli olarak izleyiciyle karşılaşmasına olanak tanır. Zihinde oluşan fikir net bir şekilde tanımlandıktan sonra görselleştirme sürecine geçilir. Görselleştirme için kullanabileceğiniz araçların belirlenmesi sonrası görsel düzenleme biçimleri üzerinde yoğunlaşılır. İçinde bulunulan durumun gücüne göre görsellerin sunumuna özel bir anlatım türü ortaya çıkar. Bu tür afiş, tipografi, illüstrasyon vb. olabilir. Bu türün anlatımın görsel olarak izleyiciye nakledilmesini ve anlatım formunun oluşması olduğu söylenebilir. Renk, şekil ve desen gibi görsel unsurlar ifade gücü olarak kullanılır. Meta kurguda görsellik, genellikle estetik ve sanatsal unsurların bir araya gelerek anlam oluşturduğu bir kavramdır. Görsellik, meta kurgunun izleyiciye iletmek istediği mesajları veya duyguları daha etkili bir şekilde aktarmak için kullanılır.

Bu süreçte tasarımcı, dış gerçekliği yüzeydeki görünüşlerin ötesine geçerek algılama çabası içindedir ve bilimsel yöntemlerden çok farklı bir şekilde de olsa, sanatı aracılığıyla yaşamın gerçekliğini duygu ve akıl yoluyla anlamamıza rehberlik eder. 1830'lu yıllardan itibaren insan ilişkilerinin metalaşması, sanatsal ürünlerin üretimi, çoğaltılması ve tüketilmesinde sanatsal eserlerin «bireysel yaratıcı davranış» özelliklerini örtbas etmeye başlamış; sanat eserleri, sanatın özüne ait bir metaya dönüştürülmeye başlanmıştır. Meta kültürü ve süreçte uygulanan

¹ Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü, yasar_uslu@anadolu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-0787-7150

KAYNAKLAR

- Ashier, Mustafa (1980). Var olmayana Biçim Vermek, İstanbul Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yayınevi.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2012). Grafik tasarımın temelleri., Çev. M.E. Uslu, 1.Basım, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Bringhurst, Robert, (2004). The Solid Form Of Language, Gaspereau Press ,
- Elden M., & Kocabaş, F. (2003). Reklamcılık- kavramlar, kararlar, kurumlar (4. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gülsoy, M. (2012). Meta kurmaca, Erişim Adresi: **Hata! Köprü başvurusu geçerli değil.**, E.T: 05.06.2024
- Günay, V. D., & Parsa A. F. (2012). Görsel göstergebilim. İmgenin anlamlandırılması. İstanbul: Es Yayınları.
- Kömürçüoğlu T., M. Altaş, N.E. (2003). Tasarım Sürecinde Kavram. İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık, Planlama, Tasarım Dergisi, 2(1), 15-26.
- Oskay, Ü. (1991). Yazımsal Kurgu Türleri. Kurgu Dergisi, 9(1), 190-216.
- Ong, Walter, J. (2003). Sözlü ve Yazılı Kültür, Metis Yayınları, Çeviri: Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul, 2003
- Proust, Marcel (2009) Kayıp Zamanın İzinde- Swannların Tarafı, Çev. Roza Hakmen, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Reutemann, J. (2018, Eylül 18). Embracing Robots – How robot stories shape visions of technology | Jeanine Reutemann | TEDxLausanne. https://www.youtube.com/watch?v=z0-fOnOWi_0
- Thompson, J. B. (2013). İdeoloji ve modern kültür (1.baskı). (İ. Çetin Çev.). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Worringer, W. (2007). Soyutlama ve Einfühlung. Abstraktion und Einfühlung'da (s. 71-89). Brill Fink.
- Görsel Kaynakçası**
- Görsel 1.** <https://tr.pinterest.com/pin/694609942557340031/> ET.19.05.2024
- Görsel 2.** <https://tr.pinterest.com/pin/106397609939010945/> ET.19.05.2024
- Görsel 3.** <https://tr.pinterest.com/pin/199495458487603656/> ET.19.05.2024
- Görsel 4.** <https://tr.pinterest.com/pin/703265298041149212/> ET.19.05.2024
- Görsel 5.** <https://tr.pinterest.com/pin/490751690624362146/> ET.19.05.2024
- Görsel 6.** <https://www.zoecrosher.com/publication-of-wanderlust-actions-traces-journeys-1967-2017-catalogue-essay-by-melanie-flood> ET.19.05.2024

**Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2**

Bölüm 2

**TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA
TİCARİ TABELALARIN İNCELENMESİ:
KÜTAHYA ÖRNEĞİ**

Öğr. Gör. Bora Bekir YÜCELEN

Öğr. Gör. İlhami DİKSOY



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

Tüketim Kültürü Bağlamında Ticari Tabelaların İncelenmesi: Kütahya Örneği

Bora Bekir YÜCELEN¹
İlhami DİKSOY²

GİRİŞ

Kentler, insanların doğadaki diğer nesnelere ayıran özellikleriyle, insan ihtiyaçlarına hizmet eden ve bazen doğal koşulların etkisi altında, bazen de geniş kapsamlı planlamalarla şekillenen mimari ürünler olarak nitelendirilebilir (Mercein, 2013). Sokaklarının düzeni, binaların mimarisi, kamusal alanların tasarımı ve yeşil alanların varlığı gibi faktörler de kentlerin estetik unsurlarıdır. Bu unsurlar, insanların şehirlerde sosyal yaşamlarını etkileyerek kentlerin kimliklerini oluşturur. Estetik açıdan zengin ve dengeli bir kent peyzajı, insanların yaşam kalitesini artırabilir ve bunun yanı sıra orada yaşayan toplumun kültürel, sosyal, estetik vb. gibi toplumsal değerlerini yansıtabilir, insanların yaşadıkları çevreye duygusal ve estetik bir bağ kurmalarını sağlayan bu değerlerden dolayı kent estetiği, kentsel planlama ve tasarımda önemli bir rol oynar.

Kent estetiğinin pek çok akademik çalışmanın odak noktası haline gelmesi, onun özünü yakalamaya çalışan farklı tanımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Akademik olarak önemi olduğu kadar görsel çekiciliğinin de bir şehrin sakinleri için derin bir anlam taşıyor olması gerekir. Aslında kent estetiği salt bir biçimden daha fazlasıdır; her şehre özgü farklı kültür ve değerleri kapsar (Topkaraoğlu, 2020).

Dünya nüfusu artarak devam etmektedir ve bununla beraber sanayi devriminin de etkisiyle köylerden kentlere yani sanayi kuruluşlarının olduğu yerlere doğru bireyler göç etmektedirler. Böylece kentler insanların sosyal yaşamlarını devam ettirdiği kalabalık yerleşim yerleri haline almaktadır. Ekonomik kazançlarla be-

¹ Öğr. Gör., Şırnak Üniversitesi, borayucelen@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-0984-7585

² Öğr. Gör., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, ilhami.diksoy@dpu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-7011-6338

etkilemektedir. Reklam tabelalarının etkili ve estetik bir biçimde tasarlanması, sadece ticari açıdan değil, aynı zamanda kentsel estetik açısından da büyük önem taşımaktadır. Belediyelerin ve ilgili kurumların, bu konuda bilinçlendirme çalışmalarını artırarak, estetik ve işlevsellik arasındaki dengeyi gözeten düzenlemeler yapmaları gerekmektedir. Böylelikle, hem görsel kirlilik azaltılabilir hem de kentlerin kültürel ve estetik değerleri korunabilir.

Sonuç olarak, tasarım alanında yenilikçi yaklaşımların teşvik edilmesi ve tekrarın önlenmesi, hem sanatçıların hem de tasarımcıların yaratıcılıklarını daha geniş bir çerçevede ifade etmelerine olanak tanınmaktadır. Geleneksel ve modern öğelerin harmanlanmasıyla ortaya çıkan özgün tasarımlar, kent estetiğine katkı sağlarken, kültürel değerlerin de korunmasına yardımcı olmaktadır.

Özetle, tasarımda yenilikçi yaklaşımlar ve estetik değerlerin ön planda tutulması, hem bireysel yaratıcılığı destekleyerek özgün eserlerin ortaya çıkmasını sağlar hem de kentlerin estetik ve kültürel yapısını güçlendirir. Bu nedenle, tabelaların estetik ve işlevsellik dengesine dikkat edilerek tasarlanması, uzun vadede daha yaşanabilir ve estetik açıdan zengin kentler oluşturmanın anahtarıdır.

