

GRAFİK VE TASARIMDA GÜNCEL KONULAR

EDİTÖR

Doç. Dr. Özlem KUM



© Copyright 2025

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 kâğıt 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
978-625-375-510-2

Kapak Tasarımı
Doç. Dr. Özlem KUM

Kitap Adı
Grafik ve Tasarımda Güncel Konular

Yayıncı Sertifika No
47518

Editör
Özlem KUM
ORCID iD: 0000-0002-0787-7505

Baskı ve Cilt
Vadi Matbaacılık

Yayın Koordinatörü
Yasin DİLMEN

Bisac Code
ART000000

Sayfa ve Mizanpaj Tasarımı
Akademisyen Dizgi Ünitesi

DOI
10.37609/akya.3682

Kütüphane Kimlik Kartı
Grafik ve Tasarımda Güncel Konular / ed. Özlem Kum.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2025.
183 s. : tablo, resim. ; 160x235 mm.
Kaynakça var.
ISBN 9786253755102

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi A.Ş.

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

www.akademisyen.com

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1	Görsel Dikkatin ve Tipografik İletişimin Dönüşümü: Ekran Üzerinde Okuma.....	1
	<i>Dilek AYDEMİR</i>	
BÖLÜM 2	Grafik Tasarımda Dijitalleşen Marka Kimliği ve Logo Evrimi.....	31
	<i>Figen YAVUZ İlhami DİKSOY</i>	
BÖLÜM 3	Öğretim Materyalleri ve Çoklu Öğrenme Ortamlarında Tipografik Yapı	43
	<i>Hakan MAZLUM</i>	
BÖLÜM 4	İnce Zekâdan Yapay Zekâya Doğru Grafik Tasarımda Yaratıcılık Süreci.....	63
	<i>Hülya DEMİR</i>	
BÖLÜM 5	Görsel Tasarım İlkelerine Göre Logoların İncelenmesi.....	87
	<i>Kemal KÖKSAL</i>	
BÖLÜM 6	Görsel İfade Aracı Olarak Kaligrafi: Grafik Tasarımdaki Rolü ve Tekniksel Yaklaşımlar.....	99
	<i>Mehtap UYGUNGÖZ</i>	
BÖLÜM 7	Dijital Çağda Grafik Tasarım Teorisi: Yeni Paradigmalar ve Tartışmalar	121
	<i>Nihat DURSUN</i>	

BÖLÜM 8	Grafik Tasarımda Derinlik Algısı: 2B, 2.5B ve 3B	
	Tasarımlarda Farklılıklar	131
	<i>Nurettin Selçuk BAĞCI</i>	
BÖLÜM 9	Toplumsal Görsel Bellek Olarak Savaş Afişleri.....	157
	<i>Yaşar USLU</i>	

YAZARLAR

Doç. Dr. Dilek AYDEMİR

*Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Güzel
Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü*

Öğr. Gör. Nurettin Selçuk BAĞCI

*Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü*

Doç. Dr. Hülya DEMİR

*Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel
Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü*

Öğr. Gör. İlhami DİKSOY

*Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı
Bölümü*

Doç. Dr. Nihat DURSUN

*İstanbul Beykent Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü*

Dr. Öğr. Üyesi Kemal KÖKSAL

*Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi,
İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarım
Bölümü*

Dr. Öğr. Üyesi Hakan MAZLUM

*Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü*

Prof. Dr. Yaşar USLU

*Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar
Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü*

Dr. Öğr. Üyesi Mehtap UYGUNGÖZ

*Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar
Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü*

Öğr. Gör. Dr. Figen YAVUZ

*Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı
Bölümü*

Görsel Dikkatin ve Tipografik İletişimin Dönüşümü: Ekran Üzerinde Okuma

Dilek AYDEMİR ¹

GİRİŞ

Dijital teknolojilerin son yıllarda yaşanan hızlı gelişimi, bilgiye erişim biçimlerinde köklü bir dönüşüme neden olmuştur. İnternetin ve mobil cihazların yaygınlaşması, okuma alışkanlıklarını yalnızca bilgi edinme süreçlerinde değil, aynı zamanda bir deneyim olarak da yeniden şekillendirmiştir. Geleneksel kâğıt tabanlı içeriklerin yerini giderek dijital ekranlar üzerinden tüketilen içerikler almış ve bu durum, bireylerin okuma pratiklerini, dikkat süreçlerini ve öğrenme metodolojilerini derinden etkilemiştir. Özellikle dijital ortamlarda okuma davranışlarının incelendiği araştırmalar, kullanıcıların metinleri derinlemesine okumaktan ziyade, hızlıca tarayarak bilgi edinme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Nielsen Norman Group tarafından yapılan bir çalışmada, dijital ortamlarda kullanıcıların metinleri "F" şeklinde bir tarama modeliyle okuduğu ve bu durumun derin okuma alışkanlıklarının azalmasına neden olduğu belirtilmiştir (Pernice vd.; 2018). Bu bulgular, dijital okuma süreçlerinde dikkat dağınıklığının ve yüzeysel bilgi edinme eğilimlerinin arttığını ortaya koymaktadır.

Dijital çağın getirdiği bu dönüşüm, tipografik iletişim alanında da önemli değişimlere yol açmıştır. Tipografi, yalnızca harflerin estetik bir düzenlemesi olarak değil, aynı zamanda içeriğin anlamını, duygusal etkisini ve kullanıcı deneyimini şekillendiren temel bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Ekran üzerinde gerçekleştirilen okuma deneyimlerinde, tipografik tasarımların kullanıcıların

¹ Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, dilek.aydemir@gop.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-4194-6030

yayıncılıkta metinler daha sade, daha kısa ve daha hızlı tüketilebilir hale gelmiş; derinlemesine okuma alışkanlıklarının yerine hızlı göz gezdirmeye dayalı bir bilgi tüketimi egemen olmuştur. Bu durum, yazının doğası, anlatı biçimleri ve hatta düşünce üretim süreçleri üzerinde de etkili olmaktadır. Metin artık yalnızca okunacak değil, aynı zamanda tıklanacak, kaydırılacak ve paylaşılacak bir içerik formatına dönüşmektedir. Bu bağlamda, dijital çağın tipografik iletişim anlayışı, hız, dikkat ve estetik dengesi arasında giderek daha hassas bir mimari gerektirmektedir.

Geleceğe dair öngörüler, bu dönüşüm sürecinin çok katmanlı bir yapı kazanarak devam edeceğini göstermektedir. Özellikle yapay zekâ destekli okuma platformlarının daha yaygın ve erişilebilir hale gelmesiyle birlikte, okuma deneyimleri hem daha bireysel hem de daha bağlama duyarlı biçimlerde gelişecektir. Tipografi, gelecekte yalnızca görsel bir araç değil, aynı zamanda kullanıcı davranışlarına tepki verebilen, anlık olarak kendini yeniden düzenleyebilen bir sistematığe sahip olacaktır. Bu durum, tasarımcılar, eğitimciler ve politika yapıcılar açısından yeni sorumluluk alanları doğuracaktır.

Sonuç olarak, dijitalleşmenin okuma ve tipografik iletişim üzerindeki etkileri, yalnızca teknolojik bir dönüşümle sınırlı değildir. Bu süreç, aynı zamanda bilişsel alışkanlıkların, kültürel kodların ve pedagojik yaklaşımların yeniden tanımlandığı çok boyutlu bir değişimi temsil etmektedir. Bu nedenle, bireyin metinle kurduğu ilişkiyi yalnızca hız ve erişim bağlamında değil; derinlik, dikkat, duygusal bağ ve düşünsel üretkenlik düzeyinde de değerlendiren bütüncül stratejiler geliştirilmelidir. Eğitim kurumlarının, yayıncılık sektörünün ve dijital içerik tasarımcılarının bu dönüşüme bütünsel bir anlayışla yaklaşması, sürdürülebilir, etik ve nitelikli bir okuma kültürü inşasında belirleyici olacaktır.

KAYNAKLAR

- Akengin, G., Mazlum, H., & Özbek, S. (2018). Tipografide yeni ifade biçimi: Artırılmış gerçeklikte tipografi. *ICUHTA 2018: International Congress of Usage of High Technology in Arts*. İstanbul: İGÜ YAYINLARI.
- Bağcı, N. S., & Işık, A. (2025). Görsel Tasarım Açısından Genişletilmiş Gerçeklikte Kullanıcı Arayüzü ve Deneyimi. *Sanat Ve Tasarım Dergisi*(35 (20. Yıl Armağan Sayısı), 279-307. <https://doi.org/10.18603/sanatvetasarim.1544491>
- Büyükpehlivan, G. A. (2024). The importance and use of typography in print and digital design. *Motif Vakfı*, 2406-2426.
- Baron, N. S. (2015). *Words onscreen: The fate of reading in a digital world*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Benedetto, S., Carbone, A., Draï-Zerbib, V., Pedrotti, M., & Baccino, T. (2013). Effects of lu-

