

T.C
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İletişim Tasarımı Anabilim Dalı
Görsel İletişim Tasarımı Bilim Dalı

SOSYAL MEDYADA MİNİMALİZM AKIMININ
KULLANIMI: GRAFİK TASARIM İLKELERİ VE
ELEMANLARININ SOSYAL MEDYADAKİ ROLÜNÜN
İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Cansu TAYLAN

Danışman
Dr.Öğr.Üyesi NURİ SEZER

İstanbul – 2024

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Cansu TAYLAN

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Sosyal Medyada Minimalizm Akımının Kullanımı: Grafik
Tasarım İlkeleri ve Elemanlarının Sosyal Medyadaki Rolünün
İncelenmesi

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : İletişim Tasarımı

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 27.05.2024

Sayfa Sayısı : 117

Tez Danışmanı : Dr.Öğr.Üyesi Nuri SEZER

Dizin Terimleri : Grafik Tasarımı, Sosyal Medya, Minimalizm, Instagram,
Tasarım İlkeleri, Güzel Sanatlar

Türkçe Özet : Grafik tasarım ilkeleri ve elemanlarının sosyal medyadaki etkisi üzerine yapılan araştırma, Instagram'da paylaşılan tasarımların okunabilirliğini ve etkileşimini incelemektedir. Otuz kişilik bir grup üzerinde yapılan anket ile desteklenen tez çalışmasında, başarılı ve hatalı tasarımlar arasında yapılan tercihler değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler, grafik tasarım ilkelerinin ve elemanlarının Instagram içerikleri üzerinde önemli ölçüde etkili olduğunu göstermektedir.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Adı SOYADI

T.C
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İletişim Tasarımı Anabilim Dalı
Görsel İletişim Tasarımı Bilim Dalı

SOSYAL MEDYADA MİNİMALİZM AKIMININ
KULLANIMI: GRAFİK TASARIM İLKELERİ VE
ELEMANLARININ SOSYAL MEDYADAKİ ROLÜNÜN
İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Cansu TAYLAN

Danışman
Dr.Öğr.Üyesi NURİ SEZER

İstanbul – 2024

BEYAN

Bu tezin/dönem projenin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin/dönem projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez/dönem projesi olarak sunulmadığını beyan ederim.

Cansu TAYLAN

....../....../2024



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Cansu TAYLAN' ın “Sosyal Medyada Minimalizm Akımının Kullanımı: Grafik Tasarım İlkeleri ve Elemanlarının Sosyal Medyadaki Rolünün İncelenmesi” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından İletişim Tasarımı Anabilim Dalı Görsel İletişim Tasarımı Bilim Dalı YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Nuri SEZER
(Danışman)

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Kevser SOYDAN

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa GÜNAY

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.... / / 2024

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Tasarımlar açısından zengin bir sosyal medya platformu olan Instagramda, kitleler ile iletişim kurmak için sık sık tasarımlar paylaşılmaktadır. Tasarımların etkileyici ve hiyerarşik bir düzen içerisinde iletilmesi, iletişim için önemli bir rol oynamaktadır. Burada grafik tasarım ilke ve elemanları devreye girmektedir. Grafik tasarım ilke ve elemanları ile oluşturulan tasarımlar, içeriklerin okunabilirliğini ve etkileşimini artırmaktadır. İlke ve elemanlara uygun bir şekilde oluşturulan tasarımlar markaların güvenilirliğini ve profesyonel görünmesine olanak sağlamaktadır.

Grafik tasarım ilke ve elemanlarına uygun bir şekilde oluşturulmayan karışık, düzensiz ve uyum bakımından eksik olan tasarımlar kişilerde kafa karışıklığına neden olabilir. Kişiler üzerinde markaya karşı güvensizlik oluşturacağı gibi görsel yorgunluk meydana getirebilir. Bu tez, grafik tasarım ilke ve elemanları açısından başarılı olan ve hatalı olan tasarımları detaylı bir şekilde incelemiştir. Otuz kişilik bir grup üzerinden Minimalizm ışığında oluşturulmuş sade tasarımların da seçeneklere eklendiği bu çalışmada, kişilerin başarılı ve hatalı tasarımlar arasından bir seçim yapmaları istenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarımı, Sosyal Medya, Minimalizm, Instagram, Tasarım İlkeleri, Güzel Sanatlar, Grafik Tasarım İlke ve Elemanları

SUMMARY

On Instagram, a social media platform rich in designs, designs are frequently shared to communicate with the masses. Communicating designs in an impressive and hierarchical order plays an important role in communication. This is where graphic design principles and elements come into play. Designs created with graphic design principles and elements increase the readability and interactivity of the content. Designs created in accordance with the principles and elements allow brands to appear reliable and professional.

Complex, irregular and lacking in harmony designs that are not created in accordance with graphic design principles and elements can cause confusion in people. It may create visual fatigue in people as well as creating distrust towards the brand. This thesis examined in detail successful and faulty designs in terms of graphic design principles and elements. In this study, in which simple designs created in the light of Minimalism were added to the options on a group of thirty people, people were asked to make a choice between successful and faulty designs.

Keywords: Graphic Design, Social Media, Minimalism, Instagram, Design Principles, Fine Arts, Graphic Design Principles and Elements

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR.....	vi
TABLolar LİSTESİ	vii
GRAFİKLER LİSTESİ	viii
GÖRSELLER LİSTESİ.....	ix
TEŞEKKÜR.....	xi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM SOSYAL MEDYA

1.1. Sosyal Medya.....	2
1.1.1. Sosyal Medya Nedir?.....	2
1.1.2. Sosyal Medya'nın Tarihi.....	3
1.1.3. Sosyal Medya'nın Temel Özellikleri.....	5
1.1.4. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya'nın Farkları.....	6
1.2. Sosyal Medya Platformları.....	7
1.2.1. Facebook.....	7
1.2.2. Instagram.....	8
1.2.3. LinkedIn.....	9
1.2.4. Twitter.....	10
1.2.5. Diğer Platformlar.....	11
1.3. Sosyal Medya Platformlarının Etkileri.....	12
1.4. Sosyal Medya ve Grafik Tasarım İlişkisi.....	13

İKİNCİ BÖLÜM MİNİMALİZM

2.1.Minimalizm Nedir?.....	15
2.2.Minimalizm Akımı Nedir?.....	15
2.3.Minimalizm Akımının Tarihçesi.....	16
2.4.Sanatta Minimalizm.....	17

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM GRAFİK TASARIM

3.1. Grafik Tasarım Nedir?.....	20
3.2. Grafik Tasarım Tarihi.....	22
3.3. Grafik Tasarım Alanları Nelerdir?.....	28
3.4. Grafik Tasarım Alanından Örnekler.....	29
3.5. Grafik Tasarım İlkeleri.....	34
3.5.1. Denge.....	35
3.5.1.1. Simetrik Denge.....	36
3.5.1.2. Asimetrik Denge.....	37
3.5.2. Uyum (Harmoni).....	38
3.5.3. Tekrar.....	39
3.5.4. Hareket/Ritim.....	40
3.5.5. Karşıtlık/Kontrast/Zıtlık.....	41
3.5.6. Oran/Orantı.....	43
3.5.7. Hiyerarşi.....	44
3.5.8. Vurgu (Baskınlık).....	45
3.6. Grafik Tasarım Elemanları.....	46
3.6.1. Çizgi.....	46
3.6.2. Renk.....	47
3.6.3. Doku.....	49
3.6.4. Şekil.....	50
3.6.5. Ton/Değer.....	51
3.6.6. Yön.....	52
3.6.7. Ölçü.....	53
3.7. Grafik Tasarımda Minimalizm.....	53

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM GRAFİK TASARIM İLKELERİ VE ELEMANLARININ SOSYAL MEDYADAKİ ROLÜNÜN İNCELENMESİ

4.1. Başarılı Sosyal Medya Grafik Tasarım Örnekleri ve Analizler.....	56
4.2. Hatalı Sosyal Medya Grafik Tasarım Örnekleri ve İyileştirme Stratejileri.....	64

BEŞİNCİ BÖLÜM

ANKET SONUÇLARI VE ANALİZLERİ

5.1. Katılımcı Profili ve Demografik Veriler.....	72
5.2. Anket Soruları.....	73
5.3. Anket Cevapları ve Anket Cevaplarının Değerlendirilmesi.....	77
5.3.1. Soru 3.....	77
5.3.2. Soru 4.....	78
5.3.3. Soru 5.....	78
5.3.4. Soru 6.....	79
5.3.5. Soru 7.....	80
5.3.6. Soru 8.....	81
5.3.7. Soru 9.....	82
5.3.8. Soru 10.....	82
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	84
KAYNAKÇA.....	86

KISALTMALAR

E.T : Erişim Tarihi

t.y : Tarih Yok



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Sosyal Medya ile Geleneksel Medyanın Farkı.....	6 - 7
---	-------



GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Anket Katılımcılarının Yaş Dağılımı.....	72
Grafik 2. Anket Katılımcılarının Öğrenim Durumu Dağılımı.....	72
Grafik 3. Soru Cevap Dağılımı 1.....	77
Grafik 4. Soru Cevap Dağılımı 2.....	78
Grafik 5. Soru Cevap Dağılımı 3.....	78
Grafik 6. Soru Cevap Dağılımı 4.....	79
Grafik 7. Soru Cevap Dağılımı 5.....	80
Grafik 8. Soru Cevap Dağılımı 6.....	81
Grafik 9. Soru Cevap Dağılımı 7.....	82
Grafik 10. Soru Cevap Dağılımı 8.....	82



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1. Sosyal Medya.....	3
Görsel 2. İki Nesil Web Arasındaki Geçiş Tablosu.....	4
Görsel 3. Sosyal Medya Platformları.....	7
Görsel 4. Facebook - Ekran görüntüleri.....	8
Görsel 5. Instagram.....	9
Görsel 6. LinkedIn.....	10
Görsel 7. Twitter.....	11
Görsel 8. QNB Finansbank Instagram Profili.....	14
Görsel 9. “Siyah Kare”, Kazimir Malevich, 1915.....	16
Görsel 10. Garfield Posterini.....	18
Görsel 11. Grafik Tasarım.....	20
Görsel 12. Geçmişten Günümüze Tüm Grafik Tasarım Stilleri.....	21
Görsel 13. En Eski Mağara Resmi.....	22
Görsel 14. Piktogram Örnekleri.....	24
Görsel 15. Taş Duvara Oyulmuş Bir Hiyeroglif.....	24
Görsel 16. Kil Tablet Örneği.....	25
Görsel 17. Litografi Hazırlık Aşaması.....	26
Görsel 18. Edouard Manet - Les Chats 1868.....	28
Görsel 19. Kurumsal Kimlik Çalışması.....	29
Görsel 20. Ambalaj Tasarımı.....	30
Görsel 21. 3D Tasarım.....	30
Görsel 22. Billboard Tasarımı.....	31
Görsel 23. Typography Portrait.....	31
Görsel 24. “Kim Kime” İllüstrasyon / Nuri Sezer.....	32
Görsel 25. Nescafe Reklamı.....	32
Görsel 26. İllüstras-Yön Dergi Kapağı / Nuri Sezer.....	33
Görsel 27. Beaugan Film Afişi.....	33
Görsel 28. Serigrafi Yapım Aşaması.....	34
Görsel 29. Denge Örneği.....	35
Görsel 30. Afişte Denge Örneği.....	36
Görsel 31. Afişte Simetrik Denge Örnekleri.....	36
Görsel 32. Simetrik / Asimetrik Denge.....	37
Görsel 33. Afişte Asimetrik Denge Örnekleri.....	37
Görsel 34. “Finding Myself” Kitap Kapağı.....	38
Görsel 35. Adele Posterini.....	39
Görsel 36. “The Versions of Us” Kitap Kapağı.....	39
Görsel 37. Çizgilerin Ritmi.....	40
Görsel 38. “Time and Place” Film Afişi.....	41
Görsel 39. Zıtlık Örnekleri.....	42
Görsel 40. Kontrast Arka Plan Örneği.....	42
Görsel 41. Oran-Orantı Örneği.....	43

Görsel 42. Doğru ve Yanlış Oran-Orantı Örneği.....	44
Görsel 43. Hiyerarşi Afiş Örneği.....	44
Görsel 44. Vurgu Örneği.....	45
Görsel 45. Vurgu Afiş Örneği.....	45
Görsel 46. Çizgi Örnekleri.....	47
Görsel 47. Renk.....	48
Görsel 48. Renk Afiş Örneği.....	48
Görsel 49. Doku Örnekleri.....	50
Görsel 50. Geometrik /Organik Şekiller.....	50
Görsel 51. “Girls for Girls” Sinem Erkas.....	51
Görsel 52. Ton Örneği.....	51
Görsel 53. Ton Çubuğu.....	52
Görsel 54. Yön Örneği.....	53
Görsel 55. “Músıca Para Ver” Afişi.....	54
Görsel 56. “The Truman Show” Film Afişi.....	55
Görsel 57. 1 Mayıs Post Tasarımı (Pulsar).....	56
Görsel 58. Ramazan Tabağı Post Tasarımı.....	57
Görsel 59. Milka Çikolatası Post Tasarımı.....	58
Görsel 60. Regaip Kandili Post Tasarımı.....	59
Görsel 61. Maden Suyu Post Tasarımı.....	60
Görsel 62. Muzun Faydaları Post Tasarımı.....	61
Görsel 63. Ketçap Post Tasarımı.....	62
Görsel 64. Tıkla Gelsin Post Tasarımı.....	63
Görsel 65. Ev Temizliğinde Hediye Post Tasarımı.....	64
Görsel 66. Kurban Bayramı Post Tasarımı.....	65
Görsel 67. 1 Mayıs Post Tasarımı.....	66
Görsel 68. İftar Menüleri Post Tasarımı.....	67
Görsel 69. Güzellik Merkezi Post Tasarımı.....	68
Görsel 70. Hediyelik Ürün Post Tasarımı.....	69
Görsel 71. Sürücü Kursu Post Tasarımı.....	70
Görsel 72. Masa Sandalye Post Tasarımı.....	71
Görsel 73. 3. Soru Görseli.....	73
Görsel 74. 4. Soru Görseli.....	73
Görsel 75. 5. Soru Görseli.....	74
Görsel 76. 6. Soru Görseli.....	74
Görsel 77. 7. Soru Görseli.....	75
Görsel 78. 8. Soru Görseli.....	75
Görsel 79. 9. Soru Görseli.....	76
Görsel 80. 10. Soru Görseli.....	76

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimine başlamam için maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen her zaman yanımda olan anneme çok teşekkür ederim.

Tez yazım süresince bilgi ve tecrübeleriyle yol gösterici olan, daima bana inanıp harekete geçiren, çalışmama farklı açılardan bakmamı sağlayan ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum değerli hocam Dr. Öğretim Üyesi Nuri SEZER'e çok teşekkür ederim.



GİRİŞ

Duyu organımız haline gelmiş ve gün içerisinde zamanımızın büyük bir bölümünü kapsayan sosyal medya; fazla platform seçenekleri ve inanılmaz büyüklükte bir alanda varoluş gösterdiği için hemen hemen her kitleden kişileri kapsar. Sosyal medya bireylerin, toplulukların ve şirketlerin dijital dünya ile etkileşimde bulunarak yer edindiği dinamik bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde bu platformlardan herhangi birinde bulunmayan bir kişi, topluluklar tarafından dışlanarak, kendine yer edinemeyebilir hale gelmiştir. Tüm bu süreçler gerçeklik olgusunun sanal yaşam olgusuna dönüşmesinde de büyük bir rol oynar.

Dijital çağın hızla gelişmesiyle birlikte grafik tasarım, sosyal medyada büyük bir etkiye sahip olmuştur. Sosyal medya üzerinde tasarlanan neredeyse tüm içerikler grafik tasarım elemanlarıyla oluşturulmuş olup, alıcılarla iletişim kurmak amacıyla sosyal medyada paylaşılmaktadır. Sosyal medyaya düzenli periyotlarla sunulan tüm görsel içerikler, insanlar tarafından görülür. Kişilerin tasarımları görmesi sonucunda harekete geçer veya görsel algılanamadan kafa karışıklığına neden olur.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA

1.1.Sosyal Medya

Sosyal medyanın tanımından önce temelinde olan ve oluşumunu sağlayan sosyal ağ kavramına ilişkin bir tanımlama getirmek yerinde olacaktır (Turkaya, t.y, s.5). İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler sayesinde internet günlük yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir. "Sosyal ağ", kullanıcıların kendi adlarına hesap oluşturarak farklı kişilerle iletişim kurduğu, jest ve mimiklerini anlatan sembollerle duygularını ve düşüncelerini ifade ettiği, sosyal iletişim ortamlarını tanımlayan bir terimdir. Facebook, Twitter, Youtube, Instagram ve Whatsapp gibi sosyal paylaşım siteleri farklı amaçlarla varlık göstermektedir (Çakır, 2018, s.539).

1.1.1. Sosyal Medya Nedir?

Sosyal medya terimi kullanıcıların birbirleriyle bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaşarak etkileşim kurmaları için olanak sağlayan online araçlar ve web sitelerini içermektedir. (Onat, 2010, s.105). Sosyal medya, son on yılda pek çok tahminin ötesinde bir hızla gündelik hayatı, siyaseti, toplumsal algıyı ve özellikle kriz anlarında kamu politikalarını dönüştürme gücüyle üzerine en çok bilgi üretilen alanlardan biri hâline geldi. Gerek akademik yazında gerekse bilim, teknoloji ve sağlık gibi farklı alanlarda sosyal medyanın önemine, gücüne ve ilerletici gücüne odaklanan sayısız araştırma, makale, çalışma ve proje yürütülüyor. Bu ilgi, kuşkusuz büyük ölçüde sosyal medyanın kitlelerle yakın temas kurmaya imkân veren paylaşıma dayalı doğasından ve teknolojik yeniliklerle iç içe geçmiş bulunan teknik alt yapısından kaynaklanıyor. Bir başka deyişle hem sayıları milyonlarla ifade edilen kullanıcılara ulaşmada anahtar bir rol oynaması hem de her türlü teknik yeniliğe kolaylıkla adapte edilebilen doğası sosyal medyayı hemen her alanda dikkat çekici bir konu, başlık hâline getiriyor (Avşar, 2022, s.5). Sosyal medya, her katmandan bireylerin paylaşımında bulunduğu ve aktiflik sergilediği bir platform olarak karşımıza çıkar. Bireyler birbirleriyle mesajlaşarak, görseller paylaşarak iletişim kurar. Bu dijital iletişim aracı, geniş bir demografik yelpazedeki kullanıcılarına çok miktarda görsel içerik sunma kapasitesine sahiptir.

Teknik tanım olarak: Sosyal medya, Web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte, tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir. Web 2.0, O'Reilly Media (Tim O'Reilly) tarafından 2004 yılında kullanılmaya başlanan bir sözcüktür ve ikinci nesil internet hizmetlerini- toplumsal iletişim sitelerini, iletişim araçlarını, folksonomileri - yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemi tanımlar (Turkaya, t.y, s.7-8).



Görsel 1. Sosyal Medya

1.1.2. Sosyal Medya'nın Tarihi

Günümüzde internetin yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte, ilk etapta kullanıcılar Web 1.0 çağına tanıklık etti. Bu dönemde bir içeriği yayınlayan kişi bir de içerikleri okuyan kişi bulunmaktaydı. Web 2.0 dönemi ile web sitelerini ziyaret etmeye başlayan kişiler artık yalnızca okuyucu değil, aynı zamanda üretici konumunda da geçmişti. Web 2.0 dönemi ile aynı zamanda birçok kişi eş zamanlı şekilde iletişime geçilebilir hale gelmişti. Web 2.0 döneminde, iletişim birçok platform aracılığıyla gerçekleştiriliyordu. Bu platformlar arasında Google, Twitter, Facebook ve Wikipedia gibi araçlar bulunmaktaydı (Güçdemir, 2015, s.29-30).

İnternete bağlı olarak 1970'lerde oluşturulan elektronik posta ile insanlar arasında sosyal iletişim kolaylaşmış ve elektronik posta, başta Avrupa ülkeleri olmak

üzere bütün dünyada kullanır hale gelmiştir. E posta, doksanlı yıllarda kurumlar ve bireyler için vazgeçilmez bir iletişim alanı olmuştur. Sosyal medya, 1980’de Usenet, 1991’de World Wide webin ortaya çıkması ile bir ileriki aşamaya geçmiştir. Ancak internet üzerindeki iletişimin sosyal hale gelmesi 1995’te ortaya çıkan classmates.com’un ortaya çıkmasıyla birlikte insanlar arasındaki ilişkiler, dijital platform üzerinde yürütölmeye başlanmış ve 2000’li yıllarda Friendster, Myspace ve Facebook gibi sosyal sitelerle hız kazanmıştır. Bu sosyal iletişim alanı yeni nesil sosyal sitelerle her gün farklı bir alana dönüşmüştür (Oyman, 2016, s.131).

Web 1.0	->	Web 2.0
Statik bannerlar	->	Sitedeki içeriğe göre reklam gösteren Google AdSense
Ofoto gibi fotoğrafları sadece kendi kullanımınız için saklayacağınız ortamlar	->	Milyonlarla paylaşabileceğiniz Flickr
mp3 indirmek için listeleri gezeceğiniz bir mp3.com	->	şarkı adını yazıp arama yaptığınız Kazaa
Ansiklopedik bilgiyi arayacağınız yer Britannica Online	->	Ansiklopedik bilginin aşamalı şekilde oluştuğu Wikipedia
kişisel web siteleri	->	bloglar
domain name için akılda kalıcı tanımlamalar seçmek	->	akılda kalmak ya da öne çıkmak için arama motorları optimizasyonları geliştirmek
sayfa görüntülenmesi	->	tıklamaların değeriendiği dönem
içerik yönetim sistemleri	->	herkesin birşeyler söyleyebildiği wiki pedia
klasör yapıları (taxonomy)	->	tag yapıları (tagging, "folksonomy")

Görsel 2. İki Nesil Web Arasındaki Geçiş Tablosu

Örnek tablodan da belirttiğimiz bu farklardan da anlaşılacağı üzere Web 1.0 dan Web 2.0 yönüne gelişimdeki en büyük farkı sadece okunur (read-only) ortamdan hem okunan hem de yazılan, fikir belirtilen ortama (read/write system) geçiş olarak gösterilebilir (Teknoloji Haber, t.y).

1.1.3. Sosyal Medya'nın Temel Özellikleri

Sosyal medya, tüm marka ve kişileri az bir zaman diliminde kendi bünyesine katmış önemli bir medya alanıdır. Sosyal medyada kişiler istediği bir yazıyı, görseli ve sözleri paylaşma hakkına sahiptir.