KAYNAKLAR

- Adalı Aydın, G. (2015). Popüler Kültür ve Reklam İlişkisi: Basılı Reklamlarda 14 Şubat Sevgililer Günü - Yüksek Lisans Tezi – Antalya
- Basmacı, D. (2018). Kültürel Mirasın Korunmasında Yerel Yönetimlerin Rolü: Beyoğlu Belediyesi Örneği = The Role Of Local Governments In The Protection Of The Cultural Heritage: A Sample Of Beyoğlu Municipality. (s.77-90.) AURUM Journal of Engineering Systems and Architecture, 1(2)
- Bilginer, A. (2008). *Tüketim Kültürü, Medya ve Meta Estetik*. (s.8). Yüksek Lisans Tezi – Erzurum
- Bengi, Y. (2020). *Türkiye’de Endüstriyel Tabla Reklamcılığı Uygulamalarının Analizi* (s.12). Yüksek Lisans Tezi - İstanbul
- Candan H., Oktay, E., Erol, A. M., Kaya T.P. (2018). *Kent Estetik Kurullarının İşlevselliğine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma ve Karaman İçin Bir Model Önerisi*. (s.36-49). KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 20 (35)
- DiAlfredi, H. L. (2017). *Reading Between the Signs: The Impact of Literacy on the Development of Advertising in Early Modern Europe*, (s.2). Cleveland, Ohio -August.
- Mercin, L. (2018). “STEAM Eğitiminde Sanatın Yeri”. (s.28-41). II. Uluslararası Sanat Eğitimi Araştırmaları Sempozyumu.
- Orha, Z. (2008). *Osmanlı Devleti’nde Modern Belediyeciliğin Doğuşu ve Altıncı Daire-İ Belediye Örneği*, (s.57). İstanbul
- Şen A. (2006). *Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Tabelanın Biçim, İçerik ve İşlev Açısından İncelenmesi*, Ankara: Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, (s.10). Hacettepe Üniversitesi
- Topkaraoğlu, M. (2020). *Kastamonu İlindeki İşletme Tabelalarının Kent Estetiği Açısından İncelenmesi ve Düzenlenmesi*, (s.1,3,4). YLT
- Yücel Batmaz, N., & Biçici, G. (2021). Türkiye’de Somut Kültürel Mirasın Korunması Üzerine Bir Alan Araştırması: Kırıkkale-Delice Örneği. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(1), 97-110. <https://doi.org/10.33712/mana.827589>

Toros, S. (2021). Ankara'da Görüntü Kirliliği: Reklam Tabelaları Üzerine Bir Analiz. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 2021, Sayı: 38 s: 242-260. ISSN: 2630-6220. DOI: 10.17829

İnternet Kaynakları

- (Url-1) Carole Raddato (2023). (11.11.2023 tarihinde <https://www.flickr.com/photos/carolemage/45563843984/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-2) Genç, Ö. (2023) Orta çağ Avrupa'sında Reklam (09.05.2024 tarihinde <https://www.akademiktarihtr.com/ortacagdareklam/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-3) Wikimedia (2023). (03.11.2023. Tarihinde https://commons.wikimedia.org/wiki/File:The_Red_Lion_Pub_Sign_-_geograph.org.uk_-_1155580.jpg adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-4) İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü (2005). (11.05.2024 tarihinde <https://polen.itu.edu.tr:8443/server/api/core/bitstreams/a67565dc-63f0-43e0-9f42-a820a9d654b1/content> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-5) 9. Ulusal Sanat Sempozyumu "Kamusal Alanda Sanat" Bildiri Kitabı, Elif Songur Dag (2007). (12.05.2024 tarihinde https://www.academia.edu/24584770/Kentlerin_Bilgilendirici_ve_Yönlendirici_Göstergeleri_Tabelalar adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-6) <https://www.ekopara.com/haber/dunden-bugune-degisen-tabelacilik>
- (Url-7) Kohlstedt, K. (2016). Clean city law: Secrets of Sao Paulo uncovered by outdoor advertising ban. 99% Invisible. (12.05.2024 tarihinde <https://99percentinvisible.org/article/clean-city-law-secrets-sao-paulo-uncovered-outdoor-advertising-ban/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-8) Kohlstedt, K. (2016). Clean city law: Secrets of Sao Paulo uncovered by outdoor advertising ban. 99% Invisible. (12.05.2024 tarihinde <https://99percentinvisible.org/article/clean-city-law-secrets-sao-paulo-uncovered-outdoor-advertising-ban/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-9) Haber AHA (2012). (13.05.2024 tarihinde <https://www.ajansgazetesi.com.tr/beyoglu-8217-nda-tabela-ve-tenteler-sokuluyor/8261/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-10) (13.05.2024 tarihinde www.ebelediye.info/ adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-11) UŞAK POSTASI HABER (2023). (12.05.2024 tarihinde <https://www.usakpostasi.com/guncel/usak-ismet-pasa-caddesi-yenilendi-iste-onceki-ve-sonraki-hali/8489/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-12) (12.05.2024 tarihinde <https://www.usak.bel.tr/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-13) (12.05.2024 tarihinde <https://duzce.bel.tr/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-14) (2021). (13.05.2024 tarihinde <https://duzce.bel.tr/9532-memnumiyet-artiyor> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-15) AA (2013). (13.05.2024 tarihinde <https://www.aa.com.tr/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-16) (12.05.2024 www.samsun.gov.tr adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-17) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022). (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-18) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022) (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/haber.asp?id=6115> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-19) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022) (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/haber.asp?id=6115> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-20) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022) (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/haber.asp?id=6115> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-21) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022) (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/haber.asp?id=6115> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-22) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022) (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/haber.asp?id=6115> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-23) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022) (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/haber.asp?id=6115> adresinden ulaşılmıştır).
- (Url-24) Kutahya Belediyesi internet sayfası (2022) (14.01.2024 <https://www.kutahya.bel.tr/haber.asp?id=6115> adresinden ulaşılmıştır).

Tablolar

Tablo 2. <https://rapidtransition.org/>

**Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2**

Bölüm 3

**BİLGİ GÖRSELLEŞTİRME TASARIMI
VE İNFOGRAFIK**

Doç. Dr. Tarık YAZAR



Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

Bilgi Görselleştirme Tasarımı ve İnfografik

Tarık YAZAR¹

GİRİŞ

Tarihi dönemlerin başlangıcından bu yana insanlar arasındaki iletişim ihtiyacından kaynaklanan bilgi akışı ve genişlemesi sürekli olmuş ve bilimsel disiplinlerdeki gelişmelerle birlikte iletişim evrimleşmiştir. Etkili bilgi paylaşımına olan talep arttıkça, karmaşık içeriklerin anlaşılmasını geliştirmek için çeşitli görselleştirme yöntemleri geliştirilmiştir. İnfografikler bu görselleştirme yöntemlerinden biridir. Bilgi tasarımının önemli bir alt kümesi olan bilgi ve veri görselleştirme, bilgiyi temsil etmek için önemli bir mekanizma görevi görür. Bilgi ve verileri iletmek için çok sayıda teknik kullanılmaktadır. Bilgi görselleştirme ve infografikler özellikle etkili yöntemler olarak ortaya çıkmaktadır (Gürler, Yılmaz, Tekerek, 2018: 132). Çeşitli alanlardaki bilgilerin giderek karmaşıklaşan doğası göz önüne alındığında, bu içeriği anlamak ve yorumlamak zor olabilir. Görselleştirme sürecinde birbirine benzer iki kavramdan söz edilmektedir. Bunlardan biri “bilgi” diğeri ise “veri” kavramlarıdır. Bu iki kavram birbirine benzer kavramlar olarak karşımıza çıksa da ikisinin ortak noktası herhangi bir konuda bir araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bildirimlerdir. Bu iki kavram infografikler içinde aynı değerleri ifade etmesine rağmen ayrı ayrı açıklamak da faydalı olabilir. Genel olarak tanımlamak gerekirse bilgi; işlenmiş “veri”lere verilen isimdir. Bilgi; her türlü araştırma konusunun veriler toplanarak bir araya gelmesiyle oluşan anlatım biçimleridir. Veri ise soyut veya somut unsurların harf, sayı, renk ile piktogram veya sembollerle ifade eden iletişim şeklidir (Özmen, 2017: 35). Bilgi kavramı TDK’ya göre “öğrenme, araştırma veya gözlemleyerek oluşturulan gerçek” olarak ifade edilmektedir (www.tdk.gov.tr). Görsel iletişim açısından bakıldığında bilgi, tasarım imgesinin nesnesi ve nesnenin imgesi olarak açıklanabilir.

İnfografikler, mevcut içeriklerin grafik tasarım araçlarıyla görselleştirilmesini sağlayan bir iletişim biçimidir. Bu tür araçların sağladığı temel avantajlardan

¹ Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü, tarikyazar08@gmail.com, ORCID iD: 0000-0002-8966-3702

iyi anlamalarına yardımcı olmak amacıyla grafikler ve diğer görsel öğeler kullanır. Bu görsel temsiller, öğrenme sürecini destekler ve bilgilerin daha kolay hatırlanmasını sağlar.