- minance and illuminance on visual fatigue and arousal during digital reading. *International Journal of Human-Computer Studies*, 764–772.
- Brooks, D. (2007, Ekim 26). *The outsourced brain*. New York Times
- Brusilovsky, P., & Millán, E. (2007). User models for adaptive hypermedia and adaptive educational systems. P. Brusilovsky, A. Kobsa, & W. Nejdl (Eds.) içinde, *The Adaptive Web, Methods and Strategies of Web Personalization*. Springer.
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the internet is doing to our brains*. New York: WW Norton.
- Clark, A., & Chalmers, D. (1998). The extended mind. *Analysis*, 7–19.
- Delgado, P., Vargas, C., Ackerman, R., & Salmerón, L. (2018). Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension. *Educational Research Review*, 23-38.
- Dillon, A. (1992). Reading from paper versus screens: a critical review of the empirical literature. *Ergonomics*, 1297-1326.
- Duncan, L. G., McGeown, S. P., Griffiths, Y. M., Stothard, S. E., & Dobai, A. (2016). Adolescent reading skill and engagement with digital and traditional literacies as predictors of reading comprehension. *British Journal of Psychology*, 209–238.
- Dyson, M. C., & Haselgrove, M. (2001). The influence of reading speed and line length on the effectiveness of reading from screen. *International Journal of Human-Computer Studies*, 585-612.
- Hakemulder, F., & Mangen, A. (2024). Literary reading on paper and screens: Associations between reading habits and preferences and experiencing meaningfulness. *Reading Research Quarterly*, 59(1), 57–78.
- Hall, R. H., & Hanna, P. (2007). The impact of web page text-background colour combinations on readability, retention, aesthetics and behavioural intention Richard H Hall & Patrick Hanna. *Behaviour & Information Technology*, 183-195.
- Jeong, H. (2012). A comparison of the influence of electronic books and paper books on reading comprehension, eye fatigue, and perception. *The Electronic Library*, 390–408.
- Kintsch, W. (1998). *Comprehension: A paradigm for cognition*. UK: MA: Cambridge University Press.
- Kovac, M. (2022). *Okumak nefes almaktır: Dijital çağda kitap okumak için 10 neden*. İstanbul: Portakal Kitap.
- Lee, Y.-H., & Wu, J.-y. (2013). The indirect effects of online social entertainment and information seeking activities on reading literacy. *Computers & Education*, 168–177.
- Levine, L. E., Waite, B. M., & Bowman, L. L. (2007). Electronic media use, reading, and academic distractibility in college youth. *Cyberpsychology & Behavior*, 560–566.
- Liu, Z. (2005). Reading behavior in the digital environment changes in reading behavior over the past ten years. *Journal of Documentation*, 61(6), 700-712.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A critical guide for designers, writers, editors, & students*. New York: Princeton Architectural Press.
- Macedo-Rouet, M., Salmerón, L., Ros, C., Pérez, A., Stadtler, M., & Rouet, J.-F. (2020). Are frequent users of social network sites good information evaluators? An investigation of adolescents' sourcing abilities. *Journal for the Study of Education and Development*, 101–138.
- Mangen, A. (2008). Hypertext fiction reading: haptics and immersion. *Journal of Research in Reading*, 404–419.
- Mangen, A., Walgermo, B. R., & Brønnick, K. (2013). Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension. *International Journal of Educational Research*, 61-68.
- Margolin, S. J., Driscoll, C., Toland, M. J., & Kegler, J. L. (2013). E-readers, computer screens, or paper: Does reading comprehension change across media platforms? *Applied Cognitive Psychology*, 512-519.

- O'Neil, C. (2017). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. New York: Crown Publishing Group.
- Pernice, K. (2017, Kasım 12). *F-shaped pattern of reading on the web: Misunderstood, but still relevant (Even on Mobile)*. NN/g: <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>
- Pernice, K., Whitenton, K., & Nielsen, J. (2018). *How people read on the web- the eyetracking evidence*. USA: Nielsen Norman Group.
- Pfost, M., Dörfler, T., & Artelt, C. (2013). Students' extracurricular reading behavior and the development of vocabulary and reading comprehension. *Learning and Individual Differences*, 89-102.
- Posner, M. L., & Petersen, S. E. (1990). The attention system of the human brain. *Annual Review of Neuroscience*, 25-42. .
- Rayner, K. (1998). Eye movements in reading and information processing: 20 years of research. *Psychological Bulletin*, 372-422.
- Schneps, M. H., Thomson, J. M., Chen, C., Sonnert, G., & Pomplun, M. (2013). E-Readers are more effective than paper for some with Dyslexia. *PLoS ONE*, 1-9.
- Sheppard, A. L., & Wolffsohn, J. S. (2018). Digital eye strain: prevalence, measurement and amelioration. *BMJ Open Ophthalmology*, 1-10.
- Silveira, J. J. (2021). Digital media impact on reading. *Psychology*, 1096-1117.
- Singer, L. M., & Alexander, P. A. (2017a). Reading across mediums: Effects of reading digital and print texts on comprehension and calibration. *Journal of Experimental Education*, 155-172.
- Singer, L. M., & Alexander, P. A. (2017b). Reading on paper and digitally: What the past decades of empirical research reveal. *Review of Educational Research*, 1007-1041.
- Spence, R. (2007). *Information visualization: Design for interaction*. Pearson/Prentice Hall.
- Tinker, M. A. (1963). *Legibility of print*. Iowa State University Press.
- Walker, S. (2001). *Typography & language in everyday life prescriptions and practices*. New York: Routledge.
- Walker, S. (2014). *Typography and language in everyday life: Prescriptions and Practices*. New York: Routledge.
- Wolf, M. (2008). *Proust and the squid: The Story and Science of the Reading Brain*. Harper.
- Yerlikaya, M., & Geçen, C. (2025). *Bir Görsel Okuma Denemesi: Otomatik Portakal Filmi*. *Akademik Hassasiyetler*, 12(27), 369-398.
- Yücel, A., & Uğur, U. (2018). Resim ve Sinema Renk İlişkisinin Film Afişlerine Yansıması. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 247-259.

Görsel Kaynakça

- Görsel 1.** Pernice, K. (2017). F-Shaped Pattern of Reading on the Web: Misunderstood, But Still Relevant (Even on Mobile): <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>, Erişim Tarihi: 10 Nisan 2025.
- Görsel 2.** Rutter, R. (2017). Get started with variable fonts: <https://medium.com/@clagnut/get-started-with-variable-fonts-c055fd73ecd7>, Erişim Tarihi: 10 Nisan 2025.

Grafik Tasarımda Dijitalleşen Marka Kimliği ve Logo Evrimi

Figen YAVUZ ¹
İlhami DİKSOY ²

GİRİŞ

Küresel bağlamda var olan dijital dönüşüm, markaların kimlik oluşturma ve kendilerini ifade etme biçimlerinde köklü değişimlere yol açmaktadır. Geleneksel olarak basılı materyaller, tabela tasarımları ve fiziksel ürün ambalajları üzerinden şekillenen marka kimliği, günümüzde dijital platformlara taşınarak çok boyutlu ve etkileşimli bir yapıya bürünmeye başlamıştır. Markaların görsel kimlik öğeleri, sosyal medya hesaplarından mobil uygulamalara, akıllı saat arayüzlerinden, artırılmış gerçeklik deneyimlerine kadar geniş bir yelpazede algılanmakta ve değerlendirilmektedir. Bu değişim, özellikle logoların evriminde belirgin biçimde kendini göstermektedir. 19. yüzyıl ortalarında ortaya çıkan minimalizm akımında, öze ulaşmayı engelleyen bütünsel karmaşadan arınma tercih edilmiş ve bu nedenle sanat ve tasarım alanlarında indirgemeci bir tutum izlenmiştir. Bu indirgemeci tutumun ilk örnekleri resim sanatında ortaya çıkmış ve daha sonra grafik tasarım alanında da etkilerini göstermiştir (Mercin & Diksoy, 2023:65). Markalar, dijital ekranlarda daha işlevsel ve kullanıcı dostu olabilmek adına karmaşık tasarımlarını sadeleştirme yoluna gitmekte; bu sadeleşme süreci, estetik kaygıların ötesinde stratejik bir dönüşüm olarak değerlendirilmektedir. Bu dönüşüm; marka mirasının korunması, kullanıcı deneyiminin gözetilmesi ve

¹ Öğr. Gör. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, figen.durmus@dpu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-9664-5660

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

dirilmektedir. Özellikle kişiselleştirilmiş arayüzlerin ve yapay zekâ temelli sistemlerin yaygınlaşması, logoların işlevsel esneklik ve tutarlılık düzeylerinin stratejik bir öneme sahip olmasına neden olmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dijitalleşmenin etkisiyle logo tasarımı, markalar açısından yalnızca estetik değil, aynı zamanda stratejik bir iletişim aracı olarak yeniden konumlanmaktadır. Toplumsal dönüşümler, teknolojik ilerlemeler ve tüketici beklentileri doğrultusunda markaların logoları sadeleşmiş, çok yönlü, ölçeklenebilir ve dijital platformlara uyumlu bir yapıya bürünmüştür. Bu dönüşüm, logoların hem markanın kimliğini yansıtmasını hem de farklı dijital ekran boyutlarında net ve tutarlı biçimde algılanabilir olmasını zorunlu kılmaktadır. Özellikle sosyal medya, mobil uygulamalar ve giyilebilir teknolojilerde hızlı tanınırlık ve güçlü görsel etki sunan sade ve esnek tasarımlar ön plana çıkmaktadır. Karmaşık logoların küçük boyutlarda okunabilirliğini kaybettiği, buna karşın evrimleşen sade tasarımların her platformda tutarlılık sağladığı araştırmalarla da desteklenmiştir (Müller et al., 2019). Bu bağlamda, başarılı bir logo tasarımı; dijital çağın gerekliliklerine uygun olarak marka ruhunu yansıtan çok yönlü bir yapı sergilemelidir. Grafik tasarımcılar ile marka yöneticilerinin iş birliği içinde çalışarak, farklı platformlara uyarlanabilir, sade ve işlevsel logo sistemleri geliştirmesi; markaların dijital kimliklerinin güçlendirilmesi açısından önemli bir gerekliliktir.