Mayfield'e göre sosyal medyanın temel özellikleri şu şekildedir (Mayfield'dan aktaran Arslan, M. H., 2023, s.58):

- **Katılımcılık:** Sosyal medya ağları bireyleri cesaretlendirerek, geri bildirim almalarını sağlamaktadır.
- **Açıklık:** Sosyal medya ağları, yorum yapmak, beğenmek, paylaşım yapmak gibi geri bildirimlere açıktır.
- **Konuşma:** Sosyal medya ağlarında çift yönlü bir iletişim söz konusudur. Bireyler bu ortamlarda fikirlerini paylaşabilmektedirler.
- **Bağlantılılık:** Sosyal medyada linkler aracılığıyla kullanıcılarına bağlantılılık imkânı sunulmaktadır.
- **Erişim:** Sosyal medyada genel bir kitleye erişebilme imkânı söz konusudur.
- **Topluluk:** Sosyal medya topluluklara hızlı bir oluşum için destek olabilir. Bireyler böylelikle sevdikleri değerler ölçüsünde topluluklar oluşturabilirler.
- **Erişebilirlik:** Herkesin kullanımına açıktır ve bu ortamlara girişler ücretsizdir.
- **Kahçılık:** Geleneksel medya araçlarının aksine yapılan paylaşımlarda hata olduğu takdirde düzenlemeler yapmaya imkân sağlar. Sosyal medya ortamlarında dijital iz bırakılmaktadır.
- **Kullanılabilirlik:** Herhangi bir yeteneğe ihtiyaç duyulmaksızın herkesin sosyal medya hesabı açmasına ve paylaşım yapmasına uygundur.
- **Yenilik:** Eş zamanlı olarak etki- tepki gerçekleşmektedir. Atılan bir tweet altında çok kısa zaman dilimleri içerisinde binlerce yorum yapılabilir.

1.1.4. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya'nın Farkları

Geleneksel medya, basılı yayın, radyo ve televizyon gibi iletişim araçlarını kapsayan eski ve yaygın bir bilgi iletişimi biçimidir. Bu medya türleri, genellikle geniş kitlelere ulaşarak haber, eğlence ve bilgi sağlama amacını taşır.

Sosyal medya gazete, televizyon ve film gibi geleneksel medyadan farklılıklar göstermektedir. Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farkları tanımlamaya yardımcı olacak özellikler kullanılan yöntemle göre farklılıklar gösterebilir. Bu özelliklerden bazıları şunlardır: Geleneksel medya da, sosyal medya teknolojileri genel bir kitleye ya da farklı kitlelere erişime olanak verir. Geleneksel medya güçlü holdinglerin, hükümetlerin kontrolünde iş görürken, sosyal medya siteleri ve Web 2.0 teknolojileri insanlara etkileşimde bulunma, malumat, bilgi paylaşma için çok az bir maliyetle, çok çeşitli olanaklar sunmaktadır (Arık, 2013, s.279).

Hem sosyal medyanın hem de geleneksel medyanın gelişim süreçleri doğrultusunda hedef kitleye yönelik iletişim temelli birçok fırsat sunduğu görülmektedir. Geleneksel medyada asıl olan merkezden üretilen bilginin paylaşılmasıyla faaliyetlerini sürdürmesiyle sosyal medya âlemi merkezîyetçi bir yöntemle daha geniş bir ağ yelpazesıyla bilgi üretmek, araştırmak ve dağıtmak şeklinde amatör kullanıcıların tüketimde bulunduğu bir ortamı sağlar. Sosyal medya aracılığıyla oluşturulan içerikler devamlı geliştirilebilir ve yenilenebilir çeşittir. Geleneksel medya profesyonellerin üretimde bulunduğu bir alana işaret eder ve değişim söz konusu değildir (Kırcova ve Enginkaya, 2015, s. 9).

Tablo 1. Sosyal Medya ile Geleneksel Medyanın Farkı

Geleneksel Medya	Sosyal Medya
Durağandır, değiştirilemez.	Anında güncellenebilir.
Gerçek zamanlı olmayan sınırlı bir yoruma sahiptir.	Sınırsız gerçek zamanlı yoruma dayanır.
Sınırlı ve gecikmeli en iyi satış listesini sunar.	Anlık popülerlik ölçümü ile anlık en iyi satış listesini sunar.
Arşivlere erişim yetersizdir, sınırlıdır.	Arşivlere kolayca erişilebilir.
Tüm medyanın karma bir şekilde kullanımını sağlamada sınırlıdır.	Tüm medyanın karma olarak kullanabilmesine imkan tanır.
Komite tarafından yayınlanır.	Kişiler tarafından yayınlanır.

Sonu vardır.	Sınırı yoktur.
Paylaşım desteklenmez.	Paylaşım ve katılım desteklenir.
Kontrollüdür	Özgürlük vardır.
Tek yönlü iletişim vardır.	Çift yönlü iletişim vardır.

Kaynak: Taşdemir, E. (2011). Bütünleşik Pazarlama İletişimi Temelinde Sosyal Medya. E- Journal of New World Sciences Academy, 6 (3), 651.

1.2. Sosyal Medya Platformları

Sosyal medya platformları, kullanıcıların hesap açıp çeşitli içerikler paylaştığı, kişilerle etkileşimde bulunduğu ve diğer kullanıcıları takip etmeye olanak sağlayan dijital ortamlardır. Başlıca örnekleri Facebook, Instagram, LinkedIn ve Twitter'dır.

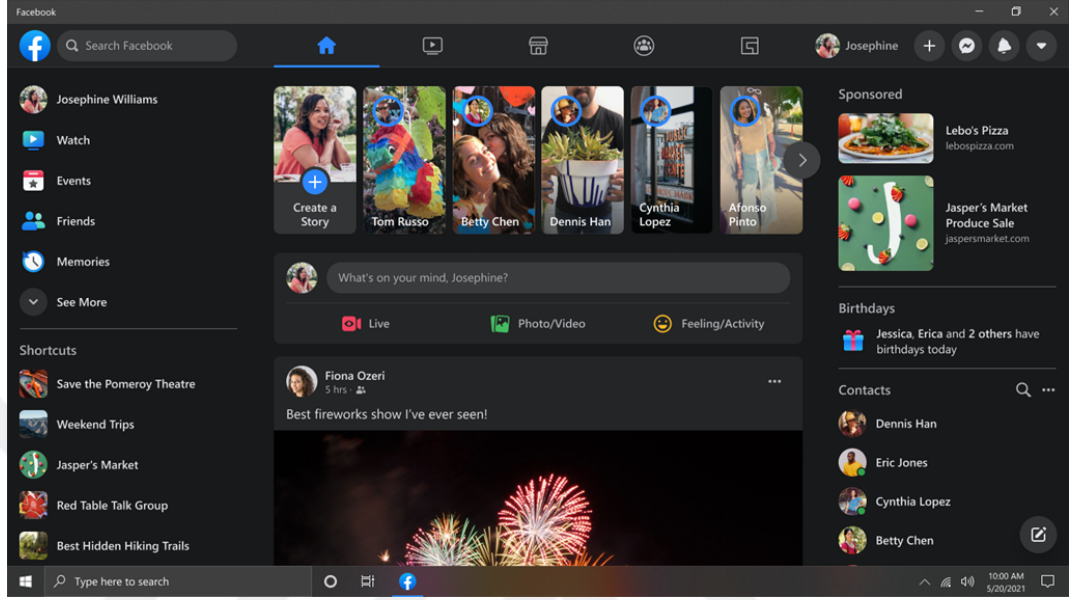


Görsel 3. Sosyal Medya Platformları

1.2.1. Facebook

Facebook, insanların iletişim kurmalarını ve bilgi alışverişi yapmalarını sağlayan sosyal ağ platformudur. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, öncelikle Harvard öğrencileri için kurulmuş bir platformdu. Daha sonra Boston çevresindeki okulları da bünyesine alan Facebook, sadece iki ay içinde tüm Ivy League okullarını kapsamıştır. Uygulamanın veri tabanında ABD'deki okullar mevcuttu. Üyeler önceleri sadece söz konusu okulun e-posta adresiyle (.edu, .ac.uk vb.) üye olabiliyordu. Daha sonrasında da ağ içine liseler ve bazı büyük şirketler de katıldı. 11 Eylül 2006 tarihinde ise Facebook tüm e-posta adreslerine, yaş sınırlandırması eklenerek açıldı. Kullanıcılar

diledikleri ağlara; liseleri, çalışma yerleri ya da yaşadığı yerler itibarıyla katılım gösterebilmektedirler. Ayrıca Facebook, dünyanın en fazla ziyaret edilen sitelerinden biridir. Google Play Store'da 5 milyar fazla kullanıcısı bulunmaktadır (Wikipedia, 2024).



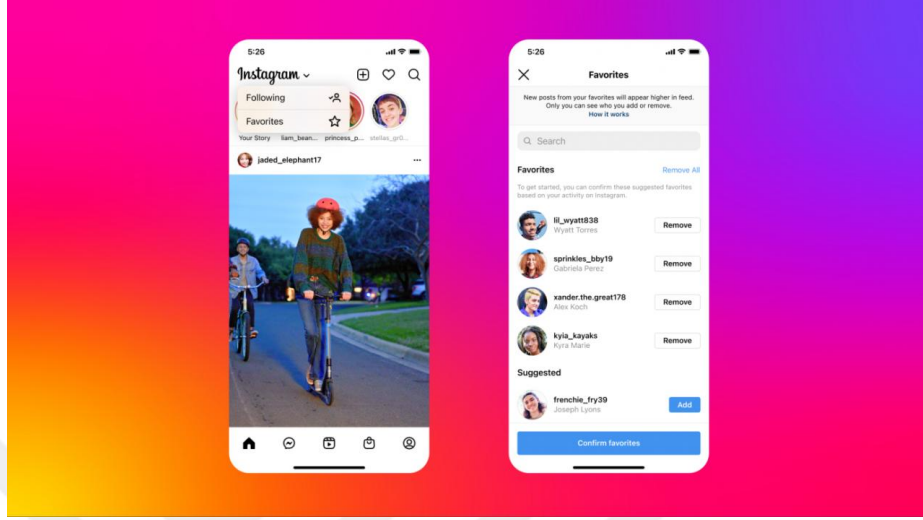
Görsel 4. Facebook - Ekran görüntüleri

Türkiye'de yapılan bir araştırmaya göre, 65 yaş üstü baby boomer kuşağının interneti genellikle sosyal medya takibi için kullandığı tespit edilmiştir. Bu kuşağın en çok tercih ettiği sosyal medya platformu yüzde 89.7'lik oran ile Facebook olmuştur. Diğer yandan, Z kuşağı ise Instagram'da daha fazla vakit geçirmeyi tercih etmektedir. Araştırma, Areda Piar şirketi tarafından Marketing Türkiye için yapılmış olup 1100 kişinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. (“Türkiye’de yaşlılar Facebook”, 2021).

1.2.2. Instagram

Instagram 2010 yılında Kevin Systrome ve Mike Krieger tarafından kurulan fotoğraf ve video paylaşım amaçlı bir ağ sitesidir. Instagram İngilizce instant yani Türkçesi hızlı ve anlık olan kelime ile yine İngilizce telegram yani telgraf kelimesinin birleşiminden ismini almıştır. 2012 yılına gelindiğinde ise Instagram, Facebook tarafından satın alınmıştır. Zaman ilerledikçe popüleritesi artan Instagram’a filtre özelliği gelmiştir. Kullanıcılar fotoğraf ve videolarına Instagram’a has bu filtrelerden

ekleyerek paylaşımlarını daha farklı ve eğlenceli bir hale getirmişlerdir. Ayrıca aynı şirket tarafından satın alınınca Instagram’da paylaşılan bir içeriği eş zamanlı olarak Facebook’ta paylaşabilme imkânı doğmuştur (Hekimoğlu, 2019, s.28).



Görsel 5. Instagram

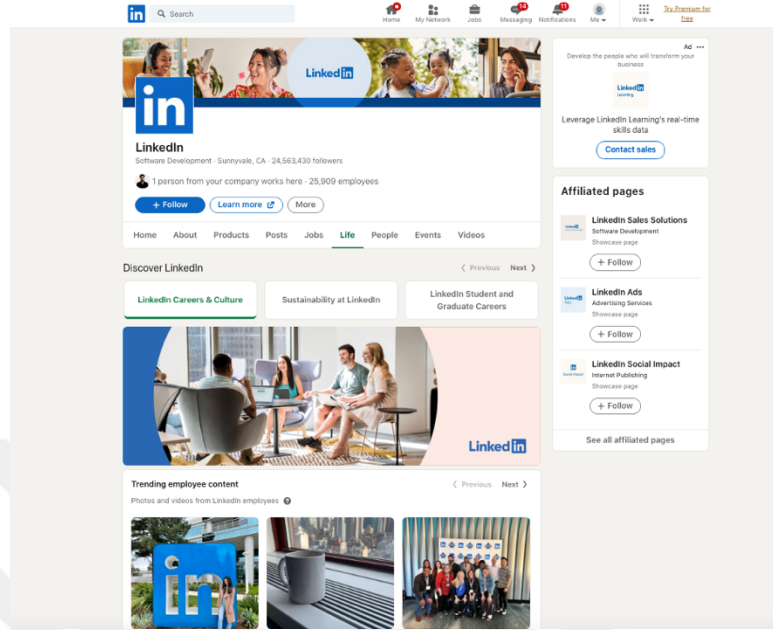
Temelinde fotoğraf ve kısa video paylaşımı olan Instagram, filtrelerle fotoğrafları daha eğlenceli bir hale getirmesinin yanında hızlı, pratik, eğlenceli ve kolay bir arayüze sahip olan ücretsiz bir uygulamadır. Sosyal ağ özelliği taşımaktadır. Çünkü Instagram’da sosyal ağlara has üç özellik de bulunuyor. Bunlar; etkileşimlilik, paylaşımlılık ve katılımcılık (Koçoğlu,2018).

1.2.3. LinkedIn

LinkedIn diğer sosyal ağlar gibi sosyalleşmek ve şahsi fotoğraflarımızın paylaşımını yapabileceğimiz bir platform değildir. LinkedIn sosyal medya platformları içinde, profesyonel ve mesleki ağ sitesi olarak bilinmektedir.

LinkedIn, Mayıs 2011 itibariyle yüz milyondan fazla kullanıcıyı bünyesinde barındıran dünyanın en kapsamlı iş ağı sitesidir. Kişilerin mesleki yaşamındaki (profesyonel) ilişkileri, başarı anahtarıdır düşüncesine dayanan LinkedIn, şirketlerin, çalışanların ve girişimcilerin, birbirleriyle iş bağlantıları kurmalarına olanak sağlar. LinkedIn popülerliğinin büyük bir bölümünü, siteye üye olan profesyoneller için

sağlamış olduğu önemli iş fırsatlarıyla kazanmıştır. (Cameron, C.'den aktaran Kuduğ, H., 2011 s.28).



Görsel 6. LinkedIn

Sosyal iş ağlarının ve özellikle LinkedIn sosyal iş ağının kariyer ve iş geliştirme açısından içinde bulunduğumuz ilişkisel toplumda bireyler için önemli bir kariyer geliştirme ortamı olarak yerini aldığı, kullanımının yaygınlaştığı, işlevselliğinin arttığı ve bireyler yanında işletmeler açısından da önemli fırsatlar sunduğu dolayısıyla büro yönetimi ve sekreterlik alanındaki eğitimciler, öğrenciler ve çalışanlar için de öneminin her geçen gün arttığı yargısına varılmıştır. Bu sonuca göre, kariyer ve iş gelişimi için her bireyin sosyal iş ağlarında yerini alması önerilir (Acar, Gürsoy, Ünsal, 2014 ,s.32).

1.2.4. Twitter

2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilen Twitter dünya çapındaki popülaritesini gün geçtikçe arttırmış ve içerdiği uygulamaların programlama arayüzünün kısa mesaj gönderim ve alımı konusundaki olanaklarıyla internet dünyasının SMS'i (kısa mesaj) olarak anılmaya başlamıştır. Twitter'daki temel mantık

kişinin, 140 karakter ile ne durumda olduğunu, ne düşündüğünü, ne hissettiğini takipçileri ile paylaşması üzerine kuruludur. Yazılanlar (tweetlerini gizlemediği takdirde) kullanıcının sayfasına gelen herkes tarafından görülebilir. Twitter’da mesajlarda geçen konu ya da kavramların, geçiş yoğunluğuna göre listelendiği Trend Topics isimli biri sistem bulunmaktadır. O zaman diliminde Twitter’da en çok ne konuşuluyor ise, bu konular liste halinde kullanıcıya sunulmaktadır (Arık, 2013, s.281). Böylelikle paylaşılan içerikler sayesinde kişiler birbirleriyle, daha kolay iletişim başlatıyor ve duygu durumu ifade edilmiş oluyor.



Görsel 7. Twitter

Bireyler Twitter’ı diğer insanlarla iletişim kurma, yeni arkadaşlıklar edinme, beğendikleri politikacıları ya da sanatçıları takip etme ve düşüncelerini paylaşma gibi amaçlar doğrultusunda kullanmayı tercih ederken kurumlar ürün ve hizmetlerini tanıtmaya, hedef kitlelerinden aldıkları geri bildirimler ile daha kalıcı ve sağlıklı ilişkiler kurma gibi amaçlar doğrultusunda Twitter’ı kullanmaktadır (Gökler, 2019, s.33).

1.2.5. Diğer Platformlar

Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter dışında bir çok sosyal medya platformu bulunmaktadır.

En çok kullanılan sosyal medya uygulamaları aylık aktif kullanıcı sayılarına göre aşağıda sıralanmıştır (Hasgül, 2023).

- Facebook - 2.9 milyar aktif kullanıcı
- YouTube - 2.5 milyar aktif kullanıcı
- WhatsApp - 2 milyar aktif kullanıcı

- Instagram - 2 milyar aktif kullanıcı
- WeChat - 1.3 milyar aktif kullanıcı
- TikTok - 1.05 milyar aktif kullanıcı
- Facebook Messenger - 931 milyon aktif kullanıcı
- Douyin – 715 milyon aktif kullanıcı
- Telegram - 700 milyon aktif kullanıcı
- Snapchat - 635 milyon aktif kullanıcı
- Kuaishou - 626 milyon aktif kullanıcı
- Sina Weibo - 584 milyon aktif kullanıcı
- QQ - 574 milyon aktif kullanıcı
- Twitter - 556 milyon aktif kullanıcı
- Pinterest - 445 milyon aktif kullanıcı

1.3.Sosyal Medya Platformlarının Etkileri

Bilgimizi ve deneyimlerimizi, kimi zamansa üzüntülerimizi, sevinçlerimizi paylaşma, önemli konular etrafında örgütlenme, birbirimizden yeni şeyler öğrenerek farklı bakış açılarına ulaşma olanağı sağlayan sosyal medyanın, sıradan vatandaşlar olarak bizlerin geleneksel medya kuruluşları tarafından işgal edilen "kamusal alan"a geri dönerek demokratik katılımı bulunabilmemiz için eşsiz bir fırsat oluşturduğu göz ardı edilemez. Bireysel kullanıcılara düşünceleri ile medya evreninde yer alma olanağı sunan sosyal medya platformları, genellikle profesyonellere açık olan eski kitle iletişim araçlarına alternatif olarak görülmektedir (Uluç ve Yarcı, 2017, s.91).

Sosyal medyanın insanlar üzerinde birçok etkisi vardır. Sosyal medyayı kullanan insanlar, birlik olabiliyor, iletişim kurabiliyor, yardım toplayabiliyor, istediği her olaydan haberdar olabiliyor, şahıslara ait çoğu kişisel bilgilere erişebiliyor, istediği kişilerin hayatını yakından izleme fırsatı bulabiliyor. Tabii sosyal medya platformlarının iyi etkilerinin yanı sıra birçok olumsuz etkisi de bulunmaktadır. Sosyal medya yanlış yayılan haberlerle bilgi kirliliği oluşturabilir, beğenisi az olan bir kişi bunalıma girebilir, sosyal medya platformlarından sürekli rahatsız edici mesajlar alan bir kişi rahatsız olabilir, insanlar yemek yerken veya herhangi bir yaşamsal faaliyetini gerçekleştirirken bile sosyal medya platformlarında bulunmak isteyebilir. Tüm bu

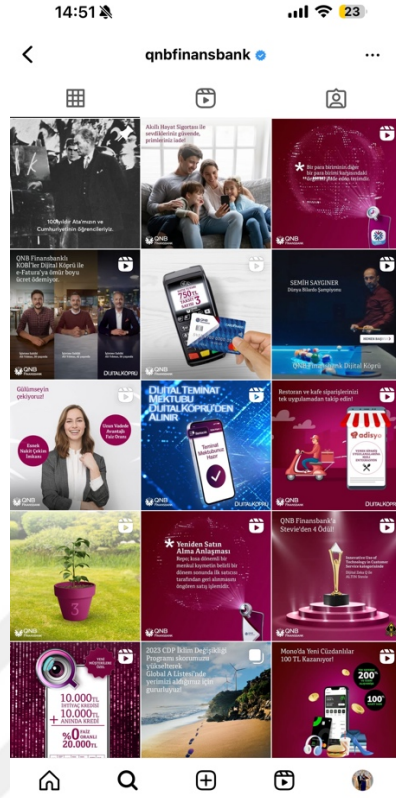
etkiler de bireylerin yaşamını olumsuz şekilde etkileyerek hayat ile bağlarının zayıflamasına neden olabilir.

Yeni nesil iletişim araçlarının kullanımı; insanlara düşüncelerini paylaşabildiği, tartışma platformlarında bulunabildiği, kitleleri ve insanları bir araya getirebilen sanal bir ortam sunmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyanın kontrolsüzce kullanımı, bireylerin hem ruhsal durumunu hem de çevresiyle olan iletişimini olumsuz yönde etkilemektedir (''Kontrolsüz Sosyal Medya'', 2022).

1.4.Sosyal Medya ve Grafik Tasarım İlişkisi

Sosyal medya hayatımıza girdikten sonra çok daha fazla alternatife sahip olan pazarlamacılar ve reklamcılar için sosyal medyada yer almamak gibi bir seçenek günümüzde söz konusu değildir. Küçük veya büyük bir işletme olmasına bakılmaksızın, işletmelerin sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanması önemli kazançlar sağlayabilir. Bu durum tüm işletmeleri, dijital dünyaya iten güç anlamına gelmektedir (Ceylan, 2020, s.46).

Örneğin QNB Finansbank bankasının Sosyal medya hesaplarından bir tanesi olan Instagram profilini ele alırsak, (Görsel 8) Bu bankanın sosyal medya platformu olan Instagram'da bulunması, marka bilinirliğini artıracak dışında, müşterilerle etkileşim kurma ve pazarlama stratejilerini geliştirme gibi birçok fayda sağlayacaktır. Bu nedenle, bankalar genellikle sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanarak müşterileriyle bağlantı kurar ve işlerini büyütürler.