İnfoğrafik ve veri görselleştirmelerinde, içeriğin doğru bir şekilde organize edilmesi için verilerin tasarımcı tarafından dikkatle analiz edilmesi ve önem derecelerine göre ayrıştırılması gerekmektedir. Ayrıca, verilerin anlamlarına göre ilişkilendirilmesi, görsel kodlamaların doğru ve etkili bir biçimde yapılması, kullanıcının nereye odaklanması gerektiği ve bilgi akışını hangi sırayla izlemesi gerektiği konusunda rehberlik sağlar. İnfografik tasarımlarında, bilginin düzenli bir şekilde organize edilmesi ve tasarımda sağlam bir yapı oluşturulması amaçlanmalıdır. Kullanıcının ilgisini çekmek için görsel çekicilik de göz önünde bulundurulmalıdır. İnfografik uygulamalarında, sağlam bilgi yapılandırması ile birlikte tasarımın çekici ve ilgi uyandırıcı olması, bilgi aktarım sürecini olumlu yönde etkiler. Bu doğrultuda, infografik tasarımı uygulama süreci titizlikle planlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akbaba, B., Öztürk, F., Adalar, H., Ekiçi, M. (2019). *Öğrenme ve Öğretme Aracı Olarak İnfografik Tasarımı*, Research and Experience (REJ) Araştırma ve Deneyim Dergisi (ADEDER), 4 (1).
- Albers, M. J. (2015). *Infographics and Communicating Complex Information*. Design, User Experience and Usability, 4th International Conference, DUXU 2015, organized as part of HCI International, Los Angeles, CA, USA, Proceedings, Part II.
- Albers, M. J. (2014). Infographics: Horrible graphic garbage or Quality communication. In: IEEE IPCC 2014 Conference, Pittsburgh, PA, October 13–15.
- Albers, M. J. (2004). Communication of complex information: User goals and information needs for dynamic web information. New York, E-ISBN:9781410611543, Routledge.
- Altuntaş, L. (2020). Etiketler: Boğa Kültü, Çatalhöyük, Dünyanın En Eski Haritası, Höyük, Kalkolitik, Neolitik, Neolitik Yerleşim Yeri, <https://arkeonews.com/dunyanin-en-eski-haritasi-catalhoyukte-bulundu/> (Erişim tarihi: 8 Eylül 2024).
- Beege, J. (2014). *Infographics for dummies*, USA, John Wiley & Sons, Inc.
- Boicheva, A. (2000). 50 Engaging Infographic Examples That Make Complex Ideas Look Great, <https://graphicmama.com/blog/infographic-examples/> (Erişim Tarihi: 7 Eylül 2024).
- Cui, G., Jiang, Z., Chen, Y., Li, Y., Ai, S., Sun, R., Yi, X. & Zhong, G. (2023). Evolutional insights into the interaction between Rab7 and RILP in lysosome motility. *iScience* 26, 107040, 2023 <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>.
- Encheve, L. (2019). 12 Animated Infographics That Will Engage Your Mind from Start to Finish, <https://graphicmama.com/blog/best-animated-infographics/> (Erişim Tarihi: 7 Eylül 2024).
- Esin, M. (2011). *Bilginin Görselleştirilmesi, Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları*, Okan Üniversitesi, https://silo.tips/queue/bilginingsretirilmesi?&queue_id=1&v=1670065713&u=ODguM-jUxLjQyLjE4MQ (Erişim Tarihi: 3 Aralık 2023).
- Grimwade, J. (2023). *Infographics for the People Information Design And Data Visualization*, <https://www.johngrimwade.com/blog/category/infographics/> (Erişim tarihi: 10 Eylül 2024).
- Gürler, A., Yılmaz, A. S., Tekerek, M. (2018). *Veri Görselleştirme ve İnfografikler*. KSU Journal of

- Engineering Sciences, 21(2):131-148.
- Gökçe, S. (2024). *Veri Görselleştirme Yöntemleri*. İstanbul Data Science Academy, <https://medium.com/i%CC%87stanbuldata-science-academy> (Erişim Tarihi: 5 Eylül 2024).
- Gökçe, M. (2018). *Görsel İletişim Tasarımında İnfografik kullanımı ve Uygulamalar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gülenk, K. (2015). *Görsel İletişimde Bilgi mimarlığı ve İnfografik Tasarımlar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı.
- Heer, J., Card, S.K., Landay, J.A. (2005). Prefuse: a toolkit for interactive information visualization. In: CHI, pp. 421–430.
- Kibar P.N., Akkoyunlu, B. (2015). Eğitimde Bilgi Görselleştirme: Kavram Haritalarından İnfografiklere, Eğitim Teknolojileri Okumaları, 272-286.
- Köksal, R. (2021). *3D Sahne Katmanları*. <https://blog.esri.com.tr/tag/3d-harita/> (Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2024)
- Krum, R. (2014). *Cool Infographics: Effective Communication With Data Visualization and Design*, USA, Published by John Wiley & Sons, Inc.
- Liu, S., Cui, W., Wu, Y., Liu, M. (2014). A survey on information vizualization: recent advances and challenges, *Vis Comput*, (2014) 30:1373-1393, Publish Online, Springer-Verlag Berlin Heidelberg. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00371-013-0892-3>.
- Lankow, J., Ritchie, J., Crooks, R. (2012). *The Power of Visual Storytelling Infographics*. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. Published simultaneously in Canada.
- Özmen, K. (2017). *Dünya'da Türkiye'de Bilgi-Veri Görselleştirme: İnfografik Tasarım*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Tasarım Anasanat Dalı.
- Tomboc, K. (2019). *Infographic Video Ideas Throughout the Buyer's Journey*. <https://www.ease.ly/blog/infographic-video-ideas-buyers-journey/> (Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2024).
- Sheikh, J.A., Tariq, I., Butt, M.A., Tariq, A., Shahid, M. (2015). *Infographics: A New Era of Information Visualization*. International Conference on Engineering and Emerging Technologies (ICEET).
- Siricharoen, W. V. (2013). *Infographics: The New Communication Tools in Digital Age*. In The International Conference on E-Technologies And Business on The Web (ebw 2013) (pp.169-174).
- Smiciklas, M., (2012). The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience and Customers.
- Smiciklas, S. (2014). The Power of Infographics, Indianapolis, IN: Que Publishing.
- Uyan Dur, B. İ. (2014). Data Visualization and Infographics In Visual Communication Design Education at The Age of Information, *JAH Journal of Arts and Humanities*, Vol 3, No 5.
- Uyan Dur, B. İ. (2015). Türk Görsel İletişim Tasarımı ve Kültürel Değerlerle Bağları, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:8, Sayı:37, ISSN:1307-9581,444.
- Velarde, O. (2020). *23 Stunning Animated and Interactive Infographics (and What You Can Learn From Them)*. <https://visme.co/blog/animated-infographics-interactive-infographics/> (Erişim Tarihi: 1 Eylül 2024).
- Wood, M. (1994). Visualization in historical context. In: Visualization in Modern Cartography, pp. 13–26. Pergamon, Greath Yarmouth.
- Yazar, T., Yorulmaz, Y., Çeçen, S., Yüce, E. H. (2022). *Görsel İletişimde Bilgi Görselleştirme ve İnfografik: Sanat Tarihi Eğitim Sürecinde Alternatif Bir Öğretim Yöntemi Olarak Modern Sanat Akımları Bilgilendirme Grafiği*. Karadeniz 11th International Conference on Social Sciences, 17-18 Aralık 2022, Rize, Academy Global Publishing House. ISBN: 978-605-72197-8-7.
- Yazar, T., Kaya, S., Fırıncı, A. A., Kabakcioğlu, E., Sağlam, F. (2023). *Görsel İletişimde Bilgi Görselleştirme ve Yönlendirme Tasarımlarının Rolü: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kurupeyit Yerleşkesi Bil-*

- gilendirme Grafiği Örnekleri*. Ege 10th International Conference on Social Sciences, December 22-24, 2023 İzmir, Academy Global Publishing House. ISBN: 978-625-6830-70-7.
- Yazar, T., Doğan, A., Shala, İ., Rızayeva, L. (2022). *Coğrafi Bilgi ve Kültür Turizminde Etkili Görsel Anlatım Stratejisi olarak 3D Harita ve İnfografik*. Karadeniz 11th International Conference on Social Sciences, 17-18 Aralık 2022, Rize, Academy Global Publishing House. ISBN: 978-605-72197-8-7.
- Yastıklı, N., Çetin, Z., Üçok, U., Koçdemir, K.H., (2017). *Fotogrametrik Harita ve Lidar Verileri ile 3B Kent Modeli Üretimi*, TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası, 16. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, Ankara.
- Zinderen, A. (2019). *Veri Gazeteciliği ve İnfografik Haber Tasarımına Yönelik Uygulamalı Bir Analiz*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı.

