

**İNOGRAFIKLERİN BİREYLERİ
YÖNLENDİRMEDEKİ
ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Fatma ŞAHİN

Kütahya - 2015

T.C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**İFOGRAFİKLERİN BİREYLERİ YÖNLENDİRMEDEKİ
ETKİSİNİN İNCELENMESİ**

Danışman:
Doç. Dr. Levent MERCİN

Hazırlayan:
Fatma ŞAHİN

Kütahya – 2015

Kabul ve Onay

Fatma ŞAHİN'in hazırladığı “İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmedeki Etkisinin İncelenmesi” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

...../...../2015

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Doç. Dr. Levent MERCİN (Danışman)		
Doç. Dr. Uğur ATAN		
Yrd. Doç. Dr. Taşkın İNAN		

Doç. Dr. Niyazi KURNAZ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmedeki Etkisinin İncelenmesi” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../...../2015

Fatma ŞAHİN

Özgeçmiş

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Fatma ŞAHİN

Doğum Yeri ve Tarihi: Tavşanlı / Kütahya 06.08.1990

Eğitim Durumu

Lise Öğrenimi: 2004/2008 Kütahya Ahmet Yakupoğlu Güzel Sanatlar Lisesi

Lisans Öğrenimi: 2008/2012 Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

Pedagojik Formasyon Sertifika Eğitimi: 2010/2012 Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi: 2013/2015 Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Bölümü

Çalışma Durumu

2013/2014 Dumlupınar Üniversitesi Dış İlişkiler Koordinatörlüğü Farabi Değişim Programı Koordinasyon Ofisi Freelance Grafik Tasarımcı

2013/2014 Dumlupınar Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla ilişkiler Müşavirliği Grafik Tasarımcı

İletişim

E-Posta Adresi: fatma.sahin43@gmail.com

ÖZET

İFOGRAFİKLERİN BİREYLERİ YÖNLENDİRMEDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

ŞAHİN, Fatma

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Levent MERCİN

Temmuz, 2015, 133 sayfa

Gelişmekte olan tasarım anlayışı ve sunulan görsel unsurların her geçen gün artması bilgiyi kolay ve daha kısa sürede algılama ihtiyacını doğurmakla birlikte grafik tasarıma infografik kavramını kazandırmıştır. Bilginin ve grafiğin anlamlı bir şekilde birleşmesinden oluşan infografikler, bilgiyi daha kolay, akılda kalıcı ve eğlenceli bir görsel sunum şeklinde aktarması nedeniyle hızla ilerlemekte ve önem kazanmaktadır.

Bu araştırmada, İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmedeki Etkisi İncelenmiştir. Bu amaca bağlı olarak görsel unsurların yazıya oranla insan zihninde oluşturduğu algı değerlendirilip infografiklerin bireyleri yönlendirmedeki etkisi araştırılmış ve Dumlupınar Üniversitesi Yerleşkesi içerisindeki olumsuz unsur teşkil edecek öğeler üzerinde durulmuş ve soruna çözüm aranmıştır. Çalışmada infografiğin yönlendirme üzerindeki etkisi ve uygulanabilirliği literatür tarama tekniği ve nitel yöntemlerden görüşme tekniği kullanılarak incelenmiştir. Araştırmanın birinci bölümünde iletişim, görsel iletişim, görsel algı, bilgilendirme tasarımı ve infografik ile ilgili kavramlar geniş bir şekilde açıklanmıştır. İkinci bölümde tasarlanan infografik harita ile yerleşke içindeki fakülte birim ve idari bölümler sistemli bir şekilde kategorize edilip yerleşke hakkında kapsamlı bir bilgilendirme tasarımı sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre yerleşke içerisindeki mevcut yönlendirmelerin yetersiz olduğu, dikkat çekici, okunabilir, aydınlatıcı, bilgilendirici olmadığı saptanmıştır. Ayrıca tasarlanan infografik harita tasarımının yerleşke içerisinde kullanım alanı bulması sonucu yönlendirme sorunlarının en aza indirgeneceği sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak yerleşke içerisinde bilgilendirme eksikliği kaynaklı yön bulma sorunlarının tasarlanan infografik harita yardımıyla en aza indirgenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda önerilen harita ile, eğitim verilen bir yerleşkede bireylerin ulaşmak istenilen yere kısa süre içinde ve rahatlıkla ulaşabilmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Görsel İletişim, Algı, Grafik Tasarım, İnfografik, Harita

ABSTRACT**EXAMINING THE EFFECT OF INFOGRAPHICS ON DIRECTING INDIVIDUALS****ŞAHİN, Fatma****Master's Thesis, Department of Graphics****Thesis Advisor: Assoc. Prof. Levent MERCİN****July, 2015, 133 pages**

Developing design concept and gradual increase in visuals have not only brought forth the need for perceiving information easily and shortly, but also introduced the notion of infographics to graphic design. Infographics, which is composed of a meaningful combination of information and graphics, is proceeding rapidly and gaining significance thanks to its conveying information in an easier, catchier and more amusing form of visual presentation.

In this study, the effect of infographics on directing individuals is examined. In line with this aim, the perception that visuals create in human mind compared to script is evaluated, the effect of infographics on directing individuals is examined, the elements having negative aspects at the campus of Dumlupınar University are touched upon and a solution for the problem is sought.

In this study, the influence of infographics on directing and its applicability are investigated by using literature review and interview as a qualitative method. Communication, visual communication, visual perception, informing design and the concepts related to infographics are explained at length in the first chapter of the research. With the infographic map designed in the second chapter, academic and administrative units at the campus are categorized systematically and a comprehensive informing design about the campus is presented. According to the findings, the directions available at the campus are not identified to be sufficient, attention-getting, readable, enlightening and informative. As the infographic map design finds an area of use at the campus, it is concluded that these problems in directing are likely to be minimized.

In conclusion, with the help of the infographic map designed, it is aimed to keep the problems to a minimum in finding way due to the lack of information at the campus. With the map suggested accordingly, it is endeavored to lead individuals to their destination shortly and easily at an educational campus.

Key words: Communication, Visual Communication, Perception, Graphic Design, Infographics, Map

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	v
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
RESİMLER LİSTESİ	xi
KISALTMALAR LİSTESİ	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

INFOGRAFİKLERİN BİREYLERİ YÖNLENDİRMEDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

1.1. İLETİŞİM	6
1.1.1. İletişim Tarihi Süreci	8
1.1.2. İletişim Türleri	11
1.1.2.1. Kişinin Kendisi ile İletişimi	11
1.1.2.2. Kişilerarası İletişim	11
1.1.2.3. Toplumlararası İletişim	12
1.1.2.4. Kitle İletişimi	13
1.1.3. İletişim Kurma Nedenleri	13
1.1.4. İletişim Süreci	15
1.1.4.1. İletişim Süreci Temel Öğeleri	16
1.1.4.1.1. Kaynak	17
1.1.4.1.2. İleti	18
1.1.4.1.3. Kanal	18
1.1.4.1.4. Alıcı	18
1.1.4.1.5. Geribildirim (Dönüt)	19
1.1.4.1.6. Gürültü	19
1.2.GÖRSEL İLETİŞİM	20
1.2.1. Grafik İletişim	23
1.2.2. Grafik İletişimde Gösterge	24
1.2.2.1. İşaretler	25
1.2.2.2. Semboller	27
1.2.3. Göstergelerin Anlamlandırılması	29

1.2.3.1. Düzanlam	30
1.2.3.2. Yananlam	30
1.2.3.3. Mitler	31
1.2.3.4. Eğretileme (Metafor)	32
1.2.3.5. Düz değışmece (Metonomi)	32
1.2.4. Görsel İletişimde Anlama ve Anlamlandırma	32
1.2.5. Göstergelerin Semiyolojik Açdan Değerlendirilmesi	34
1.2.5.1. Sentantik Düzey	35
1.2.5.2. Semantik Düzey	36
1.2.5.3. Pragmatik Düzey	36
1.3.İFOGRAFİK	36
1.3.1. İfografiğin Tarihi Gelişimi	38
1.3.2. İfografiğin Önemi	41
1.3.3. İfografik Türleri	41
1.3.3.1. Sabit İfografik	42
1.3.3.2. Animasyon İfografik	42
1.3.3.3. İnteraktif İfografik	43
1.3.4. İfografikte Kullanılan Unsurlar	44
1.3.4.1. İllüstrasyon	44
1.3.4.2. Fotoğraf	46
1.3.4.3. Diyagram	47
1.3.4.4. Piktogram	49
1.3.4.5. Harita	51
1.3.4.6. Pasta Grafik	53
1.3.4.7. Çubuk Grafik	53
1.3.4.8. Sembol (Simge)	54
1.3.5. İfografik Okuma Nasıl Gerçekleşir	55
1.3.5.1. Görsel Bilginin Alımı	56
1.3.5.1.1. Görselin Çok Katmanlı Anlam Yapısı	57
1.3.5.1.2. Gelişimsel Düzey	57
1.3.5.1.3. Dikkat Dağınıklığı	58
1.3.5.1.4. Görsel Okuryazarlık	58

1.3.5.1.5. Uzmanlık Düzeyi	59
1.3.5.1.6. Motivasyon	60
1.3.6. Günümüzde İnfografik Kullanımı	60
1.3.7. İnfografiğin Semiyolojik Açıdan Değerlendirilmesi	63
1.3.8. Bilgilendirme Tasarımı İnfografik Arasındaki Farklılıklar	64
1.3.9. Günümüzde Kampüslerde Bilgilendirme Eksiklikleri ve Yön Bulma Sorunları	65

İKİNCİ BÖLÜM

İFOGRAFİKLERİN BİREYLERİ YÖNLENDİRMEDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

2.1. ARAŞTIRMANIN SÜRECİ	71
2.1.1. Dumlupınar Üniversitesi'nin Mevcut Durumu	72
2.1.2. Projenin Hazırlanması	82
2.1.3. Kullanılan Renkler	89
2.2. UYGULAMA	90
2.2.1. D.P.U. İnfografik Harita Tasarımı Uygulama Örneği	91
2.2.2. D.P.U. İnfografik Harita Tasarımı Uygulama Örneği (İngilizce)	92
2.3. BULGULAR VE YORUM	93
2.3.1. Araştırmanın Bulguları	93
2.3.1.1. D.P.Ü. Yönlendirme Sorunu ile İlgili Bulgular	93
2.3.1.2. D.P.Ü. İnfografik Harita Tasarımı Uygulama Örneği ile İlgili Bulgular	97
SONUÇ VE ÖNERİLER	104
EKLER	106
KAYNAKÇA	109
DİZİN	117

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1: İletişim Süreci Temel Öğeleri	17
Şekil 1.2: Görsel Unsurların Akılda Kalıcılık Oranı	22
Şekil 1.3: Anlamlandırma Düzeyleri	31
Şekil 1.4: Gestalt Kuramı Algılama Örneği	33
Şekil 1.5: Beynin Yazıyı ve Görseli Algılama Şekli	37
Şekil 1.6: Facebook Kullanımı	53
Şekil 1.7: Facebook Kullanımının Cinsiyete Göre Dağılımı	54

RESİMLER LİSTESİ

Sayfa

Resim 1.1: Lascaux Mağarasındaki Hayvan Figürleri	9
Resim 1.2: İdeogram (Resim Yazı) Örneği	10
Resim 1.3: İdeogram (Resim Yazı) Örneği	10
Resim 1.4: Altamira Mağarasındaki El Figürleri	21
Resim 1.5: Trafik İşaretleri	26
Resim 1.6: Elementlerin Sembolleştirilmesi	27
Resim 1.7: Güvercin Barışın Sembolü	29
Resim 1.8: M.Ö. 7500 Yılına Ait Çatalhöyük'te Bulunan Harita	38
Resim 1.9: Mansur İbn Muhammad İbn Yusuf İbn İlyas'ın Çizdiği İnsan Anatomisi...	38
Resim 1.10: Piri Reis Haritası	39
Resim 1.11: Napoleon'un Moskova Seferi İnfografik Harita	39
Resim 1.12: Le Figaro Gazetesi 2007 Fransa Genel Seçim Sonuçları	42
Resim 1.13: Mobil Reklamcılık İnfografik Animasyonu Ekran Görüntüleri	43
Resim 1.14: Bazı Dünya Ülkeleri Ekonomisinin Brüt Dış, Ya Da Yabancı, Borç Durumu	44
Resim 1.15: Nasrettin Hoca İllüstrasyon Örneği	45
Resim 1.16: İllüstrasyon Örneği	45
Resim 1.17: İllüstrasyon Örneği	46
Resim 1.18: Pulitzer Ödüllü Fotoğrafçı Kevin Carter'ın Çekmiş Olduğu Bir Fotoğraf	47
Resim 1.19: 1971 Peter Eisenman, Ev IV, Dönüşümün Diyagramları.	48
Resim 1.20: Stan Allen'ın 1998 Yılında Yaptığı Diyagram Örnekleri	48
Resim 1.21: 1972 Münih Olimpiyat Oyunları Piktogram Örneği	49
Resim 1.22: AIGA'nın Amerika Ulaştırma Bakanlığı İçin Geliştirdiği Piktogram Örnekleri	49
Resim 1.23: Trafik İşaretleri.....	51
Resim 1.24: 1931 Richard Beck Londra Metro Haritası	52
Resim 1.25: Prag Metro Haritası	52
Resim 1.26: Din Temalı Sembol Örnekleri	54
Resim 1.27: Yabancı Basında İnfografik Kullanımı	61

Resim 1.28: “Remind Me” Klibinden Görüntüler	62
Resim 1.29: İstanbul Hızlı Ulaşım Sistemi Haritası	63
Resim 1.30: Colorado State Üniversitesi Haritası	66
Resim 1.31: Colorado State Üniversitesi İnteraktif Haritası	67
Resim 1.32: John Hopkins Üniversitesi Harita Tasarım Örneği	68
Resim 2.1: D.P.Ü Ana Giriş Bilgilendirme Tasarımı	72
Resim 2.2: D.P.Ü Ana Giriş Yönlendirme Levhaları Genel Görünümü	73
Resim 2.3: D.P.Ü Ana Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı	74
Resim 2.4: D.P.Ü Ana Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı	74
Resim 2.5: D.P.Ü Yan Giriş Genel Görünümü	75
Resim 2.6: D.P.Ü Yan Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı	75
Resim 2.7: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği	76
Resim 2.8: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği	76
Resim 2.9: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği	77
Resim 2.10: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği	77
Resim 2.11: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği	78
Resim 2.12: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği	78
Resim 2.13: D.P.Ü Yan Giriş Genel Görünümü	78
Resim 2.14: D.P.Ü Yan Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı	78
Resim 2.15: D.P.Ü Yan Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı	79
Resim 2.16: D.P.Ü Yönlendirme Levhaları Genel Görünümü	81
Resim 2.17: D.P.Ü Yönlendirme Levhaları Ayrıntı	81
Resim 2.18: D.P.Ü Yönlendirme Levha Örneği Ayrıntı	82
Resim 2.19: Google Earth 2004 D.P.Ü. Ekran Görüntüsü	83
Resim 2.20: Google Earth 2014 D.P.Ü. Ekran Görüntüsü	84
Resim 2.21: D.P.Ü. İnfografik Harita Tasarım Süreci Ekran Görüntüsü	85
Resim 2.22: D.P.Ü. Kongre ve Kültür Merkezi Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü	86
Resim 2.23: D.P.Ü. Yabancı Diller Yüksek Okulu Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü	86
Resim 2.24: D.P.Ü. Kafeterya Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü	87
Resim 2.25: D.P.Ü. İlahiyat Fakültesi Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü	88
Resim 2.26: D.P.Ü. Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü	88

KISALTMALAR LİSTESİ

a.g.e.	Adı Geçen Eser
A.I.G.A.	The Professional Association for Design
Çev.	Çeviren
D.O.T.	United States Department of Transportation
D.P.Ü.	Dumlupınar Üniversitesi
G.S.F.	Güzel Sanatlar Fakültesi
I.I.I.D.	International Institute of Information Design
İ.İ.B.F.	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
M.E.B.	Milli Eğitim Bakanlığı
M.Ö.	Milattan önce
N.A.O.	News Artists Association
ÖSYM	Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi
s.	Sayfa
S.N.D.	Society for News Design
s.s.	Sayfa Sırası
T.C.D.D	Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları
T.D.K .	Türk Dil Kurumu
U.S.A.	Amerika Birleşik Devletleri
v.b.	Ve Benzeri
v.d.	Ve Diğerleri

TEZ METNİ

GİRİŞ

Bu çalışmada infografiklerin yönlendirme üzerindeki etkisi dahilinde bireylere farkındalık duygusu kazandırmanın önemi üzerinde durulmakta; Türkiye’de uygulamaya sunulan yönlendirme tasarımı ve bilgilendirme tasarımlarının bireyler açısından önemli olmasının nedenlerinin saptanması amaçlanmaktadır.

Bilimin hızla gelişmesi ve bilginin artması kampüs ortamlarına da yansımış olup, kampüslere yeni bilim alalarında mekân inşa edilmesine neden olmuştur. Bilginin merkezi kampüs ortamlarının giderek genişlemesi yer, yön bulma sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Bilgilendirme eksiklikleri nedeniyle bireylerin istenilen yere ulaşmada ki yaşadıkları yönlendirme problemlerinin ortadan kalkması iyi bir infografik harita tasarımıyla mümkün olacaktır. Gelişen teknoloji ile bilginin artması, tasarım sürecine de yeni bir boyut kazandırmış, infografik tasarım anlayışı ortaya çıkmıştır. Infografikler, bilgiyi anlamlı bir bütün oluşturacak biçimde, kolay, dikkat çekici ve eğlenceli bir sunum halinde hikayeleştirirler. Görselleşen bilginin kolay anlaşılabilirliği nedeniyle izleyicide akılda kalıcılık oranı daha fazladır. Infografiklerin önemli olması nedenleri infografiklerin etkisini arttırmakta ve giderek kullanım alanı yaygınlaşmaktadır.

“Infografiklerin Bireyleri Yönlendirmesindeki Etkisinin İncelenmesi” konulu çalışmada, Türkiye’de Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kampüs’te öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerin yönlendirilmesi üzerindeki olumsuz etki üzerine değinip, tasarlanan infografik harita ile, en doğru ve etkili şekilde nasıl farkındalık duygusu kazandırmamız gerektiği amaçlanmaktadır.

Problem Durumu

Bireylerin kampüs içerisinde istenilen yere ulaşımında yaşadıkları yön bulma sıkıntıları var olan tasarım ürünlerinin kolay anlamlandırılabilmesi ve akılda kalıcılığının düşük olması nedeniyle sorun teşkil etmektedir. Kampüslerin zamanla gösterdiği gelişim mimariye de yansımış bina sayıları giderek artmıştır. Bireylere çeşitli imkânlar sağlayan kampüslerin sunduğu imkânların ışığında bilgilendirme eksiklikleri nedeniyle bireylerin istenilen yere ulaşımında çektikleri zorluklar zaman kaybı ve ulaşım engeli oluşturmaktadır.

Görsel sunumun hızla önem kazandığı günümüzde infografiklerin kullanım alanları da yaygınlaşmaktadır. İnfografiklerin bilgiyi kolay, anlaşılabilir ve eğlenceli bir sunum şeklinde sunması bireylerin ulaşmak istenilen yere kısa süre içinde ve rahatlıkla ulaşabilmesi açısından önemlidir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada infografiklerin bireyleri yönlendirmedeki etkisini incelemek ve elde edilen bulgular doğrultusunda kampüs içerisinde bilgilendirme eksikliği kaynaklı ulaşım problemlerin örnek oluşturabilecek bir infografik harita tasarımı ile en aza indirgenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın Önemi

Bu araştırma, infografiklerin eğitim verilen bir yerleşkede bireylerin yönlendirilmesindeki etkisini göstermesi açısından önemlidir. Araştırma sonucu tasarlanan Dumlupınar Üniversitesi infografik harita tasarımı, kampüste eğitim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerin bilgilendirme eksikliği kaynaklı yönlendirme probleminin ortadan kaldırılması ve bu infografik harita tasarımından yararlanarak bireyin istenilen yere ulaşımında zaman kaybı yaşanmamasını sağlayacaktır. Kolay algılanabilirliği bireylerin algı durumu ve düzeyi bakımından en sağlıklı şekilde zihinde anlamlandırılabilmesi ve bireylerin yaşamını kolaylaştırması açısından da önem arz ettiği gibi, infografiklerin görsel bilgi yığını düzenlemesi ve organize etmesi açısından da ayrı bir önem oluşturmaktadır.

Sayıtlar

Bu çalışma ile Kütahya Dumlupınar Üniversitesi’de eğitim görececek olan bireyler ve üniversiteyi ziyarete gelecek olan bireylerin yer yön bulmasında yaşadıkları sıkıntıların en aza indirgeneceği varsayılmaktadır. Ayrıca elde edilecek sonuçların diğer üniversitelere model olabileceği varsayılmaktadır.

Sınırlılıklar

Bu çalışma; İletişim, Görsel İletişim, Grafik Tasarım, İnfografik ve Görsel Algı konuları dahilinde bir adet infografik harita önerisi ile, Dumlupınar Üniversitesi dahilinde eğitim gören, görececek olan ve üniversiteyi ziyarete gelecek olan bireyler üzerine 12 ay süre ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmanın Modeli

Araştırmada literatür tarama modeli ile nitel yöntemlerden görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

Yapılan araştırma yöntemi boyunca grafik tasarım ilkelerine sadık kalınmıştır ve bu şekilde gerek “İnfografik” konusu, gerek “Göstergebilim” konusu, gerekse “Görsel Algı” konularına değinilip, teorik bilgiler ile infografiklerin bireylerin yönlendirilmesindeki etkisi (DPÜ Merkez Kampüs) ele alınıp yararlı olunmaya çalışılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Dumlupınar Üniversitesi Evliya Çelebi Yerleşkesi Tavşanlı Yolu 10.km Kütahya, örneklemine ise kampüste eğitim gören, görececek olan ve üniversiteyi ziyarete gelen tesadüfi yöntemle seçilmiş elli kişi oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Çalışmanın ilk aşamasında çeşitli kitap, dergi, makale ve tezlerin incelenmesine dayalı genel bir literatür taramasından sonra araştırma soruları hakkında detaylı bilgi edinmek için yarı yapılandırılmış mülakat formu geliştirilmiştir. Kampüste eğitim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerin Dumlupınar Üniversitesi’nde ki bilgilendirme tasarımı eksikliği nedeniyle oluşan yönlendirme sorunlarına ve infografik harita tasarımının sağlayabileceği katkıya yönelik görüşleri gibi konuları kapsayan bu mülakat formu toplam 4 sorudan oluşmaktadır.

Mülakat formu uygulanmadan önce grafik tasarım alan uzmanından Dumlupınar Üniversitesi infografik harita tasarımı ve mülakat soruları ile ilgili görüşler alınmıştır. Mülakatta öncelikle katılımcılara infografik kavramı ile ilgili açıklama yapılmış, kampüsteki yön bulma sorunlarına ve infografik harita tasarımının sağlayabileceği katkıya yönelik ek 1’de bulunan sorular yöneltilmiş ve kayıt altına alınmıştır.