Görsel 8. QNB Finansbank Instagram Profili

Sosyal medya platformları, görsel içerik bakımından çok zengindir. Görsel içerik bakımından zenginlik birçok görsel içerik tasarımını beraberinde getirir. İyi tasarlanmış görsel içeriklerin vermek istediği mesaj alıcıya kolaylıkla ulaşabilir, kişilerin içeriklere daha fazla katılım (etkileşim) göstermesine zemin hazırlayabilir. Görsel ve tasarımsal açıdan kaliteli bir içerik tasarımı sosyal medya ortamında fark yaratarak ön plana çıkmayı ve çok fazla sayıda kullanıcıya ulaşma imkânı sağlar. Özellikle Instagram'ın keşfet özelliğiyle kullanıcıların karşısına çıktığında diğer gönderilerden ayrışıp ön plana çıkarak kullanıcıların o sayfaya yönelmesini sağlayabilir (Yavuz, 2019, s.32).

İKİNCİ BÖLÜM

MINİMALİZM

2.1.Minimalizm Nedir?

Minimalizm, kelimesi Latince minimum sözcüğünden türetilmiş ve dilimize Fransızca dilinden girmiş bir terimdir. Minimum sözcüğü Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü'nde şöyle tanımlanır: “Asgari., Değişken bir niceliğin inebileceği en alt olan (sınır); minimal.”(TDK, 2011). Tüketime dayalı bir anominin çözümü olarak ortaya çıkan minimalizm, günümüzde popüler bir yaşam felsefesi haline gelmektedir. Kısaca minimalizm, kişinin hayatından fazlalıkları çıkartarak sade bir yaşam sürdürmeyi ifade eder. Kavrama dair akademik çalışmalara bakıldığında, konunun çoğunlukla tüketimle ilgili olarak ele alındığı görülür. Fakat minimalizm bundan daha geniş bir kapsama sahip olup, “maddeye farklı bir yaklaşımla, ona bir değer atfetme” gibi daha subjektif konuları da kapsamaktadır (Muslu ve Aktı, 2022, s.19).

2.2. Minimalizm Akımı Nedir?

Minimalizm Amerikan soyut dışavurumcu akıma tepki olarak ortaya çıkmıştır. Tüketim odaklı yaşanan kapitalist dönemde farklı bir bakış açısı sunmuş, insanların etrafını saran görsel imgelere karşın sade ve az olan anlayışı benimsemiştir. Bir anlamda indirgemeci bir tavır içerisinde olmuştur (İlden ve Karaahmetoğlu, 2022, s.1).

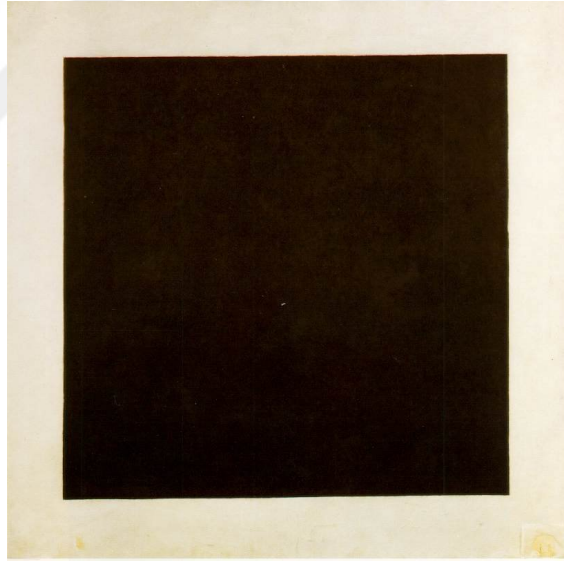
Minimalizm, Pop Art akımına karşı duruşuyla uluslararası başarıya ve takipçiye ulaşmış bir akımdır. Sanat ve yaşam arasındaki sınırlamaları kırarak her iki alanda da sadeliği ve durağanlığı vurgular. Çok az da olsa romantizmin izlerini taşıyan Minimalizm, tanımlandığı dönemde nesneler, sanat ve yaşam tarzları üstünde metafizik duyguların ayrılmasını savunmuştur (Asil, 2019, s.31).

Minimalizm; sanatta, mimarlıkta ve pek çok başka alanlarda da devamlı yenilenerek değişik şekillerde ortaya çıkan, kimi zaman zayıflasa da tekrarlanan, dönemin teknolojik imkanlarına, sosyo-politik yapısına ve inanışlarına bağlı olarak farklılaşmasına rağmen bir devamlılığı olan uzun soluklu, stiller üstü bir tavır, felsefe

olmuştur (Islakoğlu, 2006, s.7). Bir çok alanda kendini gösteren Minimalizm Akımı tüm alanlarda incelenmeyecek olup, tez konusu olan Grafik Tasarım ve Sosyal Medya konu başlıkları üzerinden incelenecektir.

2.3.Minimalizm Akımının Tarihçesi

1913 yılında beyaz bir zemin üzerine siyah bir kare yerleştiren Rus sanatçı Kazimir Maleviç, resmin belli nesneleri gösterme, temsil etme uğraşına tümüyle sırtını dönerek salt kendiliğinde anlam bulan bir sanatsal anlayışın öncülüğünü yapmıştır. Maleviç böylece sanatı temsil olgusunun ideolojik işlevinden ayırmış, işlevselliğinden arındırmış; ama bir yandan da bu yaklaşımıyla Tatlin ve Rodçenko gibi Rus Konstrüktivistlerinin biçimle işlevi özdeşleştiren ideolojik yaklaşımından ayrılmıştır (Antmen, 2018, s.181).



Görsel 9. “Siyah Kare”, Kazimir Malevich, 1915.

Minimalist sanatçı Dan Flavin, "Tatlin için Anıt" isimli eserini sergilediği zaman, hem Tatlin'e hem de Maleviç'e selam göndermektedir. Eser, floresan ışıklarıyla oluşturulmuş bir düzenlemedir. Flavin nesnelere hiçbir müdahalede bulunmamış, sadece belirli bir düzen içerisinde bir araya getirmiştir. Eser, görünüşte bir şeyi temsil etmemekte ve vermek istediği bir mesaj bulunmamaktadır. Yalnızca

vardır. Bu bağlamda Minimalistler için sanatın anlamı, ‘ne görüyorsan odur’; ötesi bulunmamaktadır (Antmen, 2018, s.181).

“Minimalizm” terimi 1960’larda, New York’ta Amerikalı sanatçıların yaptıkları geometrik soyutlama çalışmaları ile ortaya çıkan yeni bir stildir. Bu Amerikalı sanatçılar; Frank Stella, Donald Judd, Robert Morris, Carl Andre ve Dan. Flavin’dir. Richard Wollheim tarafından “İçeriği en aza indirgenmiş” sanat için kullanılan minimal terimi, giderek üç boyutlu yapıtlar, heykeller için kullanılmıştır (Marcos, J.R.’den aktaran Irmak, C. H., 2002, s.19). 1965 yılında Richard Wollheim, tüm dillerde popüler olan “Minimal Art” başlığını kullanmadan önce makalelerde ve sanat dergilerinde, ABC Art, Negative Art, Specific Object ve Primary Structures gibi kelimeler yer almaktaydı. Wollheim “minimal” kelimesini kullanarak bu sanat dalına meyilli olan Carl Andre, Donald Judd ve Robert Morris gibi kişileride bu hareketin içine sokmuştur. Minimal Art kelimesi de bu sanatçıları birbirine bağlayan ortak bir ünvan olmuştur (Irmak, 2002, s.19).

2.4.Sanatta Minimalizm

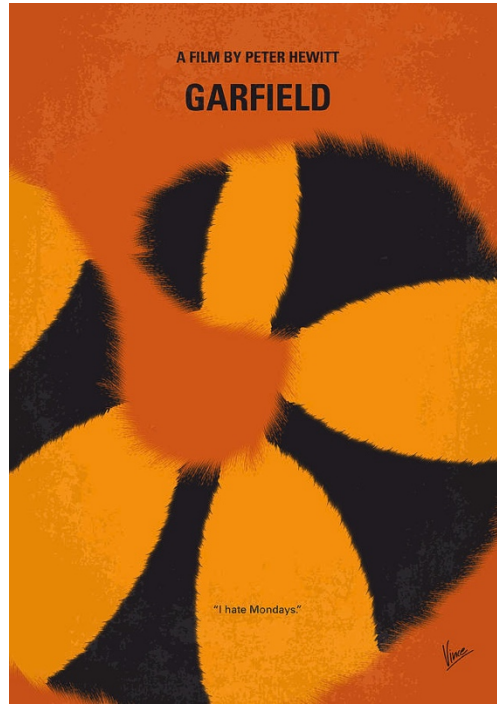
Minimalizm kelimesini bir sanat terimi olarak ilk kullanan Richard Wolheim’dir; terimi, “içeriği en aza indirgenmiş sanat” anlamında kullanır. Eserin üreticisi olarak sanatçının eserde kendi izini silmesi, temsilin en aza indirilmesi, izleyenin eserdeki yalınlık karşısında önce şaşırıp sonra anlam arayışlarına girmesi, izleyiciyi başrol oyuncusu haline getirir. Sonuçta amaç, bir anlatıcının ve (görünürde) bir anlatının olmaması ve eserin yalnızca izleyici deneyimiyle kendini tamamlamasıdır. İzleyici bu deneyimle karşısındaki nesneyi kendi hayal gücü ve kavrama yetisiyle hafızasına yerleştirir ve onu deneyimleyerek (an be an) kendisini hatırlar/kurar/tesis eder. Minimalist sanatçı, esere katılımını bu şekilde en aza indirerek, kendi varlığından vazgeçer. Eserde izleyici fail olarak kendini görür ve seyreder (Babadağ, 2016).

Sanatta Minimalizm; bir düşünceyi en az sayıda grafik tasarım elemanlarına indirgeme yaparak vurgulamak şeklinde anlatılabilir. Kendisi dışındaki hiçbir deneyimi sembolize etmez, sembollere önem vermez. Fiziksel mekan ve gerçek malzeme anlayışı, Minimal Sanatın çıkış noktasıdır. Nötr bir estetik zevki temsil etmektedir. Görsel sanat çalışmalarında, geometik formlara önem vererek şekilleri basite indirgeme olgusunu önemli bulmaktadır (Islakoğlu, 2006, s.7).

Bu gelişmelerden sonra, Minimal Sanat'ın ortak karakteristikleri oluşmaya başlamıştır. Bunlar şu şekilde özetlenebilir;

- Soyutlama
- Maddesel Geometri
- Sadelik
- Monokromatizm
- Tekrar

Minimal sanat, yapılan sanat eserinin en az sayıda görsel elemanlar ile oluşturulmasını sağlamıştır. (Irmak, 2002, s.20).



Görsel 10. Garfield Poster

Görsel 10’da görüldüğü gibi posterde oldukça az ve öz renk kullanımı, soyutlama ve dokusal özellik kullanılmıştır. Çoğu alıcı bu tasarımın Garfield’a ait olduğunu renk çağrışımından ve dokusal özelliğinden algılayacaktır. Minimalizm akımı kapsamında oluşturulan tasarımlar estetik açıdan birçok öğeden arındırılmış, sade bir görünüme kavuşturulmaya çalışılmıştır. Genel olarak bakıldığında geleneksel estetik normların oluşturduğu standarda göre minimalist obje fazlasıyla küçük ve basit olarak görülür, sanatın geleneksel olarak tanımlandığı parametrelere uymaz. Üretimi özel bir sanatsal yetenek ya da basit bir ustalık bile gerektirmiyor gibidir (Arargüç, 2016, s.95).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GRAFİK TASARIM

3.1.Grafik Tasarım Nedir?

Görsel bir iletişim sanatı olan Grafik Tasarımın birinci işlevi, bir mesajı iletmek veya bir ürün / hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarım terimi 20. Yüzyılda metal kalıplara oyma işlemi yaparak yazılan, çizilen ve daha sonra çoğaltmak üzere basılan görsel materyaller için kullanılmıştır. Yıllar sonra teknoloji geliştikçe, yalnızca basılı materyaller değil; videolarla ekrana yansıtılan ve bilgisayar yardımıyla üretilen görseller de grafik tasarım kapsamına girmiş ve bu terimin anlamı oldukça geniş bir alana yayılmıştır (Becer, 2011, s.33).

Grafik Tasarım, anlatılmak istenen mesajı görsel iletişim yoluyla hedef kitleye duyurma işlevini estetiksel tarzda yapmaktadır. Tüm kitleler arasında, ortak bir iletişim dili oluşturmak için çok önemli bir işlevi olan Grafik Tasarım, çok büyük insan kitlelerinin yaşamında varlık gösterir. Bu sebeple dünyada var olan iletişim ağlarının içinde, vazgeçilmez bir konuma ulaşmıştır (Erdal, 2006, s.47).



Görsel 11. Grafik Tasarım

Grafik tasarım tanımlamalarının arasında en ilgi çekici tanım Jessica Helfand'ın tanımıdır. Helfand grafik tasarımın yalnızca ahenk ile dengeyi, renk ile ışığı, form ve

içeriği harmanlayan görsel bir dil olmadığını aynı zamanda kendine ait sembollere sahip, kültürel referansları önemseyen, idraksel yargıları olan ve göze hitap eden bir üsluba sahip olduğunu belirtmiştir (Postrel'den Aktaran Yücel A., 2014, s.9).

Grafik tasarımcı görsel iletişim oluşturmak için sözcük ve görüntüleri bir araya getiren kişidir. Bu bir araya getirilen görüntü ve sözcükler izleyicinin çözebileceği ve algılayabileceği bir şekilde sunulur. Grafik tasarımcı tonlama ve kontrastı, renk ve tipografiyi, tasarım ilkelerindeki özellikleri kullanarak etkili tasarım oluşturmak için kullanır. (Yıldırım, 2019, s.50-51).

Grafik tasarım, bir fikri iletme için; ikna edici, özendirici, tanımlayıcı, bilgilendirici gibi bir çok amaçla oluşturulabilir. Bunun yanında tasarımcı doğru iletişim kanallarını oluşturabilmek için yenilikleri yakından takip ederek hitap etmek istediği kitlenin kültürel özelliklerini doğru belirlemelidir. Buna bağlı olarak yaşadığı dönemin estetik, sanatsal söylemleri içerisinde bir tutum benimseyerek değişen koşullara ayak uydurmalı ve tasarımın gereksinimine cevap verebilmelidir. Bu nedenle güncel olanı, döneminin sanat fikirlerini kendi süzgecinden geçirerek bunu tasarımlarına yansıtır (Ekiz ve Kaya, 2018, s.24). Bulunulan dönemin kültürel ve toplumsal değişimleri, trendleri, geçmişten gelen etkileri ve teknolojik gelişmeler ile grafik tasarım dönem dönem stil değişikliği göstermiştir.



Görsel 12. Geçmişten Günümüze Tüm Grafik Tasarım Stilleri

3.2.Grafik Tasarım Tarihi

Konuşma eyleminden önce var olan görme eylemi, insanların dünyayı algılamasının en önemli yoludur. Çocuk doğduktan sonra kendini ifade etmesine çok zaman olduğu için etrafı görmeyi öğrenir (Berger, 2017, s.1). İnsanoğlu her şeyden önce dünyayı anlamlandırmaya çalışır. Var olduğu zamandan itibaren devamlı bir iletişim ve kendini anlatma çabasındadır. Grafik tasarımın tarihi çok eskiye dayanmaktadır. Eski zamandaki insanlar hayatta kalmak için avlanarak yiyecek bulmak zorundaydı. İnsanların avlanma anında hayvanı gördüğünde, aklında beliren ilk şey hayvanın grafik işaret olmasıydı. Bu grafik tasarımın 30.000 yıldır varlığını sürdürmesini ifade etmektedir. Matbaanın hızla gelişerek varlığını devam ettirmesinden sonra, sürekli olarak kabul gören konu haline gelmiştir. Grafik tasarımın geçmişi belirli başlı olayların aksine, çok daha uzundur (Stranger'den aktaran, Arıkan, A., 2008, s.9).



Görsel 13. En Eski Mağara Resmi

Milattan önce 14 binli yıllarda mağara duvarlarına yapılan resimler zamanın iletişim dilini yansıtmaktadır. Grafik tasarım ve tasarımcının kökenleri, hissettiklerini, korkularını, mesaj ve beklentilerini çizimlerle anlatmaya çalışan ilkel insana kadar uzanır. Bu iletişim boyutunu keşfeden insan, sembolik yapıyı keşfetmiş, bu yapının gösterdiğinden daha çok şey ifade edebildiğini öğrenmiştir. Çağrışım ilişkisinden yararlanarak, doğal bir güdüyle düşüncelerini ifade edebilecek işaret ve semboller

yaratmıştır. İnsanoğlu uzun yıllar resimyazı veya kavram yazı olarak bilinen iletişim şeklini kullanmıştır. Okuma ve yazma yapabilen kişilerin değeri, bu zor iletişim şekli sayesinde artmıştır. Sembol ve işaretleri iletişim kurmak için kullanabilmek ve kağıda dökülebilmek, teknik bir bilgi birikiminden çok felsefi bir bakış açısını da gerektirmekteydi. Mısır uygarlığındaki katiplere verilen özel ayrıcalık, değer ve toplumun saygınlığı dönemin en güzel örneklerindendir (Uçar, 2004, s.92.).

Sanat tarihi, güney Fransa'daki mağaralarda veya kuzey Amerika'nın yerli kültürlerinde köken almıştır (Gombrich, 1997, s.55).

Eski çağlardan itibaren insanoğlu duygularını, fikirlerini ve hayatlarını anlatabilmek için daimi şekiller araştırmışlardır. Bu şekiller öncelikle basit resimler olmuştur, sonra sembolik biçimlere evrilmiş ve sonunda günümüz harf sistemine ulaşmışlardır. Buzul Devrinden itibaren insanlar mağara duvarlarına veya taşlara kazıyarak, daha sonra yaptığı şekilleri boyayarak grafik sanatının ilk örneklerini oluşturmuşlardır (Kınık, 2008, s.23).

Yazı ortaya çıkmadan önce, insanlar birbirleriyle simgeler üzerinden iletişimini sağlamaktaydı. Bu simgelere piktogram adı verilmekteydi. Piktogramların grafiksel çizim karakterlerine sahip oldukları görülmekte olup, insanoğlunun yazıya geçmeden önceki süreçlerinde kullanmış olduğu grafiksel anlatım türü konumunda varlık sürdürmüştür. Yazının bulunmasından sonra grafik tasarım ana hatları daha da belirginleşmiştir (Özmen, 2006, s. 43 - 44).

Mezopotamya uygarlığının kurucuları olan Sümerler ilk yazı sistemini geliştiren toplumdur. Sümer dilinin kökeni tam olarak bilinmemektedir. Ama IV. Uruk döneminde bulunduğu sanılan “Çivi Yazısı” insanlık tarihinin dönüm noktalarından biri olarak kabul edilmektedir. Çivi yazısının gelişimindeki ilk basamak, piktogramlardır. Piktogramlar, bir kavram ya da sözcüğü temsil eden ve resim özelliği taşıyan simgelerdir. Bunlar önce tablet haline getirilmiş ıslak kil yüzeyine “stylus”

Adı verilen kamışlar ile çiziliyor, daha sonra bu kil kurutularak veya fırınlarda pişirilerek kalıcı hale getiriliyordu. İ.Ö. 2500 yıllarında geliştirilen üçgen uçlu stylus'larla kil yüzeyine bastırılarak elde edilen imgeler, daha soyut bir işaretleme sistemi oluşturdular. Böylelikle resme dayalı piktogramlar da çivi yazısı adı verilen soyut simgelere dönüştü (Becer, 2011, s.85).



Görsel 14. Piktogram Örnekleri

Tarihsel devirler değiştikçe resimle ifadenin yerini birtakım işaretler almış ve “‘Hiyeroglif’” denilen bir yazı şekli meydana gelmiştir (Çetin’den Aktaran Tepecik A., 1994, s.10).



Görsel 15. Taş Duvara Oyulmuş Bir Hiyeroglif

Yazılar; anlatılmak istenen ifadenin sembole dönüştürölüp, görselleştirilmiş haliydi. Yıllar sonra insanlar anlatmak istedikleri mesajları daha geniş kitlelere yayabilmek için seri üretime gereksinim duymuşlardır. Bu sayede, iletişim tarihinde önemli bir yere sahip olan ilk baskı uygulamaları, Kil malzemesiyle veya taşla oyularak Sümerler tarafından başlatıldığı bilinmektedir (Arıcan, 2012, s.18).



Görsel 16. Kil Tablet Örneği

Sembolik yazı türünden işaret sistemine dönüşüm gösteren yazı, yıllar içinde basit bir görünüme ulaşmış oldu. Yazının basit bir görünüme ulaşması ile bilinirlik arttı. Fenike alfabesinin bulunmasıyla bilinirlik hız kazandı kazandı. Fenike alfabesiyle birlikte yazının popülerliği tüm insanlar arasında hızlı bir şekilde yayıldı. 1450’de Johannes Gutenberg’in farklı bir anlayışla hazırladığı baskı sistemi, insanoğlunun gelişiminde önemli rol oynadı. Artık baskı ve çoğaltma çok daha kolay bir hale gelmiş, ancak diğer bir taraftan, sistem teknikleşerek karmaşıklaşmıştı (Uçar, 2004, s.92).

Kağıt eski Mısır’da bulunmuştur. İnsanlar ince papirüs adı verilen bitkinin yapraklarını yan yana dizerek işleme başlamıştır. Daha sonra yaprakları ağırlık altına getirerek bekletme işlemi yapılmış ve parlatılmıştır. Böylelikle parlatılan bitkinin üzerine hiyeroglif yazıları işlenmiştir (Tepecik, 2002, s. 19). Yunanlar Fenike alfabesine a,e,i,o,u gibi sesli harfler eklediler, yazıya geometrik bir uyum ve estetik bir

kalite kazandırdılar. Harfler aynı satır çizgisi üzerine yerleştirildi ve yazı yönü bugün kullandığımız gibi, soldan sağa doğru çevrildi. İ.Ö. 190 yıllarında papirüse bir alternatif oluşturmak amacıyla parşömen adı verilen ve hayvan derilerinden yapılan yazı yüzeyleri kullanılmaya başlandı (Becer, 2011, s.90).