İnternet Kaynakları

- https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-20898-5_26 (Erişim tarihi: 02 Eylül 2024).
- <https://www.uzaktanegitim.com/blog/infografik-nedir-nasil-yapilir-nerelerde-kullanilir> (Erişim tarihi: 02 Eylül 2024).
- <https://medium.com/i%CC%87stanbuldatascienceacademy/istdsa-b%CC%87ten-19-ve-ri%CC%87-g%C3%B6rselle%C5%9Fti%CC%87rme-y%C3%B6ntemleri%CC%87-e7a-428248a14> (Erişim tarihi: 08 Eylül 2024).
- <https://www.columnfivemedia.com/101-fantastic-interactive-infographics-youll-love/4/> (Erişim tarihi: 08 Eylül 2024).
- <https://netvent.com/infografik-nedir-infografik-nasil-yapilir-ve-nerelerde-kullanilir/> (Erişim tarihi: 08 Eylül 2024).
- <https://www.johngrimwade.com/blog/> (Erişim tarihi: 10 Eylül 2024).
- <https://www.johngrimwade.com/blog/category/infographics/> (Erişim tarihi: 10 Eylül 2024).
- <https://www.johngrimwade.com/blog/2019/03/06/big-numbers/> (Erişim tarihi: 10 Eylül 2024).
- <https://www.johngrimwade.com/blog/2018/01/29/powers-of-ten/> (Erişim tarihi: 10 Eylül 2024).

Görsel Kaynakçası

- Görsel 1.** <https://www.anothermag.com/design-living/2536/the-art-of-clean-up> (Erişim tarihi: 05 Eylül 2024).
- Görsel 2.** <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2589004223011173> (Erişim tarihi: 05 Eylül 2024).
- Görsel 3.** <https://www.babblela.com/infografik-nedir-ne-ise-yarar-ve-ornekleri/> (Erişim tarihi: 05 Eylül 2024).
- Görsel 4.** <https://www.behance.net/gallery/52825037/NUCLEAR-SLOWDOWN-Wired-UK> (Erişim tarihi: 5 Eylül 2024).
- Görsel 5.** <https://xtrudio.com/work/city-3d-models/> (Erişim tarihi: 8 Eylül 2024).
- Görsel 6.** (<https://www.3d-map-generator.com/>) (Erişim tarihi: 4 Eylül 2024).
- Görsel 7.** <https://www.johngrimwade.com/blog/category/infographics/> (Erişim tarihi: 4 Eylül 2024).
- Görsel 8.** <https://www.johngrimwade.com/blog/2021/02/16/fernando-baptistas-process/> (Erişim tarihi: 4 Eylül 2024).
- Görsel 9.** <https://www.behance.net/gallery/15940189/The-Great-Fort-of-Nizwa> (Erişim tarihi: 5 Eylül 2024).
- Görsel 10.** <https://www.gettyimages.it/detail/illustrazione/infographic-elements-illustrazione-royalty-free/482089485?adppopup=true> (Erişim tarihi: 05 Eylül 2024).
- Görsel 11.** <https://arkeonews.com/dunyanin-en-eski-haritasi-catalhoyukte-bulundu/> (Erişim tarihi: 6 Eylül 2024)
- Görsel 12.** Siricharoen, W. V. (2013). *Infographics: The New Communication Tools in Digital*

- Age. In The International Conference on E-Technologies And Business on The Web (ebw 2013) (p.170).
- Görsel 13.** https://www.researchgate.net/figure/The-USA-Today-snapshot-infographic-the-quantity-of-pasta-consumed-13_fig4_256504128 (Erişim tarihi:8 Eylül 2024).
- Görsel 14.** Krum, R. (2014). Cool Infographics: Effective Communication With Data Visualization and Design, USA, Published by John Wiley & Sons, Inc.
- Görsel 15.** <https://www.itvantage.co.uk/services/static-infographics> (Erişim tarihi: 6 Eylül 2024)
- Görsel 16.** <https://tr.pinterest.com/pin/100134791684901970/> (Erişim Tarihi: 4 Eylül 2024).
- Görsel 17.** <https://tr.pinterest.com/pin/171207223303992485/> (Erişim tarihi: 6 Eylül 2024)
- Görsel 18.** Krum, R. (2014). Cool Infographics: Effective Communication With Data Visualization and Design, USA, Published by John Wiley & Sons, Inc. P43.
- Görsel 19.** <https://graphicmama.com/blog/best-animated-infographics/> (Erişim tarihi: 6 Eylül 2024)
- Görsel 20.** <https://visme.co/blog/animated-infographics-interactive-infographics/>(Erişim tarihi: 6 Eylül 2024).
- Görsel 21.** Sheikh, J.A., Tariq, I., Butt, M.A., Tariq, A., Shahid, M. (2015). *Infographics: A New Era of Information Visualization*. International Conference on Engineering and Emerging Technologies (ICEET).

GRAFİK

2

Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2

**Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2**

Bölüm 4

**GRAFİK TASARIMDA
GÖRSEL KÜLTÜR MOTİVASYONLARI**

Dr. Öğr. Üyesi Aslı İNANLI



Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

Grafik Tasarımda Görsel Kültür Motivasyonları

Aslı İNANLI¹

GİRİŞ

Görsel olan pek çok şeyin, kültürel yansımalarından yola çıkarak toplumda yarattığı sosyo-ekonomik dinamikler açısından değerlendirilmesi aynı zamanda grafik tasarım bakımından nasıl şekillendiğini göstermektir. Görselliğin doğrudan kültür ile olan entegrasyonu, esasen görüntü ile görsellik arasındaki farkı yaratan imgenin dinamiklerini de açığa çıkarmaktadır. İmgesel dinamiklerden söz ederken ilk akla gelen görme yeteneği, görüş (sight), süreci ile bağlantılı olarak deneyim üstü ve teori üstü ilişkiler görsel kültür analizi için temel yapıtaşını niteliğindedir. Görüşe açık olan imgeler sebebiyle görünür olan her şey parçalı ve kısmi özelliktedir. Dolayısıyla görme ve düşünce temeli, esasen algı ve özneliği bir araya getirirken, aynı zamanda bütünü oluşturan parçalarla entegredir. Bu noktada, kişinin görüş açısı ile salt parçaları bütüne ulaşacak şekilde analiz edebilmesi her zaman doğru sonuca yönlendirmeyebilir. Nitekim her bir görüş açısı, özneliği beraberinde getirmekle birlikte, salt imgenin görünürlüğüne erişme noktasında görsel kültürel farklar yaratabilmektedir. Buradan hareketle görüş ve görsellik ele alındığında, bir teknikle sınırlı tutulması gerektiği yönüne dair kabuller ve teoriler olduğu anlaşılmaktadır. Bu da görselliği hem disiplinler hem de imgesel olarak çeşitli alanlara (resim, fotoğrafçılık, gerçek görüntüler, halisünatif imgeler vb.) sevk etmektedir. Görselliğin esasen kültürel olanla doğrudan bağlamının olduğu gerçeğinden hareketle; gerek metni temsil eden pratikleri, gerekse tasarımın özündeki fikri kavramsallaştıran dinamikleri ile tasarımda holistik bir karaktere sahip olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla, görsel kültür motivasyonları, fikirleri görselleştirme yörüngesindeki pratikleri ve buna bağlı olan etkenler sonucunda grafik tasarım disiplini ile doğrudan etkileşimli bir karakter sergilemektedir. Bu korelasyonda, görsel kültürün grafik tasarım açısından etki mekanizması ve ser-

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, asli.inanli@dpu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-3205-6901

SONUÇ

Grafik tasarımın bireysel ve toplumsal konumunu net bir şekilde ileri sürmesi, onu doğrudan görsel kültür dinamiğinin bir parçası haline getirmiştir. Dolayısıyla günümüzde özellikle görsel ve görünür olan imajlar üzerinden kültürün oluşmasında grafik tasarımın etkisi belirleyici ve zamana bağlı koşullar içerisinde yönlendirici olmaktadır. Görselin belirli bir kurgu ve yapı içinde sosyal açıdan sunulması gerçeği, grafik tasarımın da birçok mecrada görsel kültürel eksende dinamiğini ortaya koymaktadır. Görselin başlıca temsili bir olgu niteliği taşıması, günümüzde göz odaklı kültürün oluşmasına alan sağlamıştır. Görsel kültür, açığa çıkardığı anlamlar ve insanın anlamlandırma yolculuğunda belli bir kavramsal temele dayandırma yönündeki özelliği ile kültürü, zamanın her döneminde yeniden biçimlendirmektedir. Grafik tasarım ürünlerinin çeşitliliği oldukça fazla alanda görülmektedir. Bununla birlikte, küreselleşme ve kapitalizm içerikleri ile rekabet ve görünürlük ilkesi paralel ilerlerken, çeşitli uygulama alanları için hazırlanan tasarımlar, günümüzde teknoloji ve sosyal medya üzerinde çok hızlı bir yaygın etki sağlamaktadır. Yaşadığımız çağın odak noktasında bulunan teknolojik hız ve görsel imge kaosu, toplumsal yaşam tarzımızı değiştirirken, sosyal medya kullanımı ile anlık veriye ulaşabilme, aktif geri bildirim sağlama ve yetisi kazandırmaktadır. Görsel kültür evreni içerisinde sınırsız olanaklarla biçimlenen yeni oluşumlar, grafik tasarım disiplinindeki motivasyonları da kuşkusuz etkilemekte ve yönlendirmektedir.