KAYNAKLAR

- Alakuş, A. O., & Aydın, B. (2020). Dijital çağda görsel kimlik tasarlama: Logo ve marka olgusu. *International Journal of Research in Fine Arts Education*, 3(2), 53–62. <https://doi.org/10.29228/ugsead.45385>
- Görgülü, Y. (2019). Kentlerin markalaşması sürecinde logoların kimlik inşası: (Antalya örneği) göstergebilimsel bir çözümleme. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 1(3), 65–83.
- Dizdar, E. (2024). Sanat eğitimi ve tasarım düşüncesi. In T. Yazar & F. Geçen (Eds.), *Grafik tasarımda akademik araştırmalar 1* (ss. 15–26). Akademisyen Kitabevi.
- Heller, S., & Vienne, V. (2015). *100 ideas that changed graphic design*. Laurence King Publishing.
- Kılıçkaya, E. E., & Aşan Yüksel, O. (2020). 18. yüzyıl Kütahya çinilerinde kullanılan damgaların görsel ve sembolik açıdan incelenmesi. *Kalemişi*, 17, 192–205. <https://www.kalemisidergisi.com/makale/pdf/1611482897.pdf>
- Kotler, P. (2012). *Pazarlama yönetimi*. New Jersey, ABD: Prentice Hall.
- Mastercard Global Insights. (2020). *Küresel marka stratejisi ve logo evrimi*. Purchase, ABD: Mastercard.
- Lupton, E. (2019). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
- Smith, A., & Johnson, L. (2021). *Brand identity in the digital age: Consumer perception and emotional connection*. New York, NY: Digital Design Press. 18(2), 33–47

- Henderson, P. W., & Cote, J. A. (2020). Guidelines for selecting or modifying logos. *Journal of Marketing*, 64(2), 14–30.
- Mercin, L., & Diksoy, İ. (2023). *Kent müzelerinde minimalist bilgilendirme tasarımı uygulamaları*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/382328318>
- Marvels Motion. (2024). *What is 2.5D animation?, A comprehensive guide to its process and benefits*. <https://www.motionmarvels.com/blog/2-5d-animation-a-comprehensive-guide>, Erişim Tarihi: 23 Mart 2025
- Müller, T., Schmidt, F., & Wagner, K. (2019). Simplicity sells? A study on logo complexity and brand recognition. *International Journal of Design*, 13(2), 40–55.
- Mediafy. (2023). Minimalist mi, ayrıntılı mı? Logo tasarımında hangi yaklaşımı seçmelisiniz? <https://www.mediafy.com.tr/blog/minimalist-mi-ayrintili-mi-logo-tasariminda-hangi-yaklasi-mi-secmelisiniz>, Erişim Tarihi: 23 Mart 2025
- Nielsen. (2023). Consumer reactions to logo redesigns: A global survey. Nielsen Insights.
- Yavuz, F. (2024). Etkileşimli Tasarım. L. Mercin (Ed.), *Dijital çağda yeni nesil görsel iletişim tasarımı ve paradigmlar* (197–213). Pegem Akademi Yayıncılık.
- Yılmaz, E., & Kaya, T. (2022). Görsel kimlik dönüşümü ve Türkiye'deki markalar üzerine bir inceleme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 22–39.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (5th ed.). Wiley

Görsel Kaynaklar

- Görsel 1. <https://turbologo.com/tr/blog/spotify-logosu/>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2025
- Görsel 2. <https://www.antalya.bel.tr/Kurumsal/faaliyet-raporlari>, Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2025
- Görsel 3. <https://turbologo.com/tr/blog/coca-cola-logo/>, Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2025
- Görsel 4. <https://www.logome.ai/blogs/google-logo-history>, Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2025
- Görsel 5. <https://www.logome.ai/blogs/google-logo-history>, Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2025
- Görsel 6. <https://www.logome.ai/blogs/google-logo-history>, Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2025
- Görsel 7. <https://www.logome.ai/blogs/google-logo-history>, Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2025

Öğretim Materyalleri ve Çoklu Öğrenme Ortamlarında Tipografik Yapı

Hakan MAZLUM ¹

GİRİŞ

Günümüzde, bilim ve teknoloji alanındaki hızlı ilerlemelerle birlikte öğrenme- öğretme ve bilgiye ulaşmada köklü bir değişim ve gelişim süreci yaşanmaktadır. Bu durum, bireylerin eğitim- öğretim sürecinde edinmeleri gereken bilgi ve becerilere sahip bireyler olarak yetişmelerini gerekli kılarken bilgiye ulaşmasındaki metot ve yöntemlerinde önemini artırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında öğretim materyalleri ve çoklu öğrenme ortamları bireylerin bilgiye ulaşması öğrenme- öğretme evrelerini destekleyen bir yapıda olması bakımından oldukça önemli bir konumdur.

Öğretim materyalleri; öğrenme sürecini zenginleştirerek soyut konuların somutlaştırılmasına katkıda bulunur, karmaşık konuların basitleştirilerek aktarılmasını sağlar, öğrencilerin kişisel ihtiyaçlarına yanıt verir, ilgi çekmeye ve motive etmeye destek olur, geçmişte öğrenilen bilgilerin hatırlanmasını kolaylaştırır, zaman tasarrufu sağlar, öğretilen konunun gerçek dünyasına erişimin mümkün olmadığı veya riskli olduğu durumlarda güvenli gözlem yapma imkanı sunar, farklı ortamlarda aynı içeriğin tutarlı bir şekilde iletilmesine yardımcı olur ve doğru bir şekilde saklandıklarında defalarca kullanılabilirler (Avcı, 2013).

Eğitim- öğretim süreci etkinliği artırmak amacıyla öğretim materyallerini daha fazla ve daha etkin bir biçimde kullanması (Fidan, 2008) bu materyallerin öğrenme- öğretme evrelerindeki temel unsurlardan biri haline gelmesini sağla-

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, hakan.mazlum@gop.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-8374-2509

çok işlevi olan öğretim materyalleri ve çoklu öğrenme ortamlarında bilginin kolay anlaşılması ve kalıcı öğrenmenin sağlanması doğru tasarlanmalarına ve etkin bir şekilde kullanılmalarına bağlıdır. Bu bağlamda, öğretim materyallerinin yenilikçi, özgün ve işlevsel olmasının yanı sıra içerdiği tüm görsel öğelerin de öğretilmek istenen konuyla uyum içinde olmasını gerekmektedir. Bilgiyi mantıksal bir düzenle sunmak ve etkili bir tasarım planı uygulamak ve doğru yapılandırılan tipografik düzenlemeler ile okuyucunun metni daha hızlı anlamasına ve daha verimli bir şekilde bilgiyi işlemesine yardımcı olabilir. Bu nedenle sözcük grupları arasındaki boşluklar, metnin görsel olarak daha çekici ve düzenli görünmesini sağlayarak okuyucunun dikkatini daha iyi çekebilir ve odaklanmasını kolaylaştırabilir. Metnin okunma biçimi ise bilgi akışı ve görsel unsurların birbirleri ve okur ile nasıl etkileşim kuracağı gibi detaylar, doğru planlanan sayfa düzeni ile belirlenip tipografik formların okunur ve okutur şekilde planlanmasını ve okuyucunun daha kolay kavramasını mümkün kılabilir. Bunun yanı sıra bireyin öğrenme yeteneklerine uygun olarak geliştirilecek öğretim materyalleri ve çoklu öğrenme ortamlarında etkili ve kalıcı bilgi aktarımı için tipografik yapının hedef kitleye göre şekillendirilmesini gerektirir. Bu bağlamda tipografik yapının; sayfa düzeni (layout), metin ve boşlukların düzenlenmesi, okunurluk ve okuturluk unsurları ve hedef kitlenin doğru bir şekilde belirlenerek planlanması ve uygulanması eğitim materyallerinin kalitesini ve öğrenme süreçlerinin etkinliğini artırarak, eğitim-öğretim süreçlerinde başarılı sonuçlar elde edilmesine katkı sağlayacaktır.

Gelecekte yapılacak araştırmalar, tipografinin veya diğer görsel ve işitsel öğelerin çeşitli öğrenme ortamlarındaki etkilerini daha geniş bir perspektiften inceleyerek, farklı öğretim materyalleri ve dijital platformlar üzerinde tipografinin rolü derinlemesine incelenebilir. Bu tür araştırmalar, eğitim materyallerinin geliştirilmesine yönelik daha yenilikçi ve etkili materyallerin oluşturulmasına katkı sağlayabilir.

KAYNAKLAR

- Akkoyunlu, B. & Yılmaz, M. (2005). Türetimci Çoklu Ortam Öğrenme Kuramı. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28(28), 9-18.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2013). Grafik tasarımda sayfa düzeni. Literatür Kitapevi.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2014). Grafik tasarımda tipografi. Literatür Yayınları.
- Artan, H. I. & Uçar, T. F. (2019). Kaligrafi ve Tipografinin Afiş Tasarımına Yansıması, Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, Winter.
- Avcı, U. (2013). Öğretim ortamları ve materyal tasarım. Mustafa Sarıtaş (Ed.), Öğretim Teknolo-

- jileri ve Materyal Tasarım. Pegem akademi.
- Aydemir, D. (2023). Eğitsel Yeni Medya Tasarımında Görsel Öge ve İlkeler. *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 8(105), 4060-4072. <https://doi.org/10.29228/sssj.65073>
- Bağcı, N. S., & Işık, A. (2025). Three-dimensional modeling in visual design education. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 284-313.
- Bozpolat, E. & Arslan, A. (2018). Öğretmen Adaylarının Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı Dersine İlişkin Görüşleri, *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 3, 2018, ss. 60-84, DOI: 10.19160/ijer.463977
- Brooks, D. W. (1997). Lecturing; multimedia classrooms. *Journal of Science Education and Technology*, 6, 119-125.
- Bradley, S. (2010). *Legibility and readability in typographic design*. <https://vanseodesign.com/web-design/legible-readable-typography/>, Erişim Tarihi: 14.05.2025
- Carter, R., Maxa, S., Sanders, M., Meggs, P. B. & Day, B. (2018). *Typographic design: Form and communication*. John Wiley ve Sons.
- Çelikkaya, T., Sever, R. (Ed.) & Koşoğlu, E. (Ed.). (2013). *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Araç-Gereç ve Materyal Kullanımının Önemi*. Sosyal Bilgiler Öğretiminde Eğitim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı. Pegem Akademi.
- Demirbaş, Ö., Eranlı, M. (2023). Tasarım eğitiminde dijital ortam ve etkileşim. *IDA: International Design and Art Journal*, 5(2), 191-205.
- Demirel, Ö. & Altun, E. Ed. (2014). *Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı*. Pegem Akademi.
- Demirel, Ö. & Seferoğlu, S. S. & Yağcı, E., (2003). *Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme*, Ankara: Pegem-A Yayıncılık.
- Dündar, B. (2005). *Matbaanın Bulunuşundan Bu Yana Batıda ve 1970 Sonrası Türkiye’de Grafik Tasarımda Tipografik Dil*. [Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>
- Erbenzer, E. & Aslan, M. (2024). Sınıf öğretmenlerinin dijital öğretim materyali geliştirme öz-yeterlik algıları: karma yöntem araştırması, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 18-49, <https://doi.org/10.17679/inuefd.1173257>
- Fidan, N. K. (2008). İlköğretimde araç gereç kullanımına ilişkin öğretmen görüşleri. *Kuramsal Eğitimbilim*, 1(1), 48-61.
- Garofalo, K. (1988). Typographic cues as an aid to learning from textbooks. *Visible Language*, 22(2), 273.
- Jandreau, S. & Bever, T. G. (1992). Phrase-spaced formats improve comprehension in average readers. *Journal of Applied Psychology*, 77(2), 143.
- Karter, R., Day, B. & Meggs, P. (1993). *Typographic Design: Form and Communication*. John Wiley & Sons.
- Kurtcu, F. & Coşkun, C. (2021). *Sayısal Tipografi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Mayer, R. E. (2003). The promise of multimedia learning: using the same instructional design methods across different media. *Learning and instruction*, 13(2), 125-139.
- Meggs, P. (2012). *History of Graphic Design*. John Wiley & Sons.
- Parekh, R. (2006). *Principle of Multimedia*. McGraw-Hill.
- Paykoç, F. (1991). *Tarih öğretimi*. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Sarıkavak, N. K. (2009). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Şanlıkaya, S. (1998). *Kitap tasarımında tipografinin etkinliği*, [Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>
- Tannenbaum, R. S. (1999). *Theoretical foundations of multimedia*. New York, W.H. Freeman.
- TDK. (2024). *Güncel Türkçe Sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 03.01.2024.
- Twemlow, A. (2006). *Grafik Tasarım Ne İçindir?*, 2. Baskı. Yem Yayın.