Verilerin Analizi ve Değerlendirme

Katılımcılardan elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İçerik analizi sürecinde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227).

Kampüs içerisinde eğitim gören görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen tesadüfi yöntemle seçilmiş, isteğe bağlı elli kişinin katılımıyla elde edilen veriler, benzerlik ve farklılık durumlarına göre belirli bir çerçeve içerisinde toplanıp daha sonra okuyucunun anlayabileceği şekilde kategorize edilmiştir. Analizler araştırmacı tarafından yapılmış ortak olan temalar kullanılarak bulgular oluşturulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM
İNFOGRAFİKLERİN BİREYLERİ YÖNLENDİRMEDEKİ ETKİSİNİN
İNCELENMESİ

1.1. İLETİŞİM

TDK'ye göre iletişim; düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon (http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.542885f56bc4f8.69963003,2014) gibi anlamlara gelmektedir. İletişimin karşılığı olarak birçok Hint-Avrupa dilinde kullanılan "komünikasyon"-communication- sözcüğü kullanılmakta olup, sözcüğün kökü, Latince "communicare" fiilinden türetilmiştir (Köknel, 1986: 36-37).

Geçmişten günümüze iletişim, farklı dillerin etkisi ile çeşitli terimler kullanılarak yorumlansa dahi iletişimin temel görevinin insanlara bilgiyi ulaştırması durumu olduğu düşünülmektedir.

İletişim sözcüğü, gerek dünyada gerek toplumumuzda, yaşama insanın doğuşuyla girmiş, ancak kavramlaştırılması ve tamamlanması, içinde bulunduğumuz yüzyılın sonlarına kadar gecikmiştir (Aşkun, 1989:1). Bu süreçte iletişim kavramı hakkında çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Örneğin;

E. X. Dance ve Carl E. Larson, 1972'de iletişim alanındaki tanımları taramışlar ve 126 değişik tanım bulmuşlardır. (http://meb12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, 2014). Hala bu tanımlar pek çok kaynakta yerini almakta, bu durum iletişim kavramının hayatımızdaki yeri ve önemini bizlere sunmaktadır. Farklı kaynaklar yardımı ile iletişim hakkında elde edilen bazı tanımlamalar şöyledir.

Becer'e göre iletişim; gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir (Becer, 1999: 11).

Rigel'e göre iletişim; bir ortamdan yararlanarak bilgi gönderme sürecidir. Birey bazında ele alındığında ise bireyin aklı ve duygularıyla çevresinden aldığı iletileri çözümleme ve bu iletilere göre yeni düşünce ve davranışlar geliştirme sistemidir (Rigel, 2000:145).

Dökmen'e göre iletişim; bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci" dir. Genel anlamda ise; "Nitelikleri ne olursa olsun, iki sistem arasındaki bilgi alış verişini iletişim" olarak kabul etmiştir (Dökmen, 1996: 19-20).

Yapılan tanımlamalar doğrultusunda açıklayacak olursak en az iki kişi arasında bilginin karşılıklı olarak aktarımı sonucu, bilginin paylaşımı ve bireylerde karşılıklı olarak düşünce ve davranışa dönüşmesi sağlanmaktadır.

Geçmişten günümüze kadar gelen süreçte iletişim kavramı üzerinde tanımların artmasında değişen ve gelişen dünya önemli rol oynamaktadır. Günümüzde kullanımı yaygınlaşan "iletişim" sözcüğü teknolojinin ilerlemesi ile kitle iletişim araçlarına da etki etmiş, bu durum iletişim kavramının genişlemesine ve yeni tanımlamalara neden olmuştur. Yeni bir tanım ekleyecek olursak; "iletişim bir ileti alışverişinin biçimidir" diyebiliriz. Farklı tanımlamalar incelendiğinde ise iletişim kavramının ilerleyen süreçlerde yeni tanımlamalara gereksinim duyacağı ve giderek genişleyeceğinin kaçınılmaz bir durum olduğu düşünülmektedir. Yukarıda bulunan örnekler iletişimin toplumsal yanını da ele almakta, iki insan ya da insan grubunun anlamlı mesajları paylaşımı yani alışverişi durumunu bizlere aktarmaktadır. İletişim kavramının gerçekleşebilmesi için birey ve birey grubuna iletilen mesajın anlamlı olması gerekmektedir. Anlam ifade etmeyen mesajlar olumsuz geribilirim ile sonuçlanır.

İletişim insanlar arası ilişkileri de düzenleyen bir olgudur. İletişim olmadan ve kurulmadan insan toplumsal bir varlık da olamaz denilebilir. http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, (2014).

İletişim aracılığı ile insan, bireysel varlığını ve toplumsal ilişkilerini sürdürür. İletişim simgelerini ve eylemlerini kullanma yeteneğinden yoksun bir bireyin toplumun dışına itilmesi, yalnız kalması bile söz konusu olabilmektedir (Yüksel, 1994: s.9).

Toplumsal ilişkilerin boyutları ve toplumlar arası ilişkilerin giderek yoğunlaşması göz önüne alınırsa iletişimin önemi ve kazandığı evrensel boyutlar daha da iyi anlaşılabilir. (Bühler, 1970: 397). Fakat bireyin aldığı eğitim ve içinde bulunduğu kültürel değerler, farklı bölgelerde yaşayan farklı kültürel değerlere sahip bireyler için aynı anlamları taşımayabilir.

Örneğin, sokaktan gelen satıcının sesi ile diğer sesler arasındaki farkı hemen kavrayabiliriz. İçinde yaşadığımız kültür bize bunları öğretmiştir. Ancak, Afrika'da yaşayan bir yerli için aynı iletiler hiçbir anlam ifade etmeyebilir. http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, (2014).

Bu bağlamda iletişim; karşılıklı bilgi alışverişi olmasının yanı sıra, bu alışverişin iki taraf açısından da anlamlı olması ile de değerlendirilebilir. Kısaca mesaj ile alıcı arasında karşılıklı ve anlamlı bir süreci gerektirir. Bu süreçte anlamlandırma önemli bir etkidir. Ayrıca bireyin değişen gereksinimlerini ve yaşam kalitesini artırmaya yönelik algısal bir olgudur. Temel ihtiyaçların dışında bireyin iletişim kurma ihtiyacının karşılanması, gerek bireyin kendini anlatma çabası ve bunu gerçekleştirebilmesi, bireyin psikolojik durumu üzerinde de etkilidir. Bu bağlamda temel ihtiyaçlar arasında iletişim becerileri de yerini almalıdır.

1.1.1. İletişim Tarihi Süreci

İletişim en az iki kişi arasında karşılıklı olarak yapılan bilgi alışverişi durumu olduğuna göre iletişimin tarihsel sürecinin insanlığın var olması ile başladığını göstermektedir. Gezegenimizde yaşamış tüm insan toplumlarıyla ve uygarlıklarla ilgili bilgileri gün ışığına çıkaran bilimsel araştırma ve çalışmalar bunu ortaya koymaktadır. Bu uygarlıklarla ilgili elde edilen bilgilerin büyük kısmı çözümlemeli bilimsel sonuçlara bir kısmı da yorumlara dayanmaktadır. O çağlarda insanların iletişimi nasıl kullandıkları somut verilerden çok yoruma dayalı bilgilerden ibarettir. Ancak yoruma dayalı bu bilgilerin de kesine yakın olduğu söylenebilir. (Gönenç, 2007: 92).

İnsanoğlu, iletişime görseller kullanarak başlamıştır. Yazının bulunmadığı çağlarda bile insanlar şekil çizme yoluyla kendi aralarında bir anlatım aracı geliştirmişlerdir. M.Ö. 15000 Altamira (İspanya) ve M.Ö. 25000 Lascaux (Fransa) mağaralarında bulunan hayvan ve insan figürlerinde, günlük yaşamın bir kesitinin işlendiği görülmüştür (Tepecik, 2002: 18).

Resim 1.1: Lascaux Mağarasındaki Hayvan Figürleri

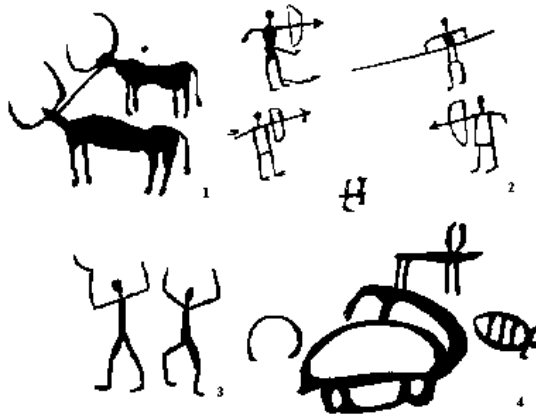


Kaynak: Uçar, 2004: 17

Altamira mağaralarının duvarlarına en açık, en stilize biçimlerle figürler çizilmiştir. Bunlar, benzetme arzusundan uzak, yaşamını biçimleyen doğa kurallarının kendisi üzerindeki etkisi olarak görülmektedir (Eraldemir, 1992: 17).

Mağaralarda ve dıştaki kaya yüzeyleri üzerinde bulunan boyalı resimler ve çizgiler, insanın binlerce yıl önce fikirlerini nasıl ifade ettiğini oldukça iyi bir örnekle göstermektedir (Tansuğ, 1993: 20). Uçar'a göre ise, Bu süreç içinde kavram yazı (ideogram) gibi bir alfabe olarak adlandıramayacağımız pek çok ayrı yol denemiştir. (Uçar, 2004: 21).

Yazılı bir dil oluşturabilmenin en eski yolu olan görsel iletişimden yararlanarak, ilk önce resim yazılar kullanmaya başlamışlardır. Eski dönemlerde yaşayan birçok kültür sözsüz bir iletişim şekli olan resim yazının kullanımında öncülük etmişlerdir. Örneğin; Mezopotamya, Mısırlılar gibi. Bu sayede görsel iletişimin temelleri atılmıştır.

Resim 1.2: İdeogram (Resim Yazı) Örneği

Kaynak: <https://www.stormfront.org/forum/t140387-7/>, 2014

Bu veriler doğrultusunda ilerleyen süreçte farklı iletişim yolları da kullanılmaya başlanmıştır. “Dünyada tüm canlıların yaşamlarını devam ettirme sürecinde, karşısındaki diğer canlılarla işaretler, hareketler, sesler gibi bir takım sembollerden oluşan çok çeşitli sistemleri kullanarak iletişim kurdukları bilinmektedir” (Elden, 2009: 21). Çeşitli sistemler kullanılsa dahi temel amaç kolayca öğrenilebilen akılda kalıcı ortak bir görsel dil oluşturarak rahatlıkla iletişim kurabilmektir.

Resim 1.3: İdeogram (Resim Yazı) Örneği

ANLAMI	M.Ö. 3000	M.Ö. 2400	M.Ö. 650
KUŞ			
EL			
BAŞ			
SAZ, KAMIŞ			
YÜRÜMEK, DURMAK			
SU			

Kaynak: Uçar, 2004: 73

İletişimsiz bir hayat yadsınılamaz bir gerçektir. İhtiyaç kaynaklı oluşturulmuş olup bireylerin gündelik hayatlarını kolaylaştırmada önemli bir etkidir. Günümüzde teknolojinin ilerlemesi ile iletişim boyut değiştirmiş, elektronik ortamda da boy göstermeye başlamıştır. Her ne kadar çeşitli yöntemler ile iletişim yapılıyor olsa da genel amaç insanların hayatlarını kolaylaştırmaya, bilgi alışverişinde bulunmaya yöneliktir.

1.1.2. İletişim Türleri

İletişim; kişilerarası, toplumlararası ve kitle iletişimi olarak dörde ayrılmaktadır.

1.1.2.1. Kişinin Kendisi ile İletişimi

Kişinin kendi içerisinde duygu, durum, ve olayları yorumlamasıdır. İnsanın kendisiyle iletişimi için, "içsel iletişim" ya da "öz-iletişim" terimleri de kullanılmaktadır. http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/iletim_sureci_ve_turleri.pdf, (2014). İç iletişim kişinin psikolojisi ile yakından ilgili bir durumdur. Kişinin kendini anlaması, yorumlaması ve sorgulaması sonucu durum ya da olaylar karşısında içsel olarak yaşadığı düşünsel süreçtir.

1.1.2.2. Kişilerarası İletişim

Kişilerarası iletişim, bireylere ya da daha çok kişiye seslenerek görme, dokunma, işitme, tatma ya da koku alma gibi duyularımıza mesaj yöneltmek karşındaki kişi ya da kişilere duygu, düşünce, yargı, bilgi ya da haber aktarımında bulunur.

Kişilerce yaratılan simgesel çevreye ya da başka deyişle, iletişim ortamına, yenilen yemeklere, yaşam biçimlerine, çalışma ya da eğlence yerlerine, giyim biçimine v.b uyarlanmayı gerektirir. Simgesel çevredeki nesnelere, yerlere, kişilere anlam yüklenmesini öngörür simgeler deneylere göre yorumlanır, başka bir deyişle, anlamlar kültüre, zamana ve yere bağlıdır, ayrıca kişiler arası iletişim aracılığıyla da simgeler ile anlamlar paylaşılır ve standartlaştırılır.” (Usluata, 1994: 45-46).

Böylelikle her kesime hitap eden, genel geçer anlamların mevcut olduğu, algıda sorun oluşturmayacak iletişim unsurları ortaya çıkar ve iletişim eksikliklerinin ortadan kaldırılması amaçlanır.

1.1.2.3. Toplumlaraarası İletişim

Toplum içinde yaşayan bireylerin kendisi ve çevresi ile ilişkileri göz önünde bulundurulursa iletişimin toplumsal oluşu kaçınılmaz bir gerçek olarak nitelendirilebilir. Toplumsal kültürel özellikler iletişimin kimler arasında nasıl gerçekleşeceğini belirlemede önemli rol oynar. Yaşadığımız çevre, eğitim düzeyimiz, inançlarımız tutum ve yargılarımız gibi birçok öge toplumlar arası ilişkileri belirlemede etkilidir. İletişimin toplumsal oluşu yönünde yapılan tanımlamalar ise şöyledir.

Zıllıoğlu'na göre; "iletişimin temel özelliği toplumsal oluşudur" (Zıllıoğlu, 1996: 3).

Tüfekçioğlu'na göre, iletişimin, toplum yaşamının başlangıcından beri var olması, onun toplumsal niteliğini ortaya koyar (Tüfekçioğlu, 1997: 84).

Dolayısıyla, iletişimi bir ileti alışverişinden çok toplumsal niteliği ile ele almak gereği ortaya çıkmaktadır. (Yılmaz, 2003: 11-29).

Neden iletişim kurarız sorusuna verebileceğimiz cevapların başında insanın diyalog kurabilme isteminin gelmesi, onun toplumsal bir yapıya sahip olduğunun da göstergesidir.

İletişim, toplumsal varoluşu gerçekleştirmenin, yani toplumsal bir varlık haline gelmenin bir koşulu ve toplumun bütün kurumlarının yaşayabilirliğini sağlayan bir sistemdir (Özkök, 1985: 11-12).

"Çağımızda toplumlar içe dönük bir yapıya sahip değillerdir, özellikle gelişen kitle iletişim araçları ile birlikte dünyanın farklı bölgelerindeki kişiler ve toplumlar birbirleri ile iletişim kurabilmektedirler. "Kültürler arası ya da toplumlar arası iletişim bir yönü ile toplumları, kültürleri bir araya getirerek karşılıklı bilgi akışı sayesinde çok renkli bir kültürel zenginleşmeye yol açarken, bir yönü ile de baskın toplumun kültürünü diğerlerine benimsetmesi yani oluşabilecek çok sesli, çok renkli kültürel ortamın belirli/belirlenmiş tek bir yapıya bürünmesi tehlikesi de taşımaktadır. Bunun

önlenebilmesi için özellikle çok uluslu şirketlerin global reklam ve halkla ilişkiler kampanyaları planlanırken -genel bir strateji üzerine kurulmuş olsa bile hitap ettikleri değişik hedef kitlelerin yani değişik toplumların sosyo-kültürel özelliklerini dikkate almaları gerekmektedir” (Kocabaş, vd., 1999: 39).

Bu doğrultuda toplumların kültürel özellikleri göz önünde bulundurularak çeşitli kültürel değerlerin bir sonraki kuşağa aktarımı ve kültürel özelliklerin devamlılığı sağlanabilir. Böylelikle kültürel çeşitliliğin korunması ve toplumsal değerlerin kaybolması durumu ortadan kaldırılabilir.

1.1.2.4. Kitle İletişimi

Kitle iletişimi; belirli kaynaklar aracılığıyla mesajın çok sayıda kişiyi etkileyecek biçimde tek yönlü olarak alıcısına ulaştırılması durumudur.

Kitle iletişimde, mesaj televizyon, radyo v.b. gibi kitle iletişim araçları kullanılarak birden fazla kişiye veri sunar. Mesaj dolaylı olarak alıcısına ulaşır. Çok sayıda kişiye seslenebilmesi açısından göz ardı edilmemeli toplumun yanlış bilgilendirilmesi gerektiğine dikkat edilmemelidir. Birden fazla kişiye hitap edebilmesi yönünden sağladığı avantajların yanı sıra günümüz medyası olumsuz etkilerini izleyicine ulaştırmaktadır.

“Bir aracı teknik aletin, iletinin sahibiyle alıcısının arasına girmesi, iletiyi verene yönelik geri bildirim imkânlarını sınırlamakta ve anında tepki verilmesini ve etkili ve çabuk karşı-tavır sergilenmesini engellemektedir” (Oktay, 1996: 26).

Burada mesaj aktif konumda iken, alıcı pasif durumdadır. Mesaj bireyin zihninde yer ederken, geribildirim eksikliği nedeniyle birey üzerinde kendini ifade edememe, mesaj tarafından yönlendirilme gibi olumsuz durumlar söz konusudur. Bu açıdan kitle iletişimi için kullanılan olumsuz materyallerin ve mesajların kullanımı hakkında toplum bilinçlendirilmelidir.

1.1.3. İletişim Kurma Nedenleri

İletişim kurma nedenleri saymakla tamamlayamayacağımız yoğunlukta geniş yelpaze bir konudur. Neden İletişim kurarız? İletişim kurmadan hayat nasıl devam

edebilir gibi soruların zihnimizde canlandığını, fakat bir soruya tekabül eden cevap sayısının oldukça fazla olduğunu görüyoruz. Bireylerin iletişim kurması için biden fazla neden vardır. Tarih öncesi yazının olmadığı dönemlerde bile ihtiyaç kaynaklı oluşan duvar resimleri, semboller v.b gibi, bireylerin birbirlerini anlama kaygısından iletişimin var olduğunu ortaya koymuştur. Bu açıdan konuyu genel hatları ile değerlendirecek olursak kısaca yaşamak için iletişim kurulur denilebilir. Becere bu durumu “çevredeki insanlarla kurulan iletişimin büyük bir bölümü, bazı fiziksel ihtiyaçların karşılanmasına yöneliktir.” (Becer, 1999: 17). sözleriyle açıklar.

Örneğin; bir sağlık problemini ele alalım. Bireye tanı teşhis ve tedavi uygulanabilmesi için bireyin ilgili kişi ile iletişime geçmesi gerekmektedir. Bu sayede ilgili kişinin bireyin ihtiyaçlarını anlamlandırabilmesi ve bireyin ihtiyaçlarının en aza indirgenmesine yönelik uygulanacak tedavi yönteminin belirlenmesi sağlanır.

Bir sosyal yapı içerisinde iletişime ihtiyaç göstermeyen hiçbir iş yoktur. Çünkü iletişim, insanların birbirini anlamaları için gerekli olan bir köprüdür. İnsan ister tek başına, ister toplumla birlikte yaşasın, iletişim kurarak amaçlarına ulaşır. Yaşam bir bakıma iletişim kurma serüvenidir. İletişim, insanın bireysel ve sosyal yaşamının vazgeçilmez unsurudur (http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/iletisim_sureci_ve_turleri.pdf (2014).

“Günümüzde iletişimin öneminin artmasının nedeni, iletişimin bugün bir güç kaynağı olan bilgi iletiminin temel aracı olmasıdır. Yaygın bir tanımla içinde bulunduğumuz çağ “enformasyon çağı” olarak nitelendirilmektedir. Çağımıza adını veren bilginin bir değer olarak ortaya çıkması ve iletilmesi, iletişim sayesinde mümkün olabilmektedir. İletişim, İnsanın kendini sosyal bir varlık olarak ifade etmesi için zorunludur. İnsan, çevresi ile iletişim kurarak yaşar. Onun her davranışı, konuşması, susması, duruşu ve oturuş biçimi, kendini ifade etmesidir; yani çevresine mesaj iletmesidir. İletişim, bilgi üretme, iletme ve algılama sürecidir. İletişim kurmakta asıl amaç, anlaşılabilir mesajların gönderilmesi ve karşı tarafın tutum ve davranışlarında değişiklik yapılmasıdır.” (http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/iletisim_sureci_ve_turleri.pdf , (2014).

Küreselleşen dünya, insanların birbirleri ile olan ilişkilerine farklı bir boyut kazandırmış, teknolojik gelişmelerde bireylerin kısa sürede bilgiye ulaşabilmesi ve bireylerin sosyalleşmesine olanak sağlamıştır. Fakat iletişim kurulurken bireyler arasında ki bireysel farklılıklar göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu süreçte, her insanın iletişimi algılama ve yorumlama durumu farklılık gösterir. Bireyin kişisel birikimi mesajı alma ve yorumlama kısmında önem arz etmektedir. Konu dâhilinde en basit şekilde örnekleyecek olursak renkleri ele alalım, bir ülkede siyah rengi matem duygusunu sosyal açıdan kabul gören bir yolla dışa vurup, karşı tarafa bu mesajı verirken, diğer bir ülkede tezat bir kavramı anlatıyor olabilir. Bu da kişinin bilgi birikimiyle yakından ilgilidir. Birey bu tip bir bilgiden yoksun ise yorumlamada yanlışlıklar olabilir.

Sonuç olarak herkes, birçok amaç ve ihtiyacı karşılamak için iletişim kurar. Yukarıda sıraladığımız liste daha da uzatılabilir. Ama bunun yerine, bütün bu amaç ve ihtiyaçları dört başlık altında toplamak daha yararlı olacaktır: kişisel ihtiyaçlar, sosyal amaçlar, ekonomik gereklilikler, sanatsal dışavurum gibi (Becer, 1999: 20).

1.1.4. İletişim Süreci

Süreç, "bir olayın düzenli olarak ve birbirini izleyen değişmelerle gelişmesi, başka bir olaya dönüşmesi" dir (Ozankaya, 1975: 88). Örneğin tarih ya da bir insanın öğrenmesi de bir süreçtir. Çünkü her ikisi de sürekli değişme ve gelişmelerden oluşur. (Şimşek, 1997: 10). Bu süreç kaynak ile alıcı arasında kurulur, iki öge arasında kurulan iletişim ise iletişim kanalı oluşturularak sağlanır. Bu sayede mesaj iletişim kanalından geçerek alıcısına ulaşır bu durum sonucunda da iletişim süreci oluşturmaktadır denilebilir.