KAYNAKLAR

- Arnheim, R. (1997). *Görsel Düşünme*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Ayktut, A. (2013). *Güncel Sistemden Estetik Eğitime Bir Öneri: Görsel Kültür Kuramı*. International Periodical for The Languages, Literature And History of Turkish or Turkic Volume 8/9 Summer, 705 - 714, Ankara.
- Barnard, M. (2002), *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür*, (Çev: Güliz Korkmaz), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Burnett, R. (2004). *İmgeler Nasıl Düşünür?* İstanbul: Metis Yayınları.
- Eker, M. Sengir, S. Demir, H. (2012). *Görsel Kültür İçin Bir Epistemoloji: Metinsel Dönüşümden İmgesel Kaosa Terfi*. International Congress on Visual Culture New Approaches in Communication, Art and Design. "Digitalization". *İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları*. 1 (1). 143 - 145.
- Güney, E. (2014). *Dijital Görsel Kültür ve Yeni Medya Ekseninde Sanatın Değişen. Rolü*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Görsel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Samsun.
- Kagan, S. M. (2008), *Estetik ve Sanat Notları*, (Çev: Aziz Çalışlar), İzmir: Karakalem Kitabevi Basım Yayın.
- Mitchell, W. J. T. (2002). "Showing Seeing: A Critique of Visual Culture", *Journal of Visual Culture*, 1(2), 165-181, <https://doi.org/10.1177/147041290200100202>.

- Seylan, A. (2005). Temel Tasarım, İstanbul: Genesis Yayınevi.
- Özmutlu, A., (2017). Grafik Tasarımı Eğitiminde Bir Düşünce Üretimi Aracı Olarak Dil. Ordu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü.
- Tavin, K. M., & Housman, J. (2004). Art Education And Visual Culture İn The Age Of Globalization. Art Education, 57 (5), 47-52.
- Tavin, K. M., & Anderson, M. (2003). Teaching (Popular) Visual Culture: Deconstructing Disney in The Elementary Art Classroom. Art Education, 50 (4), 41-46.
- Yaman, Ş. (2023). *Görsel Kültür İçerisinde Grafik Tasarımın Yeri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yıldırım, C. (2011), Matematiksel Düşünme, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Görsel Kaynakça**
- Görsel 1:** <https://trendland.com/graphic-designer-roma-erohnovich-and-his-visual-culture/> Erişim tarihi: 10.09.2024
- Görsel 2:** <https://lsdmlondon.com/general/the-cultural-power-of-visual-design/> Erişim tarihi: 12.09.2024
- Görsel 3:** https://artanddesigninspiration.com/milton-glaser-visionary-purveyor-visual-culture/#google_vignette Erişim tarihi: 12.09.2024

GRAFIK

2

Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2

**Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2**

Bölüm 5

**YENİ MEDYADA GRAFİK TASARIMI:
DİJİTAL DÖNÜŞÜM,
YARATICI SÜREÇ VE İNOVASYON**

**Dr. Öğr. Üyesi
Oya Cansu DEMİRKALE KUKUOĞLU**



Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

Yeni Medyada Grafik Tasarımı: Dijital Dönüşüm, Yaratıcı Süreç ve İnovasyon

Oya Cansu DEMİRKALE KUKUOĞLU¹

GİRİŞ

Yeni medya çağı, dijital teknolojilerin hızla gelişmesiyle birlikte, bilginin üretimi, paylaşımı ve tüketiminde köklü değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Geleneksel medya araçlarının yerini kullanıcı odaklı dijital platformlar alarak, bireylerin veya kurumların iletişim, pazarlama ve içerik üretim stratejilerini yeniden şekillendirmelerine neden olmuştur. Yeni medya, sınırları belirsiz bir alan sunarken, medya tüketicilerini içerik üreticisi haline getiren çift yönlü bir iletişim yapısı oluşturmuştur. Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş süreci, teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle şekillenmiş ve bu süreç, birçok farklı teknolojik gelişmenin bir araya gelmesiyle gerçekleşmiştir.

20. yüzyılın ortalarında ve 21. yüzyılın başlarında gerçekleşen dijital devrimler, medyanın dijital platformlara taşınmasına ve yeni teknolojiye uyum sağlamasına neden olmuştur. Bu değişim, “yeni medya” terimiyle anılmaya başlamış ve toplum üzerinde derin etkiler bırakarak önemli izler bırakmıştır.

Günümüz insanı, neredeyse tüm günlük aktivitelerini dijital ekranlar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Eğlence, sosyalleşme, bilgi edinme, vakit geçirme gibi temel ihtiyaçlar, dijital ortamlar üzerinden karşılanmakta ve insanların sürekli olarak ekranlarla etkileşim halinde olmasını sağlamaktadır. Bu durum, bireylerin günlük yaşamlarının dijitalleşmesiyle sonuçlanarak, yeni medyayı modern hayatın vazgeçilmez bir parçası haline getirmektedir (Akman ve Uçar, 2020: 11). Bu bağlamda, dijitalleşen dünyada “yeni medya” kavramı, iletişimi köklü bir şekilde dönüştürerek yeni bir boyuta taşımaktadır. Bu dönüşüm, sadece medya ve iletişim dünyasında değil, tasarım, sanat, eğitim ve iş dünyasında da köklü deği-

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Samsun Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü, oyacansu.demirkale@samsun.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-6577-366X

iletişim aracı olmanın ötesine geçerek, inovasyon ve stratejik düşüncenin kilit bir bileşeni haline gelmektedir.

Tasarımcılar, yeni medya araçları ve platformları, daha geniş kitlelere ulaşma fırsatı sunarken, aynı zamanda çağa adaptasyon olmasını gerektiren zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Bu ortamda, başarılı olabilmek için teknik bilgi, yaratıcılık ve esneklik büyük önem taşımaktadır. Dijital dönüşümde kullanılan teknolojiler, tasarımcıların çalışma yöntemlerini yeniden şekillendirmelerini sağlamakta ve sürekli olarak yeni beceriler öğrenmelerini zorunlu kılmaktadır. Yeni medya çağında başarılı olmanın yolu, bu dijital evrenin sunduğu fırsatları en iyi şekilde değerlendirmek, ortaya çıkan zorluklarla başa çıkmak için sürekli öğrenme ve uyum sağlama yeteneğine sahip olmaktan geçmektedir.

Sonuç olarak, yeni medya çağında grafik tasarım, dijital dönüşüm ve inovasyonlarla yeniden şekillenmekte; teknolojinin sunduğu olanaklarla daha zengin, etkileyici ve kullanıcı odaklı çözümler üreten bir alan haline gelmektedir. Gelecekte de grafik tasarım, inovasyonla derinleşmeye ve dijital çağın getirdiği yeni fırsatlarla beraber gelişmeye devam edecektir.

KAYNAKLAR

- Akman, M., ve Uçar, T. F. (2020). Bugünün ve geleceğin grafik tasarımı. *Akdeniz Sanat*, 14(25), 9-21.
- Almeida, S., ve Lelis, C. (2023). Implications of New Media in Brands' Visual Identities: A Systematic Literature Review. In *International Conference on Design and Digital Communication* (pp. 809-825). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Başlar, G. (2013). Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm. *Akademik Bilişim Konferansı*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Becer, E. (2015). *İletişim ve grafik tasarım*. Dost Kitabevi Yayınları.
- Bedir Erişti, S. D. (2018). *Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı*. Pegem Akademi, Ankara.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Binark, M., ve Löker, K. (Eds.). (2011). *Sivil toplum örgütleri için bilişim rehberi*. Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
- Gerguri, S., ve Ramadani, V. (2010). *The impact of innovation into the economic growth*. South East European University at Tetovo, Faculty of Business Administration
- Küng, L. (2013). Innovation, technology and organisational change. *Media innovations: A multidisciplinary study of change*, 9-12.
- Lionnet, P. (2003). Innovation-the process. In *ESA Training Workshop*.
- Meggs, P. ve Purvis, A. (2016). *History of Graphic Design*. 6. Baskı the United States of America: Wiley.
- Özkan, F. (2021). *Ambalaj tasarımında inovasyon*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Sezer, N. (2020). Dijitalleşme İle Değişen Hareketli Grafik Tasarım Teknikleri. *Kesit Akademi Dergisi*, 6(24), 78-88.