- Yaşar, O. (2004). İlköğretim Sosyal Bilgiler Derslerinde Görsel Materyal Kullanımı ile Coğrafya Konularının Eğitim ve Öğretimi. Milli Eğitim Dergisi, Sayı: 163, 104-120.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, M. & Ogur, E. (2024). Türkçe öğretmenlerinin bir öğretim materyali olarak dijital hikâyeye ilişkin görüşlerinin incelenmesi. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (41), 55- 70. <https://zenodo.org/record/13337555>
- Yücel, A. (2024). Tasarımda Kurgu ve Analiz (Ed. Dr. Öğr. Üyesi Zehra Atabey), Tasarım Süreci, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayını, (s170).

Görsel Kaynaklar

- Görsel 1.** Kurtcu, F. & Coşkun, C. (2021). Sayısal Tipografi. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Görsel 2.** Kurtcu, F. & Coşkun, C. (2021). Sayısal Tipografi. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Görsel 3.** Mazlum, H. (2025). Kerning ayarı. [Resim]. Hakan Mazlum Kişisel Arşivi.
- Görsel 4.** Mazlum, H. (2025). Kerning ayarı. [Resim]. Hakan Mazlum Kişisel Arşivi.
- Görsel 5.** Mazlum, H. (2025). Okunurluk ve okuturluk. [Resim]. Hakan Mazlum Kişisel Arşivi.

İnce Zekâdan Yapay Zekâya Doğru Grafik Tasarımda Yaratıcılık Süreci

Hülya DEMİR¹

GİRİŞ

Yaratıcılığın ne olduğu, nasıl işlediği ve kim tarafından gerçekleştirildiği soruları, insanlığın düşünsel tarihinde daima tartışmalı olmuş; sanat, bilim ve tasarım gibi yaratım odaklı alanlarda bu sorular farklı biçimlerde yeniden üretilmiştir. Yaratıcılığın kökeni, işleyişi ve öznesi üzerine sorular, estetik düşüncenin yanı sıra çağdaş yaratıcı endüstrilerin de merkezinde yer almaktadır. Yaratıcılık uzun süre boyunca yalnızca insana özgü bir meziyet olarak yüceltilmiş; bireysel dehanın, estetik sezginin ve özgünlüğün kutsandığı bu anlayış, teknolojik müdahaleleri çoğu zaman araçsallıkla sınırlamıştır. Oysa yaratıcı zekânın sürekli biçim değiştirdiği görsel üretim sahnesine, günümüzde yapay zekâ da yeni bir oyuncu olarak adım atmıştır. Yaratıcı süreçlerin artık insan sezgisine ek olarak algoritmalara da dayandığı bu hibrit yapı, pek çok yeni soruyu gündeme getirmektedir: Tasarımda yaratıcılık, salt bir bireysel yeti midir; yoksa kültürel bağlamlar, teknolojik araçlar ve bilişsel yaklaşımlarla şekillenen dinamik bir üretim süreci midir? Yapay zekânın yaratıcılığa olan tesiri, yaratıcı öznenin teknik becerilerine ek olarak sezgisel, kültürel ve duysal boyutlarıyla da tanımlanmasını gerektirmektedir. Mevcut literatür, bu çok katmanlı yapıyı açıklamakta yetersiz kaldığı için, grafik tasarım özelinde daha kapsayıcı bir bilişsel modele ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma, grafik tasarımda yaratıcı üretim biçimlerinin ince zekâya dayalı sezgisel ve kültürel modelden, yapay zekâ destekli hesaplamalı sistemlere doğru dönüşümünü; felsefi, kuramsal ve eleştirel bir perspektif içerisinde tartışmayı amaçlamak-

¹ Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, hulya.demir@omu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-9505-0347

bir bilinç biçimi olarak kendini gösterir. Bu bağlamda tasarımcı, yapay zekây-la kurduğu diyalogun her aşamasında estetik sezgisini, kültürel duyarlılığını ve tarihsel görsel belleğini devreye sokarak, yaratıcı süreci yönlendiren asli aktör konumunu korur.

Grafik tasarım, bu bağlamda teknik beceriyle sınırlı olmayan; etik, estetik ve epistemolojik duyarlılıklarla örülü yaratıcı bir düşünce ve eylem alanı olarak yeniden konumlanmaktadır. Tasarım süreci, insan ile algoritma arasındaki etkileşimde yeniden tanımlanmakta; yaratıcı kararlar, sezgisel bilgi ile istatistiksel önerilerin iç içe geçtiği hibrit bir bağlamda şekillenmektedir. Bu durum, grafik tasarımın toplumsal temsilleri, kültürel belleği ve estetik dilini dönüştürmekte; disiplini, görsel kültürün eleştirel üreticisi olarak daha karmaşık bir sorumluluk alanına taşımaktadır. Mevcut konumlanma grafik tasarım eğitiminin de yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmaktadır. Yapay zekâ ile çalışan tasarım sistemlerinin pedagojik boyutta işlevselliğin yanı sıra; eleştirel estetik, etik muhakeme ve kültürel temsil sorumluluğu çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir. İnce zekâ, bu dönüşüm sürecinin düşünsel merkezini oluşturmaktadır. Grafik tasarımın güncel yaratıcı koşullarını anlamak, teknolojik gelişmelerle birlikte, yaratıcı öznenin dönüşen doğasını, sezgisel karar süreçlerini ve kültürel kodlarla kurulan etkileşimlerini kavramayı gerekli kılmaktadır.

İnce zekâ, kültürel bellek ile estetik deneyimin kesişiminde konumlanan; çağdaş yaratıcı süreçte hem taşıyıcı hem de yorumlayıcı olarak işlev gören özgün bir sezgisel bilinç biçimidir. Yapay zekânın yükselişi, yaratıcı öznenin silinmesine dikkat çekmek yerine; biçim değiştiren bir direnç ve adaptasyon alanı olarak yeniden tanımlanmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda yapay zekâ teknolojilerinin tasarım süreçlerine dâhil olması, grafik tasarımda yaratım eyleminin estetik sezgi, etik sorumluluk ve kültürel duyarlılık taşıyan çağdaş bir düşünce alanı olarak önemini koruduğunu göstermektedir.

KAYNAKLAR

- Agamben, G. (1998). *Homo Sacer: Sovereign Power and Bare Life*. (D. Heller-Roazen, Trans.). Stanford University Press. Stanford University Press. (Original work published 1995)
- Aydemir, D. (2023). Revitalizing Turkish Mythological Elements through Artificial Intelligence Applications in Graphic Design: A Case Study on Midjourney. *International Scientific and Vocational Studies Journal*, 7(2), 187-205. <https://doi.org/10.47897/bilmes.1400144>
- Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trans.). Hill & Wang. (Original work published 1957)
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press.

- Bergson, H. (1911). *Creative evolution* (A. Mitchell, Trans.). Henry Holt and Company. (Original work published 1907)
- Boden, M. A. (2004). *The creative mind: Myths and mechanisms* (2nd ed.). Routledge.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press. (Original work published 1979)
- Braidotti, R. (2013). *The posthuman*. Polity Press.
- Brody, N. (1991). *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames and Hudson.
- Cropley, A. J. (2001). *Creativity in education & learning: A guide for teachers and educators*. Routledge.
- Cross, N. (2006). *Designerly ways of knowing*. Springer.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The SAGE handbook of qualitative research* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewey, J. (1980). *Art as Experience*. New York: Perigee Books. (Original work published 1934)
- Evans, D. (2019). *An Introductory Dictionary of Lacanian Psychoanalysis*. Routledge.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). Pantheon Books. (Original work published 1975)
- Galanter, P. (2003). What is generative art? Complexity theory as a context for art theory. GA2003 – In *Proceeding of the 6th Generative Art Conference*, Milan.
- Gardner, H. (1983). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Basic Books.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B. (1992b). *Basics of grounded theory analysis: Emergence versus forcing*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research (Observations)*. Chicago: Aldine.
- Heller, S. (2014). *Design literacy: Understanding graphic design* (3rd ed.). Allworth Press.
- Heller, S., & Vienne, V. (2012b). *100 Ideas That Changed Graphic Design*. Laurence King.
- Hollis, R. (2002). *Graphic Design: A Concise History*. Thames & Hudson.
- Ingold, T. (2013). *Making: Anthropology, archaeology, art and architecture*. Routledge.
- Ingold, T. (2013). *Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*. Routledge.
- Kant, I. (2007). *Critique of the power of judgment* (P. Guyer, Ed. & Trans.). Cambridge University Press. (Original work published 1790)
- Lacan, J. (1977). *Écrits: A selection* (A. Sheridan, Trans.). W. W. Norton & Company. (Original work published 1966).
- Lupton, E. (2011). *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, E. (2017b). *Design is Storytelling*. Cooper Hewitt.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.
- Manovich, L. (2022b). *Cultural Analytics*. MIT Press.
- Margolin, V. (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. University of Chicago Press.
- McCormack, J., Gifford, T., Hutchings, P. (2019). Autonomy, authenticity, authorship and intention in computer generated art. *Proceedings of the 10th International Conference on Computational Creativity*, 9–16.
- Meggs, P. B., Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design*. Wiley.
- Merleau-Ponty, M. (1962). *Phenomenology of perception* (C. Smith, Trans.). Routledge, Kegan Paul. (Original work published 1945)
- Müller, B. (2020). *Creative AI: On the prospects and limits of machine-generated art*. In M. Rauterberg (Ed.), *Culture and Computing* (pp. 3–15). Springer.

- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- Polanyi, M. (1966). *The tacit dimension*. Routledge & Kegan Paul.
- Pold, S., & Andersen, C. U. (2021). *The Metainterface: The Art of Platforms, Cities, and Clouds*. MIT Press.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2016). *Artificial intelligence: A modern approach* (3rd ed.). Pearson.
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic Books.
- Sennett, R. (2008). *The craftsman*. Yale University Press.
- Sternberg, R. J. (1985). *Beyond IQ: A triarchic theory of human intelligence*. Cambridge University Press.
- Strauss, A. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge, UK: University of Cambridge Press.
- Weisberg, R. W. (1999). Creativity and knowledge: A challenge to theories. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 226–250). Cambridge University Press.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11th ed.). Seçkin Yayıncılık.

İnternet Kaynaklar

- Anadol, R. (2020). *Machine Hallucinations*. Exhibition Catalog. <https://www.artechouse.com/machinehallucinations>, Erişim Tarihi: 13 Mart 2025
- Christie's. (2018). *Is artificial intelligence set to become art's next medium?* <https://www.christies.com/features/A-collaboration-between-two-artists-one-human-one-a-machine-9332-1.aspx>, Erişim Tarihi: 1 Nisan 2025
- Milton Glaser. (t.y.). *Posters*. <https://www.miltonglaser.com/the-work/posters/>, Erişim Tarihi: 28 Mart 2025
- New York State. (t.y.). *The story of I love NY*. <https://www.iloveny.com>, Erişim Tarihi: 28 Mart 2025
- Obvious. (2018). *The Belamy Family Series*. <https://www.obvious.art/belamy>, Erişim Tarihi: 16 Mart 2025
- The Museum of Modern Art. (t.y.). *The man with the golden arm poster by Saul Bass*. <https://www.moma.org/>, Erişim Tarihi: 28 Mart 2025
- U.S. Copyright Office. (2023, 15 Mart). *Copyright Registration Guidance: Works Containing Material Generated by Artificial Intelligence*. <https://www.copyright.gov/rulings-filings/guidance/works-containing-ai-generated-material.pdf>, Erişim Tarihi: 3 Nisan 2025

Görsel Tasarım İlkelerine Göre Logoların İncelenmesi

Kemal KÖKSAL ¹

GİRİŞ

Görsel iletişim, çağımızın dijitalleşen dünyasında bireylerin bilgiye erişim biçimlerini, algılarını ve karar verme süreçlerini belirleyen en etkili araçlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Teknolojik gelişmelerin etkisiyle görseller, sözel anlatımın önüne geçmekte; bilgi, duygu ve düşünceler kısa sürede ve etkili biçimde görsel unsurlar aracılığıyla aktarılmaktadır (Lester, 2013). Bu bağlamda, görsel iletişim yalnızca gündelik yaşamı değil, aynı zamanda kurumsal dünyayı da derinden şekillendirmektedir.

Kurumsal iletişimde görselliğin en belirgin örneklerinden biri olan logolar, bir markanın ya da kurumun kimliğini yansıtan, onunla özdeşleşen temel tasarım öğelerindendir. Logo, hedef kitleyle kurulan ilk temas noktası olmasının yanı sıra; markanın değerlerini, vizyonunu ve kişiliğini yansıtan stratejik bir iletişim aracıdır. Bu çalışmada logoların görsel tasarım ilkelerine göre incelenmesi ve bu ilkelerin marka kimliği oluşturmadaki rolü ele alınacaktır.

LOGO

Logo, bir kurumun kimliğini görsel olarak temsil eden temel grafik öğelerden biridir. Bir logonun tasarımı, marka bilinirliğini artırmak, hedef kitleyle duygusal bir bağ kurmak ve kurumsal imajı güçlendirmek amacıyla dikkatle planlanmalı-

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarım Bölümü, kemal.koksal@istiklal.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1883-4674

etkiler. Bu sayede başarılı bir tasarım ortaya çıkar ve kurum, hedeflediği etkiye ulaşabilir. Nitekim ünlü firma logoları incelendiğinde, tasarımlarının genellikle son derece yalın ve sade olduğu görülmektedir. Başarılı bir logo tasarımı için markanın hedef kitle ve sektördeki rakip analizleri iyi yapılmalı, özgün ve yaratıcı çözümler üretilmelidir. Görsel iletişim ilkelerine uygun bir logo, marka-müşteri ilişkisinde güven ve süreklilik oluşturmaktadır.

KAYNAKLAR

- Brighurst, R. (2012). *The elements of typographic style*. Hartley & Marks Publishers.
- Çalışkan, B. (2024). *Minimalist logo tasarımı: Az ile çok anlatmanın sanatı*. Kreatif Ajans. <https://kreatifajans.com.tr/blog/minimalist-logo-tasarimi-az-ile-cok-anlatmanin-sanati>
- Eliri, İ., & Erdurucan, İ. (2011). *Sahne ışıklandırmasında renklerin dili* (1. baskı). Öncü Kitap.
- Karacan, D. (2006). Müşteri-odaklı marka denkliği ve marka denkliği unsurlarına yönelik tüketici tutumlarının ölçülmesi: otel işletmeleri bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Lauer, D. A., & Pentak, S. (2012). *Design basics* (8th ed.). Wadsworth Publishing. Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016).
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design*. Rockport Publishers.
- Lester, P. M. (2013). *Görsel iletişim: Mesajlı görüntüler*. Wadsworth.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students*. Princeton Architectural Press.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design* (6th ed.). John Wiley & Sons
- Ware, C. (2013). *Visual Thinking for Design*. Morgan Kaufmann.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Wiley.
- Yücebaş, Ç. (2006). "Grafik tasarımı görsel bütünlük oluşturmada tipografi ile görseller Arasındaki ilişki ve sanat eğitimindeki yeri", Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Görsel Kaynaklar

- Görsel 1.** *Fedex logo*, (t.y.), Turbologo. <https://turbologo.com/tr/blog/fedex-logo/> , Erişim tarihi: 5 Mayıs 2025
- Görsel 2.** *Nike logosu*, (t.y.), StickPNG. <https://www.stickpng.com/tr/img/yemek/zombi-apital/nike-logosu> , Erişim tarihi: 5 Mayıs 2025
- Görsel 3.** *Coca-Cola logosu*, (t.y.). *En iyi logolar: Coca-Cola*. Zarla. <https://www.zarla.com/tr/rehberler/en-iyi-logolar> , Erişim tarihi: 5 Mayıs 2025
- Görsel 4.** *Apple Logosu*, (t.y.). *Vogue vector logo*. Logowik. <https://logowik.com/vogue-vector-logo-4425.html> , Erişim tarihi: 5 Mayıs 2025
- Görsel 5.** *NBC Logosu*, Wikimedia Commons. (2021). *NBC logo* [SVG dosyası]. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:NBC_logo.svg , Erişim tarihi: 5 Mayıs 2025
- Görsel 6.** *McDonald's Logosu*, Logos-World. (t.y.). *McDonald's logo*. Logos-World. <https://logos-world.net/mcdonalds-logo/> , Erişim tarihi: 5 Mayıs 2025
- Görsel 7.** *BP Logosu*, Vikipedi. (t.y.). *BP logosu* [SVG dosyası]. Wikipedia. https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:BP_Logos.svg , Erişim tarihi: 5 Mayıs 2025
- Görsel 8.** *Vogue Logosu*, Logowik. (t.y.). *Vogue vector logo*. Logowik. <https://logowik.com/vogue-vector-logo-4425.html> , Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2025

Görsel İfade Aracı Olarak Kaligrafi: Grafik Tasarımdaki Rolü ve Tekniksel Yaklaşımlar

Mehtap UYGUNGÖZ ¹

GİRİŞ

Yazı hem bir iletişim aracı hem de bir sanat formu olarak tarihin her döneminde önem taşımıştır. Yazıyı meydana getiren harf formları, estetikle şekillenerek duygu ve anlamın görsel ifadesine dönüşmüş ve bu süreç kaligrafiye ulaşmıştır. Kaligrafi yalnızca güzel yazı yazma sanatı değil, aynı zamanda güçlü bir görsel iletişim aracıdır. Görsel dilin sistemli ve işlevsel kullanımını temel alan grafik tasarımda kaligrafi, yalnızca süsleme değil, tasarımın anlam katmanlarını derinleştiren etkili bir anlatım biçimidir. Yazı yazmak kültürel bir davranıştır ve öğrenilerek şekillenir. Plastik sanatlarda yazı, anlamsal içeriğinin ötesinde kendi kaligrafik yapısıyla görünürlük kazanır. Bu sanat anlayışını benimseyen sanatçı ise estetik değerleri, bilgi birikimi, gelenekleri ve hayal gücüyle üretimini şekillendiren, doğadaki tüm nesnelerden ilham alan kişidir. Kaligraf, soyut ve somut tüm malzemeleri kullanarak, sözlü dilin görsel sembolleri olan harfleri çalışmalarında değerlendirir. Bu sayede yazı hem özgün kurallarıyla iletişimi sağlar hem de dekoratif özellikleriyle göze ve duygulara hitap ederek sanata estetik katkı sunar. Kaligrafi; bir afişte duygusal bağ kurabilir, bir marka logosuna zamansız zarafet katabilir ya da bir kitap kapağında anlatıyı ilk bakışta hissettirecek atmosferi yaratabilir. Bu yönüyle dijital olarak düzenlenmiş tipografik sistemlerden ayrılır; her harfi bir 'iz' olarak ele alır. El yazısının doğrudan anlatım dili tasarıma sıcaklık ve samimiyet kazandırır; bu da kimi projelerde güçlü bir etki yaratır. Kaligrafi,

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü, muygunoz@anadolu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-0716-6372

becerisi kazandırmakla sınırlı kalmamalı, görsel okuma, biçimsel analiz, kültürel yorum ve teknolojik donanım gibi çok boyutlu becerilerle desteklenmelidir. Kalligrafiye dair bilinçli bir yaklaşım, tasarımcıların ifade olanaklarını zenginleştirerek onları özgün, nitelikli ve anlam yüklü işler üretmeye yönlendirebilir.