Herhangi bir gelişme ve değişme ise, birçok işlemlerin ve koşulların sonucunda oluşur. Bu nedenle süreç deyimi, aynı zamanda süreçte yer alan tüm işlemleri ve koşulları da dile getirir (Hançerlioğlu; 1979: 374). Bu durum süreç içerisinde yer alan zihinsel ve bedensel tüm işlemlerin sonucunda etkileşim ve değişime uğrayan öğelerin dönüşümlerinin sağlandığını göstermektedir.

“İletişimin gerçekleşme süreci, iletişimin taraflarının sahip olduğu içsel ya da öznel anlam sistemlerine bağlı bulunmaktadır. Gönderilen iletiyle algılanan iletinin tam olarak kesiştiği durumlar iki nedenden ötürü çok ender gerçekleşir: İnsanların bellek sistemlerini anlam depolama biçimlerinin birbirinden ayrı olması; iletişim süreci sırasında göstergelere anlam yükleme biçimlerinin ayrı, değişik bulunmasıdır.” (Güz, 1998: 125-126)

Bu farklıları göz önünde bulunduruyor olsak dahi, belirli bir amaç taşımayan iletişim faaliyetleri, olumsuzlukla sonuçlanır. Öncelikle iletişimin amacı belirlenmeli, sonra izleyici kitlesine hitap edecek doğru iletişim unsurlarının seçimine sıra gelecektir. Burada verilecek mesaj göz önünde bulundurulmalı, konuya uygun metin, görsel v.b. unsurların seçimine anlamsal olarak dikkat edilmelidir. Kullanılan unsurlar dikkat çekmeli, bireyde merak ve ilgi uyandırmalı, mesajın önemini karşı tarafa anlamlı bir şekilde iletmelidir.

İletişim olgusu gerçekte son derece geniş kapsamlıdır, iletişimin yalnızca insanlara özgü olduğunu düşünmek yanlıştır, Bu evrensel kavram yeryüzünde yaşayan tüm canlılar için geçerlidir, insanlar, konuşarak akıllarını ve yeteneklerini kullanarak iletişimi geliştirmişlerdir. İletişim insanların doğasında bulunmaktadır. İnsanlar bu özelliklerini, akıl, zeka, yetenek ve yaratıcı güçlerini kullanarak yaşamları boyunca ön planda tutmaktadır (Gönenç, 2007: 28).

Gelecekte de iletişim sürecinin tarafları konumundaki kişiler ya da kurumlar tarafından “iletişim bir bilim dalı olarak önemsensin, bilinçli uygulanırsa, iletişimdeki engeller biraz olsun ortadan kaldırılabilir; giderek de amaca, hedefe ulaşma, isteneni elde etme becerisi kazanılabilir” (Usluata, 1994: 6).

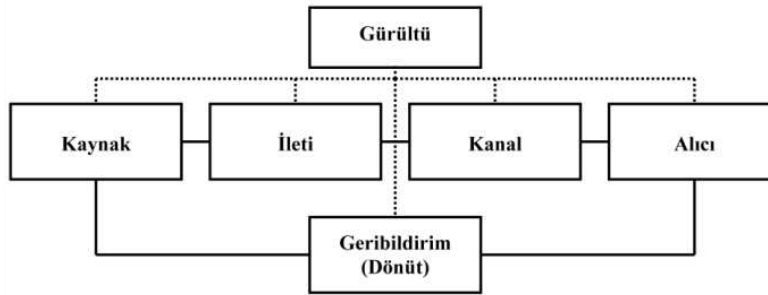
Böylelikle gerek bireylerin kendileri ile iletişimi gerekse toplumla olan iletişim düzeyleri yükselmiş olup, iletişimsizlik nedenli sorunların azalması, ilerleyen süreçte ortadan kalkacak olması varsayılmaktadır. Bu sayede gerek kişiler gerek toplumlar gerekse kurumlar arası etkili iletişim sağlanabilir. İletişimin görsel boyutunda ise biz grafik sanatçılara görev düşmektedir. Başarılı görsel tasarım ürünleri ile toplumun ekonomik, sosyal vb. gibi açılardan bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi sonucu birçok soruna çözüm bulunabileceği gibi, toplumsal düzeni sağlamada oluşabilecek iletişim engellerini ortadan kaldırması açısından grafik tasarımı önemli bir rol oynadığı söylenebilir.

1.1.4.1. İletişim Süreci Temel Öğeleri

Zıllıoğlu'na göre; iletişim kuramı, iletişim sürecinin temel öğelerinin belirlenebileceğini ve bu öğeler arasındaki ilişkilerin ve etkileşimlerin incelenerek sürecin işleyiş düzeninin kavranabileceğini varsayar (Zıllıoğlu, 1996). İletişim süreci

temel ögeleri kuramsal yaklaşımlar gerçekleştiren Berlo'ya göre altı, Amerikalı siyaset bilimci olan Lasswell'e göre ise bazı sorulara yanıt verebilmesi ile ögeleri tespit edilmiştir. Günümüz kaynaklarından elde edilen güncel bulgulara göre ise Şekil:1.1'de görüldüğü gibi iletişim süreci temel ögeleri gelişen, değişen ve dönüşen bu süreçte günümüz gereklerine uygun şekilde yerini almaktadır.

Şekil 1.1: İletişim Süreci Temel Ögeleri



Kaynak:http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, 2014.

Yukarıda bulunan veriler doğrultusunda iletişim süreci temel ögelerini 6 başlık adı altında inceleyebilir, Şekil:1.1. aracılı ile iletişim sürecinin gerçekleşmesi esnasında nasıl yol bir izlediği konusunda fikir sahibi olabiliriz.

1.1.4.1.1. Kaynak

Kaynak, bir ileti kodlayarak arzu ettiği tepkiyi gerçekleştirmek için alıcıya gönderen, ögedir. İletişimin başlangıç noktası olup, algılama, seçme, düşünme, yorumlama, süreçlerinde ürettiği anlamlı iletileri, simgeler aracılığıyla hedefe gönderen kişi, grup, kurum veya kuruluştur (Berlo, 1960: 41).

Kaynağın, iletmek istediği mesajı, muhtemel yanlış anlaşılmalara en aza indirgeyecek şekilde sunması gerekir. Çünkü kitle iletişiminde yüz yüze iletişimde olduğu gibi kaynak ile alıcı birbirine yakın değildir. Şekil 1'de belirtildiği gibi, mesaj kaynağı ile alıcı arasındaki mesafe veya süreçte ortaya çıkabilen etkenler (gürültü) mesajın alıcı tarafından yanlış anlaşılmasına sebep olabilmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi farklı

iletişim aralarınday yer alan farklı mesajlar gürültünün önemli bir kaynağıdır. Gürültüler, alıcıların dikkatini başka yerlere yönlendirirler, algıda karmaşa yaratırlar, mesajın anlaşılmasına ve hatırlanmasına olumsuz etkide bulunurlar. Bu sebeple verilmek istenen mesaj, çok açık, net ve hedef kitlenin anlayıp algılayabileceğı biçimde kodlanmalı ve sunulmalıdır (Öztürk, 2012, 6).

1.1.4.1.2. İleti

İleti, kaynaktan alıcıya gönderilen bir uyarı, düşünce, duygu, kanı ya da bilginin, kaynak tarafından işitsel, görsel veya görsel-işitsel olarak üretilip kodlanmış halidir. Kısaca, ileti işaretlerden sinyallerden oluşan fiziki bir üründür. Yazı yazarken yazı, resim yaparken resim, bir harekette bulunurken ortaya çıkan el, kol, yüz hareketleri, jest ve mimikler hep iletilerdir (Schramm, 1992: 114).

1.1.4.1.3. Kanal

İletişim süreci mesaj alışverişidir. Bu süreç içerisinde kaynağın ve alıcının karşılıklı iletişim kurabilmesi için belirli kanalları kullanmaları gerekmektedir. İletişim sürecinde kanal iletilerin aktarılmasını sağlayan ortam ya da ortamlar olarak düşünölebilir.(http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, 2014)

Örneğın; televizyon, radyo, gazete vb. kitle iletişim araçları iletileri gönderen alan ya da yayan fizik ya da teknik araçlardır. (<http://iletisimbilimleri.blogspot.com.tr/2010/04/iletisim-surecinin-temel-ogeleri.html>, 2014)

1.1.4.1.4. Alıcı

Sinyale/mesaja karşılık veren ve sinyal/mesaj tarafından davranışı değiştirilmek istenendir (Erdoğan, 2011: 64).

İletişimin gerçekleşmesi için en az iki kişiye ihtiyaç vardır. Bunlardan biri kaynak, diğeri alıcıdır. İnsan kendisiyle kurduğu iletişimin dışında, tek başına bir iletişim kuramayacağına göre, mutlaka alıcı veya alıcılar gerekir. Kodlanmış mesajı alan ve kodunu açan kişi alıcıdır. Alıcı, mesajı taşıyan sembolleri algılayıp anlam vererek, iletişimi sonlandırır ya da kendisi bir mesaj göndererek gönderici konumuna geçer. İletişim süreci,

gönderilen mesajı alıcının algılamasına kadar tamamlanmaz. Kaynak gönderdiği mesajın alıcı tarafın mutlaka alınmasını ister. İş iletişiminde ise, alıcının mesajı alması yetmez, anlaması, kabul etmesi ve bir davranış gerçekleştirmesi gerekir. O halde iletişimin tamlığı, mesajın alınmasına bağlı iken, etkinliği mesajın alınması ve istenen davranışın alıcı tarafından gösterilmesine bağlıdır. (http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/iletisim_sureci_ve_turleri.pdf, 2014)

1.1.4.1.5. Geribildirim (Dönüt)

Geribildirim, alıcı ve gönderici arasındaki geriye bilgi akışıdır. Bu sayede, gönderici mesajının anlaşılıp anlaşılamadığını öğrenir. Geribildirim olmadığı bir iletişim, "tek yönlü iletişim" iken, geribildirim olduğu iletişim, "çift yönlü iletişim"dir. Geribildirim, bir tür kontrol mekanizmasıdır ve iletişim sürecini etkiler (http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/iletisim_sureci_ve_turleri.pdf, 2014).

İletişim sürecinin son unsurudur. Literatürde iki tür geribildirimden bahsedilmektedir. Bunlar bazı kaynaklarda olumlu/olumsuz geribildirim adı altında kavramsallaştırılırken, bazı kaynaklarda ise yapıcı (constructive) /yıkıcı (destructive) geribildirim olarak ayrıştırılmaktadır (Kaymaz, 2007: 147).

Alıcının mesajı algılaması ve kaynağa doğru biçimde iletmesi olumlu, kaynağa istenilen doğrultuda iletilmemesi ise olumsuz geri bildirimdir. Örneğin; bir çocuğun ebeveynlerinin sözünü dinlemesi sonucu başının okşanması olumlu geribildirime hizmet ederken, ebeveynlerinin sözünü dinlemeyen çocuğa kızılması olumsuz geribildirimini net bir biçimde ifade etmektedir.

1.1.4.1.6. Gürültü

İletişimin etkinliğini bozan her türlü etkidir. (Çevresel faktörler, kişisel faktörler ve tecrübe-bilgi eksikliği) (Büyükbaykal, 2003: 187).

Kocabaş ve Elden'e göre; "Kaynak birimin gönderdiği mesajın yanlış anlaşılmasına yol açan nedenlere verilen addır. İletişimin niteliğini bozan, istenmeyen her şey gürültüdür." (Kocabaş ve Elden: 1997, 9-15).

Gürültü, iletişim sürecinde alıcı ile verici arasında, onların isteği dışında oluşan unsurdur.

Gürültünün bu şekilde plansızca sürece dahil olması, iletinin tam olarak anlaşılmasına, anlamın bozulmasına veya yanlış anlaşılmasına yol açar (Lazar, 2001: 95) ve iletinin belirginliğini kaybetmesine neden olur.

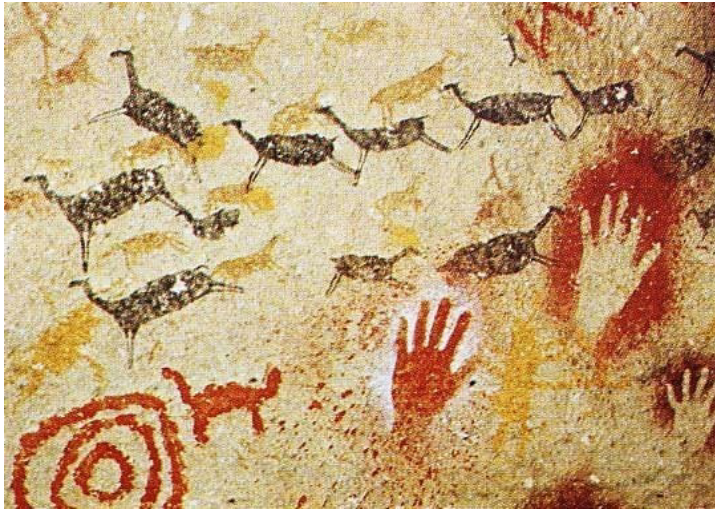
1.2.GÖRSEL İLETİŞİM

“Çevremizdeki cisimlerden gelen ışınlar, önce korneaya geçer ve ön kamara, pupilla arka kamara, lens ve humor vitrusu geçerek retinaya gelir. Görme olayının gelişmesi için ışık miktarının ayarlanmasını iris sağlar. Lens, göze gelen ışınları birbirine yaklaştırarak kırar. Cismin tam ve gerçek görüntüsünü retina üzerine düşürür. Retina tabakasının sarı noktası üzerine ters olarak düşen görüntü, görme siniri aracılığı ile beynin görme alanına iletir. Beyinde görüntü düzeltilir ve cisimler düzgün olarak görünür. Böylece görme olayı gerçekleşir” (<http://mtegm.meb.gov.tr/program/dokuman/modul/ANESTEZ%DD%20VE%20REAN%DDMASYON/ANATOM%DD%20VE%20F%DDZYLOJ%DD/Duyu%20organlar%FD.pdf>, 2014).

Dış dünyaya açılan penceremiz göz ile başlayarak beyin fonksiyonlarıyla devam etmektedir. Görme biyolojik olarak gerçekleşerek sonrasında beyinde anlamlandırılan bilginin yorumlanmasıyla anlam kazanır.

“Görme duyusu insanoğlunun en önemli duyularındandır. Çevremizdeki nesneleri, olayları, durumları önce görerek tanımlar ve anlamaya çalışırız, insanoğlu bu özelliğini geliştirmek için on binlerce yıl harcamıştır. Yaklaşık olarak MÖ 15 000’li yıllarda bize ulaşan en eski mağara resimlerini yapmış olan atalarımız, gördüklerini algılayabiliyor ve resmedebiliyordu. Bu resimlerde av sahneleri ve insanoğlunun varlık sembolü olarak kullanılmışçasına el resimleri vardı. Bu resimler, imgelerin insan üzerinde etkisine ilişkin şekil çizilerek yapılmış ilk görsel iletişim örnekleridir.” (Uçar, 2004: 17).

Resim 1.4: Altamira Mağarasındaki El Figürleri



Kaynak:<http://www.estanbul.com/altamira-magarasi210640.html#.VQ3EX46sV0g>,
(2015)

Prehistorik döneme ait en eski duvar resmi örnekleri Altemira, Lascaux ve Chauvet mağaraları ile birlikte Fransa ve İspanya havzasında toplanmıştır. Altemira ve Lascaux mağaralarında bulunan duvar resimlerinde hayvan figürlerinin insan figürlerine oranla daha detaylı resmedildiği gözlenmektedir. Günümüz resim sanatına ve sembollerin gelişmesinde önemli yer edinen bu mağara resimleri görsel iletişimin temelini oluşturmuştur.

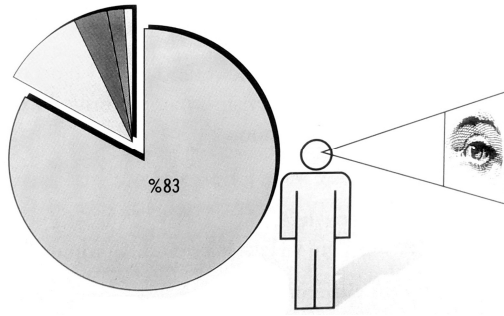
M.Ö. 15 000’li yıllarda yazılı bir görsel dil oluşturmanın nedenlerini sorgulayacak olursak görsellerin doğrudan kolaylıkla ve kısa sürede algılanabildiğinin bilindiği düşünülmektedir.

İnsanın dil dışı dünyayı ve göstergelerin gerçek hayattaki karşılığı olan göndergeleri algılamasında beş duyu organından yararlandığı bilinmektedir. Yani bir nesnenin özü, içeriği, ne olup olmadığı, nasıl bir yapıda olduğu tat almayla, koklamayla, dokunmayla, duymayla ya da görmeyle anlaşılabilir. Tüm bu tanıma unsurları elbette bir nesne hakkında başvuracağımız en doğal araçlardır. Ancak kuşku duyulmayan bir diğer gerçek var ki, o da, bu duyu organları içerisinde görme eylemi en etkili olanıdır (http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt7/sayi32_pdf/1dil_edebiyat/cicek_mehmet.pdf, 2014) Bu durum mağara resimlerinin dönemin insanları tarafından

rahatlıkla kısa sürede algılanabildiği gerçeğini bildiklerini kanıtlar niteliktedir. Birden fazla duyu organına sahip olmamıza rağmen görsel dil ile iletişim kurma yoluna gidilmiştir.

Duyu organlarının algılama üzerindeki etkilerini değerlendirecek olursak Sönmez'e göre; öğrendiklerimizin % 1'ini tadarak, %1,5'ünü dokunarak, %3,5'ini koklayarak, %11'ini duyarak ve % 83'ünü görerek öğreniriz. Bilgilerin algılanmasına gelince, okuduklarımızın %10'unu, duyduklarımızın %20'sini, gördüklerimizin %30'unu, hem görüp hem duyduklarımızın % 50'sini, söylediklerimizin %70'ini ve söylerken yaptıklarımızın % 90'ını akılda tutabiliriz." (Sönmez, 2005: 122). Bu durumda görme duyusu ile yaptığımız öğrenme ve akılda kalıcılık düzeyinin diğer duylara oranla üstünlüğünü gözlenmiştir.

Şekil 1.2: Görsel Unsurların Akılda Kalıcılık Oranı



Kaynak: Becer, 1999: 59

Mesajın algılanabilirliği görsel imgenin kısa sürede anlamlandırılabilmesi ile ilişkilidir. Bireyin zihnine gönderilen mesajın doğrudan zihne ulaşması bilginin zihinde daha kolay ve kısa sürede anlamlandırılmasına etki eder.

Diğerleri ile karşılaştırıldığında, bilgi edinme, varlık evrenini yorumlama ve kararlar oluşturma noktasında görme eylemi aslan payına sahiptir. Bu pay öyle önemli ve büyüktür ki bugün bunun, göstergebilim adı altında bilimi yapılmaktadır. Ancak burada çok önemli bir koşula dikkat çekmek gerekiyor. O da şu: bakmakla görmek karıştırılmamalıdır (http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt7/sayi32_pdf/1dil_edebiyat/cicek_mehmet.pdf, 2014).

Etrafımıza baktığımızda çok fazla şey olmasına rağmen, görebildiklerimiz sınırlıdır. Örneğin bir çiçeğe bakarsınız, sadece çiçek dersiniz. Türü gereği bir çiçek olmasının yanı sıra, biçim, renk, boy v.b. gibi birçok özelliği bulunmaktadır. Bu özelliklerin farkına vardığınız zaman bakmakla görmek arasındaki farkı algılayabiliriz.

1.2.1. Grafik İletişim

Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim, görüntülerden oluşan bilgilerin değiş tokuşu olarak tanımlanabilir (Becer, 1999: 28).

Hayatımızın her alanında yer edinen grafik ürünler alıcısı ile buluşması sonucu grafiksel iletişim sürecine girmiş bulunur. “Grafik iletişim, bir gazete, dergi tasarımından ilaç kutusuna, bir afişten ürün tasarımına, ambalajına kullanılan bilgisayar programlarından reklamlara, evlerdeki ansiklopedilerden marketteki poşetlere, okullardaki ders kitaplarına kadar hayatın hemen her alanında göz göze gelinen profesyonelce hazırlanmış grafik tasarımların sunum yöntemidir.” (Ketizmen, 1997: 5). Yazılı basılı ve interaktif ortamlarda sıklıkla rastladığımız grafik iletişim ürünlerinin hazırlanma aşamasında dikkat edilmeli günümüz görsel çağın oluşturduğu görsel kirliliğin, başarılı grafik sanatçıları yetiştirilmesi ile bir nebze olsa önüne geçilebileceği düşünülmektedir.

Grafik iletişimin başlıca amacı ve kriteri, bir mesajın açık, ekonomik ve estetik bir yolla iletilmesidir. Ekonomik olması, mümkün olan en az sayıda görsel imgenin, mümkün olan en yüksek sayıda bilgiyi aktarabilmesi demektir. Bu aynı zamanda iletişimin de temel kurallarından biridir ve her grafik unsur, mesajın etkisini arttıracak biçimde tasarlanmalıdır (Becer, 1999: 28-29). Mesajın etkisinin artması için gereksiz ayrıntılar ve karmaşadan uzak hedef kitlenin gereklerine uygun biçim, form, renk ve diğer tüm grafik tasarım kurallarının süzgecinden geçirilmelidir.

İletişim yöntemi ya da aracı, farklı gereksinimlere bağlı olarak değişebilir. Gelişmiş ya da gelişmekte olan toplumlarda grafik imgeler önemli ve sürekli bir yere sahiptirler. Yazılar, resimler, fotoğraflar, başlıca grafik iletişim araçlarıdır (<http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/eglence/moduller/reklamvetasar>

im.pdf, 2014). Karmaşadan uzak mesajın etkisini doğrudan verebilecek grafik unsurları ayrıca tasarımın amacına uygun olmalıdır.

Grafik tasarım iletişim ve estetiği bir arada sunma imkân sağlamakla sınırlı kalmayıp, bilgiyi kısa sürede insan zihninde anlamlandırılabilmesi açısından da önem oluşturmaktadır. Grafiksel bağlamda başarılı iletişim süreci, başarılı grafikler yardımı ile sağlanabilir. Görsel karmaşanın hüküm sürdüğü günümüzde, eğitim ve bilgi durumu düşük bireylerin grafik iletişim konusundaki yetersizlikleri nedeniyle alıcıyı kaos ortamına sürüklemektedir. Bu durum grafik eğitimi veren kurumların artış göstermesi ile bir nebze de olsa azalmış olup, grafik eğitimin iletişim üzerindeki etkisinin önemi ön plana çıkmaktadır.

1.2.2. Grafik İletişimde Gösterge

Genel anlamıyla incelersek, sözsüz iletişimin başlıca öğelerinden biri olan gösterge, sahip olduğu nitelikler yardımıyla kendi dışındaki nesnelerin, varlıkların ve kavramların yerini alarak onları ifade eden ve kendi içinde anlamlar taşıyan somut bir belirticidir. (Özmutlu, 2009: 27).