15.yy'da müteharrik tip baskı makinası icat edildiğinde grafik sanatlar dünyasında her şey baştan sona değişti. Matbaanın keşfi bilim dünyasında yepyeni bir devrim yarattı. Resimler, yazılar hızla çoğaltılmaya başlandı. 15. ve 17. Yüzyıllar arasında tarama teknikleri gelişti. Bunun sonucunda, ton farklılıklarını gösteren ayrıntılı baskıların çoğalmasına olanak sağlanmıştır. 18. yüzyılın sonlarında litografi diğer bir adı ile taş baskı tekniğinin bulunmuş olması, grafik tasarımın ilerlemesinde etkili bir yol oynamıştır. Litografi tekniği sayesinde, eserin çok sayıda kopyalarını üretmek mümkün olmuştur. (Teker, 2009, s. 70 - 71)



Görsel 17. Litografi Hazırlık Aşaması

Johannes Gutenberg'in matbaası insanların metinden, sanattan ve minimalist tasarımdan çok büyük ölçekte tasarımlar yaratmasını sağladı. Firmalar bundan yola çıkarak görsel tasarım kimliklerini nasıl büyüteceklerini ve bunun kullanımıyla nasıl satış yapacaklarını öğrenmeye başladılar (Spiro, 2022).

19.yy'da Sanayi Devrimiyle birlikte sanat alanında kökten değişmeler olmuştur. Sanatçılar, teknolojik olanakların sınırsızlığı zorlaması ve endüstriyel tasarımın önemli bir konuma gelmesiyle birlikte yön değiştirmeye başlamışlar ve sanatı insanların günlük yaşamlarında bir yol gösterici olarak görmeye başlamışlardır. Örneğin toplumsal faaliyetlerle afişler, kitaplar, gazeteler, endüstriyel faaliyetlerde, tanıtım etiketleri kutu, şişe, poşet ev, araba, mobilya tasarımı, bu dönemden başlamak üzere grafik tasarım da iletişim medyalarına paralel olarak, her geçen gün daha büyük oranda insan yaşamında yer almaya başlamıştır (Tepecik, 1994, s.12).

Endüstri devriminin yarattığı sosyal kargaşada olduğu gibi, grafik tasarımda üretilen yapıt, içinde doğduğu dönemin özelliklerine göre şekillenebilir. Bundan dolayı, grafik tasarımın tarihsel serüveni, dönemsel olaylar ve olgularla doğrudan ilintilidir. Endüstri Devrimi, Birinci Dünya Savaşı, Sovyet Devrimi, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kuruluşu, İkinci Dünya Savaşı ve Amerikan Liberalizmi gibi küçük büyük birçok farklı gelişmelerin sosyal yansımaları, var olduğu toplumun diğer sanat alanlarında olduğu gibi ama özellikle de grafik sanatlarda etkili olmuştur (Arıkan, 2009, s.12).

Tüm bu anlatılan gelişmelerden itibaren geleneksellik yıkılmış, sanatçılar farklı arayışlar içine girmiştir. Fotoğrafın buluşundan sonra litografi ve fotoğrafçılık teknolojisinin gelişmesi insanların birbirinden haber almasını beraberinde getirmiştir. Grafik tasarım Art Nouveau ve Arts and Crafts gibi akımlarla kitlelerin hayatında daha çok var olmaya başlamıştır (Arıkan, 2012, s.19). Tüm tarihsel kökenler ve hareketler, dönemin estetik anlayışını yansıtmaktaydı. Bugünün grafik tasarımı, bu değişmelerden güç alarak varlığını sürdürmektedir.

Les Chats (Görsel 18), modern anlamda ilk afiş tasarımı olarak kabul edilebilir (Köksal ve Aluç, 2022, s.669).



Görsel 18. Edouard Manet - Les Chats 1868

Günümüzde teknolojinin daha çok gelişmesiyle birlikte grafik tasarım daha erişilebilir, etkileyici ve interaktif hale gelmiştir. Geleneksel kâğıt kalem yöntemleri dijital ortama aktarılmış, bilgisayar yazılımları sayesinde daha etkileyici görsel içerikler oluşturulabilir hale gelmiştir. Görsel algı, dijital medya ve grafik tasarımın yaygınlık kazanmasıyla birlikte daha çok önem kazanmıştır. İnsanlar hızlı tüketilen, popüler kültür haline gelmiş içerikler çok göz önüne geldiği için görsel açıdan doğru ve etkileyici olanı daha çabuk fark ederler.

3.3.Grafik Tasarım Alanları Nelerdir?

1. Kurumsal Kimlik Tasarımı (Logo, Antetli Kağıt, Zarf, Fatura, Kartvizit, Dosya ve Magnet, Kalem, Bardak gibi Promosyon Ürünleri),
2. Kutu ve Ambalaj Tasarımları,
3. Dijital Medya Tasarımları (Web Sitesi, Post Tasarımları, E-Posta Pazarlama Tasarımları),
4. Stant Tasarımları,

5. 3D Tasarım,
6. Hareketli Tasarım,
7. Tipografi ve Font Tasarımı,
8. Film / Animasyon Grafikleri, İllüstrasyonlar ve Karikatürler,
9. Afiş, Billboard, Pano, Tabela Tasarımları,
10. Reklam ve Pazarlama Tasarımları,
11. Yayın Tasarımları (Kitap, Dergi ve Gazete gibi yayınlar),
12. Kullanıcı Arayüzü (UI) ve Kullanıcı Deneyimi (UX) Tasarımı,
13. Serigrafi,
14. Gravür, Klişe, Trio.

Grafik tasarımın kullanım alanları çok daha geniştir. Tüm belirtilen maddeler belirli bir amaç için görsel iletişim araçlarını kullanıp, hedef kitleye ulaşmayı amaçlar.

3.4. Grafik Tasarım Alanından Örnekler



Görsel 19. Kurumsal Kimlik Çalışması



Görsel 20. Ambalaj Tasarımı



Görsel 21. 3D Tasarım



Görsel 22. Billboard Tasarımı



Görsel 23. Typography Portrait



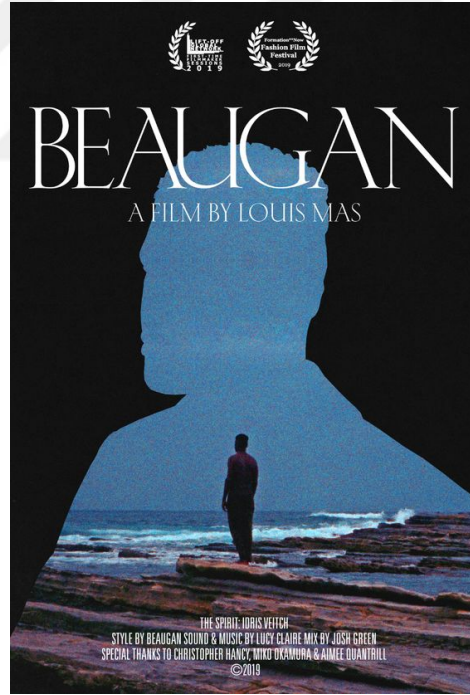
Görsel 24. ‘‘Kim Kime’’ İllüstrasyon / Nuri Sezer



Görsel 25. Nescafé Reklamı



Görsel 26. İllüstras-Yön Dergi Kapağı / Nuri Sezer



Görsel 27. Beaugan Film Afişi



Görsel 28. Serigrafi Yapım Aşaması

3.5. Grafik Tasarım İlkeleri

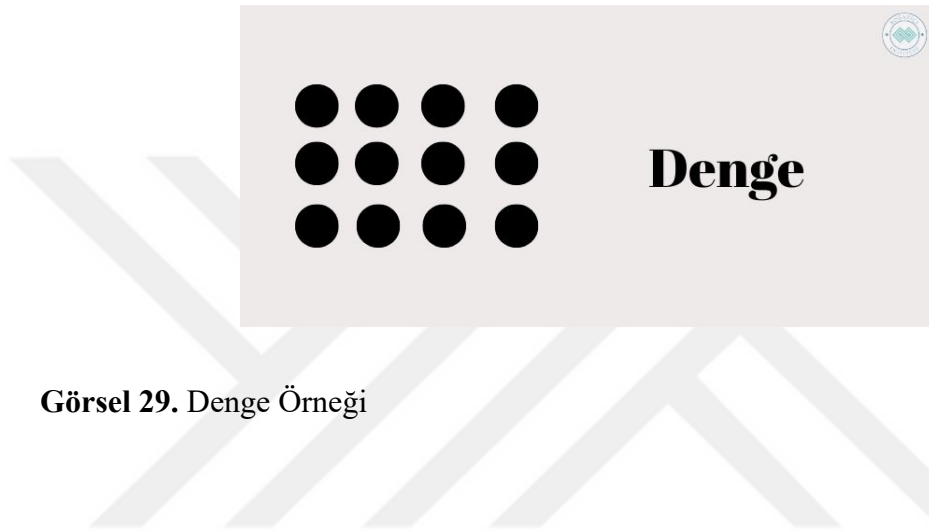
Tasarımcının tasarımları oluştururken dikkat etmesi gereken kurallar vardır. Tasarımcılar bu kurallara uyduğu ve grafik tasarım ilkelerini etkili bir şekilde tasarımlarında kullandığı takdirde estetik açıdan etkileyici ve işlevsel tasarımlar oluşturabilirler (Özmen, 2006, s.80).

Tasarımcı tasarımını oluştururken, etkili bir şekilde grafik tasarım ilkelerini kullanmaya başlar. İlkelerin oransal olarak yeterli kullanılmaması tasarımın yapısını bozarak tasarım etkisini kaybedebilir. Bu nedenle grafik tasarım ilkeleri, kompozisyonda eşit oranda olacak şekilde ve aşırıya kaçmadan kullanılmalıdır (Yılmaz, 2018, s.20).

Tasarım ilkelerini anlamak ve uygulamak grafik tasarımın temellerini oluşturmakta, aynı zamanda müşterilere güçlü bir izlenim bırakmak açısından önem arz etmektedir (Rawal'dan aktaran Danacıoğlu, 2023, s.15).

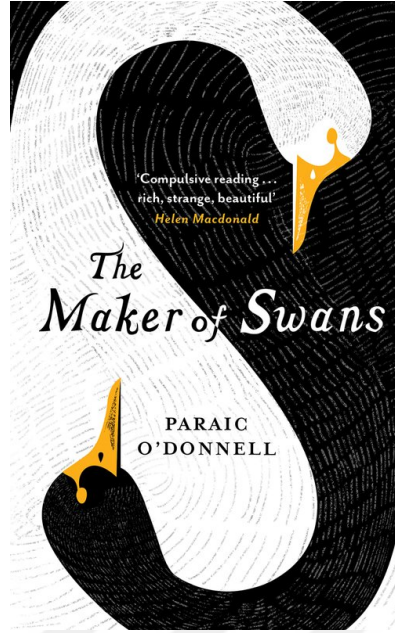
3.5.1. Denge

Denge, aynı ya da farklı nesneler arasındaki uyumlu ilişkidir. Denge, görüntü alanı içindeki görsel estetik öğelerin, nesnelerin ya da olayların birbirine tartacak şekilde düzenlenmesidir. Dengeyi sağlamanın en iyi yolu elemanları optik bir noktada gruplamaktır. Daha küçük ve okunaksız elemanlarla büyük ve parlak olanlar arasında dengeli bir bütün oluşturulmalıdır (Tuncay, Uğur ve Özsoy, 2017, s.128-129).



Görsel 29. Denge Örneği

Bir tasarımda denge yaratabilmek için renk, değer, doku, yön ve ölçü gibi teknikler kullanılabilir. Her görsel elemanın, tasarım yüzeyinde bir ağırlığı bulunmaktadır. Bu elemanların birbiri ile olan doğru ilişkileri neticesinde ise denge unsurundan söz edilebilir. Denge, yalnızca simetrinin kurulması ile sağlanabilecek bir durum değildir, büyük küçük ilişkisi ya da renk vasıtasıyla tasarımda denge sağlanabilir (Kürşad, 2020, s.219).

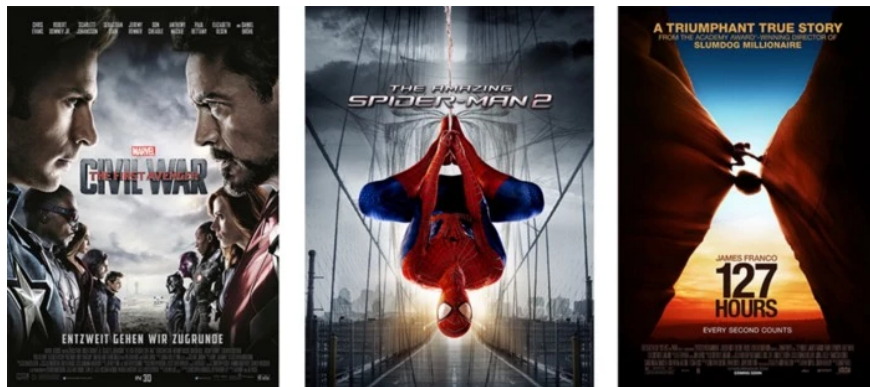


Görsel 30. Afişte Denge Örneği

Grafik tasarım ilkesi olan denge, simetrik ve asimetrik olarak ikiye ayrılır.

3.5.1.1.Simetrik Denge

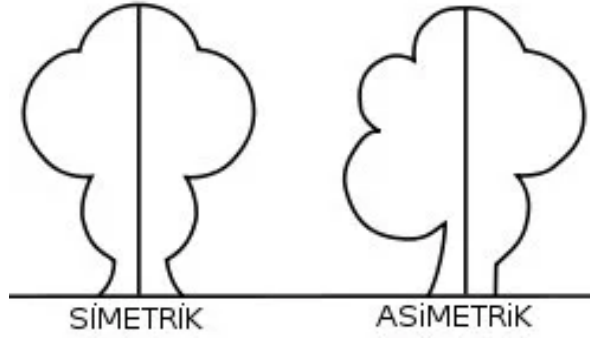
Simetri sözcüğünün iki anlamı vardır. Simetri denildiğinde ilk olarak; iyi orantılanmış ve dengelenmiş parçaların oluşturduğu genel bir yapı akla gelir. Diğer taraftan, hayali bir çizgi ya da düzlemle ayrılmış iki yönlü biçim benzerliği de simetri olarak tanımlanır (Becer, 2011, s.65).



Görsel 31. Afişte Simetrik Denge Örnekleri

3.5.1.2. Asimetrik Denge

Modernist akımlar asimetriyi, birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel unsurlar arasında dinamik bir denge ya da düzen sağlayan bir kavram olarak ele alıp kullanmışlardır (Becer, 2011, s.66).



Görsel 32. Simetrik / Asimetrik Denge

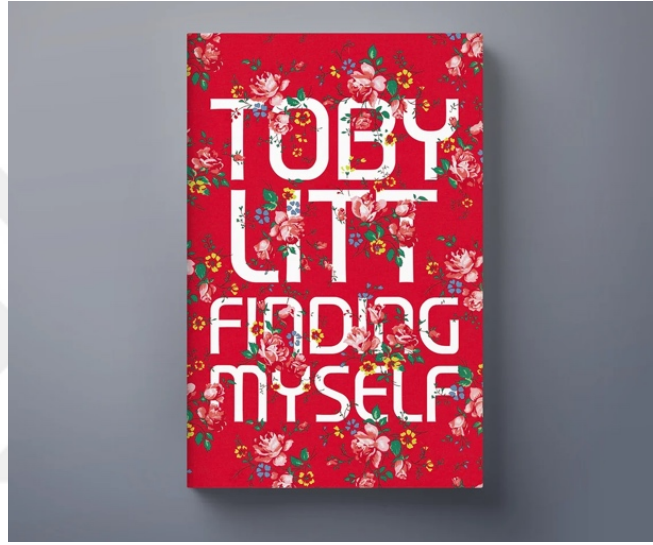
Görsel 32’de görüldüğü gibi Asimetrik denge daha dinamik ve gerilimli bir görünüm elde etmek için kullanılır. Modernizm, hareket, enerji ve canlılık duygularını çağırıştırır (Tasarımda Denge, 2020). Tasarımı dinamikleştiren asimetrik denge ile, odak noktaları belirlenir ve kişileri tasarımın içine çekerek etkileyici bir görsel deneyim sunar.



Görsel 33. Afişte Asimetrik Denge Örnekleri

3.5.2. Uyum (Harmoni)

Uyum, tasarımda yer alan farklı öğeler arasındaki duygusal anlaşmadır. Bu, etkili ve tutarlı bir görsel ifade ortaya koymak üzere birbirlerini desteklemelerine varabilecek ölçüde olabilir. Uyum göze hoş gelir ve iyi bir tasarımın göstergesidir. Genelde pek fark edilmez, tıpkı şu deyişte vurgulandığı gibi, “İyi tasarım hiç bir zaman fark edilmez, sadece kötü tasarım göze çarpar.”(Ambrose ve Harris, 2013, s.120). Uyum ve Harmoni bir tasarımın dengeli, estetik ve göze hoş gelmesini sağlar. Tasarımın etkisini artırarak, alıcıyı beğenme arzuna teşvik eder.



Görsel 34. “Finding Myself” Kitap Kapağı

Oran, renk, biçim, ton, hareket, yön, zıtlık gibi elemanların birbiri ile meydana getirdikleri uyumlu bir bütünlüktür (Ocakoglu, 2010, s.50).



Görsel 35. Adele Poster

3.5.3. Tekrar

Tasarım içerisinde yer alan unsurların (tipografi, imaj, şekil, vektör, figür vb.) birebir aynı şekilde olması fakat farklı aralık ve yönde kullanılması tekrarı oluşturur (Kaplan, 2015, s.28).



Görsel 36. “The Versions of Us” Kitap Kapağı

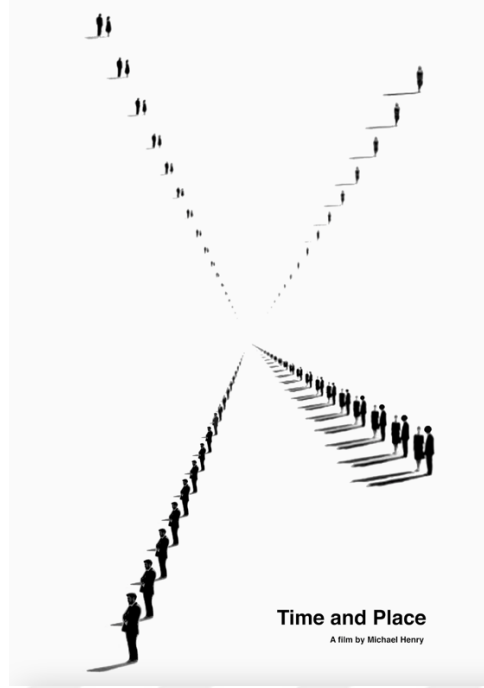
3.5.4. Hareket/Ritim

Hareket aynı zamanda izleyicinin gözlerinin sanat eseri boyunca hareket etme biçimini de ifade eder ki bu hareket, yetenekli bir sanatçı tarafından kontrol edilebilir. İnsan gözü, doğal olarak geometrik şekillere kayar ve sanatçı insandaki bu eğilime hitap eden bir sanat eseri üretebilir (Grzymkowski, 2019, s.120). Müzik alanında olduğu gibi görsel tasarımlarla da ritim oluşturulabilir. Ritmi oluşturan temel kavramlar tekrar ve çeşitlilik olarak tanımlanır. Tasarımda oluşturulan tekrarlar, tüm elemanların ayrı ayrı bir bütün olmasına fırsat verir (Arıcan, 2012, s.35).



Görsel 37. Çizgilerin Ritmi

Doğru oluşturulan ritim, tasarımın görsel çekiciliğini artırır. Hedef kitlelere düzen, uyum ve akıcılık duygusu sunmakla birlikte tasarımın algılanabilirliğini yükseltir. Örneğin bir afiş tasarımında tekrarlanan elemanlar veya web sitesinde belirlenen düzenli aralıklar ritim oluşturabilir.

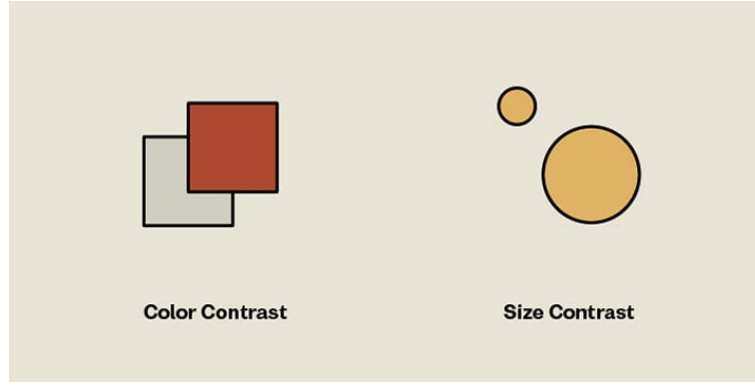


Görsel 38. “Time and Place” Film Afişi.

3.5.5. Karşıtlık/Kontrast/Zıtlık

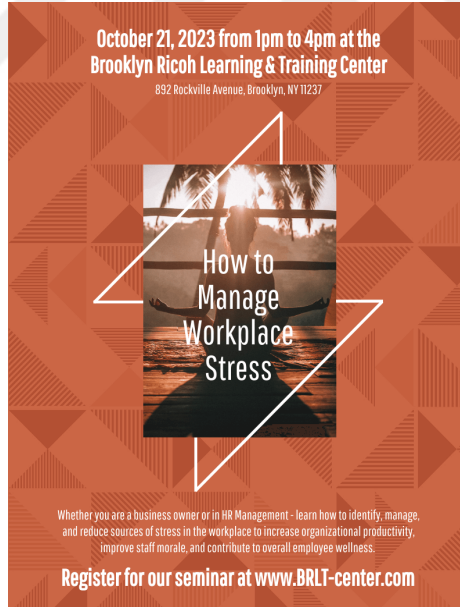
Zıtlık, bir kompozisyonda elemanlar içindeki net olarak görünen farklılıklardır. Zıtlık hiyerarşi oluşturmayı, verilmek istenen mesajı iletmeyi ve görselin akılda kalıcılığını sağlar. Küçük ve büyük, parlak ve mat, süslü ve sade gibi farklı elementlerin bir araya getirilmesi tasarımda zıtlık yaratabilir.

Karşıtlık, zıtlık ile benzer bir elemandır. Tek farkları iki veya daha fazla elemanlar içindeki net olarak görünen farklılıkları ifade etmektedir. Karşıtlık yalnızca görsel tasarım ile sınırlı değildir. Tasarımın fikirleri içerisinde de kontrast yaratabilmek mümkündür. Tasarımcının vermek istediği mesajın gücünü artırıp, tasarımı ilgi çekici hale getirir.