KAYNAKLAR

- Baines, P., & Dixon, A. (t.y.). *Signs: Lettering in the environment*.
 Becer, E. (1997). *İletişim ve grafik tasarım*. Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
 Bringhurst, R. (2004). *The elements of typographic style* (3rd ed.). Vancouver: Hartley & Marks.
 Diringer, D. (t.y.). *The alphabet: A key to the history of mankind*.
 Drogin, M. (1989). *Medieval calligraphy: Its history and technique*. New York: Dover Publications.
 Gaur, A. (1994). *A history of calligraphy*. London: British Library.
 Harris, D. (t.y.). *The art of calligraphy: A practical guide to the skills and techniques*.
 Johnston, E. (1906). *Writing & illuminating & lettering*. Macmillan.
 Knight, S. (t.y.). *Historical scripts: From classical times to the Renaissance*.
 Lupton, E. (t.y.). *Thinking with type*.
 Mediavilla, C. (1996). *Calligraphy: From calligraphy to abstract painting*.
 Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2012). *Meggs' history of graphic design*.

İnternet Kaynaklar

- Calligraphy Skills. (t.y.). *Calligraphy alphabets – A selection of the main types*. <https://www.calligraphy-skills.com/calligraphy-alphabets.html>, Erişim Tarihi: 04 Nisan 2025
 Cambridge University Press & Assessment. (2013). *The canon of Polykleitos: A question of evidence*. *The Journal of Hellenic Studies*. <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-hellenic-studies/article/abs/canon-of-polykleitos-a-question-of-evidence/7C1C-19747C5460025A19081F1C04337F>, Erişim Tarihi: 04 Nisan 2025
 Zapf, H. (2015). *Legendary Font Designer Hermann Zapf Has Died*. *Architectural Digest*. <https://www.architecturaldigest.com/story/hermann-zapf-typographer>, Erişim Tarihi: 04 Nisan 2025

Görsel Kaynaklar

- Görsel 1.** Cambridge University Press & Assessment. (n.d.). *The Canon of Polykleitos: A Question of Evidence*. *The Journal of Hellenic Studies*. <https://www.cambridge.org/>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
Görsel 2. Wikipedia. (n.d.). Roman cursive, https://en.wikipedia.org/wiki/Roman_cursive, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
Görsel 3. Wikimedia Commons. (n.d.). Jikji, <https://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Jikji.jpg>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
Görsel 4. MeisterDrucke. (n.d.). Facsimil de la Biblia latina de 42 líneas de Johannes Gutenberg de 1455. <https://www.meisterdrucke.es/impresion-artística/German-School/990345/Facsimil-de-la-Biblia-latina-de-42-líneas-de-Johannes-Gutenberg-de-1455.html> , Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
Görsel 5. Wikipedi. (n.d.). Kufi Yazısı ile 11. yüzyıla ait Kur'an sayfası. https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Qur%27an_folio_11th_century_kufic.jpg , Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
Görsel 6. Also Books. (n.d.). Payson, Dunton, Scribner's National System of Penmanship in Twelve Numbers – Volume Number 3. <https://alsobooksbooks.com/products/payson-dunton-scribners-national-system-of-penmanship-in-twelve-numbers-revised-and-improved-volume-number-3>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025

- Görsel 7.** Encyclopædia Britannica. (n.d.). Copybook. <https://www.britannica.com/topic/copybook>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
- Görsel 8.** Production Type. (n.d.). Hermann Zapf: Manuale Typographicum. <https://productiontype.com/article/hermann-zapf-manuale-typographicum>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
- Görsel 9.** Logos Calligraphy. (n.d.). Copperplate vs. Spencerian. <https://www.logoscalligraphy.com/blog/copperplate-vs-spencerian>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
- Görsel 10.** Pinterest. (n.d.). Calligraphy Sample. <https://in.pinterest.com/pin/478718635412819283/>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
- Görsel 11.** Wikipedia. (n.d.). Rudolf Koch- Gebrochene Schriften. https://en.m.wikipedia.org/wiki/File:Rudolf_Koch_gebrochene_Schriften.png, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
- Görsel 12.** Uygungöz, M. (2014). Kaligrafi dersleri. [Resim]. Mehtap Uygungöz Kişisel Arşivi.
- Görsel 13.** Uygungöz, M. (2014). Kaligrafi dersleri. [Resim]. Mehtap Uygungöz Kişisel Arşivi.
- Görsel 14.** Uygungöz, M. (2011). Kaligrafi sunumları. [Resim]. Mehtap Uygungöz Kişisel Arşivi.
- Görsel 15.** Uygungöz, M. (2009). Kaligrafi dersleri. [Resim]. Mehtap Uygungöz Kişisel Arşivi.

Dijital Çağda Grafik Tasarım Teorisi: Yeni Paradigmalar ve Tartışmalar

Nihat DURSUN ¹

GİRİŞ

Grafik tasarım, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte yeni üretim biçimleriyle çeşitlenmiştir. Geleneksel baskı ve çizim tekniklerinden dijital üretim biçimlerine geçiş, tasarım süreçlerini hızlandırmanın yanı sıra yaratıcılık sınırlarını da genişletmektedir. Dijital çağın grafik tasarımcılara sunduğu yeni iletişim ağları, sosyal medya, web tasarımı ve mobil uygulamalar, grafik tasarımın etki alanını küresel ölçeğe taşımış ve tasarımcıların hedef kitleyle doğrudan etkileşim kurmasını sağlamıştır. Ancak bu gelişmelerin yol açtığı hızlı değişim, bazı tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Dijitalleşmenin tasarımın özgünlüğünü tehdit edip etmediği, yapay zekanın tasarımcıların yerini alıp almayacağı gibi konular, güncel tartışmaların merkezinde yer almakta ve etik sorunlara yönelik çözümlerin geliştirilmesi ihtiyacını ortaya koymaktadır. Dijital araçların sağladığı olanaklar, tasarım eğitimini de dönüştürmektedir. Güzel Sanatlar eğitiminin geleneksel paradigmalarının yanı sıra çevrimiçi kurslar ve yazılım eğitimleri, yeni nesil grafik tasarımcıların yetişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu makalede, grafik tasarım teorisindeki yeni paradigmalar, dijital üretim biçimleri ve bu alandaki güncel tartışmalar, yaklaşımlar ve beklentiler ekseninde ele alınmaktadır.

¹ Doç. Dr., İstanbul Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, nihatdursun@yahoo.com, ORCID iD: 0000-0002-1155-2949

KAYNAKLAR

- Delgado, C. (2022). User experience (UX) in metaverse: realities and challenges. *Metaverse Basic and Applied Research*, 1, 9. doi:10.56294/mr20229
- Dionisio, J., Iii, W., & Gilbert, R. (2013). 3D virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 45. doi:10.1145/2480741.2480751
- Dr Bheemaiah, A. K. (2019). The universality of the conversational UI interface with media in UX design.
- Ludlow, P., & Wallace, M. (2007). The second life herald the virtual tabloid that witnessed the dawn of the metaverse.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: the extensions of man*. In. London:: Routledge & K. Paul.
- V, S., & Harilal, H. (2024). Graphic design and environmental sustainability. *European Journal of Ecology, Biology and Agriculture*, 1(3), 85-92. doi:10.59324/ejeba.2024.1(3).06
- İnternet Kaynaklar**
- Adobe. (2025a). Adobe Color: Color palette generator / Adobe color ile güzel paletler oluşturun, <https://color.adobe.com/>, Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2025
- Adobe. (2025b). Yaratıcılığın yeni yöntemleri, <https://www.adobe.com/creativecloud.html> Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2024
- Google. (2025). Google fonts, <https://fonts.google.com/>, Erişim Tarihi: 12 Nisan 2025
- Ideogram. (2025). What will you create? / AI tabanlı tasarım platformu, <https://ideogram.ai/t/my-images>, Erişim Tarihi: 01 Mayıs 2025
- ImagineArt. (2025). ImagineArt video studio / VideoCraft: where ideas become motion, Erişim Tarihi: 16 Mayıs 2025
- Marr, B. (2022). Gucci Enters The Metaverse, <https://www.forbes.com/sites/bernard-marr/2022/11/30/gucci-enters-the-metaverse/>, Erişim Tarihi: 18 Mayıs 2025
- Midjourney. (2025). Yapay zeka destekli görsel üretim platformu, <https://www.midjourney.com>, Erişim Tarihi: 05 Nisan 2025
- OpenAI. (2025). DALL-E 3 OpenAI, <https://openai.com/index/dall-e-3/>, Erişim Tarihi: 17 Mayıs 2025
- RunwayML. (2025). Tools for human imagination / Yapay zeka ile görsel ve video Düzenleme, <https://runwayml.com/>, Erişim Tarihi: 14 Mayıs 2025

Grafik Tasarımda Derinlik Algısı: 2B, 2.5B ve 3B Tasarımlarda Farklılıklar

Nurettin Selçuk BAĞCI ¹

GİRİŞ

Görsel uyarıcıların insanlığın varoluşundan bu yana çevreyi algılama biçimimizde önemli bir etkisi olduğu kabul edilebilir. İki boyutlu görsel algılamada bireyler, algılanan kavrama yönelik öncelikli olarak yüzeysel bir edinim süreci yaşar. Bu süreçte bireyler görüntüleri genişlik ve yükseklik olarak algırlar. Bu aşama sonrası birey, görsel algı alanına giren kavrama ilişkin daha derinlemesine bir örüntü oluşturmaya başlar (Yağmur, 2014). Görsel algının iletişim sürecinde etkisi olduğu düşünüldüğünde en temel iletişim kurma biçimlerinden birisinin de görsel iletişim olduğunu söylemek mümkündür. Arıkan'a (2008) göre görsel uyarıcılar, grafik tasarımın en etkili uyaranlarından birisidir. Bu aynı zamanda iletişim kurma sürecindeki başarının, insanlar tarafından kolay ve etkili şekilde algılanması ile de açıklanabilir. Grafik tasarım yüzeyini bütünüyle kavrayabilmek için, insanın görmeye dayalı doğasının ve boşluk kavramının bilinmesi gerekir. Bütün grafik tasarımlar genellikle dört köşe ile sınırlandırılmış iki boyutlu yüzeyler üzerinde oluşur (Becer, 1997: 29). Günümüzde yaşanan teknolojik ilerlemelere bağlı olarak gelişen yazılımlar ve bilgisayar programları, insanların görsel algı düzeyini ve tasarım şeklini etkilemiştir. Grafik tasarım, her ne kadar iki boyutlu düzlemde başlayan bir görsel iletişim yöntemi olsa da görsel uyaranların kullanım şeklindeki değişiklik insanların derinlik algısını ve dünyayı üç boyutlu görme farkındalığını artırmıştır.