Grafik göstergeler anlamlı birimlerin oluşturduğu görsel unsurlardır. Görsel duyu kanalı ile gerçekleştirilen en etkili gösterge türüdür. Görsel göstergeler iletişim kurma amacıyla üretilmiştir ayrıca işlevsel özelliğe sahiptirler ve grafik iletişimin yapı taşlarındandır. İçinde yaşadığımız yüzyıl iletişim kavramını toplumsal bir olgu olarak değerlendirmekte ve toplumsal yaşamı düzenlemede önemli rol üstlenmektedir. Bu bağlamda grafik tasarım devreye girmekte ve tasarımcıların karmaşık bilgi yığınlarını incelemeli ve toplumsal açıdan pragmatik niteliğe sahip tasarımlar üretmeleri gerekmektedir.

Grafik iletişimci, tüm bu algılama koşullarını göz önünde bulundurarak göstergeleri seçer bir araya getirir ve anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde kullanır. Bu sayede verilmek mesaj açık ve anlaşılır bir şekilde karşı tarafa iletilmiş olur. (Özmutlu, 2009: 42).

Toplumsal düzenin sağlanmasında etkili olan grafik imgeler bireyin iletişim kurabilme yeteneğiyle yakından ilgilidir. Günümüz insanı bilgiye kitap, gazete, dergi,

afiş, broşür v.b. gibi görsel göstergeler yardımı ile izleyiciye ulaşır. Grafik imgeler gerek bireyin bir ürün üzerindeki ayırt ediciliği belirlemesi gerek toplumsal düzeni sağlaması bakımından grafik iletişimin ne kadar etkili olduğunu gösterir. Örneğin; kişiler engelli vatandaşların gündelik hayata rahatlıkla katılımı için ayrılan park alanlarını grafik imgelerin yol göstericiliği ile öğrenir bu sayede de toplumun bir parçası oldukları duygusunu kazanmaları amaçlanır. Görüntülerden oluşan bilgilerin grafik yoluyla aktarımı işaretler ve semboller yardımı ile sağlanır.

1.2.2.1. İşaretler

İşaret bir düşünceyi anlatmaya veya bir isteği, bir buyruğu belirtmeye yarayan dil unsuru, hareket ya da yüz ifadesidir. Kısaca herhangi bir anlamlı davranış şeklidir. (Larousse, 1971: 54).

Semiyoloji ya da semiyotik adı ile bilinen simge sembol ve işaretlerin sistemli bir şekilde incelenmesine dayanan bu bilim dalı yardımıyla üretir, yorumlar ve anlamlandırma süreçlerine katkıda bulunur. Çağdaş göstergebilimin öncülerinden olan Pierce bütün olguları kapsayan ve mantıkla özleştirdiği bir göstergebilim kuramı tasarlamıştır.

Peirce'e göre; bir işaret, bir şeyin yerini tutan herhangi bir şeydir. İşaretin temel görevi, somut olsun, soyut olsun, o anda, orada bulunmayan bir şeyi ifade etmektir. Kısaca işaret, belli bir bağlam içinde, birisi için herhangi bir şeyin yerini tutan herhangi bir şeydir. Peirce'e göre bütün duyularımıza, beş duyumuza seslenen işaretler vardır. Görme, işitme, koklama, dokunma, tat alma duyularımız işaretin maddî, algılanabilir yönünü bize ulaştırır (<http://www.ege-edebiyat.org/wp/?p=2183>, 2014).

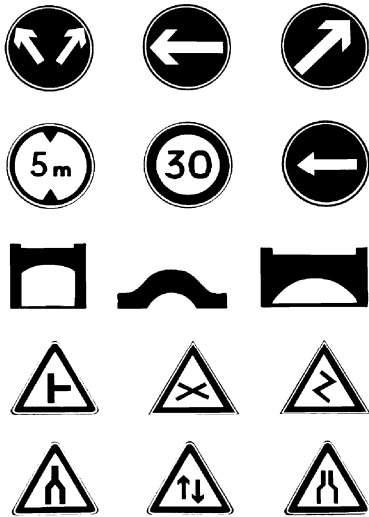
Pierce'nin tasarlamış olduğu bu kuram tüm olguları kapsaması ve beş duyumuza hitap edebilen işaretleri incelemesi açısından ve bireylerdeki algı durumundaki farklılıklar açısından değerlendirilirse çok detaylı ve kapsamlı bir kuram olduğu görülebilir.

Farklı duyularımıza hitap eden edecek şekilde örnekleyecek olursak Pierce'nin semiotik kuramının önemi daha anlaşılır şekilde görülebilir. Birinin varlığını belirtmek için öksürmesi ya da dağın tepesinde dumanla verilen kesik kesik işaretler buna örnektir. İşaretlerin işlevi, çevredeki tek bir öğeyi değiştirerek dikkati çekmek ve bir anlam iletmektir. Tek başına ele alındığında sınırlı anlam ifade eden işaretler, yazılı ya da sözlü

dile denk düşecek şekilde kodlandığı zaman geniş iletişim olanakları sağlar (Britanica, 1988: 521). Günümüz kodlanmış işaretleri göz önünde bulundurursak toplumsal düzeni sağlamada ve gündelik hayatı kolaylaştırmada etkili iletişim unsurlarıdır diyebiliriz. Örneğin bu durum trafik işaretleri için de geçerlidir. Trafik işaretleri hemen hemen dünyanın her yerinde benzer anlamları taşırlar. Toplumun her kesimi tarafında doğru bir biçimde algılanması ve anlaşılması için geliştirilmişlerdir (http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, 2014).

Trafik işaretleri küreselleşen dünya insanların birbirleri ile olan ilişkilerinde uzakları yakın etmekte, sosyal bir varlık olan insanın ortak bir dil geliştirmesinin gerekli olduğunun bir göstergesi sayılabilir.

Resim 1.5: Trafik İşaretleri



Kaynak: Aydın, 2006: 106

Grafik iletişim bağlamında, olanakların verimi açısından görsel anlamda tasarlanmış işaretlerin kalitesi, mesajın olumlu yönde iletilebilmesi ile mümkün olacaktır. Bu da grafik tasarımın önemini bir kez daha göstermektedir. Hayatımızın merkezinde yer alan grafik tasarım toplumsal düzeni sağlamada kullanılan işaretlerden tutun eğitim materyallerindeki kodlanmış işaretlere kadar saymakla tamamlamayacağımız pek çok alanda kullanılarak tasarımı estetik anlayışıyla birleştirerek insanlara hizmet sunmaktadır. Bu durum grafik tasarımın hayatımızdaki yeri ve önemli olmasının nedenlerini bizlere göstermektedir.

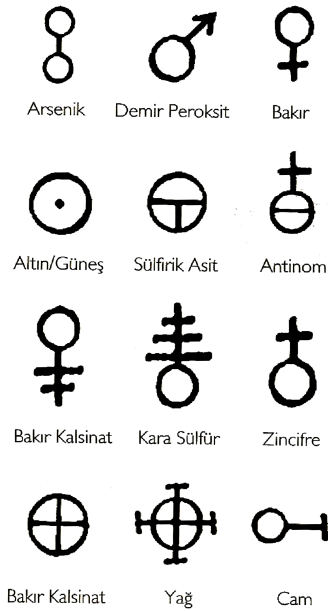
1.2.2.2. Semboller

Sembol, yorumlayan olmadığında kendisini gösterge yapan özelliği bulunmayan göstergedir. (Rıfat, 1992: 22).

Uçar'a göre: Simges ya da sembol; bir kavramı temsil eden somut bir şekil, nesne, bir işaret, bir söz ya da bir hareket olarak tanımlanabilir. Bir yaklaşıma göre semboller evrenselleşmiş sessiz bir dile sahiptir. Semboller kullanılarak yapılan iletişim, diğer doğrudan iletişim biçimlerine göre çok daha farklı, derin ve algılama seviyelerine göre şekillenen zengin bir boyutta gerçekleşir. Bu yüzden sembolizm resim, din, edebiyat gibi dallarda yoğun şekilde kullanılmıştır. Sembollerin bu özelliği kullanım alanlarının genişlemesine, anlam ve iletişimin yeni boyutlarının keşfedilmesine sebep olmuştur. Örneğin, simyacılar, laboratuvar çalışmalarında kullandıkları maddeleri sembol ve işaretlerle belirtmeye çalışmışlar, zaman içinde bu dil zenginleşmiştir. (Uçar, 2004: 24-25).

Semboller birden fazla anlam taşıyabilme özelliğine sahiptirler. Böylece izleyicinin ilgi, yetenek, bilgi, kültür ve algı gücü niteliklerine göre şekillenebilir diyebiliriz.

Resim 1.6: Elementlerin Sembolleştirilmesi



Kaynak: Uçar, 2004: 27

Yukarıda bulunan element sembolleri geçmişten günümüze öncelikle ustadan çırağa öğretilerek daha sonraları ise kısaltmalar yoluyla sembolleştirilme yoluna gidilmiştir. Simyacıların asıl amacının elementleri karıştırmadan etkili ve verimli bir iletişim kurmak olduğu düşünülüyor olsa da bu durum görsel bir dilin oluşmasında önemli rol oynamaktadır.

İletişimin etkili ve verimli olması için de kullanılan anlamların karşılıklı anlaşılır olması gerekmektedir. Anlamsız bir biçimde gönderilen iletiler karşı tarafça yorumlanamayacağı için amacına ulaşamaz. Örneğin, bir büroda duvara asılı “Yüksek Sesle Konuşmayınız” yazısı Türkçe bilmeyen bir insan için hiçbir şey ifade etmez. Aynı büroda yine duvara asılı ve üzerinde bir sigara resmi ve sigara resminin üzerinde çarpı işareti olan bir resim ise Türkçe bilmeyen bir insana bile o ortamda sigara içmenin yasak olduğunu anlatmaktadır. Bazen kullanılan semboller yazıdan daha etkili olabilmektedir (http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_il_etisim2.pdf, 2014).

İletişim amaçlı kullanılan semboller birden fazla kişiye seslenebilmeli, bundan dolayı hazırlanan grafiksel semboller evrensel anlamlar taşımalıdır. Böylece farklı dil ve ırka sahip toplumlar arasında etkili iletişim kurulabilir böylece iletişim engellerinin önüne geçilebilir.

Bir şeyin simgeleşmesi için görsel yapı ile simgelediği şey arasındaki ilişkinin bir hikâyesi ve kullanıldığı toplumda karar verilmişlik durumunun olması gerekir. Bu karar verilmişlik zaman içinde oluşur ve dayanak noktaları, sebepleri vardır. Söz konusu süreç yaşamın doğallığı içinde var olur ve bireyler sembolü ortak şekilde anlamlandırır. Dolayısıyla da toplumda yer etmiş hiçbir sembolik süreç sebepsiz değildir, hepsinin çıkış noktaları vardır. Bugün pek çok kişi ağzında zeytin dalı olan bir güvercini barış sembolü olarak adlandırabilmekte, ancak bunun sebebini tam olarak bilmemektedir (Özcan, 2007: 82).

Resim 1.7: Güvercin Barışın Sembolü



Kaynak: (Uçar, s.62).

Antik Yunan tarihinde bulunan ve sıvı altın olarak nitelendirilen zeytin, dönemin düşünürleri tarafından büyük ilgi görmüş zeytin ağacına zarar verenler cezalandırılmıştır. Zeytin üretimine zarar vererek cezaların alınmaması için zeytin dalı barış sembolü olarak günümüze kadar geldiği düşünülmektedir.

1.2.3. Göstergelerin Anlamlandırılması

Göstergelerin anlamları üzerine Antik Çağdan başlayarak çeşitli görüşler ileri sürülmüş, Stoacılardan ortaçağ Skolastik felsefecilerine kadar birçok düşünür daha çok doğal dillere ilişkin göstergeleri ayırt etmeye ve anlamlandırmaya çalışmışlardır. (Britanica, 1988: 612).

Göstergeler uzun süre dil incelemesi ile karıştırılmış daha sonraları dil felsefesi ve dillerin genel kuramı içerisinde değerlendirilmiştir. 17. yüzyılda ilk kez John Locke İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme adlı incelemesinde gösterge sorununa değinmiş, göstergeler öğretisi anlamında “semeiotike” terimini kullanmıştır. Daha sonraları J.H. Lambert, B. Balzano ve E. Husserl de dilsel ve dil dışı göstergeleri incelemişler fakat genel gösterge kuramından daha çok dil felsefesi kapsamında ele almışlardır. Bağımsız bir bilim olarak ortaya çıkmasına Amerika’da Peirce Avrupa’da Saussure öncülük etmiştir. Pierce bütün olguları kapsayan bir kuram ileri sürüp mantık çerçevesinde göstergeleri sınıflandırmış üçlü bir sistem oluşturmuştur. Bu üçlü sistemler içerisinde en temel olanı görüntüsel, belirti ve simgeden oluşandı.

Saussure ise doğal dilden kalkarak öteki göstergelerin işleyişini araştırarak bir bilim dalı kurulmasını öngördü ve bunu “semiologie” diye adlandırdı. Bu iki öncü dışında Rus Biçimcileri de anlatı yapılarını araştıran çözümlemeleriyle çağdaş göstergebilime katkıda bulundular. Bunlardan özellikle V. Propp Masalın Biçimbilimi adlı yapıtında masal çözümleme tekniğini ortaya attı. 1930’lardan sonra çeşitli ülkelerde çeşitli yaklaşımlar ortaya çıktı. (Britanica, 1988: 612).

İlerleyen süreçlerde göstergebilime olan ilgi yoğunlaştı. 1960 yılları ve sonrası birçok göstergebilim okulu, göstergebilimsel araştırma gurubu ve göstergebilim sözlüğü oluşturuldu. 1967’li yıllarda ise gösterge sistemlerini estetik bir yaklaşım çözümleme anlayışı geliştirildi.

Bu bağlamda iletişimin gerçekleşme süreci dilsel ve dil dışı göstergeler yardımı ile sağlanır diyebiliriz. Göstergeler anlamlarına göre farklılık gösterirler. Düz anlam, yan anlam, mitler, eğretileme (metafor), düz değişmece (metonomi) başlıkları adı altında incelenmektedirler.

1.2.3.1. Düzanlam

Bir göstergenin düz anlamı; bir sözcük, işaret ya da imgenin doğrudan anlamıdır. Örneğin; “Politikacı” ve “Devlet Adamı” sözcüklerinin her ikisi de seçilerek yönetime gelen kişileri akla getirir. (Becer, 1999: 39).

1.2.3.2. Yananlam

Göstergeler her zaman düz anlamla sınırlı kalmaz, yan anlamlar da içerirler. Bir göstergenin düz anlamı yeteri ölçüde keskinlik kazanmadığı, ya da keskinliğini yitirdiği ölçüde, aynı gösterene (göstergeye) bağlı anlamların sayısı artabilir. Bu şekilde ortaya çıkan değişik anlamlara “yan anlam” denir. Birbiriyle bağlantılı değişik yan anlamlar bulunur. Bunlar:

- Çağrım yapan (connotative) anlam
- Sosyal (social) anlam
- Duygusal (affectiv) anlam

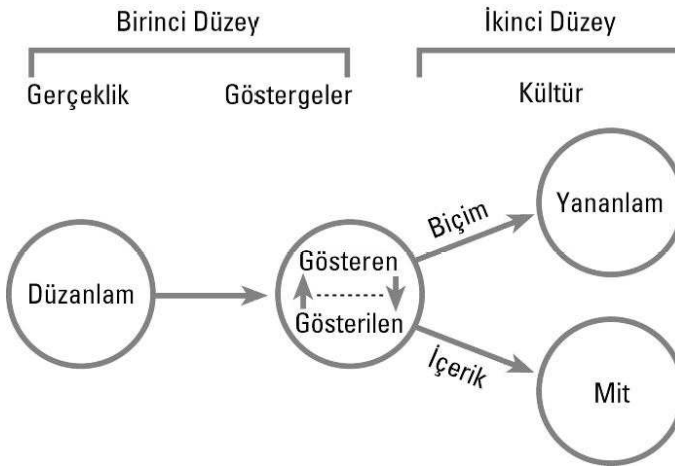
- Yansıtılan (Reflected) anlam

Her göstergenin, o göstergenin alıcısı üzerinde düz ve yan anlamı olduğu gibi, verilen mesajın nasıl verildiği de mesajın anlamını etkiler. Bir düşüncenin ifade edilme şekline, retorik denir. İfade edilen şeyin anlamından çok, düşüncenin ifade edilme şekli, o iletinin edebilme gücünü artırır. Bu açıdan bakıldığında, retorik ileti sürecinin bir parçasıdır. Ne var ki, retoriğin ne amaçla kullanıldığı, örneğin gerçeği saptırmaya yönelik olup olmadığı, retoriğin değerlendirilmesinde önem taşır. Retorik bir gösteren biçimi olmasına karşın, aynı zamanda bir yan anlam sistemidir. Örneğin, reklam uygulamalarında, tanınmış kişiliklerin fotoğraflarının ya da isimlerinin kullanılması, açıkça ifade edilen anlama (düz anlama), güçlendirici, ya da ikna edici, bir yan anlam katar. (Tekler, 2003: 98).

1.2.3.3. Mitler

Türk Dil Kurumu'na göre; "Geleneksel olarak yayılan veya toplumun hayal gücü etkisiyle biçim değiştiren alegorik bir anlatımı olan halk hikayelerine "mit" denir" http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54581ffaaf9c95.49086288 (22.09.2014).

Şekil 1.3: Anlamlandırma Düzeyleri



Kaynak: Fiske, 2003: 120

Hayal ürünü hikayeler olmadan, bir halkın tarihini ya da kültürünü anlamak mümkün değildir. Mit, toplum tarafından köklü inançları açıklayan ve nesilden nesile geçiren göstergeler ve semboller olarak da ifade edilmektedir. Her toplumun kendine ait bir yaradılış miti vardır. Ergenekon efsanesi Türkler için böyle bir mittir. (Özmutlu, 2009: 31)

1.2.3.4. Eğretileme (Metafor)

Eğretileme, bir görüntünün ya da sözün gerçek anlamı dışında, başka bir söz veya kavram yerine kullanılmasıdır. Ayrıca bir şeyi kendi adının dışında çeşitli yönlerden benzediği bir başka şeyin adı ile anmaktır. Eğretilemede soyut bir kavramı ifade etmek için somut bir nesne kullanılmaktadır. Gösterilen somut nesne, ifade edilmek istenen kavrama benzetilerek ya da yerine konularak onunla özdeşleştirilmektedir. Örneğin baykuş, akıl, bilim ve bilgeliği çağrıştırmakta, akbaba görüntüsü ölümü, güvercin ise barışı çağrıştırmaktadır. Burada baykuş, akbaba ve güvercin gösterenler, bilgelik, ölüm ve barış ise gösterilenlerdir. “Eğretilemede, iki şey arasındaki bir ilişki, benzerliğin kullanılmasıyla bildirilir. “Sevgilim kırmızı bir güldür” diyebiliriz. Çok yaygın eğretileme biçimlerinden biri benzetmedir ve benzetmede “gibi” ya da “kadar” kullanılır ve bir kıyaslama bildirilir” (Berger 1996: 29).

1.2.3.5. Düz değişmece (Metonomi)

Bir şeyin anlatımında, o şeyin kendisi yerine ona ait olan bir parçanın ya da özelliğinin gösterilmesine “düz değişmece” denir. Kabaca parça ile bütünün yer değiştirmesidir. Örneğin; doğayı anlatırken tümünü göstermek yerine doğaya ait olan tek bir ağacın gösterilmesi. Bir kişinin ressam olduğunu belirtmek için ona ait eşyalar arasından fırçanın ya da paletin gösterilmesi düz değişmecedir (Özmutlu, 2009: 34).

1.2.4. Görsel İletişimde Anlama ve Anlamlandırma

“Algı (perception), insanın anlık yaşantısı sırasında kazanılan duyuşal bilgilerin (çevrede var olan olay ve etkilerin) beyin tarafından düzenlenip yorumlanma veya anlamlandırma sürecidir” (Artut, 2004: 150).

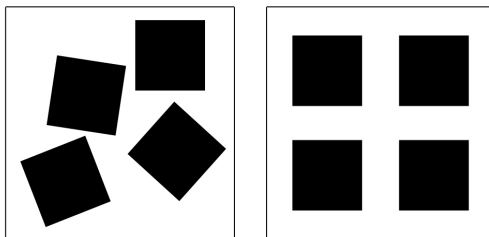
Algılaşmanın gerçekleşebilmesi için öncelikle görme duyusunun devreye girmesi

gerekir. Öncelikle görüntü sinir sinyallerine ulaşarak beyne iletilir. Daha sonra görülen nesne, olay ya da durum insan zihninde yorumlanır ve görsel iletişim sürecine ilk adım atılmış olur. Birçok insan için artık dünyayı anlama ve anlamlandırma sözcüklerle değil, görüntüleri okuyarak başarılmaktadır. Bu yüzyılda okuma, izlemenin karşısında güç kaybetmektedir, çünkü görmek için çok az bir zihinsel sürece gereksinim duyulmaktadır (Lester, 1994: 3-5).

Zihin görsel unsurları kısa sürede anlamlandırabilmekle kalmayıp, akılda kalıcılık durumu yazıya oranla daha fazladır. Çünkü zihin gördüklerimizi bilinçaltında depolamakta olup, veriyi daha kısa sürede geri çağırabilmektedir. Bu durum isteğe bağlı değildir bilinçli ya da bilinç dışı gördüklerimiz zihnimizde kaydolmakla kalmayıp, hayatımıza büyük oranda kolaylaştırmaktadır. Farklı bir şehre ziyarete gittiğinizi varsayalım, elinizde görsel bir materyal mevcut ise kısa sürede gideceğiniz yer hakkında fikir sahibi olabilirsiniz demektir.

Psikologlara göre algılama ile ilgili bulgular Gestalt psikolojisi ile yakından ilgilidir. Çünkü Gestalt kuramına göre birey, çevresini parçalar halinde değil, organize edilmiş bir bütünlük içinde algılar. Gestalt, sözcük olarak, kalıp, biçim, düzenleme, şekillerin birleşmesi anlamına gelmektedir. Gestalt deyimi ile gelişigüzel bir dizi ya da yığılma değil, bütünleşmiş bir grup elemanın algılanması işaret edilmektedir (Özmutlu, 2009: 22).

Şekil 1.4: Gestalt Kuramı Algılama Örneği



Kaynak: Özmutlu 2009: 22

Şekil 1.4’de her iki kutu içersine farklı şekillerde yerleştirilmiş 4 adet kare bulunmaktadır. Birinci kutu içerisine yerleştirilmiş kareler bir anlam ifade etmese de

diğer kutu içerisindeki kareler “+” işaretini algılamamızı sağlar. Ancak bu durum “+” işaretinin hayatımızda yer edinmiş olması ile ilişkilendirilebilir.