- Visvesvaraya Technological University (2022). Innovation and Design Thinking. Erişim Tarihi: 17.08.2024. <https://vtu.ac.in/pdf/sm/idt.pdf>
- Weill, A. (2021). *Grafik tasarım*. Yapı Kredi Yayınları
- Yu, G., Akhter, S., Kumar, T., Ortiz, G. G. R., ve Saddhono, K. (2022). Innovative application of new media in visual communication design and resistance to innovation. *Frontiers in Psychology*, 13, 940899.
- Yue, W. (2020). Görsel iletişim tasarımında yeni medyanın yenilikçi uygulamalarına ilişkin araştırma. *J. Phys. Conf. Ser.* 1550:032146.
- Görsel Kaynakçası**
- Görsel 1.** Analitik Makine (1833) ve Dagerreyotipi (1838), (05/08/2024 tarihinde <https://tr.wikipedia.org/> adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 2.** İlk Renkli Ekranlı Macintosh II Bilgisayar (1987), (15/08/2024 tarihinde https://apple.fandom.com/wiki/Macintosh_II adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 3.** Arayüz Tasarımı Görsel Örneği, (15/08/2024 tarihinde www.freepik.com adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 4.** İnteraktif Web ve Sosyal Platform Tasarımı Görsel Örneği, (15/08/2024 tarihinde www.freepik.com adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 5.** 3D Modelleme Tasarımı Görsel Örneği, (15/08/2024 tarihinde www.freepik.com adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 6.** Eğlence Etkileşimli Tasarım Görsel Örneği, (15/08/2024 tarihinde www.freepik.com adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 7.** İnfografik Tasarımı Görsel Örneği, (15/08/2024 tarihinde www.freepik.com adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 8.** Çevrim içi İletişim Tasarımı Görsel Örneği, (15/08/2024 tarihinde www.freepik.com adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 9.** Tasarım Süreci, (15/08/2024 tarihinde yazar tarafından tasarlanmıştır).
- Görsel 10.** Nike'in "Reactland" Kampanyası, (15/08/2024 tarihinde <https://www.wk.com/work/nike-react-reactland/> adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 11.** Coca-Cola'nın "Share a Coke" Kampanyası, (15/08/2024 tarihinde <https://peekintomysoul.com.wordpress.com/2021/03/18/5-insights-behind-share-a-coke-campaign> adresinden ulaşılmıştır).

GRAFIK
2

Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2

Grafik Tasarımda Akademik Araştırmalar/2

Bölüm 6

İLLÜSTRASYONDA DİJİTALLEŞMENİN ETKİSİ VE YENİ YÖNELİMLER

Dr. Öğr. Üyesi Aysel GÜNEY TÜKEÇ



Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

İllüstrasyonda Dijitalleşmenin Etkisi ve Yeni Yönelimler

Aysel GÜNEY TÜRKEÇ¹

GİRİŞ

İllüstrasyon alanında dijitalleşmenin etkisi, geleneksel sanat tekniklerinin ötesine geçerek, yeni ifade biçimlerinin ve yönelimlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Dijital teknolojilerin gelişimi, sanatçılara daha geniş bir araç yelpazesi sunmuş ve bu sayede illüstratörler/sanatçılar, Photoshop, Illustrator, Procreate gibi çok fazla yazılımlar aracılığıyla daha hızlı ve esnek bir şekilde eserlerini üretebilme imkânı bulmuşlardır. Ayrıca, grafik tabletler ve dijital kalemler gibi cihazların yaygınlaşması, sanatçıların bireysel üretkenliğini artırmış ve illüstrasyonun farklı alanlara yayılmasını sağlamıştır. Bu nedenle dijitalleşme, illüstrasyonun hem teknik hem de estetik boyutlarında köklü değişiklikler oluşmasını sağlamıştır ve illüstratörleri/sanatçıları, yeni medya ve platformlarla entegre olabilen daha dinamik ve çok yönlü eserler üretmeye yönlendirmiştir.

Bu bölümde, illüstrasyonun tanımı, tarihsel gelişimine kısa bakış, çeşitleri ve amacı üzerinden hareketle, dijitalleşme sürecinin bu sanat dalı üzerindeki etkileri incelenecektir. Geleneksel illüstrasyon tekniklerinin dijital araçlar ve yazılımlarla dönüşümü, NFT gibi yeni dijital sanat formları ile yapay zekâ teknolojilerinin yaratıcı süreçlerdeki rolü, illüstrasyonun evrimini ve gelecekteki potansiyel yönelimlerini anlamak açısından kritik öneme sahiptir. Bu nedenle, dijital illüstrasyon sanat dünyasında yeni ifade biçimlerini mümkün kılarken, NFT'lerin sanatın ekonomisini ve dağıtımını nasıl dönüştürdüğü ve yapay zekânın yaratıcı üretim süreçlerinde nasıl bir araç hâline geldiği de bu çalışmanın odak noktaları arasında yer almıştır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Amasya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim-İş Eğitimi AD., ayselguneyy@gmail.com, ORCID iD: 0000-0001-8904-2343

timi, etik değerlendirmeler ve derin sanatsal anlayış gibi bileşenlerde insana özgü yaratıcı düşüncenin yerini alamayacağını düşünülmektedir. Elle yapılan ilk illüstrasyonlar boya ve fırça yardımı ile yapılırken, dijitalleşmenin etkisiyle bilgisayar ekranlarında üretilmeye başlanmış ve sanatçı bu dönüşümde kimliğini korumuş, sadece araçları değiştirmiştir. Tasarımcının veya sanatçının fırçası klavyeye, boyaları kelimelere ve tuvali de ekrana dönüşmüştür. Bu bağlamda, yapay zekâ tasarım sürecini destekleyici ve hızlandırıcı bir rol oynarken, nihai yaratıcı kararlar ve özgün tasarımlar için insan faktörü vazgeçilmezdir.

KAYNAKLAR

- Becer, E. (2013). *İletişim ve grafik tasarım* (9. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bilsel, Ç. (2023). NFT uygulamaları ve sanat üretimi. *Journal of Arts*, 6(1), 1-8. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jarts/issue/75808/1248961>
- Çallı, F. (2021). NFT Teknolojisine Turizm Perspektifi ile Bir Bakış. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 161-172. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/joinnrt/issue/67416/1030726>
- Dalley, T. (1986). *The complete guide to illustration and design techniques and materials*. London: Phaidon
- Doyle, S., Grove, J., ve Sherman, W. (2018). *History of illustration*. USA: Bloomsbury Publishing.
- Geers, D. (2021). *Mccoyspace: Quantum*. Erişim adresi: <https://www.mccoyspace.com/project/125/> Erişim tarihi: 01.09.2024
- Grover, P., Kar, A. K., & Vigneswara Ilavarasan, P. (2018). Blockchain for Businesses: A Systematic Literature Review. In *Challenges and Opportunities in the Digital Era: 17th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, (I3E)*. 325-336. Springer International Publishing. Erişim adresi: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-02131-3_29
- Keş, Yusuf. (2001). *Görsel iletişimde illüstrasyonun kullanım alanlarına kuramsal bir yaklaşım*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Liu, Y. (2019). On Computer Digital Illustration Design. *Journal of Physics: Conference Series*, 1302(2), 1-6. doi:10.1088/1742-6596/1302/2/022063
- Nie, H. (2010). *Interaction between Illustration Art and Market Development*. Hunan Normal University.
- Salah, K., Rehman, M. H. U., Nizamuddin, N., ve Al-Fuqaha, A. (2019). Blockchain for AI: Review and Open Research Challenges. *IEEE Access*, 7, 10127–10149. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2018.2890507>
- Şen, E. ve Atiker, B. (2020). Grafik tasarım uygulamalarında yeni bir aktör: Yapay zekâ. *Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 7(63), 3946-3957. Erişim adresi: <https://jshsr.org/index.php/pub/article/view/1018>
- Tansuğ, S. (1973). *Resim kılavuzu* (1. Baskı). İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Türkiye Bilişim Vakfı, Blockchain Türkiye. (2022). NFT Non-Fungible Token (Nitelikli Fikri Tapu) Raporu, Erişim adresi: <https://bctr.org/wp-content/uploads/2023/01/NFTRaporV03.pdf>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi (2022, Nisan). *NFT'nin Türkçe Karşılığı Belli Oldu*. (2022, Nisan). [Haber] Erişim adresi: <https://cbddo.gov.tr/haberler/6354/nft-nin-turkce-karsiligi-belli-oldu>
- Görsel Kaynakça**
- Görsel 1. Mısır'ın Ölümler Kitabından bir kesit, (t.y.)*. Erişim adresi: <https://arkeofili.com/oluler-kitabi-eski-misirin-olum-sonrasi-yasam-rehberi/> Erişim tarihi: 15.08.2024.