¹ Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, nselcukbagci@gmail.com, ORCID iD: 0000-0001-7274-1164

KAYNAKLAR

- Arıkan, A. (2008). Grafik tasarımıda görsel algı. Eğitim Akademi Yayınları, Konya.
- Bağcı, N. S., & Işık, A. (2025). Three-dimensional modeling in visual design education. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 15(1), 284-313. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1430024>
- Becer, E. (1997). İletişim ve grafik tasarım. Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Bhatia, P. K. (2008). Computer graphics. Mumbai: I. K. International Pvt Ltd.
- Bulbul, A. ve Dahyot, R. (2017). Social media based 3D visual popularity. Computers & Graphics. Volume 63, Pp. 28-36. <https://doi.org/10.1016/j.cag.2017.01.005>.
- Chowdhury, N. S., Luu, W., Palmisano, S., Ujike, H., Kim, J. (2021). Spatial presence depends on 'coupling' between body sway and visual motion presented on head-mounted displays (HMDs) Appl. Ergon., 92, 103355, 10.1016/j.apergo.2021.103355
- Hançerlioğlu, O. (2008). Felsefe sözlüğü, İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları, Geliştirilmiş Yedinci Basım.
- Karakaya, İ. (2012). Bilimsel araştırma yöntemleri. A. Tanrıoğlu (Edt.) Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Anı.
- Mazlum, H. (2024). Çağdaş sanat eğitiminde dijital teknolojinin rolü. Uluslararası İnsan Ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 9(4), 345-358.
- Pehlivanoglu, B. ve Başaytaç, A. H. (2020). Examining the effects of line and point elements on 3D perception in interior architecture basic design I course. Online Journal of Art and Design. 8(1), 125-140.
- Tai, N. C. ve Inanici, M. (2019). Depth perception in real and pictorial spaces. Illuminating Engineering Society. (IES) 2009, Conference (1). 538-547.
- Watson, M. R. ve Enns, J. T. (2012). Depth perception. Encyclopedia of human behavior, 2012, Pages 690-696.
- Yağmur, Ö. (2014). Minimal sanatta Dan Flavin'i Gestalt algı kuramıyla anlamlandırma. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, 0(33), 149- 161.
- İnternet Kaynakları**
- Abuşenko, V. (2021). *The difference between 2D and 3D graphics*. <https://solovey.ru/blog/razniza-mezhdu-2d-i-3d-grafikoj/>, Erişim Tarihi: 30 Mart 2025
- Baker, C. (2024). *The rise of 3D in graphic Design: Shaping the future of visual Communication*. <https://www.linkedin.com/pulse/rise-3d-graphic-design-shaping-future-visual-caroline-baker-n70we>, Erişim Tarihi: 08 Mart 2025
- Bradley, S. (2012). *11 Ways to add depth to a design*. <https://vanseodesign.com/web-design/pictorial-depth-cues/>, Erişim Tarihi: 16 Mart 2025
- Corazza, F. (2024). *Best types of animation styles (and Their Marketing Uses)*. <https://www.yummyvideos.com/blog/types-of-animation-styles/>, Erişim Tarihi: 02 Nisan 2025
- Craumer, B. (2020). *Understanding linear perspective*. <https://www.creativeventuresfineart.com/understanding-linear-perspective/>, Erişim Tarihi: 13 Nisan 2025
- Expert App Devs. (2024). *What is a 2.5D Game? Definition, features, and examples*. <https://medium.com/@expertappdevs/what-is-a-2-5d-game-definition-features-and-examples-6c-ca2546493b>, Erişim Tarihi: 26 Mart 2025
- Groove Jones. (2022). *Times square OOH animated 3D billboard for spirit halloween*. <https://www.groovejones.com/time-square-oooh-animated-3d-billboard-for-spirit-halloween>, Erişim Tarihi: 14 Nisan 2025
- Interaction Design Foundation. (2025). *The Ultimate guide to visual perception and design*. https://www.interaction-design.org/courses/the-ultimate-guide-to-visual-perception-and-design?srsltid=AfmBOopstpd7cgCTmN9_-NDeo-NYAqhb2ZnKqtI7Fa7nPwZN1FbjsGcf, Erişim Tarihi: 08 Nisan 2025

- Jacklyn. (2023). *Hyper realistic 3D animation: The future of marketing and advertising*. <https://www.explainervideooly.com/hyper-realistic-3d-animation-the-future-of-marketing-and-advertising/>, Erişim Tarihi: 12 Mart 2025
- Marvels Motion. (2024). *What is 2.5D animation?, A comprehensive guide to its process and benefits*. <https://www.motionmarvels.com/blog/2-5d-animation-a-comprehensive-guide>, Erişim Tarihi: 23 Mart 2025
- MasterClass. (2021). *Guide to using depth in art: 6 techniques to create depth in art*. <https://www.masterclass.com/articles/depth-in-art-explained>, Erişim Tarihi: 26 Mart 2025.
- Mutenda, L. (2024). *What is 2.5D animation?*, <https://creamyanimation.com/what-is-2-5d-animation/>, Erişim Tarihi: 14 Mart 2025
- Nova, V. (2024). *Understanding How 3D billboards work: The magic of naked eye*. <https://www.ubunzo.com/blog-posts/understanding-how-3d-billboards-work-the-magic-of-naked-eye>, Erişim Tarihi: 18 Mart 2025
- Reid, G. ve Fielden, J. (2016). *Visa Olympics print and digital advertising 3D design*. <https://www.behance.net/gallery/62340441/Visa-Olympics-Print-and-Digital-advertising-3D-Design>, Erişim Tarihi: 10 Mart 2025
- Studiobinder. (2023). *Motion graphics design inspirations and trends*. <https://www.studiobinder.com/blog/motion-graphic-design-inspirations-trends/>, Erişim Tarihi: 12 Nisan 2025
- Tailoor. (2025). *How we went from 2D to 3D visualization*. <https://tailoor.com/how-we-went-from-2d-to-3d-visualization/>, Erişim Tarihi: 30 Mart 2025
- Tocalli, S. A. (2022). *What is an isometric design and why is it so popular?* <https://designproject.io/blog/isometric-design/>, Erişim Tarihi: 18 Mart 2025
- Unrealengine. (t.y.). *MetaHuman*. <https://www.unrealengine.com/en-US/metahuman>, Erişim Tarihi: 10 Mart 2025
- VCCP. (2023). *The World's first sadvert*. <https://www.vccp.com/uk/work/krispy-kreme/the-worlds-first-sadvert>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2025
- Wikipedia. (t.y.). *2.5D*. <https://en.wikipedia.org/wiki/2.5D>, Erişim Tarihi: 05 Nisan 2025

Görsel Kaynaklar

- Görsel 1.** Bradley, S. (2012). <https://vanseodesign.com/web-design/pictorial-depth-cues/> Erişim Tarihi: 17 Mart 2025, Bağcı, N., S. (2025). Boyut ve ölçeklendirme ile derinlik örneği. [Resim]. Nurettin Selçuk Bağcı Kişisel Arşivi.
- Görsel 2.** Bradley, S. (2012). <https://vanseodesign.com/web-design/pictorial-depth-cues/> Erişim Tarihi: 20. Mart 2025, Bağcı, N., S. (2025). Üst üste bindirme ve gölgelendirme ile derinlik örneği. [Resim]. Nurettin Selçuk Bağcı Kişisel Arşivi.
- Görsel 3.** Bradley, S. (2012). <https://vanseodesign.com/web-design/pictorial-depth-cues/> Erişim Tarihi: 22 Mart 2025, Bağcı, N., S. (2025). Üst üste bindirme ve saydamlık ile derinlik örneği. [Resim]. Nurettin Selçuk Bağcı Kişisel Arşivi.
- Görsel 4.** Tocalli, A. S. (2022). <https://designproject.io/blog/isometric-design/> Erişim Tarihi: 25 Mart 2025, Bağcı, N., S. (2025). Vektörel tabanlı programda farklı perspektif çeşitleri ile derinlik örneği. [Resim]. Nurettin Selçuk Bağcı Kişisel Arşivi.
- Görsel 5.** Bradley, S. (2012). <https://vanseodesign.com/web-design/pictorial-depth-cues/> Erişim Tarihi: 15 Mart 2025, Bağcı, N., S. (2025). Odak dışında kalan nesnelerin bulanık görünmesine bir örnek. [Resim]. Nurettin Selçuk Bağcı Kişisel Arşivi.
- Görsel 6.** Bradley, S. (2012). <https://vanseodesign.com/web-design/pictorial-depth-cues/> Erişim Tarihi: 19 Mart 2025, Bağcı, N., S. (2025). Açık ve koyu zemin üzerinde kontrast oluşumuna örnek. [Resim]. Nurettin Selçuk Bağcı Kişisel Arşivi.
- Görsel 7.** Toon Boom. (2025). <https://www.toonboom.com/products/storyboard-pro> Erişim Tarihi: 26 Mart 2025