Algılama sadece fizyolojik bir süreç değil ayrıca öznel bir yorumlama şeklidir. Bireysel ya da çevresel etkenlerin etkisi izleyicin algı durumuna etkide bulunur. Bu durum her bireyde ayrı bir tutum sergiler. Uçar’a göre, görsel algılamada en önemli noktalardan biri olan anlamlandırma bireyin,

- Sosyo-kültürel durumuna,
- Zekasına,
- Eğitimine,
- Edinilmiş deneylere,
- Estetik değerlere ve içinde bulunduğu toplumun değerleri ile doğrudan bir ilişkiye sahiptir.

Bireyin çevresinde gördüğü nesne, olay ya da duruma anlam kazandırmasıdır. İzleyici tarafından edinilen görsel bilgi, düşünce ya da edinilmiş deneyden etkilenen öznel bir süreçtir. Görsel iletişimde görsel bir dilin oluşturulması çalışmalarında sibernetik, semiyotik, semantik gibi dil bilim dalları, estetik, kültür tarihi gibi insan bilimlerinden ve onların alt dallarına ilişkin bilimsel verilerden faydalanılır (Uçar, 2004: 60)

Toplumlar arası ifade farklılıklarının göz önünde bulundurulması görsel iletişimde anlama ve anlamlandırma açısından farklılıkların doğal bir süreç olduğunun göstergesidir. Bu durum birey üzerinde bir hazır bulunuşluk düzeyi gerektirmektedir. Hazır bulunuşluk düzeyi eksik bir bireyin anlama ve anlamlandırma süreci eksik kalmakla birlikte yanlış anlam ve anlamlandırmalara da neden olabilir.

1.2.5. Göstergelerin Semiyolojik Açıdan Değerlendirilmesi

Görsel İletişimde kullanılan göstergelerin sistematik olarak incelenmesi semiyoloji (göstergebilim) biliminin esas amacıdır.

“Temelde Gösteren, Gösterilen ve Gösterge ilişkisine dayanan göstergebilim çok önemli bir anlatı çözümleme stratejisidir. “Günümüzde, anlatıları açıklayan, inceleyen,

anlamalarını değerlendiren birçok ‘okuma’, ‘eleştiri’, ‘yorumlama’ yöntemi var. Bunlara bir de ‘göstergebilimsel yaklaşım’ı ekleyebiliriz. Ancak göstergebilimsel yaklaşım, metin açıklama / yorumlama tekniklerinin yerini almak üzere geliştirilmiş yeni bir seçenek olmadığı gibi, yeni bir yazınsal eleştiri türü olmak amacıyla da, savında da değildir. Göstergebilimin metin açıklama / yorumlama teknikleri ile yazınsal eleştiriye bazı kavramlar, işlemler ve örnekler sunması, onların amacını üstlendiğini göstermez [...] Bir başka deyişle, anlatılarda, metinlerde anlamların nasıl birbiriyle eklenerek üretildiğini araştıran, öncelikle de bu üretim sürecini ortaya koyabilecek bir kuramsal aygıt (düşünme modeli) geliştiren bir bilimsel tasarıdır göstergebilim. Bu açıdan hızla oluşturulmuş betimleme ve gözleme amaçlı derme çatma aygıtlardan (sözde kuramlar) da ayrılır.” (Rifat, 2009: 21-22)

Semiyolojik olarak değerlendirilen bir göstergenin işlevini yerine getirip getiremiyor olması algılanıp algılanamaması durumu ile mümkündür. Çünkü iletişim her ne kadar göstergeler yardımı ile sağlanıyorsa da asıl amaç algılanmak ve anlaşılmasıdır.

Görsel iletişimde kullanılan bir gösterge (gösteren), şayet bir nesneyi, bir varlığı bir olayı ya da kavramı (gösterileni) zihninizde canlandırabileceğimiz bir fark yaratabiliyorsa o gösterge anlam aktarma işlevini yerine getiriyor demektir. Aksi halde, göstermek istediği bir nesne, olgu ya da kavramı (gösterileni), zihninizde yeteri ölçüde canlandırmamıza imkan vermeyen bir göstergenin, ablam aktarma işlevini yeteri ölçüde yerine getirmediğini söyleyebiliriz (Teker, 2003: 97).

Semiyoloji kültürel kodlar, gelenekler ve metni anlam süreçlerine göre düzenlenmiş işaret sistemleri olarak nitelenen her şeyi inceleme alanına alır. Üç düzeyde incelenirler. Bunlar sentatik düzey, semantik düzey ve pragmatik düzey olarak adlandırılır.

1.2.5.1. Sentatik Düzey

Bu düzeyde, işaret ve sembollerin diğer işaret ve sembollerle olan ilişkileri mantık kuralları çerçevesinde incelenir (Özmutlu, 2009: 37).

1.2.5.2. Semantik Düzey

İşaret sistemlerinin semantik boyutunda, işaretler ile işaretlerin belirledikleri nesneler ve kavramlarla olan anlamsal ilişkiler ele alınır (Özmutlu, 2009: 37).

1.2.5.3. Pragmatik Düzey

İşaret sistemlerinin pragmatik boyutunda ise, işaretlerle onları kullanan insanların aralarındaki amaca uygunluk ilişkisi değerlendirilir. (Teker 2003: 74)

1.3.İNOGRAFIK

İnoğrafik, karmaşık bilgilerin izleyicinin kolayca anlayabileceği ve hızlıca tüketebileceği bir şekilde görselleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Zedeli, 2014: 15).

Jeff Goertzen'e göre inoğrafik, illüstrasyon, çizelge, bar, harita ya da diyagram gibi grafikler kullanılarak bilginin basitçe resimlenmesidir. İnoğrafik, illüstrasyonlarla bilgi ileten araçtır (Öztürk, 2012: 71).

Amerika'nın en ünlü gazetelerinden “Denver Post” gazetesinde grafik editörlüğü yapan Goertzen tasarımı anlaşılır kılmak için grafiğin nasıl kullanılacağını konusunda öncelikle karar verilmesi gerektiğini savunuyor. Grafiğin nasıl kullanılacağı konusunda karar verildikten sonra tasarım aşamasına geçilmektedir. Bu süreçte temel tasarım öğelerinden yararlanılarak inoğrafik için gerekli zemin oluşturulmaktadır.

Temel tasarım öğeleri tasarlanan görselin verimi açısından önem oluşturmaktadır. Başarılı bir inoğrafik, planlı gerçekleştirilen grafik tasarım süreci gerektirmektedir. Bu da temel tasarım öğelerinin kullanımı ve grafiğe dönüştürülecek bilgilerin doğru seçimi mümkündür.

“Bilgiler; kelimeleri, resimleri, hareketi, sesi özetle bir anlama dönüştürülebilecek her şeyi içerir. Aktarılması gereken bilgiler kesin ve doğru olmalıdır. Bu bilgilere bir araştırma sonucu ulaşılmaktadır. İngiliz grafik tasarımcı, yazar, bilgilendirme tasarımı teorisyeni Nigel Holmes, inoğrafikleri basitçe “açıklayıcı grafikler” olarak ifade etmektedir. Basit görselleştirmeler mesajı hızlıca kavramamıza izin verir. Benzer şekilde bir tablo dolusu sayı yerine basit bir grafik açıklayıcı olabilir. İnoğrafik kelimesi türkçeye bilgi grafiği olarak çevirmektedir. İnoğrafik; okuması sıkıcı ve yoğun

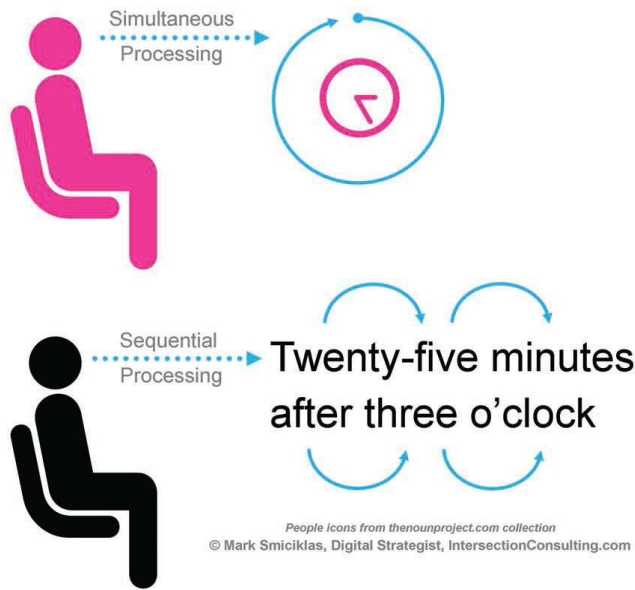
olan bilgilerin grafiklerle, tablolarla, piktogramlarla, fotoğraflarla ve illüstrasyonlarla; yani görsel öğelerle dikkat çekici ve akılda kalıcı bir şekilde görselleştirilmesidir diyebiliriz”(Zedeli, 2014: 15).

Bilgiyi sunmanın çeşitli yolları vardır, bu yollardan en akılda kalıcı olanı hikâyeleştirmedir. Çünkü “hikâyeler çok güçlüdür, etkileyicidir ve dikkat çeker. Ama hikâyeler bundan daha fazlasını da yapar. Aynı zamanda hikâyeler, bilgilendirme sürecinde insanlara yardım eder ve neden sonuç ilişkisini gösterir” (Weinschenk, 2011: 76).

Hikayeleşen görseller algı sürecine de katkıda bulunur. Örneğin yazı ve görsel unsurları kıyaslayacak olursak görselin yazıya oranla daha kolay algılandığı yapılan araştırmalarda kanıtlanmıştır.

Görselleri yazıdan daha hızlı algılamamızın nedeni beynin bilgiyi nasıl aldığı ile ilgilidir. Beyin resimlerden oluşan bilginin hepsini bir kerede değerlendirir ama metni bir çizgi düzeninde ele alır (Smiciklas, 2012:7). Bu yüzden infografiklerle iletişim kurmak ve bilgiyi aktarmak daha kolay ve hızlıdır. (Zedeli, 2014: 14). Bu durum süre bakımından ekonomikliğin göstergesidir.

Şekil 1.5: Beynin Yazıyı ve Görseli Algılama Şekli



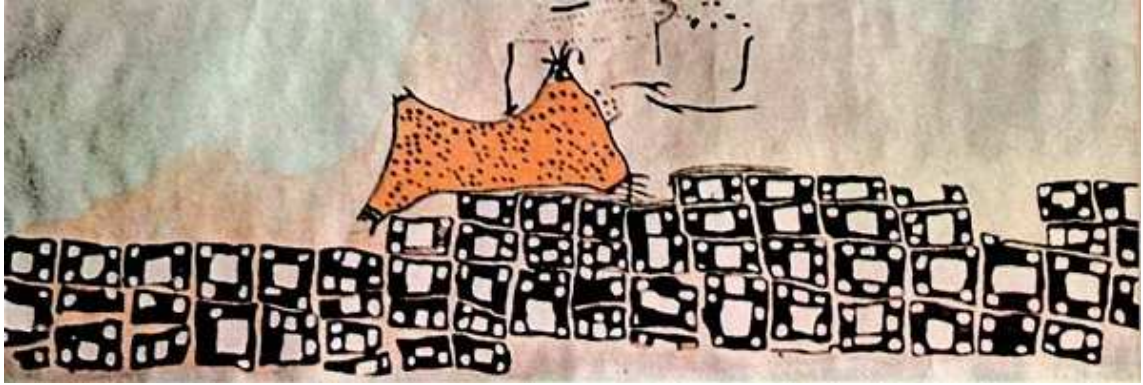
Kaynak: Smiciklas, 2012: 10

Günümüzde artan uyaranların insan üzerinde bulunan olumsuz etkisini göz önünde bulundurursak, infografik tasarım uygulamalarının yaygınlaşması ve ilgili alanlarda eğitim veren kurumların konu dahilinde tasarımcıları bilgilendirmesi gerek toplumsal fayda gerekse görsel kirliliğin telafisi için fayda sağlayacaktır. Tasarım anlayışına yeni bir boyut kazandıran, sağladığı kolaylıklar nedeniyle günümüzde yeni yeni karşılaştığımız infografikler süreç içerisinde daha fazla tercih sebebi olacağı varsayılmaktadır.

1.3.1. İnfografiğin Tarihi Gelişimi

Tarih öncesi ilk insanlar tarafından mağara resimleri birçok tasarım alanında başlangıç olarak kabul edildiği gibi infografik için de başlangıç gösterilebilir. İnfografik'in ilk örneklerinden sayabileceğimiz M.Ö. 7500 yılına ait Çatalhöyük'te duvara çizilmiş haritayı sayabiliriz. (Resim 1.8). (Zedeli, 2014: 26).

Resim 1.8: M.Ö. 7500 yılına ait Çatalhöyük'te bulunan harita

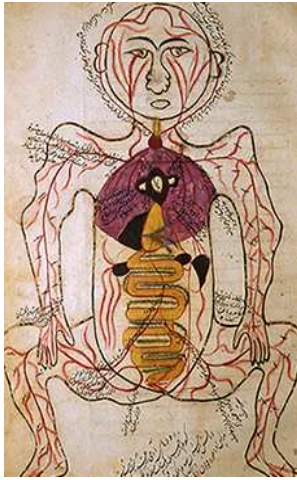


Kaynak: <http://www.narsanat.com/wp-content/uploads/2014/02/eneski-volkanik-patlama- resmi.jpg>, 2014

Sanat bilimciler tarafından en eski manzara resmi olarak kabul edilen Hasan Dağı'nın resmedildiği Cilalı Taş Devrine ait olan duvar resminde, volkanik patlamalar tasvir edilmiştir.

Şekiller, sembolik ve ikonik anlatma dili M.Ö. 5000 yılında oluşturulmuş Mısır'daki hiyerogliflerle devam etmektedir. 1390 yılında Mansur İbn Muhammed İbn Yusuf İbn İlyas tarafından resmedilmiş “Tashrih-i Badan-i İnsane” adlı Pers el yazmasında detaylarıyla resmedilen insan anatomisi tıbbi infografiğe örnek teşkil etmektedir (Resim1.9). (Zedeli, 2014: 26).

Resim 1.9: Mansur İbn Muhammad İbn Yusuf İbn İlyas'ın Çizdiği İnsan Anatomisi



Kaynak: <https://www.fivecolleges.edu/chs/resources>, 2014.

Piri Reis'in 1520'lerde hazırladığı Kitab-ı Bahriye adlı eserinde yer alan haritaların pek çoğu topografik ve kartografik parametreleri göstermesinin yanında, kale, kilise, şehir, sivil yerleşim alanları, askeri birliklerin yerleşkesi gibi değişkenleri de simgelerle betimler. Bu özellik Piri Reis haritalarını harita olmaktan bir kaç adım ileriye taşıdığından bu haritaların “dönemin infografikleri” olarak nitelenebilmesinin ötesinde, günümüz infografik tanımına temel oluşturacak ve rehberlik edebilecek nitelikte infografikler olduğu söylenebilir. (Öztürk, 2012: 91).

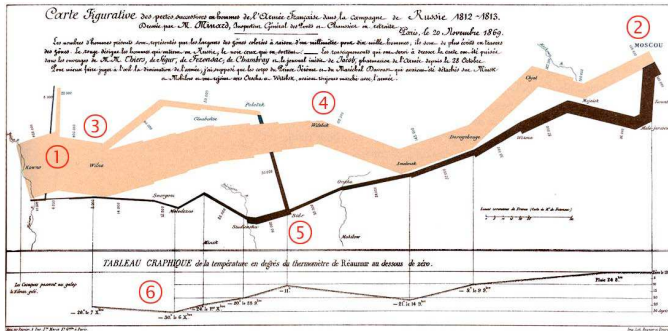
Resim 1.10: Piri Reis Haritası



Kaynak: http://www.hgk.msb.gov.tr/CografikUrunKatalogu/tematik/resimler/03_piri_dunya.jpg, 2014.

1812 yılında Napoleon'un ordusuyla birlikte Moskova'ya yaptığı seferi ve bu sefer sırasındaki kaybedilen askerlerin sayısını ve gerekçesini oluşturduğu harita infografiğin tarihsel gelişiminde önemli yer tutmaktadır (Şekil 2.12). (Zedeli, 2014: 27).

Resim 1.11: Napoleon'un Moskova Seferi İnfografik Harita



Kaynak: Zedeli, 2014: 28.

20.yüzyıla kadar geçen zaman diliminde infografikler, veri haritaları ve istatistiksel grafikler üzerinde tercih edilirken, 20.yüzyılın ikinci yarısında çeşitlilik kazanmıştır. Farklı alanlarda da kullanımı söz konusudur. Carl Saga ve Frank Drake tarafından tasarlanan bir plak içine yazılı infografik yıldızlar arası mesaj taşıyan infografik tasarım örneğidir. Bilgi akışının fazlalığı nedeniyle bilgi sunumunun da önem kazandığı günümüzde veriyi basite indirgeyen infografikler her alanda yavaş yavaş boy göstermekte ve çoğu alanda hüküm süreceği görülmektedir.

1.3.2. İnfografiğin Önemi

Günümüzde öneminin yeni yeni keşfedildiği infografikler, gazetelerden dergilere basılı yayılı çoğu alanda ve interaktif ortamlarda da kullanılmaktadır. İnfografikler iyi bir görselleştirme ile ses getirebilecek şekilde sunum yapar. İnfografik tasarımları doğru bir form ile bilgiyi en uygun şekilde tasvir eder. Okuyucu tasarımdan anlatılmak istenenin anlamını kolayca kavramalıdır. Bu nedenle infografik okuyucunun dikkatini çekerek hoşnut olacağı bir görsel süreç oluşturur (Zedeli, 2014: 30).

Algıda seçicilik oluşturarak anlaşılması zor olan bilgileri sıkıcı bir üsluptan kurtararak eğlenceli bir deneyime dönüştürür. Bilgi merak duygusu oluşturacak biçimde hikayeleştirilir ve izleyicide bir sonraki adımı ilgiyle takibi sağlanır. İnfografikler monotonluğu kırma ve alıcının dikkatini çekmesi bakımından tercih edilmektedir. Böylece bilgiye ulaşmak monotonluktan kurtulup ilgi uyandıran bir süreç olur. Dikkat çekici olması infografiklerin en önemli özelliğidir. Dikkat çekme özelliği ve kolay algılanabilirliği nedeniyle izleyicide farkındalık oluştururlar. Verilmek istenen mesaj için ayrıca çaba gösterilmek durumunda kalınmaması hem izleyici hem tasarımcı açısından geniş imkanlar sağlar. Bu durumda izleyici ve tasarımcı bilgi ve olay arasında bağlantı kurmak için zaman kaybı yaşamamaktadır. Okuyucuya bilginin özet hali olarak sunumu şeklinde de adlandırabiliriz.

Artan görsel unsurlar ve gelişen teknoloji ile elde edilen verilerin fazlalığı nedeniyle okuyucuya verilen mesajların algı üzerinde oluşturduğu sorun, infografiklerin kullanımı ile telafi edilmektedir. Bu durum infografiklerin önemli ve gerekli olmasının nedenleri arasında sayılabilmektedir.

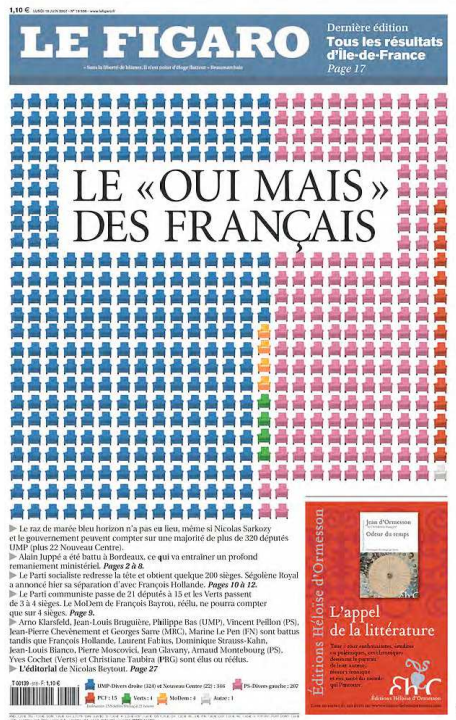
1.3.3. İnfografik Türleri

Teknolojinin sunduğu imkânlar nedeniyle basılı yayın mecraları dışında da kullanıma tercih edilen infografikler, sabit infografik, animasyon infografik ve interaktif infografik adı altında birçok alanda kullanılmaktadır.

1.3.3.1. Sabit İnfografik

Sabit infografikler bilgiyi tek planda sunar, okurla interaktif etkileşime kapalı infografiklerdir. Basında bilgiyi sunan infografikler bu kategoriye örnektir. Aşağıda Le Figaro gazetesinin seçim sonuçlarının açıklandığı nüshanın birinci sayfası görülmektedir. Meclise girmeyi başaran partilerin parlamenter sayısını meclisteki koltukla simgeleyen grafik, renk kodlamasıyla yeni oluşan bütünün dağılımında gösteriyor (Öztürk, 2012: 71-72)

Resim 1.12: Le Figaro Gazetesi 2007 Fransa Genel Seçim Sonuçları



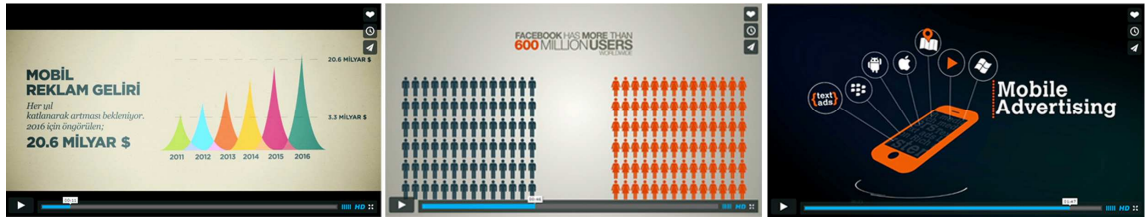
Kaynak: http://www.innovationsinnewspapers.com/wp/wpcontent/uploads/2007/06/fra_lf.jpg, 2014.

1.3.3.2. Animasyon İnfografik

İçeriği bir akışa yayarak sunan İnfografik'tir. Animasyonlar veya video üzerine bindirilmiş grafik katmanlar buna örnektir. Tek veya az kareyle ifade edilemeyen süreçleri aktarmak için daha uygundur. Böylece anlatım daha akışkan ve doyurucu

olmaktadır. Hareketli bilgi grafiği ile belgesellerde ve televizyon haberlerinde sık karşılaşmak mümkündür (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html, 2004).

Resim 1.13: Mobil Reklamcılık İnfografik Animasyonu Ekran Görüntüleri



Kaynak: <http://vimeo.com/47802965>, 2004.