- Görsel 2. Güney Türkeç, A. (2024). *Sabuncuoğlu Şerefeddin İllüstrasyonu* [Dijital]. Amasya Tarihinden İZ'ler Kişisel İllüstrasyon Sergisi, Uluslararası Amasya Sosyal Bilimler Araştırmaları Sempozyumu-I, Amasya. Erişim adresi: <https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/view/viewAuthorActivity.jsp>
- Görsel 3. *Sahilde Moda Kızlar*, (t.y.). Erişim adresi: https://www.pngwing.com/tr/free-png-aeenb#-google_vignette Erişim tarihi: 21.08.2024
- Görsel 4. *Doraemon Çizgi Filminin Afiş*, (1973). Erişim adresi: [https://doraemon.fandom.com/wiki/Doraemon_\(1973_anime\)?file=Neo_Utopia_Vol._43.jpg](https://doraemon.fandom.com/wiki/Doraemon_(1973_anime)?file=Neo_Utopia_Vol._43.jpg)
- Görsel 5. Geers, D. (2021). *Mccoospace: Quantum*. Erişim adresi: <https://www.mccoospace.com/project/125/> Erişim tarihi: 01.09.2024
- Görsel 6. Avcı Kurt, E. (2023). *Denge* [Yapay zekâ]. Erişim adresi: https://www.cerbeta.com/gallery/esra_kurt.html Erişim tarihi: 28.08.2024
- Görsel 7. Avcı Kurt, E. (2023). *Dönüşüm* [Yapay zekâ]. Erişim adresi: https://www.cerbeta.com/gallery/esra_kurt.html Erişim tarihi: 28.08.2024

**Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2**

Bölüm 7

**MARKA İMAJİ BAĞLAMINDA
FONT TASARIMININ ÖNEMİ
VE HEDEF KİTLE İLE İLİŞKİSİ**

Dr. Öğr. Üyesi Münire YILDIZ



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

Marka İmajı Bağlamında Font Tasarımının Önemi ve Hedef Kitle İle İlişkisi

Münire YILDIZ¹

GİRİŞ

Günümüz rekabetçi pazarında marka imajı ve algısı kritik bir öneme sahiptir. Marka imajı ve algısı, modern pazarlama literatüründe oldukça önemli kavramlar olarak öne çıkar. Marka imajı, bir markanın tüketicilerin zihninde oluşturduğu algı ve duygusal izlenimlerinden oluşur. Müşterilerin bir marka hakkında ilk izlenimi, genel olarak o markaya olan tutumlarını ve satın alma kararlarını etkiler. Tüketicilerin bir markayı ilk kez deneyimlediği anda edindiği izlenim, onların marka ile ilgili tutumlarını belirleyen önemli bir faktördür. Özellikle pazarlama bağlamında, bir markanın ilk izlenimi, tüketicilerin zihinsel şemasında önemli bir yer edinerek marka ile ilgili kalıcı bir algının oluşmasına katkıda bulunur. Bu ilk etki, genellikle marka ile ilgili genel bir algının oluşmasına yol açar ve bu algının, tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemesi muhtemeldir. Bu doğrultuda marka algısı, tüketici davranışları üzerinde belirleyici bir rol oynar. Bu durum, markanın sunduğu ürün veya hizmetlerin kalitesinden çok daha fazlasını kapsar; logo, renk paleti, ambalaj tasarımı ve pazarlama iletişimi gibi görsel ve sembolik unsurları da içerir. Görsel unsurlar, iletişim stratejileri ve ambalaj tasarımı gibi faktörler, markanın benzersiz kişiliğini ortaya koyarak hedef kitle ile bağ kurmasına yardımcı olur. Tüketiciler, markanın sunduğu görsel unsurlara (logo, renk, ambalaj) olan tepkilerini genellikle bu ilk deneyimle şekillendirirler. Bu bağlamda, estetik açıdan çekici ve fonksiyonel bir logo veya ambalaj tasarımı, marka hakkında olumlu bir ilk izlenim oluşturarak, tüketicilerin güven ve ilgisini artırabilir. Örneğin, görsel estetik unsurlar, tüketicilerin marka ile ilgili duygusal bağ kurmalarını kolaylaştırırken, marka imajının kalıcılığını pekiştirebilir. Ya da iyi tasarlanmış bir logo veya estetik bir ambalaj, tüketicinin markayı daha olumlu bir şekilde değerlendirmesine yardımcı olabilir.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, munireyildiz@sdu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-2064-9555

melidir. Bir marka uluslararası bir pazara girmeyi hedefliyorsa, seçtiği fontun o kültürde nasıl algılandığını dikkate almalıdır. Fontun, kültürel referansları ve değerleri yansıtmaması, marka ile hedef kitlesi arasında etkili bir duygusal bağ oluşturulmasına katkıda bulunur. Ayrıca font tasarımı üretiminde veya seçiminde hedef kitlenin demografik özellikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Genç nesiller, yenilikçi ve teknoloji odaklı kültürel değerlere önem verirken yaşlı nesiller geleneksel değerleri önemseyebilir. Cinsiyetler de yaşam tarzlarında farklılıklara sebep olabilir. Eğitim seviyesi de bireylerin bakış açılarını ve kültürel birikimlerini etkileyebilir. Farklı coğrafi bölgeler ve gelir seviyeleri gibi demografik konular da markalaşmada hedef kitleye ulaşma da önemli önemlidir.

Sonuç olarak, font tasarımı, marka imajının oluşumu ve hedef kitle ile olan ilişkisinin şekillenmesinde hayati bir rol oynar. Doğru seçilmiş bir yazı karakteri, markanın kimliğini güçlendirirken, hedef kitle ile duygusal ve kültürel bağlar kurmayı da destekler. Bu nedenle, marka stratejilerinde font tasarımının göz ardı edilmemesi gereken kritik bir unsur olduğu söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Ambrosse G. ve Harris, P. (2012). *Tipografinin temelleri*. (Çev. Bengisu Bayrak). İstanbul: Literatür Yayıncılık
- Brzozowska-Woś, M. & Schivinski, B. (2019). The Effect of Online Reviews on Consumer-Based Brand Equity: Case-Study of the Polish Restaurant Sector. *Central European Management Journal*, 27(3), 2-27. <https://doi.org/10.7206/cemj.2658-0845.1>
- Dover, C. (2013). "Guggenheim Müzesi", <https://www.guggenheim.org/articles/checklist/how-the-guggenheim-got-its-visual-identity>"FontLab" <https://www.fontlab.com/tr/>
- Jean, Georges (2015). *Yazı İnsanlığın Belleği*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Kopuz, M. E. (2023). *Grafik tasarımda marka kimliği ve tüketici algısı*, Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Grafik Tasarım Anasanat Dalı Grafik Tasarım Tezli Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- Sarıkavak, N. (2009). *Çağdaş Tipografinin Temelleri* (3. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Görsel Kaynakça**
- Görsel 1.** FontLab Programı. (01/08/2024 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=Ik_T_GW2i-iM adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 2.** Adobe Illustrator Programı. Kişisel Arşiv.
- Görsel 3.** Glyphs Programı. (01/08/2024 tarihinde <https://glyphsapp.com/features#draw-vectors> adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 4.** RoboFont Programı. (11/08/2024 tarihinde <https://robofont.com/> adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 5.** BirdFont Programı. (11/08/2024 tarihinde <https://birdfont.org/> adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 6.** Vogue Dergisi Logotayı. (03/09/2024 tarihinde <https://www.hepsiburada.com/vogue-i-con-1-sayi-2024-pm-HBC00006PUVND> adresinden ulaşılmıştır).
- Görsel 7.** Guggenheim Müzesi Font Tasarımı. (23/08/2024 tarihinde <https://www.guggenheim.org/articles/checklist/how-the-guggenheim-got-its-visual-identity> adresinden ulaşılmıştır).

Görsel 8. San Francisco Fontu. (25/08/2024 tarihinde <https://www.sihirlielma.com/2017/02/03/apple-com-san-francisco-yazi-tipi/> adresinden ulaşılmıştır).

Görsel 9. İzmir Fontu. (13/01/2024 tarihinde <https://www.izmirvakfi.org/izmir-fontu> adresinden ulaşılmıştır).

Görsel 10. TRT Fontu. (13/01/2024 tarihinde <https://didemogmen.com/trt> adresinden ulaşılmıştır).

Görsel 11. 2024 Paris Olimpiyat Fontu. (13/01/2024 tarihinde <https://ecobranding-design.com/paris2024/> adresinden ulaşılmıştır).