- Görsel 8.** King One. (2020). <https://www.kingone-design.com/en/blog/digitalinteractiondesign>, Erişim Tarihi: 28 Mart 2025
- Görsel 9.** Sega. (2023). <https://asia.sega.com/SonicSuperStars/en/> , Erişim Tarihi: 02 Nisan 2025
- Görsel 10.** Chowdhury vd. (2021). <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0003687021000028?via%3Dihub>, Erişim Tarihi: 30 Mart 2025
- Görsel 11.** Reid, G. ve Fielden, J. (2016). <https://www.behance.net/gallery/62340441/Visa-Olympics-Print-and-Digital-advertising-3D-Design>, Erişim Tarihi: 25 Mart 2025
- Görsel 12.** IW Connect. (2023). <https://iwconnect.com/3d-modelling-in-advertising/>, Erişim Tarihi: 27 Mart 2025
- Görsel 13.** Unrealengine. (t.y.). <https://www.unrealengine.com/en-US/metahuman>, Erişim Tarihi: 28 Mart 2025.
- Görsel 14.** Sova. (2022). <https://vimeo.com/535170371>, Erişim Tarihi: 03 Nisan 2025
- Görsel 15.** Uxcel. (t.y.). <https://app.uxcel.com/courses/3d-design-foundations/d-coordinates-system-038> Erişim Tarihi: 18 Mart 2025, Bağcı, N., S. (2025). Koordinat Sistemleri 2B, 3B. [Resim]. Nurettin Selçuk Bağcı Kişisel Arşivi
- Görsel 16.** VCCP. (2023). <https://www.vccp.com/uk/work/krispy-kreme/the-worlds-first-sadvert> , Erişim Tarihi: 02 Nisan 2025
- Görsel 17.** Roger. (2025). <https://roger.tv/project/netflix--times-square-3d-billboard> , Erişim Tarihi: 04 Nisan 2025

Toplumsal Görsel Bellek Olarak Savaş Afişleri

Yaşar USLU ¹

GİRİŞ

Görsel kaynaklar geçmiş ve gelecek hakkında bilgi veren arşiv belgelerdir. Günümüze ve geleceğe ışık tutan unutulmaz belleklerdir. Yaşamın olumlu-olumsuz her boyutuna katkı sağlamışlardır. Savaşlar, toplumların olumsuz yanlarını yansıtan belleklerdir.

Savaş dönemi nesnesi olan bu afişler, çok boyutlu bir iletişim aracı olarak, sanatı, tasarımı, tarihi ve kültürü iç içe aktaran bir iletişim alanı sunmaktadır. Bu afişler, görsel ve metinsel olarak birleştirilerek sadece askeri ya da politik mesajları iletmekle kalır, aynı zamanda toplumların kültürel, sosyal ve ideolojik yapıları hakkında da önemli ipuçları sağlamaktadır. Tarihi bir perspektiften yapılmış bu savaş afişleri, belirli bir dönemin ruhu, toplumsal dinamiklerini ve savaşın halk üzerindeki etkilerini yansıtır. Savaşın getirdiği acı, korku ve umut gibi duygular, simgelerde kullanılan simgeler ve renkler aracılığıyla güçlü bir şekilde dile getirilir. Kültürlerarası iletişim ise, savaş ilanlarının farklı coğrafyalarda benzer temalar üzerinden evrensel mesajlar yayınlanmasıyla ortaya çıkıyor. Her ne kadar afişler, dönemin politik bağlamına ve hedef kitlesine göre şekillense de, görsel ve metinsel öğelerin ortak bir dil oluşturması, kültürlerarası bir iletişim kurma potansiyeline sahiptir.

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

çimi o dönemin kendi fizikselliğinden uzaklaştırarak, günümüz gerçekliğini manipülatif etkilerle benzerliği konusunda başarılı olmaktadır. Bu bağlamda grafik sanatçı/tasarımcı zihninden verilen bu görsel hafıza biçimi, izleyicinin zihninde bütüncül bir algılamayla deneyimlemesine de olanak sunmaktadır. Öte yandan afişlerin gerek geleneksel teknikle üretildiği dönemle gerek günümüz dijital teknolojinin imkânlarıyla üretilen afişlerin anlatı tekniklerini kullanılmaktadır. Sonucunda ise görsel hafızayı oluşturmada katkısının ne kadar değerli ve fazla olduğu söylenilebilir.

KAYNAKLAR

- Arnheim, R. (2015). Görsel düşünme, Metis Yayınları, 4. Basım, İstanbul.
- Aykurt İ. S. (2022). 1939-1945 2. Dünya Savaşı dönemi afişleri: Stalingrad için... <https://www.gazeteduvar.com.tr/1939-1945-2-dunya-savasi-donemi-afisleri-stalingrad-icin-galeri-1595201>, Erişim Tarihi: 05 Ocak 2025.
- Berger, J. (1986). Görme biçimleri. Yurdanur Salman (Çev.), İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Dağtaş, B. (2002). Reklamı okumak. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Ellul, Jacques (1964). The technology society, Vintage Books, New York.
- Huyssen, A. (1999). Alacakaranlık anıları (Bellek yitimi kültüründe zamanı belirlemek), Metis Yayınları, İstanbul, 1999.
- Şimşek, B. (2018). Çevirileriyle Birinci Dünya Savaşı ve sonrası Alman propaganda afişleri, <https://tarihlerle.com/cevirileriyle-birinci-dunya-savasi-ve-sonrasi-alman-propaganda-afisleri/> Erişim Tarihi: 30 Aralık 2024.
- Hugo G. (1967). Savaş ve barış hukuku, (çev. Seha Meray), AÜB, Ankara.
- Özbek, M. (2008), Popüler kültür ve Orhan Gencebay arabeski, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tarhan, Nevzat (2010). Psikolojik Savaş. İstanbul: Timaş Yayınları. 2012.
- Taşdemir, F. (2020). Afiş tasarlarırken nelere dikkat edilmelidir? <https://tr.linkedin.com/pulse/afi%C5%9F-tasarlarırken-nelere-dikkat-edilmelidir-faruk-ta%C5%9Fdemir>, Erişim Tarihi: 09 Ocak 2025.
- Teker, U. (2009). Grafik tasarım ve reklam. Yorum Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- Tzu, S. (2023). Savaş sanatı. JOP.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin.
- Yıldız, A. N. (2022). Ümit Bektaş ile söyleşi: Görseller üzerinden savaş ve dijital savaşlar. Moment Dergi, 9(1), 281-286.
- İnternet Kaynaklar**
- (URL-1). <https://visual-literacy-skills.weebly.com/visual-techniques.html> Erişim Tarihi: 12 Ocak 2025
- (URL-2). <https://www.matrix.edu.au/essential-guide-to-english-techniques/visual-techniques-toolkit/#sthash.AUMUD8qg.dpuf>, Erişim Tarihi: 12 Ocak 2025
- Görsel Kaynaklar**
- Görsel 1.** Askere Çağrı. (2014). <https://www.evrensel.net/haber/89020/buyuk-savasin-sanati>, Erişim Tarihi: 26 Aralık 2024
- Görsel 2.** I Want You for U.S. Army (2023). <https://www.ima-usa.com/products/original-vietnam-war-u-s-army-i-want-you-for-u-s-army-recruiting-poster-dated-june-1968?variant=40602756186181>, Erişim Tarihi: 30 Aralık 2024

- Görsel 3.** Birinci Dünya savaşı sırasında çamaşır yıkayan Yeni Zelandalı askerler (2016). <https://www.yenisafak.com/foto-galeri/hayat/dunyada-savas-ve-barisin-150-senelik-renkli-fotograf-lari-2019999/1>, Erişim Tarihi: 27 Aralık 2024
- Görsel 4.** Savaştan sonra bir madalya (2011). Dosya: Savaştan sonra bir madalya ve belki bir iş2.jpg. https://en.wikipedia.org/wiki/File:After_the_war_a_medal_and_maybe_a_job2.jpg, Erişim Tarihi: 28 Aralık 2024
- Görsel 5.** Fransa dell Annee Devrimi, (2023). Büyük Korku ve Fransız Devrimi: Kitle Histerisinin Anlamı. <https://eastindiabloggingco.com/2023/01/06/great-fear-french-revolution/> Erişim Tarihi: 27 Aralık 2024
- Görsel 6.** Keep these hands off (2019). <https://kampfwagenkanone.wordpress.com/2019/03/21/ikinci-dunya-savasinda-propaganda-afisleri-ve-yaygin-temalar/>, Erişim Tarihi: 24 Aralık 2024
- Görsel 7.** Frankfurt Noel Yardım Günü (2024). <https://www.iwm.org.uk/history/11-incredible-german-first-world-war-posters>, Erişim Tarihi: 30 Aralık 2024
- Görsel 8.** Anavatanın Tehlikede, Bize Katılın! (2018). <https://tarihlerle.com/cevirileriyle-birinci-dunya-savasi-ve-sonrasi-alman-propaganda-afisleri/> , Erişim Tarihi: 30 Aralık 2024
- Görsel 9.** Alman savaş tavaşı (2024). <https://www.iwm.org.uk/history/11-incredible-german-first-world-war-posters>, Erişim Tarihi: 30 Aralık 2024
- Görsel 10.** “Stalingrad İçin Savaş!” (2022). <https://www.gazeteduvar.com.tr/1939-1945-2-dunya-savasi-donemi-afisleri-stalingrad-icin-galeri-1595201>, Erişim Tarihi: 05 Ocak 2025
- Görsel 11.** ‘Bosna Hersek Hırvatları! Alman Polisine Haber Verin’ (2022). <https://www.gazeteduvar.com.tr/1939-1945-2-dunya-savasi-donemi-afisleri-stalingrad-icin-galeri-1595201>, Erişim Tarihi: 05 Ocak 2025
- Görsel 12.** “Asya’nın Yükselişi...” (2022). 1939-1945, <https://www.gazeteduvar.com.tr/1939-1945-2-dunya-savasi-donemi-afisleri-stalingrad-icin-galeri-1595201>, Erişim Tarihi: 05 Ocak 2025