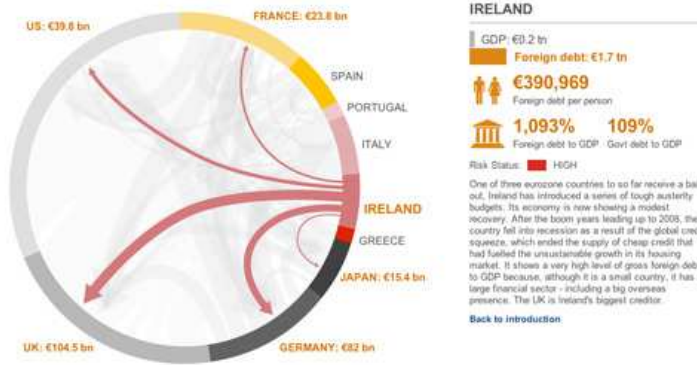
Mobil reklamın önemini izleyiciye sunan infografik animasyon tasarımı başarılı sunumu ve görsel efektler ile izleyicide ilgi uyandırmaktadır. Sürükleyici ve sade şık anlatımı bireylerin bilgiyi rahatlıkla anlamlandırabilmesine olanak sağlamaktadır.

1.3.3.3. İnteraktif İnfografik

Bilginin okurun tercihinine sunularak, okurun bilgiyi hangi sıralama ile alacağına kendisinin karar verebildiği, kişisel tercihlere göre yönlenebilen infografiklerdir.

Sunulan bilgi kategorisi okurun iradesine bağlı olarak görüntülenebilir. Veriler internet başta olmak üzere algı ekranlı (dokunmatik) tüm elektronik cihazlarda sunulabilir. Metin, ses, animasyon ve etkileşim fonksiyonlarına sahip infografikler “multimedya grafik” olarak da nitelenebilir. Alışveriş merkezlerinde plazma ekranlarda sunulan kat planı ve mağaza kategorileri gibi kişisel tercihle yönlendirilen grafik anlatımlar, araçlarda kullanılan navigasyon cihazları da etkileşimli infografik organizasyonudur (Öztürk, 2012: 73).

Resim 1.14: Bazı Dünya Ülkeleri Ekonomisinin Brüt Dış, Ya Da Yabancı, Borç Durumu



Kaynak: <http://www.hongkiat.com/blog/infographic-revolution-where-do-we-go-from-here/>, 2014.

Yukarıdaki örnek büyük dünya ülkeleri ekonomisini ele alan daire brüt dış ve yabancı borç durumunu ve diğer ülkelere dağılımını oklar yardımı ile gösterir. Başarılı interaktif infografik tasarımı üç euro bölgesi ülkelerinden biri olan İrlanda'nın ekonomideki toparlanışını izleyiciye sunmaktadır.

1.3.4. Infografikte Kullanılan Unsurlar

İnfografik tasarımında kullanılan belli başlı unsurları şu şekilde sıralayabiliriz. Bunlar; İllüstrasyon, fotoğraf, diyagram, piktogram, harita, pasta grafik, çubuk grafik ve sembollerdir.

1.3.4.1. İllüstrasyon

İllüstrasyon sözlük olarak; izah edici resim anlamına gelmektedir. Daha çok kitap içi metinlerin açıklayıcı tanımlamalarını güçlendirmek ve daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla yapılan konulu resimlerdir (Tepecik, 2002: 79).

Resim 1.15: Nasrettin Hoca İllüstrasyon Örneği



Kaynak: <http://www.photoshopmagazin.com/keremmentes/portfolyo/47884>, 2014.

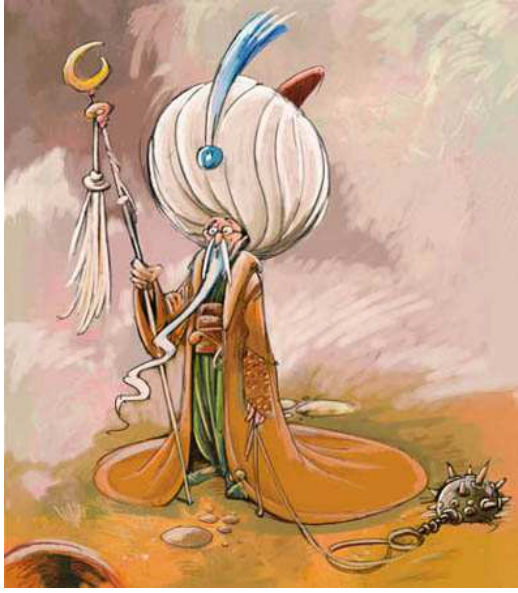
Emre Becer'e göre; illüstrasyon başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak "illüstrasyon" adı verilir. (Becer, 1999: 210).

Resim 1.16: İllüstrasyon Örneği



Kaynak: <http://www.gurcanozkan.com/Urunler.asp?SayfaNo=4&Kategori=>, 2004.

Resim 1.17: İllüstrasyon Örneği



Kaynak:<http://www.gurcanozkan.com/Urunler.asp?Kategori=s sketch>, 2004.

İllüstrasyonlar el yazmaları ve tipo baskı dönemlerinde önemli bir görsel malzeme kaynağıydı. “Gerçeküstü imajların oluşturulması, mizah duygusunun, doğallığın ve samimi bir atmosferin yaratılması aşamalarında illüstrasyonlar önemli rol oynamaktadırlar. Ayrıca illüstrasyonlar, fotoğraf ve diyagram grafikleriyle birlikte kullanılabilir ” (Uçar, 2004: 163).

1.3.4.2. Fotoğraf

Fotoğraf, Yunanca foto (ışık) ve Graph (grafik, çizim) sözcüklerinden oluşan, basitçe ışıkla çizim yapmak anlamına gelen bir kelimedir (<http://ehm.kocaeli.edu.tr/duyuru/dosyalar/2268/ders1.pdf>, 2014).

Resim 1.18: Pulitzer Ödüllü Fotoğrafçı Kevin Carter'ın Çekmiş Olduğu Bir Fotoğraf



Kaynak: <http://blog.radikal.com.tr//turkiye-gundemi/beçs-fotograf-karesi-bes-hikaye-7556>, 2014.

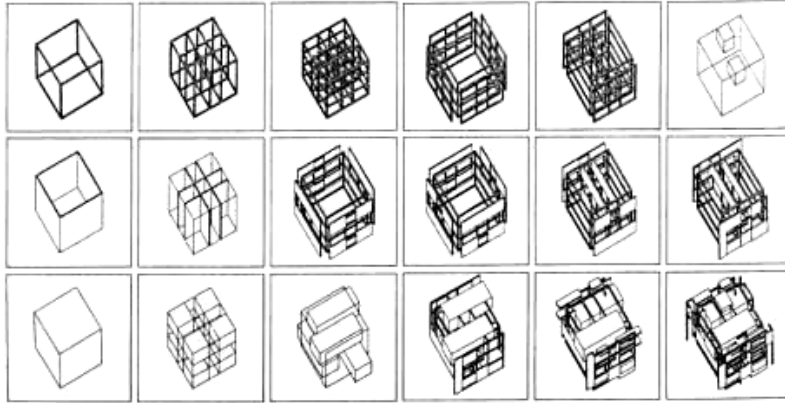
“Fotoğrafın ikna edici gücü, fotoğrafın güçlü bir ifade aracı olduğu önyargısına dayanmaktadır. Sonuç olarak fotoğraf bir makine tarafından kaydedilmiş, gerçeğin yansımasıdır.” (Kirişcan, 2008: 70). Işığın cisim üzerinde oluşturduğu etkidir de denilebilir.

1.3.4.3. Diyagram

TDK'ye göre diyagram: Herhangi bir olayın değişimini gösteren grafik (http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.540e23a0efef17.25694485, 2014).

Eisenman ise diyagramı bir grafik steno olarak tanımlamaktadır. Eisenman'a göre diyagram bir soyutlama değil, bir fikri temsil eden simgedir (ideogram) (Eisenman, 1999).

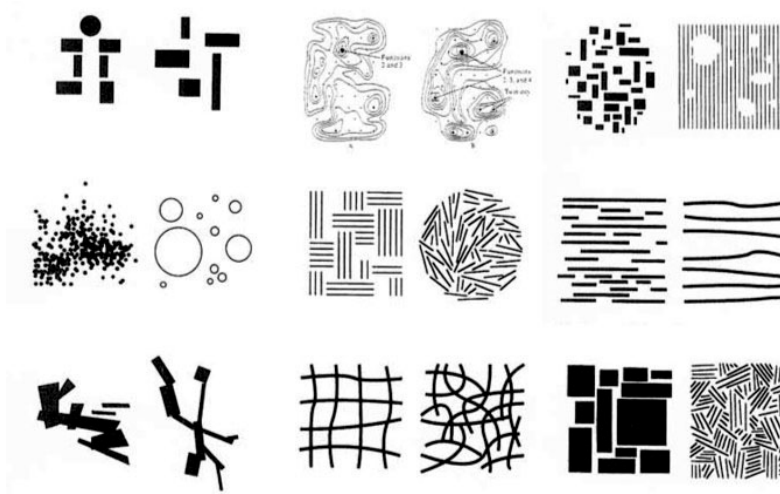
Resim 1.19: 1971 Peter Eisenman, Ev IV, Dönüşümün Diyagramları.



Kaynak: http://www.cab.rs/en/blog_novosti?page=2, 2014.

Allen'a göre ise; diyagram form ve aktivite, strüktür organizasyonu ve fonksiyonların dağılımı arasındaki ilişkileri tanımlayan bir grafik kümedir. Bununla birlikte Allen diyagramının formu, strüktürü veya programı tasarımcıya ya da başkalarına açıklayıcı bir yönü olmasına rağmen, asıl işlevinin organizasyon üzerine soyut fikirler üretme olduğunu belirtir (Allen, 1998: 23-26).

Resim 1.20: Stan Allen'in 1998 Yılında Yaptığı Diyagram Örnekleri



Kaynak: <http://representation3.blogspot.com.tr/2013/09/text-stan-allen-diagrams-matter-1998.html>, 2014.

Diyagramlar, bölümlü alan diyagramları, çizgi ve sütun diyagramları olmak üzere başlıca üç grupta incelenebilir. Noktalı diyagram istatiksel serileri daire ve kare v.b.gibi şekillerin içine gözleme dayalı orantılı bir şekilde nokta koyulması ile oluşur. Bölümlü alan diyagramı daire biçiminin parçalara ayrılması ile bir durum hakkındaki verileri göstermekte kullanılmaktadır.

Örneğin; ithalat ve ihracat dağılımı gibi... Çizgi ve sütun diyagramları x ve y eksenlerinin oluşturduğu alan üzerinde orantılı şekilde yatay dikey ve birleştirilmiş çizgiler yardımı ile oluşmaktadır.

1.3.4.4. Piktogram

Bir kavram veya fikri görsel hale dönüştürmek için sembollerle yalın şekilde oluşturulan resimsel yazı şeklidir. Latince pictus; Resim ve yunanca Gramme, Yazı sözcüklerinin birleşmesiyle meydana gelmiştir. Buna göre tam olarak sözcük anlamı resim-yazı olarak tanımlanabilir (Stuebner And Urban, 1982: 261).

Piktogramlar gereksiz tüm ayrıntılardan arındırılarak anlatılmak isteneni doğrudan izleyicine sunar. Yalın bir dille tasarlanmış olmaları piktogramların doğrudan iletişim kurabilmelerinde oldukça etkilidir Bu durum piktogramların en önemli özelliklerindendir.

1972 Münih Olimpiyatları için piktogram tasarımı yapan Otl Aicher'e göre "piktogramlar farklı kültürlerden ve farklı meslek gruplarından insanların anlayacağı şekilde tasarlanmalı, tabuları çiğnememeli, tarafsız, okunabilir ve anlaşılabilir olmalıdır." (Başer, 1994: 16). Piktogramların esas amacı anlaşılaktır.

Resim 1.21: 1972 Münih Olimpiyat Oyunları Piktogram Örneği



Kaynak: <http://olympic-museum.de/pictograms/picto1972.htm>, 2014.

AIGA (The Professional Association for Design)'nın 1981'de Amerika Ulaştırma Bakanlığı (DOT-United States Department of Transportation) için geliştirdiği 50 piktogramdan oluşan set, neredeyse tüm dünyada kullanılan bir standart haline gelmiştir (Dur, 2011: 172)

Resim 1.22: AIGA'nın Amerika Ulaştırma Bakanlığı İçin Geliştirdiği Piktogram Örnekleri



Kaynak: Dur, 2011: 173

Resim 1.23: Trafik İşaretleri



Kaynak:<http://www.asyatrafik.com.tr/TR/UrunDetay.aspx?ID=18&IcerikID=156>, 2014.

Tüm dünyada standart hale gelen bir diğer piktoğramlar ise trafik işaretlerinde kullanılmaktadır. Piktoğraflar kamusal sembollerdir ve bir şirket ya da devlete ait değildirler. Piktoğraf kullanımı teşvik edilir. Trafik işaretlerinde kanunla zorunlu kılınmıştır. (Emin, 2006: 103). Bireyler hangi dile dine veya ırka sahip olsalar da işaretler her bireyde aynı çağrışımı yapmaktadır. Evreseldirler. İdeogram kavramı ile aralarında farklılık bulunmaktadır bu yüzden karıştırılmamalıdır. Piktoğramlar mekan ya da hareketi ifade ederken ideogramlar bir düşüncüyü ifade eder piktoğramları ideogramlardan ayıran en belirgin özellik budur diyebiliriz.

1.3.4.5. Harita

Harita kavramı olarak verilerin sembolik izdüşümü ile bir grafik üzerinde veya şematik olarak gösterilmesidir. Gen haritası ve kavram haritası gibi. Bir infografik argümanı olarak kullanılan kartografik harita tanımı ise şöyledir: Genel itibarıyla yeryüzünün tamamına ya da bir bölümüne ait olan olgu ve özelliklerin belli bir oranda küçültülerek düzlem üzerine çizilen ya da düzlem üzerinde gösterilen taslağıdır (İncekara ve Kantürk, 2010: 21-240-257).

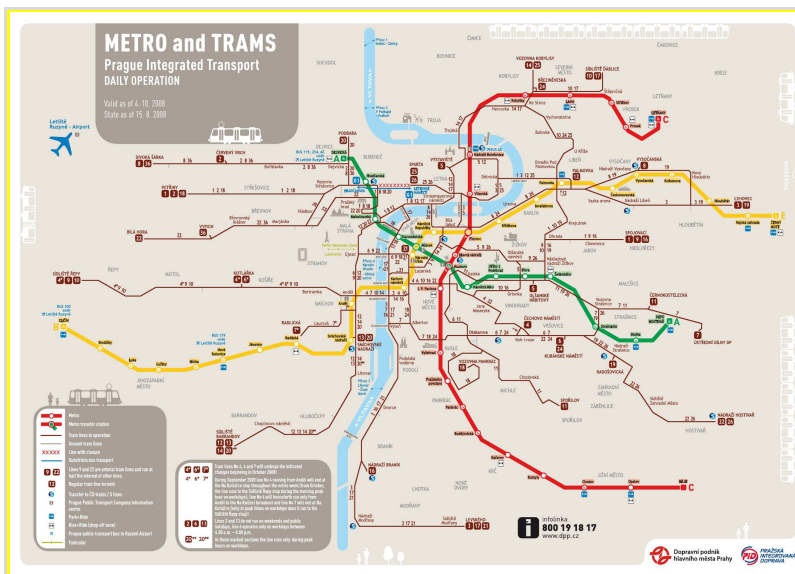
Resim 1.24: 1931 Richard Beck Londra Metro Haritası



Kaynak: <http://amodern.net/wp-content/uploads/2013/08/2tubemap1.png>, 2014.

Richard Beck'e 1931'de ısmarlanan Londra metrosu planı bütün dünyada örnek oluşturur: Hatlar dikey, yatay ve 45 derecelik vev çizgilerle düzenlenmiştir (Weill, 2008: 71).

Resim 1.25: Prag Metro Haritası



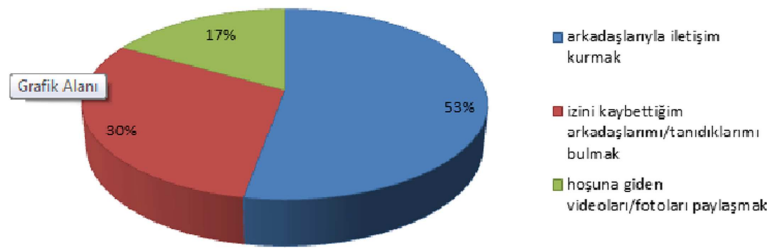
Kaynak: <http://turistip.files.wordpress.com/2011/05/prague-metro-map.jpg>, 2014.

New York, Amsterdam, Londra, Berlin, Tokyo ve Madrid metro haritaları gibi belli başlı haritalar arasında yer alan Prag metro haritası da dünyada örnek oluşturabilecek nitelikte haritalar arasında bulunmaktadır.

1.3.4.6. Pasta Grafik

İnfografiklerde istatistiksel veriler için en uygunu grafiklerin kullanımıdır. Pastalar, barlar, çizgeler (chartlar), tablolar, diyagramlar, zaman çizelgesi (timeline) istatistik bilgilerini gösteren grafik öğeleridir (Zedeli, 2014: 58).

Şekil 1.6: Facebook Kullanımı

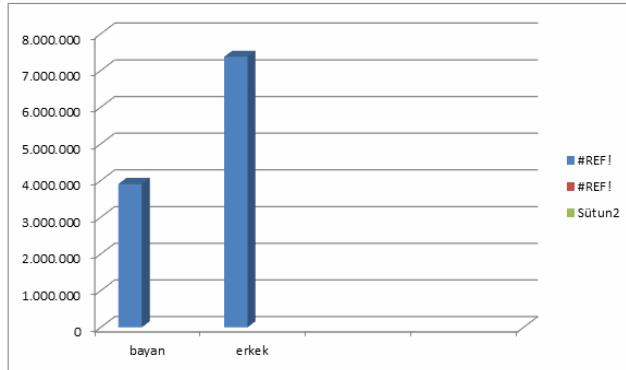


Kaynak: <https://ahmetbal2000.wordpress.com/2012/04/18/pasta-cubuk-grafigi-ornegi/> 2015.

1.3.4.7. Çubuk Grafik

Genellikle dikey düzlemde verinin miktarını, yatay düzlemde ise verinin cinsini veya ismini açıklar. Bunun tersi de olabilir. Büyüklüğün orantısal dağılımını gösterir (Öztürk, 2012: 86).

Şekil 1.7: Facebook Kullanımının Cinsiyete Göre Dağılımı



Kaynak: <https://ahmetbal2000.wordpress.com/2012/04/18/pasta-cubuk-grafigi-ornegi/>
2015

1.3.4.8. Sembol (Simge)

“Sembol (simge) sözcüğünü; bir kavramı temsil eden somut bir şekil, bir nesne, bir işaret, bir söz ya da bir hareket tanımıyla açıklayabiliriz. Türkçede “simge” ile eş anlamlı olmak üzere “sembol” sözcüğü de kullanılır. Bu sözcüğün kökü Yunanca’dır; bir şeyin bir başka şeyle karşılaştırılması eylemini belirleyen bir yüklemden dönüştürülerek türetilmiştir. Dolayısıyla sembol belirli bir nesnel olay ya da olgunun, düşünsel kaynaklı bir kavram, veya kendi kavramının açılımları ve çağrışımlarıyla karşılaştırılmasından doğar” (Uçar, 2004: 24).

Resim 1.26: Din Temalı Sembol Örnekleri



Kaynak: Uçar, 2004: 26

Yukarıda yer alan semboller sırasıyla; zıtlık, ikinci sembol baba oğul ve kutsal ruhu, pentagram insanın beş duyusunu, yedi kollu şamdan ise Musevi inancında

haftanın yedi günü ile güneş, ay ve beş gezegeni sembolize eder. Dokuz katlı pagada ise cennetin sembolü olarak kabul edilmektedir.

1.3.5. İnfografik Okuma Nasıl Gerçekleşir

Grafik şekillerin görsel dil olarak okunabilmesi toplumların okuma düzeyi ile yakından ilgilidir kısaca okuma düzeyini oranında zihinde anlamlandırabilir denilebilir. Görsel bir ortak dil oluşturmada tam anlamıyla kullanılan bir alfabe bulunmamaktadır.

Yani ulusal veya uluslararası uzlaşıyla kabul edilmiş bir resim alfabesi mevcut değildir. Hatta trafik işaretleri gibi temel grafik betimlemeler (en azından bir kısmı) ülkeden ülkeye değişkenlik gösterir. Figüratif görsel betimleme olarak adlandırılabilir el hareketleriyle gerçekleştirilen basit iletiler de kültür ve toplumlarda farklı algılanabilir. Örneğin bir toplumda “tamam” anlamına gelen el işareti başka bir toplumda hakaret simgesi (göstergesi) olabilir (Öztürk, 2012: 75-76).

Bu durumlar göz önüne alındığında kullanılan görsel sembollerin farklı ülkelerde yaşayan bireyler için çeşitli anlamlar taşıyabileceği durumu dikkate alınmalıdır. Toplumlar arası ortak görsel dilin gelişimi ile anlam farklılıkları ortadan kaldırılıp toplumsal uzlaşa sağlanabilir.

İnfografiği anlamak bireyin eğitim düzeyi ilgi, yetenek ve yaşadığı kültürel özelliklere bağlıdır. Grafiği oluşturma sürecinde tasarlanan grafiklerin verimini ölçmek için bireylerin görsel bilginin nasıl algılayıp işlediğini ve yorumlandığını anlamak gereklidir. Malamed, Frascara’nın “Mesajın ‘açık ve basit’ olması her bir grafik dizaynının performans ölçüsüdür” prensibini aktarır (Malamed, 2009: 22).

Mesajın açık ve basit şekilde görselleştirilmesi zihinsel devinim süreci gerektiren bir tasarım anlayışını gerektirir. Örneğin; kamusal semboller, işaretler v.b. çoklu hedef kitleye yönelik hazırlanmış başarılı çalışmalardır. Birden fazla kişiye seslenebilmesi bireylerin algı durumu farklılıkları bakımından değerlendirildiğinde, görselleştirmenin önemini bir kez daha vurgular.

Okurun iletilen grafik mesajı doğru yorumlaması için ‘tasarım’ iletişimde açık olmalıdır. Okurun grafiği anlamasını sağlayacak çözümlemenin ve riski azaltmanın, bilgi grafiği oluşturma en zor kısmı olduğunu söyleyen Goertzen, grafik

departmanının bilgiyi nasıl basitleştireceğini tamamen anlamak için gerekli yeteneklere sahip olması gerektiğini belirtiyor. Goertzen'e göre grafik sanatçısının ve gazetecinin ne söylemek istediklerini anladıklarından emin olmak için oturup konuştukları bir süreç olmalıdır. Goertzen bu durumu “Konuşun! Okuyun! Anlayın! Yapın!” sözcükleri ile vurgulayarak kısaca özetlemektedir.

İnfografikler sunulan bilginin hem içeriğine hem de biçimine ilgi çekerek okunabilirliği sağlayabilir. Bu yönüyle infografikler hermeneutik yapıya sahiptir. Yani infografiklerde parçaları anlamak için bütüne, bütünü okumak için de parçalara ihtiyaç vardır. (Öztürk, 2012: 75-76).