GRAFIK

2

Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2

**Grafik
Tasarımda
Akademik
Araştırmalar/2**

Bölüm 8

**BİR ARŞİV ARACI OLARAK
GÖRSELLEŞTİRMELER:
SAVAŞ ANLATIMI ÇERÇEVESİNDE
UYGULANMIŞ ÇALIŞMALAR**

Dr. Öğr. Üyesi Șerafettin DEDEOĞLU



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

Editörler

Doç. Dr. Tarık YAZAR

Doç. Dr. Fahrettin GEÇEN

Bir Arşiv Aracı Olarak Görselleştirmeler: Savaş Anlatımı Çerçevesinde Uygulanmış Çalışmalar

Şerafettin DEDEOĞLU¹

GİRİŞ

Bilinen ya da tanımlanan ilk savaşlardan 2020'li yıllara kadarki savaşlar analiz edildiğinde toprak elde etme ve en önemlisi de güç dengesi kavramları öne çıkmıştır. Yakın dönem olarak 20. Yüzyılda, Birinci ve İkinci dünya savaşları, soğuk savaş dönemi ve en kötüsü de nükleer gibi yıkıcı olaylar sebebiyle, savaş kavramı insanlığın zihnine kazınmıştır. Bu nedenle de savaşlar dünyadaki toplumların yaşama ve düşünce şekillerini etkileyen bir mücadele olgusuna dönüşmüştür. Bu olgu, insanlığın varoluş mücadelesini barındıran yıkıcı bir eylem türüdür.

Savaş, insanlık tarihi boyunca olduğu gibi bugün de yaşayan milyonlarca insan için korkunç sonuçlar doğuran bir gerçekliktir. Bu gerçeklik dünyanın çoğunluğu için, hikayelerden ve sınıflardan, filmlerden ve müziklerden, aile yaralarından, haberlerden, video oyunlarından ve destansı edebiyattan oluşan karmaşık, çok yönlü bir olgudur (Edspace, ty). Savaş günümüzdeki coğrafyanın şekillenmesinde önemli etkenlerden birisi olmasıyla beraber, şiddetli sonuçları olan bir yıkımdır. Bu yıkım etkileşiminde bir savaş biterken başka bir savaşın nedeninin olduğu zincirleme bir felaket döngüsü de meydana getirebilmektedir. Bu döngüyü örneklendirmek gerektiğinde, Birinci Dünya Savaşında yeni bir siyasi harita ortaya çıkmasına karşın, aslında ikinci dünya savaşının bir nedeni olarak görülmesi gösterilebilir (Kıyanç, 2023: 685-686).

Son yüzyıldaki çalışmalarda baskı teknikleri ve dijital dönüşüm, verilerin güncel olarak işlenebilmesine ve bilginin kullanılmasına olanak sağlamış böylelikle de savaşın trajik ve şiddetli süreçlerinin getirdiği durumlara dikkat çekilmiştir. Zaman içerisinde biriken görselleştirmeler eşliğinde savaş ile ilintili çalışmalar

¹ Dr. Öğr. Üyesi., İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Grafik Tasarımı Programı, serafettin.dedeoglu@kavram.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-4972-7687

SONUÇ

Endüstri devrimi dünyadaki savaş süreçlerinin değişim dönemi olarak görülebilir. Endüstri devriminin özellikle ikinci dönemi, sanayi süreçlerinin gelişimi anlamında hızlandığı bir aralıktır. Bu dönem aynı zamanda sanayi devriminin yanı sıra 1. ve 2. Dünya savaşı gibi önemli tarihi süreçlerin yaşandığı aralıklardır. Bu önemli aralıklarda gerçekleşen iki büyük savaşta büyük veriler ortaya çıkmıştır. Bu veriler savaş ve savaş sonrası değişimleri yansıtmaktadır. Bu savaşlardaki veriler görselleştirilerek daha steril hale getirilmiştir. Veri görselleştirmesi ve infografik gibi görselleştirme yöntemleri, bu verilerin doğru bir biçimde ön plana çıkarılmasında önemli bir rolü göğüslemiştir. Gerçekleşen büyük değişimler ve veriler daha anlaşılır bir şekilde biçimlenmiş ve arşiv niteliğine dönüşebilmiştir. 20. yüzyılın başları, özelliklede savaş ve sonuçlarının görselleştirilmesi günümüzdeki veri görselleştirmesi ve infografikleri için önemli bir temel olarak da görülebilmektedir.

Savaş ve türevlerine ait veriler, veri görselleştirmesi ve infografik gibi tasarım aracılığıyla insanlık için ders çıkarıcı anlamda dikkat çekici hale getirilebilmektedir. Farklı bir yönden bakıldığında ise bu tür veriler çatışmanın tüm stratejik yönlerini açığa çıkarabilmekte başka bir savaş için hazırlık aracı olarak da görülebilmektedir. Savaştaki detayların görselleştirme örnekleri üzerinden anlatıldığı bu araştırmada, aslında herhangi bir savaşı gelip geçen bir başlık olarak değil, zihinde bütünsellik içerisinde metni ve görselleri kaynaştırarak, izleyiciyi yıkımın hikayesine çeken, düşündüren ve bu olayların nasıl mercek altına alınabildiğini göstermiştir.

KAYNAKLAR

- Barry, S. 2017. The 18 Greatest War and Battle Paintings of All Time, <https://explorethearchive.com/the-18-greatest-war-and-battle-paintings-of-all-time> (Erişim Tarihi: 12.06.2024).
- Edspace. Why Data Visualizations About War Matter, <https://edspace.american.edu/visualwar/> Erişim Tarihi: 15.08.2024
- Errea, J. 2020. Visual Journalism Infographics from the World's Best Newsrooms and Designers, 2nd printing, Berlin.
- Kıyaç, S. 2023. Psikolojik Harp Kapsamında ABD'nin Türkiye'ye Uyguladığı Yaptırımlar ve Etkileri, M. B., & Akademi, P. Savaş Tarihi.
- Lopez, J., Aubin, N., Bernard, V., & Guillerat, N. (2018). *Infographie de la Seconde Guerre mondiale*. Perrin.
- Murat, T. 2021. Kore Savaşı ve Çin. *The Journal of Academic Social Science*, (115), 179-198.
- Özşen, T. (2020). Modern Japon Eğitim Sisteminin Tarihi Temelleri Üzerine Değerlendirme: Meiji'den Shōwa'ya 1868-1950 Arası Döneme Bakış. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 16(1), 36-52. <https://doi.org/10.17244/eku.690744>

Rogers, S. 2017. What Does Data Journalism Look Like Today? A 10-step guide, <https://medium.com/data-journalism-awards/what-does-data-journalism-look-like-today-a-10-step-guide-6dd90c1f0c25>, Erişim Tarihi: 20.08.2024

Valentinadefilippo.co.uk, Haşhaş Tarlası, <https://poppyfield.org/> (Erişim Tarihi: 20.08.2024).

Varlık, A. B. (2013). Savaşı Tanımlamak: Terminolojik bir yaklaşım. *Avrasya Terim Dergisi*, 1(2), 114-129.

Görsel Kaynakça

Görsel 1: Fresk (1644-1650). Pietro da Cortona. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/0b/Pietro_da_Cortona_-_Battle_of_Alexander_versus_Darius_-_Google_Art_Project.jpg, [Erişim Tarihi: 12.07.2024].

Görsel 2: Görselleştirme (t.y.). Gaugamele Savaşı. <https://discover.hubpages.com/education/The-Battle-of-Gaugamela-Alexander-The-Great-Vs-Darius-III>, [Erişim Tarihi: 20.07.2024].

Görsel 3: Görselleştirme (2022). National Geographic. <https://iibawards.herokuapp.com/showcase/5431-the-toll-of-war-peaks-of-brutality>, [Erişim Tarihi: 02.08.2024].

Görsel 4: Görselleştirme (2013). Valentina D'efilippo, <https://www.valentinadefilippo.co.uk/work/#-Section-5>, [Erişim Tarihi: 02.08.2024].

Görsel 5: Görselleştirme (2016). David McCandless. <https://edspace.american.edu/visualwar/>, [Erişim Tarihi: 01.08.2024].

Görsel 6: Görselleştirme (2018). Nicolas Guillerat. <https://carturesti.ro/info/infographie-de-la-seconde-guerre-mondiale-274681788?p=1&lang=en-US>, [Erişim Tarihi: 01.08.2024].

Görsel 7: Görselleştirme (2013). Manuela Paolucci. <https://www.behance.net/gallery/20219023/Infografica-3D-Megagrafico-JAPON-Salomone-FADU>, [Erişim Tarihi: 10.08.2024].

Görsel 8: Görselleştirme (2013). Adolfo Arranz. <https://www.behance.net/gallery/12071223/The-Korean-war#>, [Erişim Tarihi: 10.08.2024].