Görsel 39. Zıtlık Örnekleri

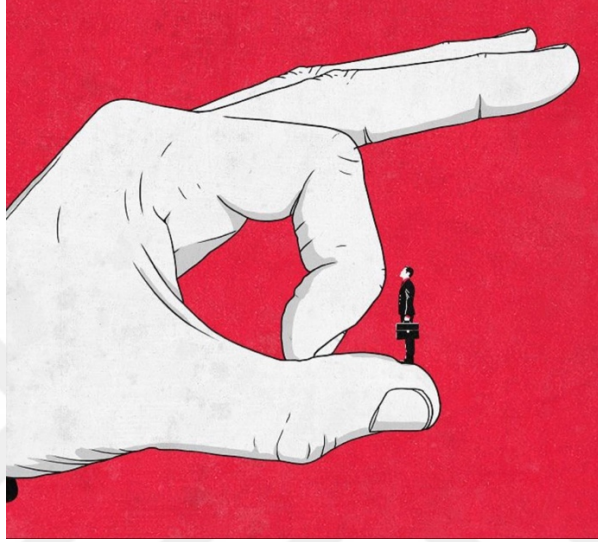
Bir sanatçı, tasarımında etkili ifadeler oluşturabilmek için kontrastı bir çok farklı biçimde kullanabilir. Bu biçimler elemanların konumu ve tasarımdaki elemanların cinslerinin zıtlığıdır. Sanatçı aynı zamanda kontrastı kullanarak kişinin bakışını istediği yere çekebilir. (Grzymkowski, 2019, s.123).



Görsel 40. Kontrast Arka Plan Örneği

3.5.6. Oran/Orantı

Bütünün parçaları ve parçaların birbirleri ile boyutsal ve konumsal açıdan karşılaştırmalı ilişkileri orantı olarak tanımlanabilir (Arıkan, 2008, s.18). Tasarımcı, tasarımı tekdüzelikten korumak için görsel unsurlar arasında, dengeli ilişkiler kurulmalıdır (Arıcan, 2012, s.35).



Görsel 41. Oran-Orantı Örneği

Görsel 41’de büyük bir el ilgimizi çeken ilk eleman olarak karşımıza çıkmaktadır. Kırmızı arka plan ile desteklenmiş olması, izleyicinin tasarımı kolayca ayırt edip el görseline yoğunlaşmasını istediğindendir.

Tasarım yüzeyinde fotoğraf, resim veya font kullanırken bazen oran ve orantı ilkesine dikkat edilmemektedir. Eğer özel bir amacı yoksa düzenlemede kullanılan fotoğraf, resim ya da font unsurlarının orijinal oranlarında oynama yapılmamalıdır (Arıkan, 2009, s.47).



GRAFİK TASARIM



GRAFİK TASARIM

Görsel 42. Doğru ve Yanlış Oran-Orantı Örneği

3.5.7. Hiyerarşi

Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirilmesi anlamına gelir. Bazı tasarımlarda fotoğraf ya da illüstrasyon büyük boyutlarda kullanılarak vurgulayıcı unsur haline dönüştürülür, kimi tasarımda ise tipografi, hatta bazen de beyaz boşluk ön plana çıkarılır. Tasarımcı, görsel hiyerarşi yoluyla okuyucunun gözünü tasarım üzerinde yönlendirebilme olanağını bulur (Becer, 2011, s. 69-70).

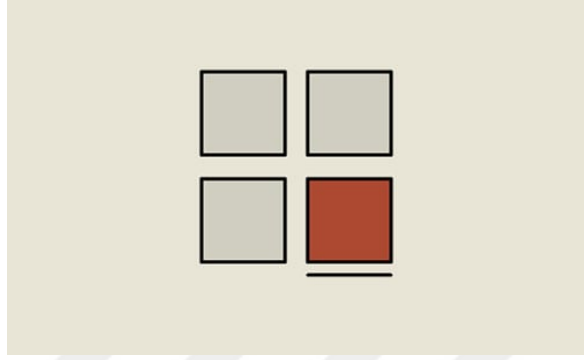


Görsel 43. Hiyerarşi Afiş Örneği

Tasarımda bilgilerin işleme sırası, etkileşime girme durumu görsel hiyerarşi ilkesinden etkilenir. Tasarım stillerini ve estetik görünümü görsel olarak olumlu yönde etkiler. Görsel hiyerarşide yakınlık, hizalama, doku, kontrast, renk, konumlandırma, boyut, tekrarlama dikkat edilmesi gereken hususlardır (Danacıoğlu, 2023, s.15).

3.5.8. Vurgu (Baskınlık)

Vurgulama; bir tasarımda ön plana çıkarılmak istenen elemanı, arka planda bırakılmak istenen elemanlardan ayırt etmek için, grafik tasarım elemanlarından destek alınmalıdır. (Erdal, 2006, s. 56 – 57). Etkili unsur dikkati çekerek hedef kitlenin tasarımı çözümlemesini sağlayabilir (Arıkan, 2008, s.19).



Görsel 44. Vurgu Örneği

Görsel 44’de görüldüğü gibi en önemli öge farklı bir renk kullanılarak vurgulanmıştır. Böylelikle bu kompozisyondaki en önemli ögenin kırmızı renkteki kare olduğu anlaşılmaktadır.



Görsel 45. Vurgu Afiş Örneği

Tasarımcı, hangi görsel unsuru (başlık, metin, illüstrasyon, fotoğraf) vurgulaması gerektiğine önceden karar vermeli, bu kararı verdikten sonra da, her unsur üzerinde farklı vurgulama yöntemleri (boyut büyütme, kalınlaştırma, koyu ton ya da canlı renk kullanımı, değişik kompozisyonlar vb.) denemelidir (Becer, 2011, s.74).

3.6. Grafik Tasarım Elemanları

Tasarım elemanları tüm görsel sanatlar alanı için geçerlidir. Bazı kaynaklarda “tasarım öge” si olarak da vurgulanabilmektedir. Bazı elemanlar eklenip çıkarılabilir ancak, genel olarak tasarım elemanları çizgi, ton/değer, renk, doku, biçim (form) – şekil, ölçü, yön şeklinde gruplandırılmıştır (Arıkan, 2008, s.11). Grafik tasarım elemanları iletişim gücünü ve etkinliğini vurgular. İyi ve doğru bir tasarım, izleyicilere açık ve doğru bir şekilde mesajı iletebilir ve hedefe ulaşmaya yardımcı olabilir.

Grafik tasarım sürecinde tasarımcı çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü yön gibi tasarım elemanlarını tasarım ilkeleri kurallarına uyarak bir bütün halinde kullanır. Buradan yola çıkarak tasarımcının grafik tasarım ilkelerine sağdik kalıp, tasarım elemanlarıyla oluşturduğu görsel düzenlemeye tasarımın kompozisyonu diyebiliriz (Yalçın, 2019, s.13).

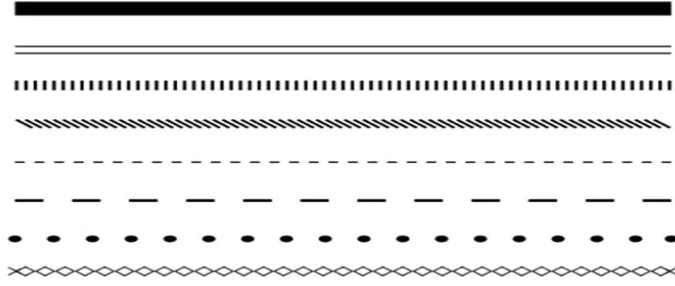
3.6.1. Çizgi

Grafik tasarımın en temel elemanı çizgilerdir. Çizgi iki nokta arasına çizilen uzunluk olarak bilinir. Çizgi iki nokta arasındaki uzunluk olarak tanımlansa da, tasarımcının bu iki noktayı birçok farklı yoldan birleştirebilir. Çizgi oluşumu tamamen sanatçının hayal gücüne ve kompozisyon konusunun gidişatına bağlıdır (Grzymkowski, 2019, s.116).

Çizgiler farklı türlerde de karşımıza çıkmaktadır. Bir çizginin farklı türlerde kullanılması kompozisyonun etkisini değiştirebilme gücüne sahiptir. Kesik çizgiler göz tarafından algılanmayı, kıvrımlı veya eğik bir şekilde kullanılmış çizgiler hareket duygusunu ve keskin, kalın, düz çizgiler resmi ve statik bir etki bırakabilir. Bir kompozisyonda kullanılan çizgilerin türlerini doğru ayarlamak, tasarım sonucunda

dengeli ve uyumlu bir görsel yaratabilir. Tasarımda doğru bir şekilde kullanılan çizgiler, tasarım anlamını güçlendirerek kişilerle iletişime geçebilir.

Tasarım üzerinde harekete ihtiyaç duyulduğunda çizgiler kullanılır. Birçok özelliği bulunan çizgiler yatay kullanıldığı tasarımlarda durgunluk, eğik çizgilerin kullanıldığı tasarımlar ise estetik açıdan zenginleşir. Çizgilerin nasıl karakterize edildiği kişilerin duygu farklılığı yaşamasına olanak sağlayabilir (Onursoy, 2003, s.77).



Görsel 46. Çizgi Örnekleri

3.6.2. Renk

Grafik tasarımda renk, tasarımda anlatılmak istenen mesajı ve duyguyu güçlendirdiği için çok önemli bir elemandır. Tasarımda doğru renk seçimi, tasarımın duygusal etkisini güçlendireceği gibi, algısal olguyu da etkileyecektir.

Grafik tasarımcı renk seçiminde şu dört unsuru dikkate almalıdır (Becer, 2011, s. 60):

- Rengin kültürel çağrışımı,
- Hedef kitlenin renk tercihi,
- Firma ya da ürünün karakteri ve kişiliği,
- Tasarımdaki yaklaşım biçimi.



Görsel 47. Renk

Renk kullanımı, tasarımın duygusal etkisi, marka kimliği oluşturma, dikkat çekme, okunabilirlik ve rekabet avantajı sağlama gibi birçok önemli faktörü etkileyerek tasarımın başarısını belirginleştiren kritik bir unsurdur. Renk, grafik tasarımın temel bir ögesi, dikkat çekmek için kullanılacak bir araçtır. İzleyiciye yol gösterir, yönlendirir ve sunulan bilgiye karşı nasıl tepki vermesi gerektiği konusunda bilgilendirir (Ambrose ve Harris, 2013, s.11).



Görsel 48. Renk Afiş Örneği

Kimi renklerin izleyicide belli ruh halleri ve duygular uyandırdığı yaygın bir kanıdır. Bu minvalde renkler soğuk renkler ve sıcak renkler diye ikiye ayrılabilir (Grzymkowski, 2019, s.11):

- Soğuk renkler genellikle mavi, yeşil ve griyi içerir ve bu renklerin izleyiciyi dinlendirdiğine inanılır.
- Buna karşın kırmızı, sarı ve kahverengi gibi sıcak renkler hareketi ima eder ve izleyiciyi harekete geçirir.

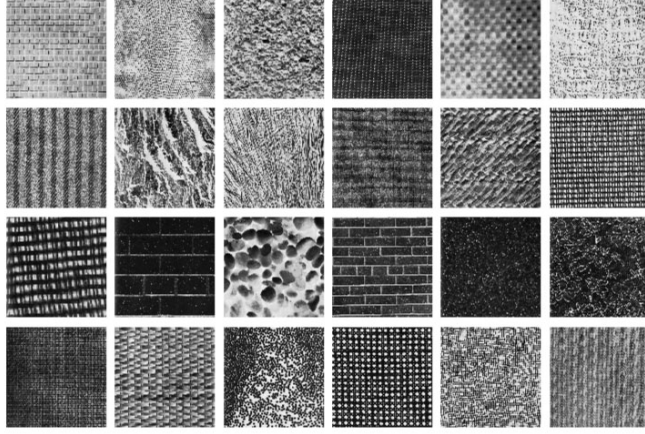
3.6.3. Doku

Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı bir biçimsel bir düzen oluşturulmuşsa orada bir dokunun varlığından söz edilmelidir. Grafik tasarımcı dokuları, kullandığı objeler ve düzlemlerde oluşturabildiği gibi özel üretilmiş kağıtların dokularından da yararlanabilir (Ketenci ve Bilgili, 2006, s.282).

Tasarımlarda farklı dokuların kullanılması, tasarımın monotonluğunu bitireceği gibi tasarımın hissedilmesini sağlayacaktır. Görsel derinlik ve gerçeklik hissi vermek amacıyla da kullanılan dokular, tasarımın estetiğini artırabilir. Grafik tasarımcının vazgeçilmez malzemesi olan kağıtlar da farklı dokularda üretilirler. Sert ve düz, sert ve grenli, yumuşak ve düz, yumuşak ve grenli vb. dokularda üretilen birçok kağıt türü bulunmaktadır. Tasarım yüzeyinde kullanılan dokular, optik ya da fiziksel olarak duyguları yönlendirici bir işleve sahiptir (Becer, 2011, s.61-62).

Yapılarına Göre Dokular (Pektaş, 2022, s.27):

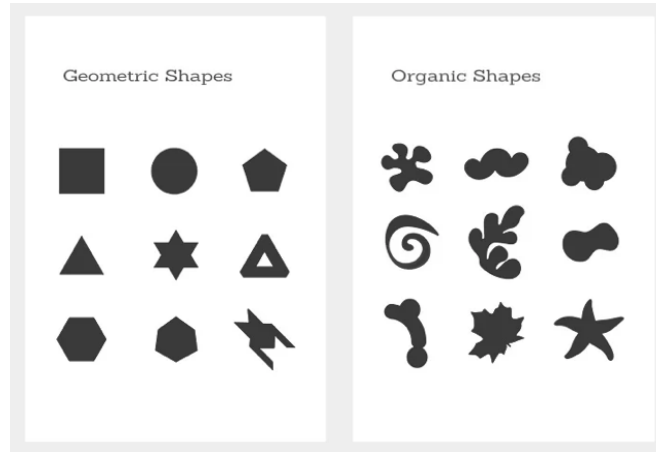
- Doğal doku, işlevsellikle ilgilidir ve dış yapıyla iç yapı arasında uyum vardır. Doğadaki dokulardır. Kaya, ağaç kabuğu, yaprak, tahta, balık, portakal, kozalak, deri vb.
- Yapay Doku, birim eleman sistemleri ile matematiksel düzenlerle oluşturulur. Tuğla, beton, demir, kağıt, kumaş, cam vb.



Görsel 49. Doku Örnekleri

3.6.4. Şekil

Şekil, bir nesnenin sınırlarını belirleyen görsel bir elemandır. Bir cismin dış çizgileri, yüzeyi ve iç dolgusu şekilleri oluşturur. Şekiller geometrik ve organik olabilir. Geometrik şekiller üçgen, daire, altıgen vb. olduğu gibi organik şekiller ise daha serbest formlara sahip cisimlerdir. Şekillerin biçimi, konumu, boyutu, rengi tasarımın dengesini ve uyumunu belirleyen bir konuma sahiptir. Tasarımın görsel etkisi ve algılanabilirliği şekillere verilecek farklı niteliklere bağlıdır. Örneğin bir şeklin kompozisyonda büyük bir yer kaplaması, o şeklin odak noktası olmasına olanak sağlar.



Görsel 50. Geometrik /Organik Şekiller

Doğadaki her nesnenin, geometrik bir formu vardır. Geometrik forma sahip olmayan nesneler ise serbest şekillere sahiptir. Çizgilerin karakteristik özellikleri (yumuşak, yuvarlak, keskin) nesnelerin niteliğini ön plana çıkarır. Biçim çizginin kompozisyondaki diğer elemanlar ve renklerle ilişkisi sonucu oluşur. Bir biçimi birçok kişinin anlayabileceği şekilde tertipleme sanatçının, yapması gereken bir işlemdir (Erdal, 2006, s.46).



Görsel 51. “Girls for Girls” Sinem Erkas

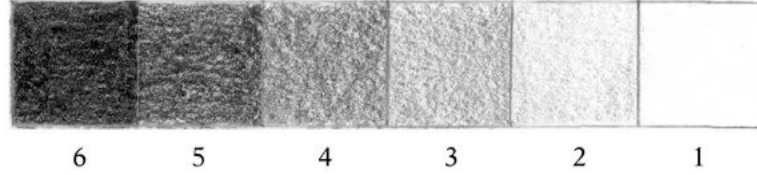
3.6.5. Ton/Değer

Tasarım yüzeyleri üzerinde en fazla izlenen tonlar; grinin çeşitlendirmeleri ve siyahtır. Gri tonlar genellikle görsel imgenin yarımton reproduksiyon tekniğiyle tramlanması yöntemiyle elde edilmektedir. Ton ve çizgi; tasarımda kontrast oluşturan elemanlardır (Becer, 2011, s.57).



Görsel 52. Ton Örneği

Bir tasarımda ton değerlerini kullanmak tasarımın derinlik, boyut ve vurgu kazanmasına yardımcı olur. Görsel ilgiyi artırır ve tasarımın algılanmasına olanak sağlar. Işığın bir nesnenin üzerindeki etkisi ve derinliği ton değeri ile belirlenir (Görsel 52).



Görsel 53. Ton Çubuğu

3.6.6. Yön

Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareketi oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür (Becer, 2011, s.62). Bir tasarım yüzeyi üzerinde bulunan çizgisel, tipografik ve görsel unsurların yönü önemlidir. Örneğin bir gazete haberinde yer alan insan fotoğrafı, ilgili habere doğru bakmalıdır. Ya da tasarım yüzeyinde hareket eden unsurların önündeki boşluk arkasındaki boşluktan daha fazla olmalıdır (Erdal, 2006, s.74). Grafik tasarımda yön bir tasarımdaki görsel elemanların izleyiciyi nasıl yönlendirdiğini ifade eder. Verilen mesajı izleyiciye hissettirmek, harekete geçirmek ve iletişimi sağlamak için gerekli bir elemandır.



Görsel 54. Yön Örneği

- Dikey çizgiler bir denge, uyanıklık ve resmiyet atmosferi oluşturur.
- Yatay çizgiler barışı, istikrarı ve huzuru ifade eder.
- Eğik çizgiler ise hareketi ve eylemi çağırır (Lasquite, 2015).

3.6.7. Ölçü

Bir grafik tasarım ürünü, daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların biraraya gelmesiyle oluşur. Ölçüler büyüdükçe etkileycilik ve algılanırlık da artar (Becer, 2011, s.62).

3.7. Grafik Tasarımda Minimalizm

Grafik tasarım pratikleri çok geniş bir alana yayılmaktadır. Bu pratiklerin neredeyse hepsi birbiri ile ilişki içerisindedir. Kitap kapak tasarımları, iç dizaynları, dergi, afişler, ilanlar, kurumsal kimlik çalışmaları ve daha birçok hayatın her anında karşımıza gelen bir alanı kapsamaktadır. Minimalizm uygulanan grafik tasarımlarda daha yalın ve öz bir anlatım ile az öğe kullanımı ve tasarımın amacını ön plana çıkaran bir üslup kazandırılmıştır. Minimalizm tasarımlarında asıl amaç anlatılan mesajdır. Süsleme ve karışık öğelerin kullanımı asla yoktur. Tipografik açıdan da asla gereksiz yazıya ve bilgiye yer verilmez. Anlatılmak istenen mesaj izleyici tarafından bakıldığı anda algılanmalıdır.

Minimalizm sanatçıları tekrarın ve simetrisinin ön planda olduğu genel bütünlüğe önem vermişler ve Gestaltvari tasarımı sanat eserlerinde uygulamışlardır (Antmen, 2009, s.182).

1960'da ABD'de başlayan Minimalizm akımının sanatçıları, mekan ve nesne ilişkisini ön plana çıkararak, tasarımlarında sadelik ve yalınlığı kullanmışlardır. Günümüzde Minimalizm akımının etkileri hala devam ettiği gibi dijitalleşme ile artarak her alana yayılmıştır. Minimalizm, görsel sanatlarda da sık sık karşımıza çıkmaktadır. Sanatçılar vermek istediği mesajı daha etkili bir biçimde ifade etmek için Minimalizme ihtiyaçları vardır. (Bürge, 2020, s.275).

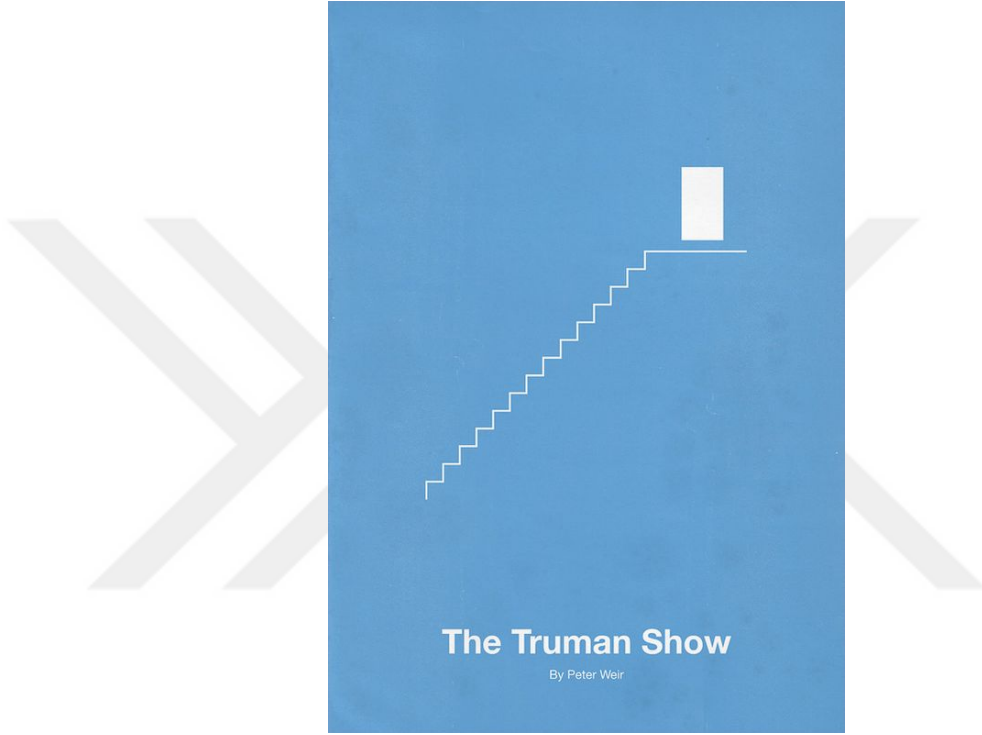
Minimalizm grafik tasarımının temel unsurları (Minimal Grafik Tasarım, 2022);

- Bol miktarda negatif alana sahip basit, temiz tasarım,
- Amaca yönelik unsurlar,
- Daha az renk,
- Denge,
- Basit tipografi,
- Büyüleyici görüntülerdir.