Parça bütün ilişkisine dayalı infografikler görselleşen bilginin hikayeleşmesi sonucu oluştuğu için her bir parça bütüne hizmet eder. Parçalar sistematik bir şekilde düzenlenir, tek başlarına anlam ifade etmeyecekleri gibi parçalar olmadan da bütünü algılamak imkansızdır.

1.3.5.1. Görsel Bilginin Alımı

TDK'ye göre “görsel, görme ile görme duyusuyla ilgili, görmeye dayanan” gibi anlamlara gelmektedir (http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54216e4ec75220.55713020, 2014).

Yirminci yüzyıldan itibaren başlayan tarihsel süreci görsel çağ olarak adlandırabiliriz. Araştırmalar beynimize yerleşen bilginin yüzde 75'inden fazlasının görsel süreçler sonunda oluştuğunu ortaya koyuyor. Gözlerimiz ile gördüğümüzde görsel olarak iletişime geçmiş oluyoruz. XX. yüzyıl kültürü içerisinde yer alan görme, bakma, izleme, gözetleme gibi eylemler okumayla ilgili eylemlerin ve kültürün bir devamı olarak ortaya çıktı. XXI. yüzyılın ilk on yılı içerisindeyken içinde bulunduğumuz dönem, temelde kelimelere ve sayılara dayanan “bilgi çağından” çok daha kapsamlı görseller, görüntüler ve semboller içeren bir “görsel çağı” ifade etmektedir (Uçar, vd., 2011: 143-144).

Görsel bilginin hüküm sürdüğü içinde bulunduğumuz bu görsel çağda, görselleri çözümlememiz, anlamamız gerekmektedir. Ortak bir anlama ve anlaşma noktası oluşturularak görsel bilginin, genel geçer bir nitelik kazanması, küreselleşen dünyanın çoğu alanda gereksinimlerini karşılamaya yönelik imkânlar sunacaktır. Bilginin evrenselleşmesi olarak da adlandırabileceğimiz bu durum bilginin alımı ve anlamlandırılması için gerekli bir süreçtir.

1.3.5.1.1. Görselin Çok Katmanlı Anlam Yapısı

Görsel bilginin alımı bireyin algı düzeyi ile yakından ilgilidir. Algı bireyler üzerinde farklılık gösterebilen bir olgudur.

Okurun, bir resmi nasıl algıladığını tahmin etmek mümkün olmayabilir, bu durum insan doğasının karmaşıklığına, bireylerin farklı bilişsel yeteneklerine bağlıdır (Malamed, 2009: 36). Sunulan görsel ileti nesnel veya somut olmadığında bireysel yorum ve çıkarımlarda farklı olabilir. İnsanlar bir grafik tasarım ürününe baktığında figürler, renkler, grafik ve resimler, farklı form ve objeler görürler (Öztürk, 2012: 66). Kültürlemler faktörü de bu durumda oldukça etkilidir. Farklı kültürlerin etkileşimi sonucu ortaya çıkan kültürel farklılıkların birleşmesi ile yeni kültürel değerler oluşur, bu durum görselin çok katmanlı anlam yapısına etkiler diyebiliriz.

Bireyin kültürel düzeyi, yetenek ve uzmanlık düzeyine bağlı olarak bilgiyi alımı ve yorumu değişkenlik gösterir. Örneğin; Çember: Çin yazınında parlaklığı, simyada altını temsil eden çember, günümüzde halka olarak kapalılık, merkezilik veya tekerlek olarak dinamizm ve hareketlilik için veya trafikte yasak işareti olarak kullanılmaktadır. (<http://www.grafikerler.net/gorsel-reklam-iletisiminde-algilamanin-ve-grafik-tasarimin-onemi-t16646.html>, 2014) Bireyin kültürel düzeyi, yetenek ve uzmanlık düzeyi yetersiz ise çember işaretini anlama ve yorumlamada farklılığa neden olabilir.

Bir tasarımı anlamak öncelikle hedef kitlenin düzeyinin belirlenmesiyle yakından ilgilidir. Malamed, bir seyircinin bilişsel özelliklerinin farkında olmanın (okur kitlesini tanımak) tasarımcıyı hedefe yaklaştırabileceğini ifade ediyor (Malamed, a.g.e : 36). Mesajın okura ulaşabilmesi açısından önem oluşturan bu durum görsel unsurların alıcı düzeyine uygun tasarlanabilmesi ile mümkün olacaktır.

1.3.5.1.2. Gelişimsel Düzey

“Gelişim, bir kişinin bilişsel yeteneklerinin habercisidir. Kişinin bilişsel yeteneğine göre değişiklik gösterebilir. Bilişsel düzeyi az gelişmiş bir izleyici resmin anlamı mecazi olduğu halde, gerçek anlamı çıkarabilir. Karmaşık görselleri yorumlama yeteneği ise olgunlaşma ile gelişir. Kişinin soyutlama kapasitesi okuma, bilgilenme, düşünme gibi gelişim süreçlerine bağlı olarak artar. Görsel algı yeteneği gelişim düzeyinde

çeşitlenir. Derinliği algılama ve renkleri ayırt etme gibi yetenekler ise gelişim evrelerinde farklı düzeylerde” (Malamed, a.g.e ss. 36).

1.3.5.1.3. Dikkat Dağınıklığı

Dikkat dağınıklığı olay veya bilgilerden gelen, zihni dağıtan şeylerdir. Bir grafiğin kavranabilmesi için bireylerin dikkatli olması, o görsele odaklanması gerekir. Böylece birey görseldeki bilgiyi daha konsantre biçimde algılayacaktır (Malamed, a.g.e ss.36).

1.3.5.1.4. Görsel Okuryazarlık

“Görsel iletişim görseller kullanarak mesaj yollama ve alma sürecidir. Bu bağlamda, görsel okuryazarlık da “görsel öğelerden anlam üretme veya anlam inşa etme becerisi” olarak tanımlanabilir. Görseller ve görüntüler aracılığı ile kişi anlamı ortaya çıkartma, eleştirme ve yansıtma doğrultusunda yorumlayıcı becerilerden yararlanmış olur. Sık duyduğunuz “multi-media” (çok ortamlı) dünyayı düşünün. Hareketli görüntüler, fotoğraflar, bilgisayarlar, internet, yazılar ve daha birçoğunun bir arada, iç içe olduğu bir dünyadan bahsediyoruz. İçinde olduğumuz bu dünyada “bilginin görselleştirilmesi”, “görselleştirilmiş bilginin iletişim içinde yer alması” ve elbette “anlaşıp yorumlanabilmesi” gerekmekte. Görsel okuryazarlık, işte bu günümüze, geçmişe ait “yorumlayıcı görseller” ile etkileşimde olanlar arasında etkili iletişimi sağlayan “ortaya çıkan görseller” hakkındadır.” (Uçar, vd., 2011: 146).

Görsel okuryazarlık, iletişim kurulurken anlaşımı ve kullanımı konusunda görsellerin bireyde belli düzeyde kişiyi etkinleştiren bir olgu olduğunu gösterir. Gözler ve görünen ile algılanma ilişkisi kurabilenler görsel dili okuyup yazabilmektedir. Görsellerin anlamlandırılabilmesi, çözümlenmesi ve yorumu görsel iletişim kurabilme becerisi ile düzenleyebilmeyi de gerektirir.

Kıran ve Büker’e göre: Görsel göstergelerin incelenmesinde farklı yaklaşımlar vardır. Örneğin; görsel anlatım parçalara ayrılarak, “yananlamsal”, “estetik”, “sözbilimsel” ve “ideolojik” olarak dört bakış açısıyla incelenebilir (Kıran ve Büker, 1999: 26).

Okuma eylemi öncelikle düzanlamsal olarak gerçekleşir. Kısaca bu durum var olan görsel öğelerin süzülerek ilk aşamadan geçirilmesidir. İkinci etapta öznel

göstergenin yananlamı mevcuttur bu durum ise bağlama göre değişebilir. Kullanılan kodun ve kanalın alıcı tarafından tanınması göstergelerin anlamlandırılmasına bağlıdır. Fakat birinci anlam dışında düzanlam kodlarla üretilmeyen bildirilerde mevcuttur.

“Simgesel kullanımlar ise, düz anlamsal kodun üzerine geliştirilen ikinci bir kodlamadır. Bir bildiri, simgesel kullanımlar içeriyorsa ve yorumlama gerektiriyorsa anlama ve anlamlandırma zor olacaktır. Kısaca, yan anlam ya da çağrışımsal anlamların kullanıldığı bildiriler görecelik içerir ve yorum gerektirir. Yorumlama yapılacak bildiriler simgesel anlamın bol olduğu bir anlatım biçimi ise, daha tutarlı bir anlam ortaya koyabilmek için ayrıntılı bir okuma sürecine girmek gerekecektir. Eksilteli anlatımlar, sezdirimler ve çağrışımsal anlamların kullanıldığı her türlü bildiri ayrıntılı okumayı zorunlu kılar. Günümüzde kullanılan tanıtımları düşündüğümüzde, okuyucunun tamamlaması gereken birçok anlatım biçiminin kullanıldığını görüyoruz.” (Günay, 2008: 13).

Teknolojinin ilerlemesi ve bilginin artışıyla çoklu okuryazarlık anlayışını da beraberinde gündeme getirmiştir. Görsel çağ içinde yaşanan dönemde sözlü iletişimin önüne geçmiştir. Yaşam kalitesini yükseltmek adına pek çok kavram ortaya çıkmıştır. Bunlar, medya okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, kültürel okuryazarlık, sosyal okuryazarlık, çevre okuryazarlığı, işitsel okuryazarlık ve görsel okuryazarlık gibi...

1.3.5.1.5. Uzmanlık Düzeyi

Okurun uzmanlık düzeyi tasarım organize edilirse önemsenmelidir. Bir resmin içeriği ile okur üzerinden yapılan bir deneme okurun genel grafiği kavrama yeteneğinin habercisidir. Uzman tasarımcılar bilişsel yüklemeyi azaltarak görsel ortamda karmaşık desenleri organize edebilirler. Böylece okur, karmaşık bir görselle karşılaştığında daha az yükleme yaşayacaktır (Malamed, a.g.e ss. 38).

Bilgi iletilirken kolay anlaşılır olması gerekmektedir. Çünkü Algılama sürecinde grafiğin izleyici tarafından okunması ve yorumlanabilmesi gerekmektedir. Bilginin insan zihninde karmaşa oluşturulmadan verilmesi insan zihninde imgesel olarak çözümlenebilmesini ve biliçaltını kontrol eder ve yönlendirir.

Malamed'e göre, insanın bilgi işletim sistemi üç ana hafıza yapısından oluşur: Duygusal hafıza, kısa dönemli hafıza ve uzun dönemli hafıza. Uzun dönemli hafıza depo olarak da adlandırılabilir. Sisteme ilk giren ham duyuşsal veridir. Bu duyuşsal hafızanın alanıdır. Bu verilerin bir kısmı kısa dönemli hafızaya geçer ve orada betimlenir. Buna farkındalık da denir. Buradaki bir kısım bilgiler de yeni bilgi olarak kodlanır, uzun dönemli

(depo) hafızaya kaydedilir. Kısa dönemli hafızanın sınırlı olmasının yanısıra bir de kısa süreli olması, kavrama yeteneklerini etkiler. Hızlı işleme bilgi için daha fazla kapasite demektir. Dikkatin kolay dağılması başka bir faktördür. Kısa dönemli hafızaya aşırı yüklenme olduğunda bilgiyi işleyecek kapasite kalmaz ve bu aşırı yükleme bilgiyi anlamama, yanlış anlama ya da bilgiyi görmeme şeklinde sonuçlanır (Malamed, a.g.e ss. 29-32).

Kısa dönemli hafızanın işleyişinde yükleme miktarının algılama üzerindeki ekisin önemi büyük rol oynamaktadır.

1.3.5.1.6. Motivasyon

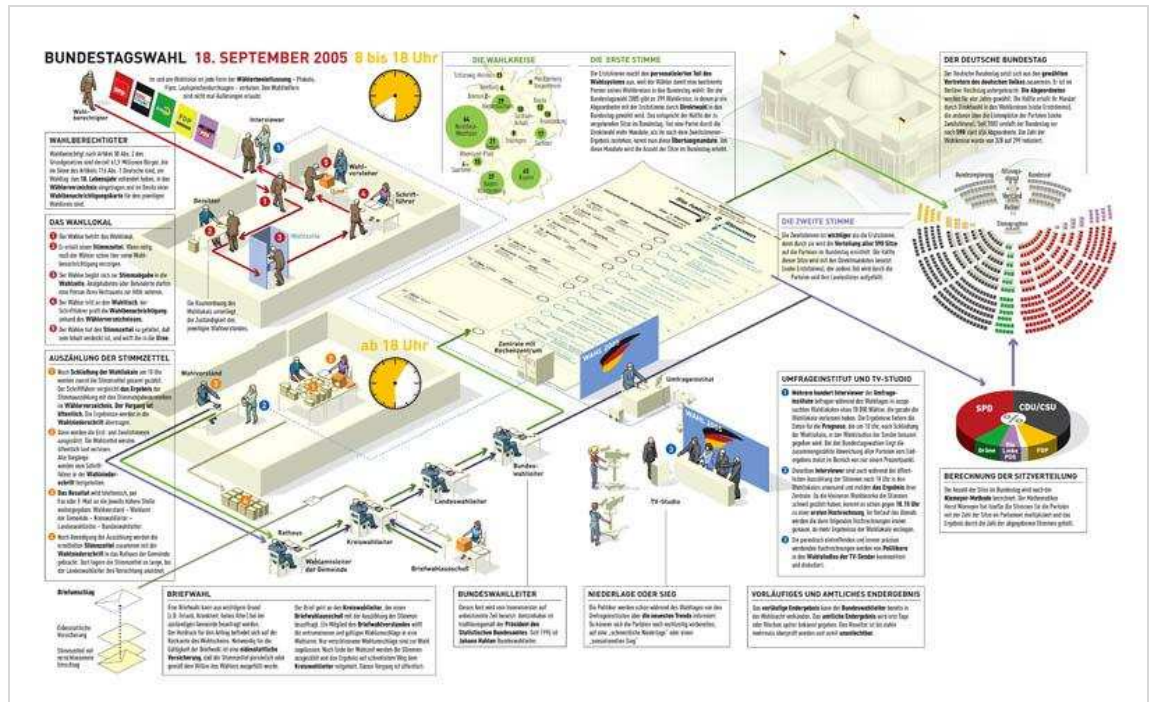
Goldsmith “İnsanların ve fikirlerin küresel değişimi (takas) artmaya devam ettiğinden, çoğulculuk kültürünün bilişsel düzeyini yakalamak etkili tasarımın en önemli gereksinimidir” der (Malamed, a.g.e ss. 32).

Malamed, okuma düzeyi düşük insanların kompozisyonundaki görsel hiyerarşiyi takip etmede ya da bilgiyi yorumlamada yetersiz kalabileceğini; görsel dikkatlerinin resmin bütününe etkin bir bölüştürme yapmak için deneyimden yoksun olabileceğini, bu sebeple önemli bilgiyi gözden kaçırabileceklerini ifade ediyor. Ayrıca izleyicinin okuma düzeyinin isimleri, başlıkları ve yazıları nasıl okuyacağını, metin ve imgeyi nasıl ilişkilendireceğini de etkilediğini belirtiyor (Malamed, a.g.e ss. 38).

1.3.6. Günümüzde İnfografik Kullanımı

Ülkemizde kullanımı yeni ve yetersiz olarak gerçekleşen infografiklerin önemi yeteri kadar keşfedilememiş olsa da ilerleyen zamanlarda daha sık kullanımı söz konusu olacaktır. Basılı yayında görsel unsurların eksikliği nedeniyle önemli haberlerin görselleştirilmesi ve ekonomi sayfalarında kullanılan çubuk grafikleri ile kısır bir döngüde ilerleyen infografik kullanımı yabancı basında önemli bir konumda bulunmaktadır.

Resim 1.27: Yabancı Basında İnfografik Kullanımı



Kaynak:<http://infografiknedir.blogspot.com.tr/2007/04/yabanc-basnda-infografik-rnekleri.html>, 2004.

Değişen ve gelişen yayıncılık anlayışıyla yabancı basın bir olayı, okuyucularına paragraflarca yazı okutmak yerine net, insanları konuya çeken, amacına uygun ve anlaşılması kolay hatırlanan bir biçime sokarak anlatmak konusunda uzun zamandır uğraş vermektedir. Yayıncılıktan başlayıp diğer alanlara hatta sosyal medyaya kadar infografik hayatın içinde çok sık kullanılmaktadır. Örneğin Norveç’li elektronik müzik grubu Röyksopp “Remind Me” adlı parçasına çektiği video klibi hareketli İnfografik şeklinde hazırlamış, büyük ilgi toplayarak MTV Video Müzik Ödülleri, 2002’de en iyi video klip ödülüne layık görülmüştür.

Resim 1.28: “Remind Me” Klibinden Görüntüler



Kaynak: http://www.dailymotion.com/video/x18iq9_royksopp-remind-me_music, 2014

NAO (News Artists Association - Haber Sanatçıları Derneği), SND (Society for News Design - Haber Tasarımcıları Topluluğu), IIID (International Institute of Information Design - Uluslararası Bilgilendirme Tasarımı Enstitüsü), Visual Editors gibi birçok meslek kuruluşu İnfografik tasarımcılarına yönelik çalışmalar sürdürmektedir(http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html, 2004).

Ülkemizde infografik kullanımı batıya oranla gerekliliğinin önemi henüz saptanamamış ve gereksinim duyulan bir görselleştirme biçimi haline ulaşamamıştır. Hazırlanan infografikler okurun anlamlandırmakta zorlandığı karmaşık bilgiler, olabildiğince okuyucu kitlesine ulaşabilmek adına, yanlış metotlar kullanılarak hazırlanmaktadır.

Denver Post Gazetesi grafik editörü Jeff Goertzen: “Bir tasarımı daha anlaşılır kılmak için, grafiğin nasıl kullanılacağına iyi karar verilmeli”. İnfografikte önemli olanın mesajı net bir şekilde iletmek olduğunu” söyledi. Goertzen, “Gelecekte bizi çok daha interaktif grafikler bekliyor” dedi (<http://www.arti1t.com/pdf/Gazete%20tasar%C4%B1m%20g%C3%BCnleri%202011%20gazetesi.pdf>, 2014).

Etkileşimli infografik olarakta anlandırılan interaktif infografikler bilgiyi bireyin tercihine göre sunmakta, birey hangi bilgiyi hangi sıralama ile alacağına karar verme olanağı sunmaktadır. Kullanımı daha çok internet ve elektronik aygıtlarda görülür. Teknolojinin ilerlemesi nedeniyle interaktif infografiklerin öneminin giderek artacağı düşünülmektedir.

1.3.7. İnfografiğin Semiyolojik Açıdan Değerlendirilmesi

Mega kent İstanbul'un ulaşım problemlerinin çözümüne yönelik hazırlanan projeler güncel bir harita tasarımına olanak sağlamıştır. Bu bölümde İstanbul'un yeni ulaşım haritasının infografik sunumu üzerine semiyolojik bir değerlendirme yapılacaktır.

Resim 1.29: İstanbul Hızlı Ulaşım Sistemi Haritası

Haritadaki raylı sistem ulaşım ağı düz, şematik çizgiler kullanılarak gösterilmiştir. Bu durum grafik kompozisyon ve disiplin açısından sadeliğin önemi vurgulamakta, gereksiz çizgi ve kıvrımlardan görsel bilginin alımında oluşturabileceği karmaşa nedeniyle kaçınılmıştır. Sağ üst köşede harita üzerinde yer alan raylı sistemler tablosu renk kodlaması ile yapılan semboller yardımı ile raylı sistemlerin isimleri yazılarak sade bir biçimde oluşturulmuştur. Tabloda bulunan TCDD Banlıyo trenleri ve M2 metro hattında kullanılan yeşil renk kodlamasının aynı olması okuyucuda ayıt edilebilirlik açısından sorun oluşturabilir. Bu durum TCDD Banlıyo trenleri ve M2 metro hattının aynı düzlemde olmasına rağmen gözden kaçmasına neden olabilir. Bu durum dışında yeşil, pembe, mavi, turuncu, sarı ve tansürton renkleri ve sembollerden oluşan tablonun görsel okur-yazar alıcısı için bu kodlamanın anlaşılabilir olduğu söylenebilir; örnek teşkil eden birçok ulaşım haritasında da benzer kodlamalar mevcuttur. Ayrıca bütünü belirli bir sistematik içerisinde sunması bakımından anlaşılabilir olduğu söylenebilir.

İnfoğrafik harita kompozisyonu ulaşım ağını net biçimde sunması, okurun zihninde oluşabilecek soruları ortadan kaldırmaktadır. Görsel İstanbul raylı ulaşım sistemini kullanan bireyler için kolay ve hızlı bir ulaşım sağlayacağı düşünülmektedir. Renk kodlaması, sadelik ve grafik düzenleme açısından başarılı bir görsel anlatımdır.

Genel olarak değerlendirsek harita tasarımı, İstanbul'da yaşayan bireylerin gündelik yaşamını kolaylaştırması bakımından verimli, kolay anlaşılabilir başarılı bir infografik olmasının yanı sıra, ülkemizde harita tasarımına örnek oluşturabilecek niteliktedir. Sade kolay anlaşılır olması infografik tasarımı ilkelerine uygunluğunun bir göstergesidir. Amaç hızlı ve kolay anlamlandırılmaktır fakat bu durum bireyin içinde yaşadığı kültür ve kişisel yeteneklerine göre değişkenlik gösterebilir.

1.3.8. Bilgilendirme Tasarımı İnfografik Arasındaki Farklılıklar

Ülkemizde bilgilendirme tasarımı olarak adlandırılan infografikler bilgilendirme tasarımının bir biçimi olarak tanımlanabilir. Bilgilendirme tasarımı infografikleri kapsayan geniş bir uygulama alanıdır.

Bilgilendirme tasarımı denilince ilk olarak akla yönlendirme tabelaları gelmektedir. İnfografik ise ülkemizde yeni yeni kullanım alanları bulan bilgilendirme

tasarımının bir koludur diyebiliriz. Birbirleri ile bağlantılı ve amaçları bilgiyi sunmak olsada birbirinden ayrılan özellikleri vardır. Bilgilendirme tasarımı geneli infografikler ise bilginin sunumunda bir yöntemi ifade eder. Bilgilendirme tasarımı, iletişime dayalı tasarımların hedefi, doğru açıklanmış ve hatasız bir şekilde iletilmiş olan mesajı geliştirmek ve mesaj alıcı tarafından anlaşıldıktan sonra istenilen davranış değişikliklerini meydana getirmektir (Pettersson, 2002:18).

Bilgilendirme tasarımı denilince akla ilk yönlendirme tabelaları gelse de aslında bilgilendirme tasarımının kapsamı çok geniştir. Bilgilendirme grafikleri, interaktif, çevresel ve deneysel tasarımlar bilgilendirme tasarımının içine girer. (Baer, 2008: 16)

Basılı yayımlı ilanlar (broşürler, prospektüsler v.b.) haritalar, havalimanı ve tren garlarındaki yönlendirme sistemleri, kullanım kılavuzları verilebilecek diğer örneklerdendir. Oldukça geniş kapsamlı bir kavramdır.