Görsel 55. “Música Para Ver” Afişi

Afiş (Görsel 55), az sayıda öge kullanılarak oluşturulan, verilmek istenen mesajı açıkça ifade bir tasarımıdır. Göz ve piyano unsurları oldukça stilize edilmiş ama bir o kadar da indirgemeci tavır ile oluşturulmuştur. Minimalizm etkisindeki afişlerde renk paleti sınırlı olduğundan örnek afişte de (Görsel 55), tek renk kullanılmıştır. İzleyiciye daha fazla yorum alanı bırakılan afiş kişilerin mesajı kendi deneyimleriyle ilişkilendirmesine olanak tanır.



Görsel 56. “The Truman Show” Film Afişi

Tasarımda kalabalığa karşı olan Minimalizmde amaç, verilmek istenen mesajı en sade, minimal ve indirgenmiş şekilde alıcıya iletmektir. Oluşturulan tasarım karmaşıklık yaratmaz, alıcı tarafından anlaşılması kolay bir üslup oluşturmayı sağlar. Minimalizm akımı doğrultusunda oluşturulan tasarımlar estetiksel bir haz verir. Çünkü kişinin hedefi algısından tamamlanmasına olanak sağlanır. Bu nedenle kişi tasarımı tamamen algıladıktan ve anladıktan sonra tasarımda bulunan az unsurların, önemi ve güzelliği daha belirgin hale gelir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GRAFİK TASARIM İLKELERİ VE ELEMANLARININ SOSYAL MEDYADAKİ ROLÜNÜN İNCELENMESİ

4.1.Başarılı Sosyal Medya Grafik Tasarım Örnekleri ve Analizler



Görsel 57. 1 Mayıs Post Tasarımı (Pulsar)

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarımda tüm elemanların yerleşimi dengeli ve hizalıdır. Minimal renk paleti hakimdir. Beyaz boşluk kullanımı oldukça yeterlidir. Vurgulanmak istenen eleman “1 Mayıs” ve “Kutlu Olsun” yazılarıdır. Yırtık kağıt efekti, tasarıma derinlik ve dokusallık katmıştır. Bu efekt izleyicide dokunsal ve gerçekçi bir his uyandırmaya yardımcı olmaktadır.

Tasarım gereksiz detaylardan uzak, dengeli, Minimalizm ışığında oluşturulmuş etkileyici bir tasarımdır. Elemanların yerleşiminden, kullanılan fontlara tüm detaylarıyla anlatılmak istenen mesaj açıkça verilmektedir.



Görsel 58. Ramazan Tabağı Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Basit ama bir o kadar da anlatmak istenen mesaja yönelik bir tasarım fikri ile karşımıza çıkan Ramazan Tabağı post tasarımı, çok basit ve temiz bir tasarımdır. Tasarımda eleman fazlalığına son vererek, post tasarımına güzel bir bakış açısı getiren tasarımda verilecek olan yiyecek ve içecekler yalın bir şekilde anlatılmış, çizgi unsuru (oklarla) kullanılarak detaylandırılmıştır.

Arka planda kullanılan desensel doku, tasarıma ramazan algısını vermeyi amaçlamıştır. Kullanılan görseller, yazı tipleri seçimi ve tüm kullanılan renkler; tasarımı ilgi çekici hale getirmektedir. Tasarımın düzeni, gözün kolayca takip edebilmesini sağlamasından dolayı, elemanların yerleştirilmesi oldukça dengeli ve uyum içerisindedir.



Görsel 59. Milka Çikolatası Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Oldukça sade ve yalın oluşturulan tasarım, minimalizm ilkelerine uygundur. Verilmek istenen mesaj oldukça net bir şekilde izleyiciye aktarılmıştır. Tasarımda kalp unsuru gölge ile vurgulanmıştır. Logonun yeri, kullanılan renk paletinin marka ile uyumu, unsurların yerleştirilmesi, hizası, tasarım arka planının doku ile desteklenmesi, sadeliğin ve boşluk kullanımının ön planda olması tüm unsurların kendi arasında oluşturduğu uyumu ifade etmektedir.

Görselin odak noktasını belirginleştirmek için tercih edilen beyaz arka plan, kalp şeklinin daha net bir şekilde ön plana çıkmasına yardımcı olmuştur. Yazılmış olan slogan ve kullanılan görsel elemanlar bir araya geldiğinde, romantik bir hava ile etkileyici bir görsel oluşturulmuştur.



Görsel 60. Regaip Kandili Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarımda yoğun olarak mavi renginin kullanılması, Regaip Kandili'nin manevi atmosferini yansıtmak için kullanılmıştır.

Görsel unsurların tümünün yerleştirilmesi, yazı tipi seçimi, ölçüleri izleyiciye etkileyici bir atmosfer sunar. Kullanılan ay ışığının odanın içine yansması gerçekçiliği artırdığı gibi, noktasal olarak gözüken yıldızlar da estetik bir kompozisyon oluşturur.

Tüm görsel unsurlar hiyerarşik bir düzen ve uyum içerisindedir. Dik bir çizgi halinde tüm öğeler izleyiciye sunulmuştur. Bu simetrik denger de, izleyicinin tasarımı kolay algılaması ve içeriğe uygun bir atmosfere girmesine olanak sağlanmıştır. Yazı ve logo rengi arka plandan kolay ayırt edilebilmesi için ve kontrast yaratması için beyaz renktedir.

Bu tasarım da azaltılmış görsel öğeler minimalizmin temel maddelerinden biri olan sadelik maddesini yansıtır. Mesaj sade ve net bir şekilde izleyiciye verilmek istenmiştir.



Görsel 61. Maden Suyu Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Maden suyu post tasarımı, maden sularının yan yana ve dengeli bir şekilde dizilmesi ile görsel tekrara dayalı bir kompozisyon olarak oluşturulmuştur. En ön katmana buz görünümlü doku eklenmesi görsel açıdan dikkat çekici bir görünüm sunar. Soğuk çağrışımını yapan buz dokusu ile gerçekçilik artmıştır. Maden suyunu serinleten ve ferahlatan bir içecek olduğunu vurgular. Maden suyu şişesinin büyük bir oran ile karşımıza çıkması, odak noktasının bu unsur olması istenmesi olabilir.

Kullanılan yeşil rengin, marka kimliği ile aynı olması, marka kimliğini güçlendirmek için tercih edilmiş olabilir. Böylelikle tek renk ile bir bütün oluşturulmuş, uyum ve hiyerarşik düzen içerisinde tasarım izleyiciye sunulmuştur.



Görsel 62. Muzun Faydaları Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarımda vurgu yapılmış ilk görsel unsur, muz fotoğrafıdır. İzleyici ilk olarak muz fotoğrafına odaklanır. Daha sonra çizgi elemanı ile desteklenmiş, uçları muz renginde olan minik noktalara göz takibi yaparak anlatılmak istenen mesaja kolaylıkla yönlendirmektedir. İzleyicilerin gözlerini bilgilendirici içeriğe kolaylıkla ulaştırmak için kullanılan oklar birbirine simetrik.

Kompozisyondaki renk paleti, uyumlu tonlarda kullanıldığı için tasarımın genel estetiğini ve uyumunu belirlemiştir. Dolayısıyla tasarım minimal şekilde oluşturulduğu ve gereksiz detaylara yer verilmemesinden dolayı anlatılmak istenen mesaja izleyiciyi kolayca ulaştırmaktadır.



Görsel 63. Ketçap Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarım ketçap şişesi şekline benzetilen domatesin yaratıcı ve minimal kullanımıyla gözler önüne serilmektedir. Kullanılan arka plan rengi ile domates rengi uyum içerisinde. Görselin düzeni minimal ve basittir. Ana eleman olan ketçap görseli, tek vurgu yapılmış elemandır. Çok net bir şekilde marka imajını yansıtan Heinz, yazmış olduğu açıklama ile izleyicilere çoğu kişinin kullandığı ketçabın, doğallığına vurgu yapmak istemiştir.

Arka planın kırmızı olması sebebiyle beyaz renk ile yazılmış yazılar kontrast yaratmış, izleyicinin yazıyı daha okunaklı bir şekilde görmesine olanak sağlamıştır. Ayrıca kesilen domates parçaları asimetrik bir şekilde tekrara dayalıdır. Ana elemanın ketçap olmasından dolayı sağ alt bölgeye verilen gölge ile tasarım gerçekçi kılınmış, etkiyi artırmıştır.

Görsel açıdan çekici bir tasarım elde edilmiştir. İlke ve elemanların etkili bir şekilde tasarıma iletilmiş olması, izleyicilerin ilgisini çekmiş, mesajın net olarak vurgulanmasına olanak sağlamıştır.



Görsel 64. Tıkla Gelsin Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarımda ilk dikkat ettiğimiz ilke, hareket ilkesidir. Hamburgerin geliş yönü ve hızını anlatan çizgileri, izleyicinin dikkatini çekmek için akıcı bir yol oluşturur. Denge, vurgu ve oran orantı ilkelerinin de kullanıldığı tasarımda asıl anlatılmak istenen, hızlıca uygulamadan karşımıza gelen hamburgeri izleyiciye anlatmaktır. Hareket ilkesi ile hız vurgulanmıştır. Hamburgerin büyük ve hızlı bir şekilde gelmesi ise izleyiciye bir eylem çağrısı yapar. Ürünü satın alması için teşvik etme niteliğindedir.

Verilmek istenen mesaj oldukça sade ve anlaşılırdır. Tasarımda kullanılan renk paletinin uyumu, logo ile bütün oluşturduğundan tasarım uyumlu gözükmektedir. Genel olarak logolar, yazılar ve en önemli şekil sayılan hamburger sola hizalanmıştır.

4.2.Hatalı Sosyal Medya Grafik Tasarım Örnekleri ve İyileştirme Stratejileri



Görsel 65. Ev Temizliğinde Hediye Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: İlgili post tasarımı gereksiz ayrıntıların bulunması minimalizm ilkelerine karşı bir durumdur. Denge ve hiyerarşik bir düzen yoktur. Bu da izleyicinin odaklanmasını engeller. Tüm görsel unsurlar boşluk kalmayacak şekilde rastgele yerleştirilmiştir. Tasarımın fazla dolu olması sıkışıklık ve karmaşıklık algısı yaratabilir. Beyaz alanın kullanımı ve unsurlarda oran orantıya dikkat edilmemiştir. Vurgu yapılmış bir unsur bulunmamaktadır. Ek olarak bu kadar karışık görümlü bir tasarımın, arka planının düz tercih edilmesi gerekirken hareketli olması görsel olarak yorucudur.

İyileştirme Stratejileri: Eksikleri belirlenen tasarım, vermek istediği hizmeti izleyicilere daha iyi iletmek, estetik oluşturmak ve izleyicileri kafa karışıklığından uzaklaştırmak için birkaç adım izlemesi gerekmektedir.

- Görsel unsurlar düzenli, dengeli ve uyum içinde yerleştirilmelidir,
- Tasarımın önemli bir parçası olan görsel unsurlar dışında gereksiz detaylar ve süslemeler kaldırılmalı, tasarım sadeleşmelidir,
- Ön plana çıkarılmak istenen unsura vurgu yapılmalıdır,
- Beyaz alan kullanımı artırılmalıdır.



Görsel 66. Kurban Bayramı Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarım denge ilkesine uygun olarak oluşturulmamıştır. Minimalizm’de denge çok önemli olduğundan dolayı görsel unsurların rastgele ve dengesiz bir şekilde yerleştirilmiş olması, katmanların birbiriyle uyumsuzluğu, tasarımın hiyerarşik bir düzen içinde algılanmasına karşıdır.

Çoklu görsel unsurların tasarıma yerleştirilmeye çalışılması, logonun orantısız büyüklüğü karmaşa yaratmış olup, minimalizm ilkelerine ters düşer.

İyileştirme Stratejileri: Eksikleri belirlenen tasarım, vermek istediği mesajın izleyicilere daha iyi iletilmesi, görsel hiyerarşinin oluşturulması ve izleyicileri kafa karışıklığından uzaklaştırmak için birkaç adım izlenmesi gerekmektedir.

- Gereksiz görsel unsurlar azaltılmalı,
- Tüm görsel unsurların boyut ve konum faktörleri yeniden düzenlenmeli,
- Tasarımda denge korunmalı,
- Hizalama ve ön plana çıkarılmak istenen unsur vurgulama yapılmalıdır.



Görsel 67. 1 Mayıs Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarım Oran/Orantısı bozularak oluşturmuştur. İzleyiciye yüksek çözünürlükte bir görsel sunulmamıştır. İzleyici birden fazla görsel unsuru zor olarak görebilmektedir (Örneğin yeşil kare ve tasarımın üst bölgesinde bulunan noktalar). Bu sorunlar izleyici için rahatsız edici bir görüntü oluşturabilir. Grafik tasarım ilkeleri ve elemanları açısından uygun bir görsel değildir.

İyileştirme Stratejileri: Eksikleri belirlenen tasarım, vermek istediği mesajın izleyicilere daha iyi iletilmesi, grafik tasarım ilke ve elemanları açısından doğru bir tasarım oluşturmak için birkaç adım izlenmesi gerekmektedir.

- Görsel unsurlara uygun ölçekleme ve oranlama yapılmalıdır,
- Tasarım yüksek çözünürlükte kaydedilmelidir,
- Estetik ve denge korunmalıdır,
- Tasarımda gereksiz detaylardan uzaklaşılmalıdır.



Görsel 68. İftar Menüleri Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarım uyum ilkesine uygun olarak oluşturulmamıştır. Tasarımın en net ikinci özelliği ise renk kontrastına dikkat edilmemiş olmasıdır. Arka planı yoğun bir şekilde gören izleyici, ön katmanlarda var olan yazıları ve fotoğrafları algılamakta zorlanmaktadır. Yazı fontları tasarımın boyutuna göre çok küçük kalmaktadır. Karışık ve uyumsuz görünen tasarım, izleyicinin görsel olarak etkilenmesine olanak sağlayamamaktadır.

İyileştirme Stratejileri: Mesajın izleyicilere daha iyi iletilmesi, görsel açıdan uyum içinde olması için birkaç adım izlenmesi gerekmektedir.

- Arka plandaki şeklin opaklığı düşürülmeli veya tamamen kaldırılmalıdır,
- Yazı fontları uygun seçilmeli ve boyutu artırılmalıdır,
- Tüm görsel unsurlar uyum içinde tasarıma yerleştirilmelidir,
- Yazı fontları okunaklı olmalı ve renk kontrastı yaratacak şekilde düzenlenmelidir.



Görsel 69. Güzellik Merkezi Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarım hiyerarşi ilkesine uygun şekilde tasarlanmamıştır. Emre Becer (2011)'in dediği gibi Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirilmesi anlamına gelir. Fakat örnekteki tasarımda çoğu yazının ölçüsü birbirine çok yakındır. Vurgu yapmak istenen bir görsel unsur bulunmamakta ve tasarımdaki görsel unsurların konumları, bazı yazı fontları uygunsuz gözükmemektedir. Işığın bulunduğu konum yanlıştır. İletişim bilgisi, logo ve fotoğrafın konumları uygunsuzdur. Tasarımdaki karışıklık sebebiyle odaklanma problemi yaşanmaktadır.

İyileştirme Stratejileri: Eksikleri belirlenen tasarım, vermek istediği mesajın izleyicilere daha iyi iletilmesi, hiyerarşik bir düzen içinde olması ve izleyicileri kafa karışıklığından uzaklaştırmak için birkaç adım izlenmesi gerekmektedir.

- Görsel unsurlar hiyerarşik bir düzen içinde ve hizalama yaparak yerleştirilmelidir,
- Denge ilkesine dikkat edilmelidir,
- Beyaz alan kullanımı artırılmalıdır,
- Yazı fontları ve ölçüleri doğru ayarlanmalıdır,
- Gereksiz detaylar tasarımdan kaldırılmalıdır.



Görsel 70. Hediyeelik Ürün Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarımda hediyeelik paketin yamuk şekilde durması, tasarımı denge ilkesinden uzaklaştırıp hareket hissi oluşturmaktadır. Bir tasarımda denge yok ise karmaşıklık hissiyatı var olabilir. Arka planda kullanılan şekiller içerik ile uyumsuzdur. Logonun konumu ve boyutu, tasarımın ölçüsünün doğru olmaması, tasarımdaki vurgunun yok olmasına sebebiyet vermektedir.

İyileştirme Stratejileri: Eksikleri belirlenen tasarım, vermek istediği mesajın izleyicilere daha iyi iletilmesi, marka kimliğine uygun bir tasarım oluşturmak ve izleyicileri kafa karışıklığından uzaklaştırmak için birkaç adım izlenmesi gerekmektedir.

- Ana görsel olan hediye paketinin yönü düzeltilmeli,
- Gereksiz görsel unsurlar azaltılmalı,
- Tasarımın ölçüsü doğru bir şekilde oluşturulmalı,
- Logonun konumu ve boyutu yeniden düzenlenmeli,
- Tasarımda denge korunmalı,
- Hizalama yapılmalıdır.



Görsel 71. Sürücü Kursu Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarımda yer alan metindeki yazım hatası, tipografik açıdan olumsuz bir etki bırakmaktadır ve profesyonel görünümünden uzaklaşmıştır. Tasarımda denge ilkesine dikkat edilmemiş olup, görsel estetik açısından uyumsuzluk vardır. Sağ altta bulunan Facebook sosyal medya logosunun yanında, kullanıcı adı bulunmadığından, logonun eklenmesi fazla bir detay olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarım minimalizm ilkelerinde bulunan sadelikten uzaktır. Alt ve üst bölümlerde dikdörtgen beyaz boşluklar vardır, tasarımın ölçüsü yanlıştır.

İyileştirme Stratejileri: Eksikleri belirlenen tasarım, vermek istediği mesajı hedef kitlesine daha doğru verebilmesi ve profesyonel bir görünüm kazanmak için yapması gereken birkaç adım vardır.

- Tasarımda yer alan yazım hatası düzeltilmelidir,
- Tasarımın ölçüsü, boyutu doğru bir şekilde değiştirilmelidir,
- Gereksiz detaylar kaldırılmalıdır,
- Tasarımda bulunan tüm görsel unsurlar, hiyerarşik bir düzen ve uyum içerisinde yeniden konumlandırılmalıdır.



Görsel 72. Masa Sandalye Post Tasarımı

Tasarım Değerlendirilmesi: Tasarım karışık ve uyumsuzdur. Masa ve sandalye takımı fotoğrafının arka plan ve ön planda tekrarına gerek yoktur. Kullanılan renkler tasarımda kontrast yaratmadığı için geri planda kalmaktadır ve okunma güçlüğü yaşatmaktadır. Logonun ve fotoğrafın üzerindeki ürün açıklama yazılarının hizalaması yoktur. İletişim yazısının çerçevesi çizgiden oluşmaktadır ve gereksiz detaylandırılmıştır. Tasarımda beyaz alan kullanılmamıştır.

İyileştirme Stratejileri: Eksikleri belirlenen tasarım, vermek istediği mesajın izleyicilere daha iyi iletilmesi, görsel açıdan uyum içinde olması ve izleyicileri kafa karışıklığından uzaklaştırmak için birkaç adım izlenmesi gerekmektedir.

- Görsel unsurlar düzenli, hizalı ve uyum içinde yerleştirilmelidir,
- Beyaz alan kullanımı artırılmalıdır,
- Yazı fontları okunaklı olmalı ve renk kontrastı yaratacak şekilde düzenlenmelidir.
- Gereksiz detaylar kaldırılmalıdır.

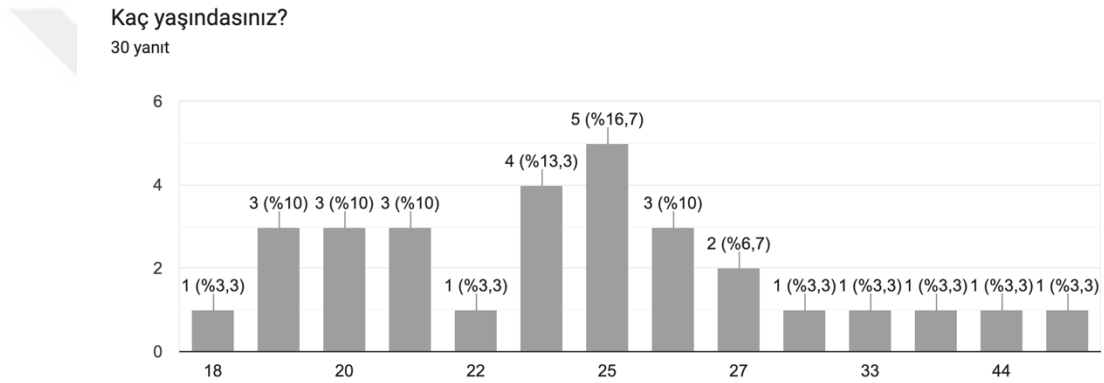
BEŞİNCİ BÖLÜM

ANKET SONUÇLARI VE ANALİZLERİ

5.1.Katılımcı Profili ve Demografik Veriler

Bu çalışmada, 30 katılımcı üzerinden bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket, Google Formlar üzerinden yapılmıştır. Katılımcıların yaş aralığı 18 ile 49 yaş arasında değişkenlik göstermektedir.

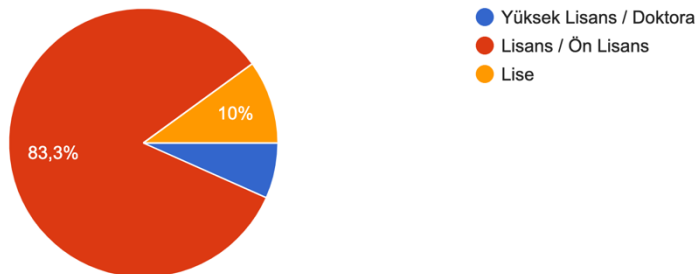
Çalışmaya eklenen grafikler, Google Formlar üzerinden gelen yanıtların direkt kopyasını oluşturmaktadır.



Grafik 1. Anket Katılımcılarının Yaş Dağılımı

Katılımcıların öğrenim durumu %83,3 Lisans / Ön Lisans (25 kişi), %10 Lise (3 kişi), ve %6,7 Yüksek Lisans / Doktora (2 kişi) olarak belirlenmiştir.

Öğrenim durumunuz nedir?
30 yanıt



Grafik 2. Anket Katılımcılarının Öğrenim Durumu Dağılımı

5.2.Anket Soruları

Anket 2 demografik, 8 konu özelinde olmak üzere 10 sorudan oluşmaktadır. Solda bulunan tasarımlar 1.Tasarım olarak ele alınmıştır.

- *Soru 1:* Kaç yaşındasınız?
- *Soru 2:* Öğrenim durumunuz nedir?
- *Soru 3:* Hangi tasarımın renk paleti ve tonlaması daha uyumlu ve dengeli görünmektedir?



Görsel 73. 3. Soru Görseli

- *Soru 4:* Hangi tasarımda elemanların yerleşimi ve boyutları etkili bir biçimde kullanılmıştır?



Görsel 74. 4. Soru Görseli

- *Soru 5: Hangi tasarımda görsel elemanların yerleşimi daha dengeli ve uyumlu görünüyor?*



Görsel 75. 5. Soru Görseli

- *Soru 6: Hangi tasarımın düzeni, sade ve anlaşılır bir algı yaratmaktadır?*



Görsel 76. 6. Soru Görseli

- *Soru 7:* Odaklanma ve yönlendirme açısından hangi tasarım daha başarılıdır?



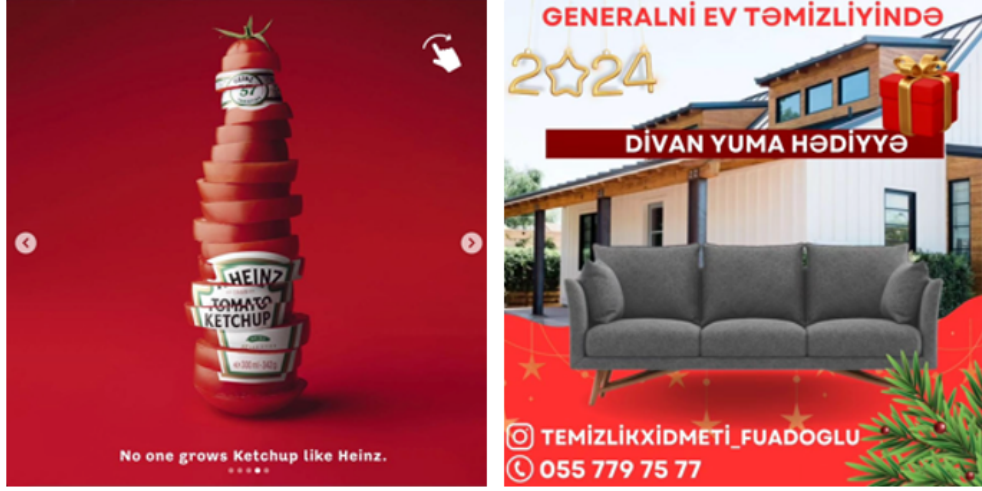
Görsel 77. 7. Soru Görseli

- *Soru 8:* Hangi tasarımda gereksiz detaylar kullanılarak karmaşık bir algı yaratmaktadır?



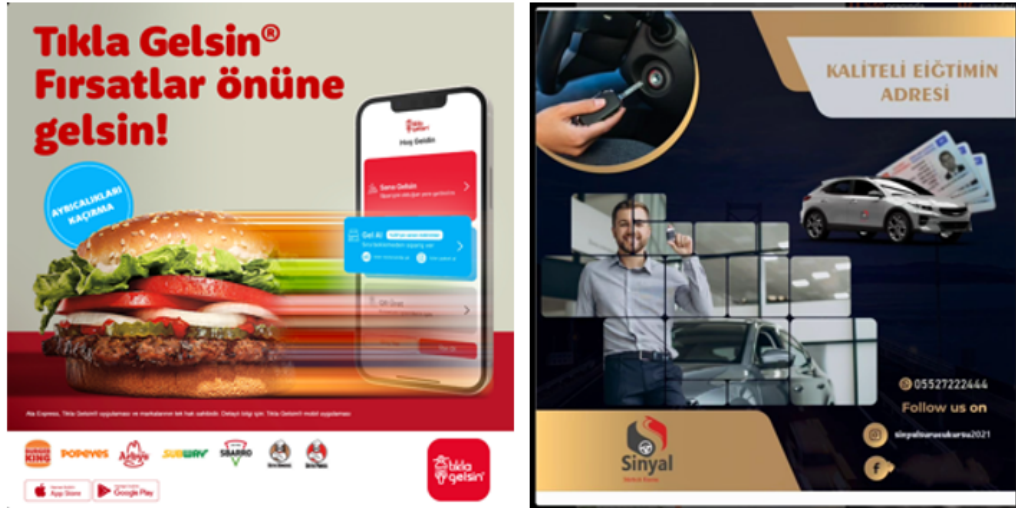
Görsel 78. 8. Soru Görseli

- *Soru 9:* Beyaz alanın kullanımı ve boşlukların düzeni açısından hangi tasarım daha başarılıdır?



Görsel 79. 9. Soru Görseli

- *Soru 10:* Sizce hangi tasarım sektörünü daha doğru ve güçlü bir şekilde temsil ediyor?



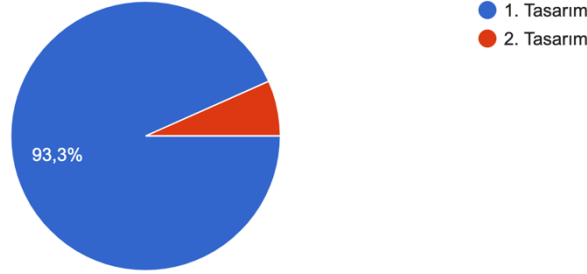
Görsel 80. 10. Soru Görseli

5.3.Anket Cevapları ve Anket Cevaplarının Değerlendirilmesi

5.3.1. Soru 3

Hangi tasarımın renk paleti ve tonlaması daha uyumlu ve dengeli görünmektedir?

30 yanıt



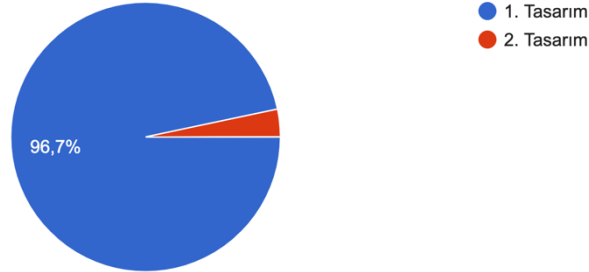
Grafik 3. Soru Cevap Dağılımı 1

Değerlendirilmesi: Tasarımda kullanılan renk paleti, tonlamaların uyumu ve dengesi üzerine oluşturulmuş soruya, katılımcıların %93,3'ü (28 kişi) 1. Tasarım cevabını, %6,7'si (2 kişi) 2. Tasarım cevabını vermiştir. 1. Tasarımda kullanılan renklerin birbiriyle uyumlu, dengeli ve sade bir biçimde tasarıma dağıtılmış olması, tasarımın genel algısını güçlendirmektedir. Renklerin etkileyiciliği ve tonlamaları, fontların kullanımı, elemanların hiyerarşik bir düzen içinde konumlandırılmış olması, katılımcıların 1. Tasarımı seçmesine olanak sağlamıştır. Tasarım katılımcılar üzerinde olumlu bir algı oluşturarak, etkili iletişim sağlamıştır. 2. Tasarımı seçen 2 kişinin öğrenim durumları lise olmakla birlikte yaşları 18 ve 49'dur. 2. Tasarımı seçen kişilerin öğrenim durumlarının aynı olması, yaş aralıklarında farklılık olsa da kişilerin estetik algısında, renk tercih ve deneyimleri gibi birçok faktör tarafından etkilenmiş olabileceklerini göstermektedir.

5.3.2. Soru 4

Hangi tasarımda elemanların yerleşimi ve boyutları etkili bir biçimde kullanılmıştır?

30 yanıt



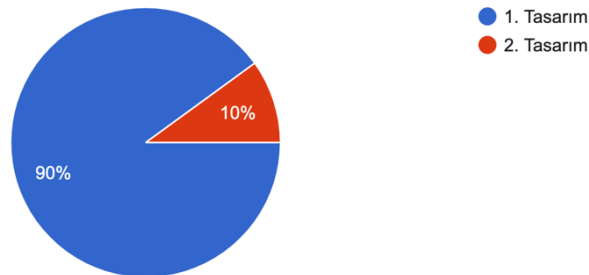
Grafik 4. Soru Cevap Dağılımı 2

Değerlendirilmesi: Elemanların yerleşimi ve boyutlarının etkili bir biçimde kullanılması konusu ile ilgili oluşturulan soruda, katılımcıların %96,7'si (29 kişi) 1. Tasarım cevabını verirken %3,3'ü (1 kişi) 2. Tasarım cevabını vermiştir. Verilen cevaplardan yola çıkılarak, 29 kişinin 1. Tasarımda bulunan elemanların yerleşimini ve boyutlarını başarılı bulduğu gözlemlenmektedir. 2. Tasarımı seçen 1 kişinin öğrenim durumu Lisans / Ön Lisans olmakla birlikte yaşı 25'dir. Kişinin 2.Tasarımı seçmesinin nedeni, farklı estetik tercihleri, dikkat dağınıklığından kaynaklı ve marka bilinirliği olarak değerlendirilebilir.

5.3.3. Soru 5

Hangi tasarımda görsel elemanların yerleşimi daha dengeli ve uyumlu görünüyor?

30 yanıt



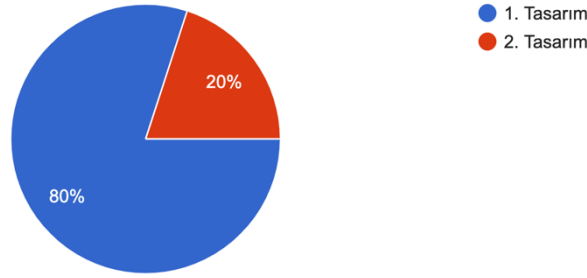
Grafik 5. Soru Cevap Dağılımı 3

Değerlendirilmesi: Konu ile ilgili oluşturulan soruda, katılımcıların %90'ı (27 kişi) 1.Tasarım cevabını verirken, %10'u (3 kişi) ise 2.Tasarım cevabını vermiştir. 1. Tasarımda bulunan görsel elemanların yerleşiminin daha dengeli ve uyumlu olması, tasarımın kolay algılanabilirliğini artırıp, katılımcıların doğru cevabı bulmasına olanak sağlamıştır. 2. Tasarımı seçen 3 kişinin öğrenim durumları Lisans / Ön Lisans olmakla birlikte yaşları 20, 20 ve 19'dur. Kişilerin yaş aralıklarının aynı olması, gençliklerini ve deneyim seviyelerini göz önüne sermektedir. Bu nedenle 2. Tasarımın görsel elemanlarının çapraz bir şekilde yerleştirilmiş olması, tasarımı seçen 3 kişi için yeterli bir sebep olup, denge ve uyumu temsil etmiş olabilir.

5.3.4. Soru 6

Hangi tasarımın düzeni, sade ve anlaşılır bir algı yaratmaktadır?

30 yanıt

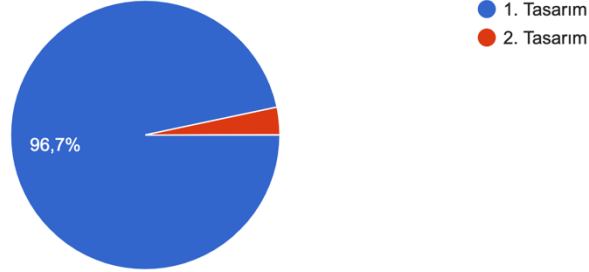


Grafik 6. Soru Cevap Dağılımı 4

Değerlendirilmesi: Konu ile ilgili oluşturulan soruda, katılımcıların %80'i (24 kişi) 1.Tasarım cevabını verirken, %20'si (6 kişi) ise 2.Tasarım cevabını vermiştir. Verilen cevaplardan yola çıkılarak sade ve anlaşılır bir algı doğrultusunda seçilen 1. Tasarım, vermek istediği mesajı karmaşıklık yaratmadan net bir şekilde iletmektedir. 2. Tasarımı seçen 6 kişinin öğrenim durumları Lisans / Ön Lisans ve Yüksek Lisans / Doktora olmakla birlikte yaşları 24, 27, 26, 25, 20 ve 21'dir. Belirtilen yaş grubundaki katılımcılar vermiş oldukları cevaba göre, tasarımları daha detaylı ve karmaşık bir bakış açısı ile değerlendirmiş olabilirler. Renk teması özelinde 1. Tasarımdan farklı olan 2. Tasarımın 6 kişi tarafından seçilmiş olması, tasarımın açık tonlarda olan ana renginin kişilerin tercihi etkileyebileceği sonucunu da çıkarmaktadır.

5.3.5. Soru 7

Odaklanma ve yönlendirme açısından hangi tasarım daha başarılıdır?
30 yanıt



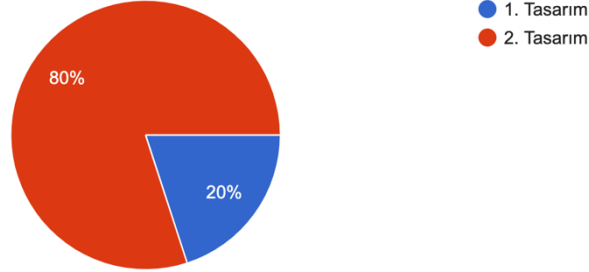
Grafik 7. Soru Cevap Dağılımı 5

Değerlendirilmesi: Konu ile ilgili oluşturulan soruda, katılımcıların %96,7'si (29 kişi) 1.Tasarım cevabını verirken, %3,3'ü (1 kişi) ise 2.Tasarım cevabını vermiştir. 1. Tasarımda maden suyu şişesinin büyük bir oran ile karşımıza çıkması, odak noktasının bu unsur olduğunu vurgulamaktadır. Kullanılan renk, doku ve fontların doğru bir biçimde tasarıma aktarılması, katılımcıların tasarım hakkında düşüncelerini olumlu yönde etkileyerek 1. Tasarımı 29 kişinin seçmesine olanak sağlamıştır. 2. Tasarımı seçen 1 kişinin öğrenim durumu Lisans / Ön Lisans olmakla birlikte yaşı 19'dur. Gençlik döneminde olan kişi, popüler kültürde sık olarak karşılaştığı konu olduğu zaman, grafik tasarım ilke ve elemanları açısından değerlendirme yapmadan yalnızca güzellik ve estetik konularına ilgi duyuyor diye 2. Tasarımı seçmiş olabileceği sonucunu çıkarmaktadır.

5.3.6. Soru 8

Hangi tasarımda gereksiz detaylar kullanılarak karmaşık bir algı yaratmaktadır?

30 yanıt

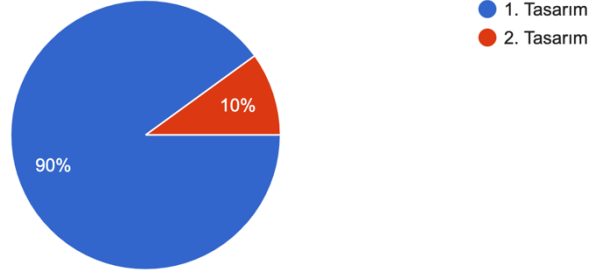


Grafik 8. Soru Cevap Dağılımı 6

Değerlendirilmesi: Konu ile ilgili oluşturulan soruda, katılımcıların %80'i (24 kişi) 2.Tasarım cevabını verirken, %20'si (6 kişi) ise 1.Tasarım cevabını vermiştir. 2. Tasarımda gereksiz fotoğraf ve çerçeve kullanımının yanı sıra; font renkleri, hizalama ve marka logosunun kontrast yaratmaması gibi nedenler karmaşık bir algı yaratmaktadır. Bu nedenlerden dolayı katılımcıların %80'i, 2. Tasarımı seçmiştir. 1. Tasarımı seçen 6 kişinin öğrenim durumu Lisans / Ön Lisans ve Yüksek Lisans / Doktora olmakla birlikte yaşları 21,24,25,25,26 33'dür. Kişilerin sade ve net bir biçimde hazırlanmış 1.Tasarımı seçmesinin nedeni kişilerin eğitim seviyesi ve yaş dağılımları ile ilgili olmayabilir. Sorular arasında istenen, tek farklı cevap olması nedeniyle, dikkat dağınıklığı yaşayabilmiş olabilecekleri, hızlıca anketi cevaplama isteği veya bireysel tercihleri doğrultusunda seçmiş olabilecekleri sonucunu çıkarmaktadır.

5.3.7. Soru 9

Beyaz alanın kullanımı ve boşlukların düzeni açısından hangi tasarım daha başarılıdır?
30 yanıt

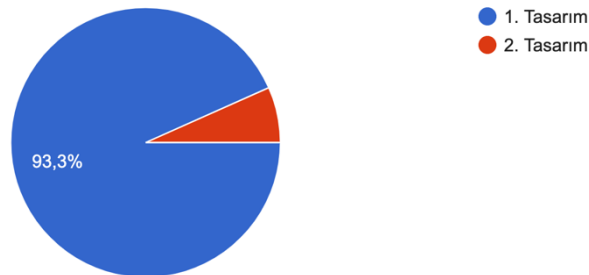


Grafik 9. Soru Cevap Dağılımı 7

Değerlendirilmesi: Beyaz alanın kullanımı ve boşlukların düzeni konusu ile ilgili oluşturulan soruda, katılımcıların %90'si (27 kişi) 1. Tasarım cevabını verirken %10'u (3 kişi) 2. Tasarım cevabını vermiştir. Verilen cevaplardan yola çıkılarak, 27 kişinin 1. Tasarımı beyaz alanın kullanımı ve boşlukların düzeni açısından daha başarılı bulmuştur. 2. Tasarımı seçen 3 kişinin öğrenim durumu Lisans / Ön Lisans olmakla birlikte yaşları 19,19, 25'dir. Bu kişilerin 2.Tasarımı seçmiş olma sebepleri, alana ilgi duymaları, dikkat dağınıklığı ihtimallerini ve görsel karışıklığın katılımcıların dikkatini çekmiş olma ihtimallerini ortaya çıkarmaktadır.

5.3.8. Soru 10

Sizce hangi tasarım sektörünü daha doğru ve güçlü bir şekilde temsil ediyor?
30 yanıt



Grafik 10. Soru Cevap Dağılımı 8

Değerlendirilmesi: Konu ile ilgili oluşturulan soruda, katılımcıların %93,3'ü (28 kişi) 1.Tasarım cevabını verirken, %6,7'si (2 kişi) ise 2.Tasarım cevabını vermiştir. 1. Tasarımda bulunan görsel elemanların sektörünü doğru ve güçlü ifade ederken, 2. Tasarımda bulunan başlığın yanlış yazılmış olması, elemanların hiyerarşik bir düzen ve uyum içerisinde olmaması, katılımcılarda negatif bir etki bırakmış olabilir. 2. Tasarımı seçen 2 kişinin öğrenim durumları Yüksek Lisans / Doktora ve Lisans / Ön Lisans olmakla birlikte yaşları 20 ve 26'dır. Bu kişilerin sürücü kursuna ait bir tasarımı tercih etmiş olmaları marka tanındıklığı, 1.Tasarımdan farklı olarak kullanılan renk veya tasarımın farklı bölgelerinde bulunan boşluklar nedeniyle cevabın doğru olabileceği sonucunu çıkarabilmemize olanak sağlamıştır.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal medya platformları, her geçen gün görsel olarak gelişmekte ve sayısız tasarımlar kitleler ile iletişim kurmak amacıyla üretilmektedir. Tasarımların geneli grafik tasarım elemanları ile oluşturulmaktadır. Fakat oluşturulan tüm tasarımlar, her zaman hedef kitlelere doğru mesajı veremeyebilir. Kişilerin tasarımları değerlendirme süreçleri yaş grupları, eğitim durumları, bireysel estetik ve görsel tercihleri gibi birçok faktör nedeniyle etkilenmektedir.

Sosyal medyada kullanılan minimalizm akımı, alıcıya sade bir tasarım deneyimi sunar. Kişinin algısı ile harmanlayıp sonuca ulaşacağı görsel tasarımlar, karışıklıktan ve gereksiz detaylardan uzaktır. Minimalizm ilkelerinin doğru bir biçimde uygulanması ve izleyicilerin ilgisini çekmesi önemlidir. Verilmek istenen mesaj izleyici tarafından bakıldığı an algılanmalıdır

Çalışmada Instagram üzerinden grafik tasarım ilke ve elemanlarının ışığında, doğru / hatalı post tasarımı incelemesini yapılmıştır. Sonraki bölümde ise kitleler ile paylaşılan ve iletişim kurmayı hedefleyen tasarımlarda yapılan hataları ortaya çıkararak iyileştirme stratejileri belirlenmiştir. Hazırlanmış olduğum anket, katılımcıların grafik tasarım ilkeleri ve elemanlarına uygun yapılmış ve uygun yapılmamış tasarımlardan hangisi ile daha çabuk etkileşime girdiği sonucunu çıkarmıştır. İki tasarım arasındaki tercihlerden oluşan ankete, katılımcıların geneli doğru tasarımı seçerek yanıt vermiştir.

Anket sonuçları, grafik tasarım ilke ve elemanlarının etkisini açıkça ifade etmektedir. Doğru tasarımların büyük bir bölümü Minimalizm ilkelerine uygun tasarlanmış olmasının yanı sıra, tercih sebebi olmasının en büyük nedenlerinden biri, tasarımların görsel bir bütünlüğe sahip olması, ilke ve elemanlara uygun bir şekilde tasarlanmış olmasındandır. Tipografi, denge, uyum, vurgu ve renk gibi ilke ve elemanlara dikkat edilerek hazırlanmış tasarımlar, doğru uygulandığı takdirde, daha çekici ve profesyonel bir görünüm sunar. Uygun tasarımlar katılımcıların ilgisini fazlasıyla çekmektedir.

Grafik tasarım ilke ve elemanlarına dikkat edilmeden hazırlanmış diğer tasarımların tercih edilmemesinin nedeni, düzen ve görsel bütünlükten uzak, katılımcılar ile iletişime geçemeyen tasarımlar olması ile ilişkilendirilebilir. Tasarımda gereksiz detaylara yer verilmesi, karmaşık düzen, tasarım ölçüsünde uyumsuzluk, görsel hiyerarşiden uzaklık gibi problemlerin alıcı tarafından fark edilmesi, tasarımın görsel gücünü ve etkili iletişim yollarını zayıflatmaktadır.

Sosyal medyada var olan tüm tasarımlar, grafik tasarım ilkeleri ve elemanlarına uygun ve Minimalizm ışığında tasarlanırsa, alıcıların dikkatini çekerek hedef kitleler ile daha hızlı iletişime geçmesine olanak sağlamaktadır. Etkili iletişim sonucunda, içeriklerin daha fazla etkileşim alabilme ihtimali artar. Doğru tasarımın önemli bir diğer faydası da, marka bilinirliği ve imajıdır. Şirketler ve tüm marka değerine sahip içerik üreticileri için avantaj haline gelebilecek dengeli ve sade tasarımlar paylaşmak, verilmek istenen bilgilerin daha etkili bir şekilde yansıtılmasını beraberinde getirir.

KAYNAKÇA

- Acar, S., Gürsoy, H., Ünsal, N., Ö. (2014). İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği: *Electronic Journal of Vocational Colleges* - Ağustos 2014 BÜROKON Özel Sayısı 17-34 Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/62487>.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Renk*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Antmen, A. (2009). *20.Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Antmen, A. (2018). *20.Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Arargüç, M. F. (2016). Sanattan Edebiyata Minimalizm ve Edebi Bir Uygulama: Ann Beattie'nin "The Rabbit Hole as Likely Explanation". *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (37), 88-113. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/263875>.
- Arıcan, B. (2012). *Grafik Tasarımın Sanata Etkileri (Yüksek Lisans Tezi)*. Haliç Üniversitesi.
- Arık, E. (2013). Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36), 273 - 287. Erişim adresi: <https://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423903275.pdf>.
- Arıkan, A. (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı. [E-Kitap Önizlemesi]*. Erişim adresi: https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=atGiDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Grafik+Tasar%C4%B1m%C4%B1n&ots=RjyxFXeg8I&sig=c2Kdwv-SYS86JDWScq0fUw6dwPg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Arıkan, A. (2008). Grafik Tasarımda Yapısal Öğelerin Algısı ile Sosyo Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki Selçuk Üniversitesi Örneği (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi.

Arıkan, A.G (2009). İmgeden Baskıya Grafik Tasarım. Konya: Eğitim Akademi Yayınevi.

Arslan, M. H. (2023). Sosyal Medya Okuryazarlığı Bağlamında Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları: Tiktok Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi.

Asil, Ö. (2019). Minimalist Sanat Akımının Geçmişten Günümüze Moda Tasarımına Yansıması (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi.

Avşar, Z. (2022). Sosyal Medya. *TRT Akademi*, 7(14), 5-7. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2218969>.

Babadağ, M. (2016, Haziran). Minimalizmin Paradoksu Üzerine. Erişim Adresi: https://www.e-skop.com/skopbulten/minimalizmin-paradoksu-uzerine/2980#_ednref3. Erişim Tarihi: 04.03.2024.

Becer, E. (2011). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi.

Berger, J. (2017). Görme Biçimleri. İstanbul: Metis Yayınları.

Bürge, Z. E. (2020). Grafik Tasarımda Minimalizm Akımının Çikolata Ambalajları Üzerinden Analizi. *Pearson Journal*, 5(6), 274-284. <https://doi.org/10.46872/pj.77>.

Ceylan, C. (2020). Sosyal Medya Tasarımı ve İhtiyaç. *Aydın Sanat Dergisi*, 6 (11), 43 - 52. Doi: 10.17932/IAU.SANAT.2015.015/sanat_v06i11005.

Çakır, H. (2018). Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (7), 539 - 563. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/638792>.

Danacıoğlu, G. (2023). Türk Sosyal Medyasında Grafik Tasarımın Rolü (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi.

Ekiz, M. ve Kaya, S. E. (2018). Minimalizm Sanat Akımının Grafik Tasarım Alanında Kullanımı. D. Y. DR. ALİ APALI içinde, Geleceğin Dünyasında Bilimsel ve Mesleki Çalışmalar (s. 16-30). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/330753173_MINIMALIZM_SANA_T_AKIMININ_GRAFIK_TASARIM_ALANINDA_KULLANIMI.

Erdal, İ. T. (2006). Gestalt Kuramının Grafik Tasarıma Etkilerinin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi.

Gombrich, E. H. (1997), Sanatın Öyküsü. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Gökler, K. (2019). Üniversitelerin Kurumsal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Vakıf Üniversitelerinin Instagram Sayfaları Üzerine Bir İçerik Analizi (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi.

Görsel 1: Sosyal Medya. Erişim Adresi: https://www.freepik.com/free-photo/hands-holding-smartphone-social-media-concept_38689779.htm#from_view=detail_serie Erişim Tarihi: 15.01.2024.

Görsel 10: Garfield Poster. Erişim Adresi: <https://pixelsmerch.com/featured/no714-my-garfield-minimal-movie-poster-chungkong-art.html> Erişim Tarihi: 04.03.2024.

Görsel 11: Grafik Tasarım. Erişim Adresi: <https://offsetcozumevi.com.tr/grafik-tasarim/> Erişim Tarihi: 04.03.2024.

Görsel 12: Geçmişten Günümüze Tüm Grafik Tasarım Stilleri. Erişim Adresi: <https://www.designgost.com/makale/gecmisten-gunumuze-tum-grafik-tasarim-stilleri> Erişim Tarihi: 04.03.2024.

Görsel 13: En Eski Mağara Resmi. Erişim Adresi: <https://www.atlasdergisi.com/kesfet/arkeoloji-haberleri/en-eski-magara-resmi.html> Erişim Tarihi: 04.03.2024.

Görsel 14: Piktogram Örnekleri. Erişim Adresi: <https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/3611/99727.pdf?sequence=1> Erişim Tarihi: 12.03.2024.

Görsel 15: Taş Duvara Oyulmuş Bir Hiyeroglif. Erişim Adresi: <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/kil-tabletlerden-e-okuyuculara-kitabin-seruveni> Erişim Tarihi: 12.03.2024.

Görsel 16: Kil Tablet Örneği. Erişim Adresi: <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/kil-tabletlerden-e-okuyuculara-kitabin-seruveni> E.T: 12.03.2024.

Görsel 17: Litografi Hazırlık Aşaması. Erişim Adresi: <https://www.mixerarts.com/litografi> Erişim Tarihi: 12.03.2024.

Görsel 18: Edouard Manet - Les Chats 1868. Erişim Adresi: <https://www.meisterdrucke.de/kunstdrucke/%C3%89douard-Manet/1195476/Le-Ren-dez-vous-des-Chats-%28Der-Katzentreff%29%2C-1869..html> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 19: Kurumsal Kimlik Çalışması. Erişim Adresi: <https://graphicdesignjunction.com/2020/12/business-branding-stationery-templates/> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 2: İki Nesil Web Arasındaki Geçiş Tablosu. Erişim Adresi: <https://www.ysm.com.tr/teknoloji-haber/> Erişim Tarihi: 16.01.2024.

Görsel 20: Ambalaj Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.behance.net/gallery/151622013/Spice-Kiss-Label-Design> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 21: 3D Tasarım. Erişim Adresi: <https://blenderartists.org/t/3d-rooms-work-studio/1368394> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 22: Billboard Tasarımı. Erişim Adresi: <https://savee.it/i/UUJUaSX/> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 23: Typography Portrait. Erişim Adresi: <https://www.behance.net/gallery/83445487/TYPO-PORTRAIT> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 24: “Kim Kime” İllüstrasyon. Erişim Adresi: <https://www.artsonlinegallery.com/exhibition/nuri-sezer-illustras-yon/> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 25: Nescafe Reklamı. Erişim Adresi: <https://www.pazarlamasyon.com/nescafe-icin-yapilmis-birbirinden-yaratici-10-basili-reklam> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 26: İllüstras-Yön Dergi Kapağı. Erişim Adresi: <https://www.artsonlinegallery.com/exhibition/nuri-sezer-illustras-yon/> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 27: Beaugan Film Afişi. Erişim Adresi: <https://fontsinuse.com/uses/28670/beaugan-movie-poster> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 28: Serigrafi Yapım Aşaması. Erişim Adresi: <https://www.mixerarts.com/serigrafi> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 29: Denge Örneği. Erişim Adresi: <https://istanbulbogazicienstitu.com/temel-tasarim-ilkeleri-ve-tasarim-elemanlari> Erişim Tarihi: 14.03.2024.

Görsel 3: Sosyal Medya Platformları. Erişim Adresi: <https://istanbulbogazicienstitu.com/sosyal-medya-uzmanligi-online-egitim> Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Görsel 30: Afişte Denge Örneği. Erişim Adresi: <https://www.sinemerkas.com/> Erişim Tarihi: 15.03.2024.

Görsel 31: Afişte Simetrik Denge Örnekleri. Erişim Adresi: <https://www.designgost.com/makale/tasarimda-denge-balans-tasarim-ilkeleri> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 32: Simetrik / Asimetrik Denge. Erişim Adresi: <https://simetri-asimetri.nedir.org/> Erişim Tarihi: 15.03.2024.

Görsel 33: Afişte Asimetrik Denge Örnekleri. Erişim Adresi: <https://www.designgost.com/makale/tasarimda-denge-balans-tasarim-ilkeleri> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 34: “Finding Myself” Kitap Kapağı. Erişim Adresi: <https://www.stevemarking.com/?lightbox=dataItem-j8yqsdxd> Erişim Tarihi: 18.03.2024.

Görsel 35: Adele Poster. Erişim Adresi: <https://www.commart.com/project/10543/adele-posters> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 36: “The Versions of Us” Kitap Kapağı. Erişim Adresi: <https://www.stevemarking.com/?lightbox=dataItem-j8yqsdxd> Erişim Tarihi: 18.03.2024.

Görsel 37: Çizgilerin Ritmi. Erişim Adresi: <https://www.outcrowd.io/blog/value-of-rhythm-in-design> Erişim Tarihi: 18.03.2024.

Görsel 38: “Time and Place” Film Afişi Erişim Adresi: https://www.imdb.com/title/tt4159734/mediaviewer/rm2937786368/?ref_=tt_ov_i Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 39: Karşıtlık/Zıtlık Örnekleri. Erişim Adresi: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962> Erişim Tarihi: 16.03.2024.

Görsel 4: Facebook - Ekran görüntüleri. Erişim Adresi: <https://apps.microsoft.com/detail/9WZDNCRFJ2WL?hl=tr-tr&gl=TR> Erişim Tarihi: 27.01.2024.

Görsel 40: Kontrast Arka Plan Örneği. Erişim Adresi: <https://venngage.com/blog/design-principle-contrast/#:~:text=The%20design%20principle%20contrast%20refers,even%20drama%2C%20to%20a%20design.> Erişim Tarihi: 16.03.2024.

Görsel 41: Oran-Orantı Örneği. Erişim Adresi: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962> Erişim Tarihi: 15.03.2024.

Görsel 43: Hiyerarşi Afiş Örneği. Erişim Adresi: <https://www.flux-academy.com/blog/visual-hierarchy-examples> Erişim Tarihi: 18.03.2024.

Görsel 44: Vurgu Örneği. Erişim Adresi: <https://design.tutsplus.com/articles/the-principles-of-design--cms-33962> Erişim Tarihi: 15.03.2024.

Görsel 45: Vurgu Afiş Örneği. Erişim Adresi: <https://tr.pinterest.com/pin/802203752406231007/> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 46: Çizgi Örnekleri. Erişim Adresi: <https://254-online.com/line-visual-element-graphic-design/> Erişim Tarihi: 08.03.2024.

Görsel 47: Renk. Erişim Adresi: <https://www.edvido.com/blog/uxui/grafik-tasarim-nedir-nasil-yapilir> Erişim Tarihi: 06.03.2024.

Görsel 48: Renk Afiş Örneği. Erişim Adresi: <https://tr.pinterest.com/pin/796222409146295938/> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 49: Doku Örnekleri. Erişim Adresi: <https://blueskygraphics.co.uk/graphic-design-dictionary/> Erişim Tarihi: 07.03.2024.

Görsel 5: Instagram. Erişim Adresi: <https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/instagramda-beklenen-ozellik-kronolojik-siralama-666496.html> Erişim Tarihi: 13.02.2024.

Görsel 50: Geometrik /Organik Şekiller. Erişim Adresi: <https://254-online.com/shape-visual-element-graphic-design/> Erişim Tarihi: 08.03.2024.

Görsel 51: “Girls for Girls” Sinem Erkas. Erişim Adresi: <https://www.sinemerkas.com/> Erişim Tarihi: 15.03.2024.

Görsel 52: Ton Örneği. Erişim Adresi: <https://www.medyacuvali.com/yazilar/ayse-balci-cinar/temel-tasarim-ogeleri-ton-ve-doku> Erişim Tarihi: 08.03.2024.

Görsel 53: Ton Çubuğu. Erişim Adresi: <https://www.medyacuvali.com/yazilar/ayse-balci-cinar/temel-tasarim-ogeleri-ton-ve-doku> Erişim Tarihi: 08.03.2024.

Görsel 54: Yön Örneği. Erişim Adresi: <https://visme.co/blog/elements-principles-good-design/> Erişim Tarihi: 08.03.2024.

Görsel 55: “Música Para Ver” Afişi. Erişim Adresi: <https://www.behance.net/gallery/18188393/MUSICA-PARA-VER> Erişim Tarihi: 19.03.2024.

Görsel 56: “The Truman Show” Film Afişi. Erişim adresi: <https://tr.pinterest.com/pin/192951165279270447/> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Görsel 57: 1 Mayıs Post Tasarımı (Pulsar). Erişim Adresi: https://www.instagram.com/p/CrsL_vPIBv-/ Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 58: Ramazan Tabağı Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/C4OCGcZoA7J/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 59: Milka Çikolatası Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/C2mWYJ8qxZe/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 6: Linkedin. Erişim Adresi: <https://www.businessnewsdaily.com/10376-linkedin-for-business.html> Erişim Tarihi: 19.02.2024.

Görsel 60: Regaip Kandili Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/C19BBZ9N5ax/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 61: Maden Suyu Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/CvktU6vKgxi/> Erişim Tarihi: 02.04.2024.

Görsel 62: Muzun Faydaları Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/C5DQbEftBdy/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 63: Ketçap Post Tasarımı. Erişim Adresi: https://www.instagram.com/p/Cw7Nhl4odyI/?img_index=4 Erişim Tarihi: 22.03.2024.

Görsel 64: Tıkla Gelsin Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/C48Fn3TLjte/> Erişim Tarihi: 02.04.2024.

Görsel 65: Ev Temizliğinde Hediye Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/B4LtTG7B45W/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 66: Kurban Bayramı Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/B4LtTG7B45W/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 67: 1 Mayıs Post Tasarımı. Erişim Adresi : <https://www.instagram.com/p/CrstSz-LOAw/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 68: İftar Menüleri Post Tasarımı. Erişim Adresi: https://www.instagram.com/p/C4dIgFyP2e5/?img_index=2 Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 69: Güzellik Merkezi Post Tasarımı. Erişim Adresi: https://www.instagram.com/p/C4dIgFyP2e5/?img_index=2 Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 7: Twitter. Erişim Adresi: <https://shiftdelete.net/twitter-tweet-zamanlama-nasil-yapilir> Erişim Tarihi: 15.02.2024.

Görsel 70: Hediyeelik Ürün Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/CwQy3hTtyYj/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 71: Sürücü Kursu Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/C3S8AydNrQ5/> Erişim Tarihi: 04.04.2024.

Görsel 72: Masa Sandalye Post Tasarımı. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/p/Cs1KrGHq1Er/> Erişim Tarihi: 28.03.2024.

Görsel 8: QNB Finansbank Instagram Profili. Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/qnbfinansbank/> Erişim Tarihi: 27.02.2024.

Görsel 9: “Siyah Kare”, Kazimir Malevich, 1915. Erişim Adresi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Malevich.black-square.jpg> Erişim Tarihi: 04.03.2024.

Grzymkowski, E. (2019). Sanat 101. İstanbul: Say Yayınları.

Güçdemir, Y. (2015). Sanal Ortamda İletişim: Bir Halkla İlişkiler Perspektifi. İstanbul: Derin Yayınları.

Hasgül, G. (2023). En Çok Kullanılan Sosyal Medya Uygulamaları (2023 Güncel). Erişim Adresi: <https://istanbulbogazicienstitu.com/en-cok-kullanilan-sosyal-medya-uygulamalari>. Erişim Tarihi: 19.02.2024.

Hekimoğlu, H. (2019). Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi.

Irmak, C. H. (2002). Mimarlıkta Yalınlık ve Minimalist Tavır (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi.

Islakoğlu, P. M. (2006). Minimalizm Kavramı ve Mimarlıkta Minimalist Yaklaşımlar (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi.

İlden, S. ve Karaahmetoğlu, A. N. (2022). 1970 Sonrası Adnan Çoker Eserlerinde Minimalizm Etkisi. *Sanat ve İkonografi Dergisi*, (3): 1-13. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2498740>.

Kaplan, K. (2015). Tiyatro Afişlerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi.

Ketenci, H. F. ve Bilgili, C. (2006). Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı. İstanbul: Beta Basım.

Kınık, M. (2008). İlk Türk Matbaası'ndan Günümüze Baskı Tekniklerinin Türk Grafik Tasarım Eğitimine Yansımaları (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi.

Kırcova, İ. ve Enginkaya, E. (2015). Sosyal Medya Pazarlama. İstanbul: Beta Basım.

Koçoğlu, S. (2018). Instagram Tarihi: Instagram Nedir? Nasıl Kullanılır? Ne İşe Yarar? Erişim Adresi: <https://www.brandingturkiye.com/instagram-tarihi-instagram-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/>. Erişim Tarihi: 13.02.2024.

Kontrolsüz Sosyal Medya Kullanımı Ruhsal Durumu ve Çevreyle İletişimi Olumsuz Etkiliyor. (2022). Erişim Adresi: <https://ktu.edu.tr/farabi/haber/kontrolsuz-sosyal-medya-kullanimi-ruhsal-durumu-ve-cevreyle-iletisimi-olumsuz-etkiliyor>. Erişim Tarihi: 19.02.2024.

Köksal, F. N. ve Aluç, E. (2022). Gelenekselden Dijitale Evrilen Bir Medya Olarak Afiş. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12 (3), 666-681. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2413583>.

Kuduğ, H. (2011). Sosyal Ağ Analizi Ölçütlerinin İş Ağlarına Uyarlanması (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi.

Kürşad, D. (2020). Mimari sunum paftalarında görsel tasarım ilkelerinin uygulanması üzerine öneriler. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 26(44), 211-221. doi: <https://doi.org/10.35247/ataunigsed.658247>.

Lasquite, M. (2015, Eylül). What Makes Good Design? Basic Elements and Principles. Erişim Adresi: <https://visme.co/blog/elements-principles-good-design/>. Erişim Tarihi: 08.03.2024.

Mayfield, A. (2008). What is social media? An e-book by Antony Mayfield from iCrossing.http://crmexchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf. Erişim Tarihi: 17.01.2024.

Minimal Grafik Tasarım | Temel Unsurlar ve Kickass Örnekleri. (2022, 30 Mayıs). Erişim Adresi: <https://www.mediaheroes.com.au/blog/minimal-graphic-design/>. Erişim Tarihi: 26.03.2024.

Muslu, E. F., Aktı, Ü. (2022). Minimalist Değerler Ve Yaşam Pratikleri. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 22(1), 18-37. Doi: 10.30627.

Ocakoğlu M. (2010). 16. Ve 17.Yüzyıla Ait İznik Çinilerinin Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Değerlendirilmesi (Tabak Süslemeleri Üzerine Bir İnceleme) (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi.

Onat, F. (2010). Bir halkla ilişkiler uygulama alanı olarak sosyal medya kullanımı: Sivil toplum örgütleri üzerine bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 0(31), 103 - 121. Erişim adresi: <https://search.trdizin.gov.tr/tr/yayin/detay/119810/>.

Onursoy, S. (2003). Görsel Kültür Bağlamında Görsel Okuryazarlık. *Kurgu Dergisi*, (20), 75-86. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1497021>.

Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 125-167. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/259255>.

Özmen, M. B. (2006). Reklamda Grafik Tasarımcılığı (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi.

Pektaş, H. (2022). Temel Tasarıma Giriş: İstinye Üniversitesi. [Powerpoint slides]. Erişim adresi: <http://www.hasippektas.com/Ders%20Notu/Temel%20Tasarima%20Giris.pdf>.

Spiro, S. (2022, Mayıs). The history of graphic design. Erişim Adresi: <https://www.linearity.io/blog/history-of-graphic-design/>. Erişim Tarihi: 12.03.2024.

Tasarımda Denge (Balans) - Tasarım İlkeleri. (2020, 23 Eylül). Erişim Adresi: <https://www.designgost.com/makale/tasarimda-denge-balans-tasarim-ilkeleri> Erişim Tarihi: 25.03.2024.

Taşdemir, E. (2011). Bütünleşik Pazarlama İletişimi Temelinde Sosyal Medya. E-Journal of New World Sciences Academy, 6 (3), Makale numarası: 4C0114. Doi: 10.12739/.

TDK (Türk Dil Kurumu). (2024). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 01.03.2024.

Teker, U. (2009). Grafik Tasarım ve Reklam. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.

Teknoloji Haber. (t.y). Erişim Adresi: <https://www.ysm.com.tr/teknoloji-haber/>. Erişim Tarihi: 16.01.2024.

Tepecik, A. (1994). Grafik Tasarlama İlkelerine Dayalı Tasarım Yöntem ve Teknikleri (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi.

Tepecik, A. (2002): Grafik Sanatlar, Detay & Sistem Ofset, Ankara.

Tuncay B., Uğur E., Özsoy S. A. (2021, Mart). Torku Ürünlerindeki Ambalaj Tasarımlarının Görsel Kimlik ve Grafik Tasarım İlkeleri Açısından Analizi. II. Uluslararası Akdeniz’de Güzel Sanatlar Sempozyumu ve Kültür Sanat Çalıştayı, Antalya. Erişim adresi: <https://acikerisim.istanbul.edu.tr/handle/20.500.12627/35326>.

Turkaya, A. (t.y). Sosyal Medya ve Görsel İletişim: Ondokuz Mayıs Üniversitesi. [Powerpoint slides]. Erişim adresi: https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/abdulkerim.turkaya/135626/Sosya%20Medya_Sunu_4.pdf Erişim Tarihi: 15.01.2024.

Türkiye'de yaşlılar Facebook, gençler Instagram kullanıyor. (2021, 24 Mayıs). Erişim Adresi: <https://www.haber7.com/teknoloji/haber/3103334-turkiyede-yaslilar-facebook-gencler-instagram-kullaniyor>. Erişim Tarihi: 31.01.2024.

Uçar, T. F. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Uluç, G., Yarcı, A., (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88 – 102. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/304840>.

Wikipedia katılımcıları (2024). Facebook. Vikipedi, Özgür Ansiklopedi. Erişim Adresi: <https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Facebook&oldid=31210575>. Erişim Tarihi: 27.01.2024.

Yalçın, A. (2019). Grafik Tasarım ve Reklam İlişkisinin Algısal Boyutta İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi.

Yavuz E. (2019). Instagram İçerik Tasarımlarının Grafik Tasarım Öğeleri Açısından İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, (INIJOSS), 8(1), 321-328. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/748570>.

Yıldırım, H. (2019). Yeni Medya ve Grafik Tasarım (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi.

Yılmaz, Ö. (2018). Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım Yarışması'nda Ödül Kazanan Eserlerin Grafik Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi.

Yücel, A. (2014). Disiplinlerarası İlişkilerin Grafik Tasarımı Eğitimi Sürecine Etkisi (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi.