Bilgilendirme tasarımının bir sunum şekli olan infografikler bilgiyi işaretler, semboller v.b. gibi unsurları kullanarak hikayeleştirir. Infografikler, bilgilendirme tasarımına yardımcı unsurlardır diyebiliriz. Örneğin, illüstrasyon sanatı grafik tasarıma nasıl katkı sağlamakta ise infografiklerde bilgilendirme tasarımının ayrılmaz yardımcı öğeleridir.

1.3.9. Günümüzde Kampüslerde Bilgilendirme Eksiklikleri ve Yön Bulma Sorunları

Günümüzde üniversiteler yaşayan, nefes alan ve daima genişleyen kurumlardır. Üst düzey trafik ve erişim sorunlarını barındıran karmaşık ortamlardır. Büyük otobanlardan şehrin ana arter caddelerine, oradan yerel yollara ve sonunda kampüs kapılarına yapması gereken bir ziyaretçi için bağlantılar kritiktir. Kampüs kapıları park yerleri ve yaya yön bulma sistemi, ziyaretçiler ile çok sayıda yere yönlendirirler (Yaşar, 2011: 94).

Ülkemizde gelişen ve değişen kampüslerimizde hala yön bulma problemlerinin bulunması uygulanan yönlendirme sistemlerinin başarısızlığının göstergesidir. Kampüs harita tasarımlarının yönlendirme üzerindeki etkisinin önemi üzerinde çok fazla özen

gösterilmemektedir. Ülkemizde bulunan bir kampüs ortamı ile yabancı bir ülkede bulunan bir kampüs ortamının tasarlanan haritaları incelendiğinde aradaki fark açık ara kendini göstermektedir. Örneğin Amerika'da Colorado State Üniversitesi kampüs haritası başarılı harita tasarımları arasında bulunmaktadır. Üniversite görsel okur-yazara bilgiyi geniş bir şekilde sunmakta başka bir örnek interaktif uygulama ile izleyiciye çeşitli imkânlar sağlamaktadır.

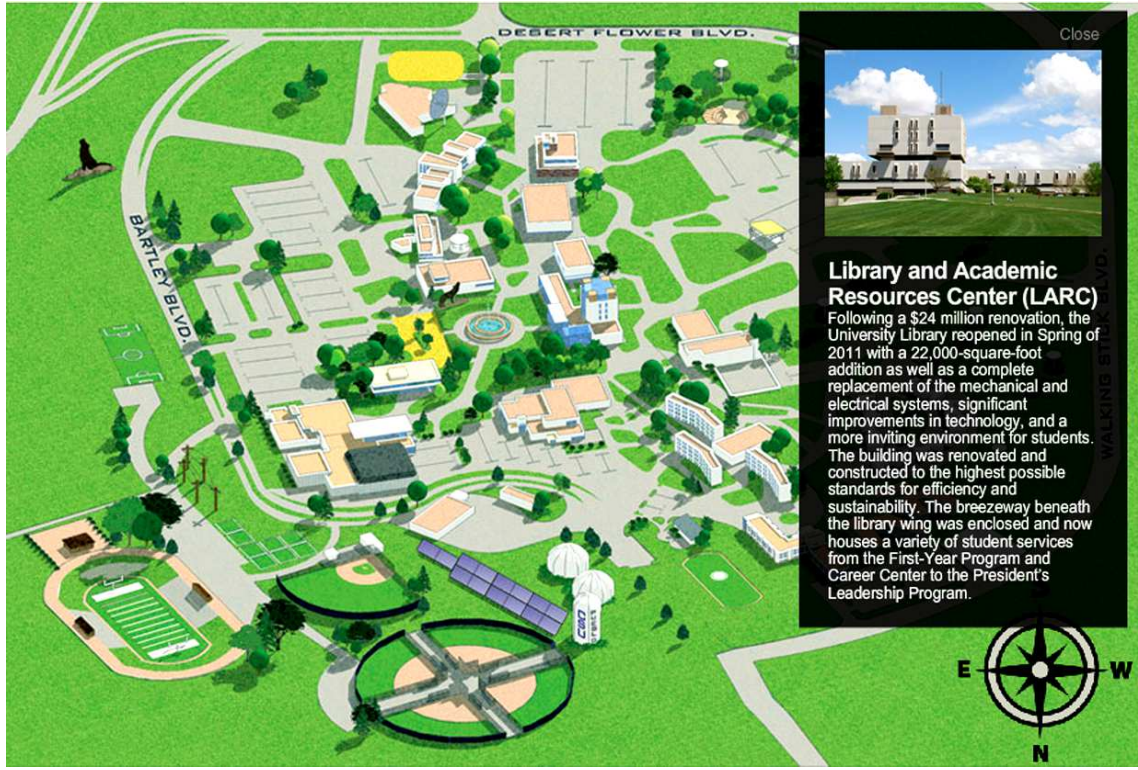
Resim 1.30: Colorado State Üniversitesi Haritası



Kaynak: <http://www.csupueblo.edu/maps/PublishingImages/2011CampusMap.jpg>,

2014.

Resim 1.31: Colorado State Üniversitesi İnteraktif Haritası



Kaynak <http://www.csupueblo.edu/maps/Interactive/Pages/default.aspx>, 2014.

Yukarıda verilen örnek haritalar Colorado State Üniversitesi'nin bilgilendirme tasarımına verdiği önemi infografiğin güçlü anlatım dili ile izleyiciye sunmakla sınırlı kalmayıp interaktif harita tasarımı ile de izleyicin aradığı tüm sorulara cevaplar sunmaktadır. Ülkemizde bu ve bunun gibi birçok örnek oluşturabilecek infografik harita tasarımı yabancı ülkelerde sık rastlanılan bir durumdur.

Ülkemizde henüz önemi fark edilemeyen infografik harita tasarımları bazı kampüslerimizde kullanılıyor olsa da birçoğu amacına uygunluğu bakımından yeterli değildir ayrıca pek çok kampüste eksikliği halen görülmektedir. Bu durum da görsel iletişim konusu üzerine yapılan araştırmaların tasarımcılar tarafından davranışa dönüştürülmediğinin bariz göstergesidir. Bilgilendirme eksikliği nedeniyle oluşan yön bulma problemlerinin ortadan kaldırılması mevcut durumun önemsenmesi ve gündelik hayatı kolaylaştırmak adına büyük önem taşımaktadır. Kampüslerimizde henüz iki boyut aşamasında bile kullanımı çok fazla söz konusu olmayan infografik haritalar, yabancı ülkelerde eğitim veren kurumlarda olabildiğince önemsenmekte dijitalleşen

Yurt dışı ve yurt içindeki kampüslerde yapılan bilgilendirme tasarımları arasındaki bariz fark bireylerin bilgilendirme tasarımı hakkında bilinçlenmesi ve farkındalık kazanması sonucu en aza indirgenecektir. Böylece bireyler kampüs içerisinde yön bulma sorunlarını bir kenara bırakıp gelişimin ve değişimin büyük rol oynadığı kampüslerin sunduğu imkanlardan yararlanabileceklerdir. Bilgilendirme sistemlerinin gelişen teknoloji ile paralel olarak ilerlediğini yabancı kampüslerde sunulan hizmetlerin ülkemiz kampüs ortamlarında kullanım alanı bulması sonucu bireylerin kampüslerde yapılan aktivite, seminer ve konferans v.b. gibi etkinliklere katılımını destekleyeceği düşünölmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM
İNGRAFİKLERİN BİREYLERİ YÖNLENDİRMEDEKİ ETKİSİNİN
İNCELENMESİ

2.1. ARAŞTIRMANIN SÜRECİ

“İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmedeki Etkisinin İncelenmesi” başlıklı tezin teorik araştırması çeşitli kaynaklardan yapılmıştır.

Araştırmanın güvenilirlik ve geçerliliğinin sağlanması hedeflenerek; iletişim, görsel iletişim ve infografiğin tarihsel gelişimi, infografik tasarımının önemi, avantajları incelenmiş infografik tasarımında kullanılan yardımcı unsurlar olan işaret, sembol kavramlarının bilgilendirme tasarımındaki yeri gerekli literatür taraması sonucu saptanmıştır. Literatür taramasında kitaplar, makaleler, tezler ve internet kaynakları incelenmiş araştırma bilgilerine ulaşılmıştır. Uygulama örneği olarak tasarlanacak olan D.P.Ü. infografik harita tasarımı için öncelikle yurt dışı ve yurt içinde bulunan kampüslerin haritaları incelenmiştir.

Yapılan araştırma ve incelemeler sonucunda tasarlanacak olan infografik harita tasarımı uygulama örneği tasarım sürecine başlanmıştır. Harita tasarımının bilgilendirme açısından oluşturabileceği sorunların ortadan kaldırılması için D.P.Ü. yapı işleri teknik dairesi ile görüşülmüş kampüs içerisindeki mevcut yapılanma ve yapımı planlanan inşalar hakkında veriler araştırmada kullanılmak üzere dosyalanmıştır.

Araştırmada belirlenen D.P.Ü.’de bilgilendirme eksikliği nedeniyle oluşan yönlendirme problemlerinin daha iyi anlaşılması amacıyla örnek fotoğraf çekimlerine yer verilmiş, sorun görsel açıdan desteklenmiştir.

İnfografik harita tasarımının tamamlanmasının ardından görüşme formu oluşturulmuş bilgilendirme eksikliği nedeniyle oluşan yön bulma problemleri ve infografik haritanın sağlayacağı katkıların belirlenmesi amacıyla kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireyler üzerinde uygulanmıştır.

Araştırmanın uygulama örneği, yapılan görüşmelerin ardından infografik harita tasarımında belirlenen sorunların gözlenmesiyle harita yeniden derlenmiş izleyicilerin sorunlarının ortadan kaldırılmasına yönelik gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Bu sayede infografik harita tasarımının izleyici tarafından rahatlıkla algılanabilmesi ve daha sağlıklı bir iletişim süreci kurulması düşünülmektedir.

Sonuç olarak eğitim verilen ve giderek büyüyen bir yerleşkede bilgilendirme tasarımı eksikliklerinin bireyler üzerinde ne gibi sorunlar oluşturduğu aktarılmış, bu

sorunları en aza indirgeyeceği varsayılan infografik harita tasarımı bu araştırmanın uygulama kısmında yerini almıştır. Bireylerin kampüs ortamında kısa zamanda istediği yere rahatlıkla ulaşması için bu tip görsellere ihtiyaç duyulduğu öngörülmekte; kampüs içerisinde bulunan yönlendirme levhalarının yazıya oranla görsel bilginin daha etkili bir anlatım dili olduğunu göstermektedir. Görsel bilginin etkili bir iletişim yolu olması ve infografiğin güçlü anlatım dilinin birleşmesi sonucu yön bulma sorunları dahilinde oluşabilecek tüm sorunların ortadan kaldırılması amaçlanmıştır.

2.1.1. Dumlupınar Üniversitesi'nin Mevcut Durumu

Dumlupınar Üniversitesi, 2014-2015 akademik yılı itibariyle on fakülte, dört enstitü, üç yüksekokul, idari birimler, araştırma merkezleri, sosyal tesisler ile ihtiyaç duyulabilecek çeşitli yapılanmaları ile hizmet vermekte, ayrıca mevcut yapılanma dışında inşa aşamasında ve yapımı planlanan yapıları ile de uluslararası standartlarda eğitim-öğretim veren üniversiteler arasında yerini almaktadır.

Araştırmanın bu bölümünde Dumlupınar Üniversitesi'nin bilgilendirme tasarımı dâhilinde yönlendirme açısından mevcut durumu ele alınmıştır. Konunun görsel açıdan desteklenmesi için fotoğraf çekimleri yapılmış ve örnek fotoğraflar sunulmuştur.

Resim 2.1: D.P.Ü Ana Giriş Bilgilendirme Tasarımı



Ana giriş kapısı karşısında yer alan görsel kampüsün fotoğraf çekimi yapılarak oluşturulmuştur. Kampüsün ön görünümünden oluşan bu görselde tüm yapıların üst kısmında bina isimleri yer almakta, arka kısımlarda yer alan yapılar ise görselde görünmemekte yalnızca bina isimleri bulunmaktadır. Yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici olmayan bu görsel ayrıca dikkat çekiciliğinin olmaması nedeniyle izleyiciler tarafından fark edilememektedir.

Resim 2.2: D.P.Ü Ana Giriş Yönlendirme Levhaları Genel Görünümü



Ana giriş kapısı karşısında yer alan yönlendirme levhaları sağ ve sol bölüm olarak iki alanda yer almaktadır. Yönlendirme levhalarının ve kullanılan yazı fontunun küçük olması izleyicide farkındalık uyandırmamaktadır. Gündüzleri bile dikkat edilemeyen bu yönlendirme levhaları bireyleri yönlendirmede yetersiz kalmakta, akşamları hava karardığında ise bu yetersizlik yerini daha da büyük sorunlara bırakmaktadır. Çünkü levhalar gece görünümü için dizayn edilen ıslıklı levha sistemine uygun değildir.

Resim 2.3: D.P.Ü Ana Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı



Resim 2.4: D.P.Ü Ana Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı



Ana giriş kapısı karşısında yer alan yönlendirme levhaları daha detaylı incelendiğinde kampüs içinde bulunan idari birimler, fakülteler, enstitü, yüksekokul ve sosyal tesisler yalnızca ok işaretleri ile belirtilmekte, ulaşmak istenilen yerin yalnızca kampüsün sağ sol ve üst kısmında yer aldığını göstermekte olup yönlendirme açısından yetersiz kalmaktadır.

Resim 2.5: D.P.Ü Yan Giriş Genel Görünümü



Ana giriş karşısında bulunan bilgilendirme tasarımı yan girişte yer almamaktadır. Yan girişin karşısında bulunan yönlendirme levhaları ise oldukça küçük ve işlevsellikten uzaktır. Yukarıdaki örnek fotoğrafta da görüldüğü gibi yönlendirme levhaları dikkat çekicilikten uzak bir yapıya sahiptir.

Resim 2.6: D.P.Ü Yan Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntısı



Bu levhalar daha detaylı incelendiğinde; diğer yönlendirme levhalarında da olduğu gibi dikkat çekicilikten uzak bir görünüm sergilemektedir. Kampüste istediği yere ulaşmak isteyen bir bireyin yönünü bulabilmesi amacıyla bu levhaları takip ederek ilerlemesi sonucu zaman kaybı durumu oluşmaktadır.

Resim 2.7: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği



Resim 2.8: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği



Resim 2.9: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği



Resim 2.10: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği



Resim 2.11: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği



Resim 2.12: D.P.Ü Bilgilendirme ve Yönlendirme Tasarımı Eksikliği Örneği



Yukarıda bulunan fotoğraflar kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerin yön bulma sorunu dahilinde yaşadıkları zaman kaybının bariz bir göstergesidir. Çünkü kampüs içerisinde bulunan bazı alanlarda yönlendirme levhaları bulunmamaktadır.

Resim 2.13: D.P.Ü Yan Giriş Genel Görünümü



Mimarlık fakültesi karşısında bulunan yan girişte de bilgilendirme tasarımı bulunmamaktadır. Diğer yan girişte olduğu gibi yönlendirme levhaları girişin karşı tarafında yerini almakta, yukarıdaki örnek fotoğrafta da görüldüğü gibi izleyicide farkındalık uyandırmamaktadır.

Resim 2.14: D.P.Ü Yan Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntı



Yönlendirme levhası daha detaylı incelendiğinde diğer levhalarda olduğu gibi yönlendirme sorunu oluşturma ok işaretleri istenilen alana ulaşmada yetersiz kalmaktadır. Levhalarda bulunan ok işaretleri yapıların konumunu belirlemede aydınlatıcı değildir.

Örneğin; öğrenci yurduna gitmek isteyen birey kapsamlı bir bilgiye ulaşamayıp diğer yönlendirme levhalarına gereksinim duyacaktır.

Resim 2.15: D.P.Ü Yan Giriş Yönlendirme Levhaları Ayrıntısı



Döner kavşak üzerinde bulunan levhalar da bilginin alımı açısından uygun değildir. Araç ile hareket halinde olan bir bireyin bu levhaları okuyabilmesi oldukça güçtür.

Döner kavşakta yer alan görsel daha yakından incelendiğinde, MS hasta eğitimi okulu levha isminin diğer levhalara oranla daha da zor algılandığı görülmektedir. Kullanılan renklerin yakınlığı nedeniyle bilginin alımı daha da güçleşmiştir. Levhaların bulunduğu alanın yanlış seçimi ise gözün görme eylemini sağlıklı gerçekleştirmesine engel olmakta bireylerin algılamasında olumsuz sonuç doğurmaktadır.

Resim 2.18: D.P.Ü Yönlendirme Levha Örneği Ayrıntı



Kampüsün belirli alanlarında bulunan bu levhalar ise görselde de görüldüğü üzere etkili bir iletişime katkı sağlayamamaktadır. Yapılan görüşmeler neticesinde kampüs içerisinde bulunan yönlendirme levhalarının varlığının yeterli olup olmadığı sorulduğunda, izleyicilerin levhaları fark etmediklerini kanıtlanmıştır. Örnek görseller ile bu durum ispatlanmış olup daha kapsamlı bilgilendirici bir infografik harita tasarımı ile yönlendirme sorunlarının en aza indirgeneceği amaçlanmaktadır.

2.1.2.Projenin Hazırlanması

Bu çalışmada; literatür taraması sonrası infografiğin güçlü, kolay ve anlaşılır anlatım gücünün bilgiyi keyifli bir anlatım diliyle sunduğu tespit edilmiştir. Tasarımın

sürecine geçilmeden önce Evliya Çelebi Yerleşkesi'nde bulunan Dumlupınar Üniversitesi'nin Google Eart aracılığı ile ekran görüntüleri kronolojik olarak ele alınıp incelenmiştir. 2004-2014 yılları arasındaki mimari yapılanmadaki artış kampüsün bu süreç içerisinde oldukça genişlediğinin bir göstergesidir.

Resim 2.19: Google Earth 2004 D.P.Ü. Ekran Görüntüsü



Kaynak: <https://www.google.com/earth/>, 2015.

2004 yılı Google Eart verilerine göre kampüs; rektörlük binası, fen edebiyat fakültesi, mühendislik fakültesi, iktisadi ve idari bilimler fakültesi, özel başaran yıldız koleji, bedesten, lojmanlar, vakıf camii, jandarma komutanlığı ve eski güzergahı ile güzel sanatlar fakültesi binası-ek binası yer almaktadır. Bu süreçte mevcut bazı binaların halen inşa aşamasında olduğu gözlenmiştir.

Resim 2.20: Google Earth 2014 D.P.Ü. Ekran Görüntüsü



Kaynak: <https://www.google.com/earth/>, 2015.

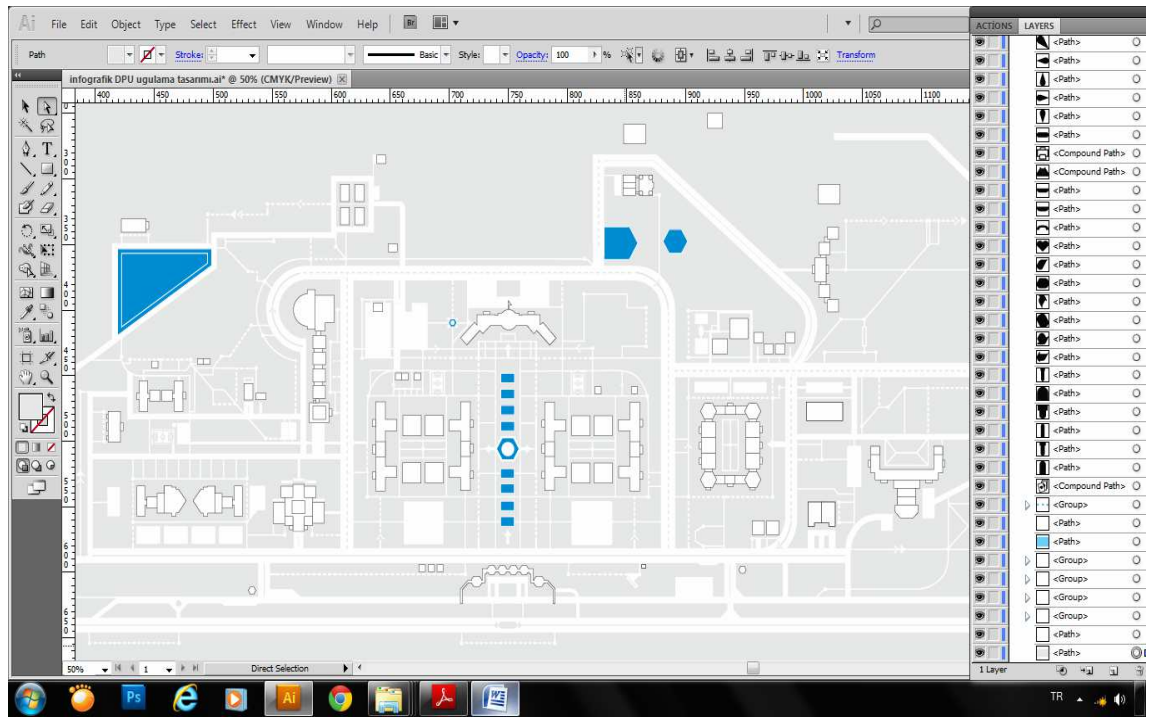
2014 yılı Google Eart verilerine göre ise kampüste; kütüphane ve dökümantasyon daire başkanlığı bulunmakta, dört fakülteyi bünyesinde barındıran bir yapı içerisinde güzel sanatlar fakültesi, mimarlık fakültesi, eğitim fakültesi ve uygulamalı bilimler yüksekokulu bulunmaktadır. Ayrıca, kapalı spor salonu, olimpiik yüzme havuzu, öğrenci yurtları, yabancı diller yüksekokulu, konuk evi, tıp fakültesi, sağlık yüksekokulu, anfi tiyatro ve g.s.f. yemekhane binası ile kampüsün 2004 yılına oranla mimari yapılanma adına büyük bir gelişim gösterdiği ve genişlediği gözlenmiştir.

Gelişen teknolojinin sağladığı olanaklar aracılığıyla Dumlupınar Üniversitesi ekran görüntüleri incelenmiş, elde edilen veriler doğrultusunda giderek genişleyen kampüs yön bulma problemlerini de beraberinde getirmiş ve bu durum yapılan araştırmalar sonucunda da kanıtlanmıştır. 2014 yılı Google Eart verilerine göre kampüsün mevcut durumu ile D.P.Ü web sitesinde bulunan güncel kampüs görüntü videosu da incelendikten sonra Adobe İllustaror grafik programında tasarım aşamasına geçilmiştir. Vektör tabanlı bir program olması nedeniyle çözünürlük problemlerini

ortadan kaldırması ve tasarımın büyük boyutlarda da rahatlıkla kullanılabilmesi imkânı sunması programın tercih edilme sebepleri arasında yer almaktadır.

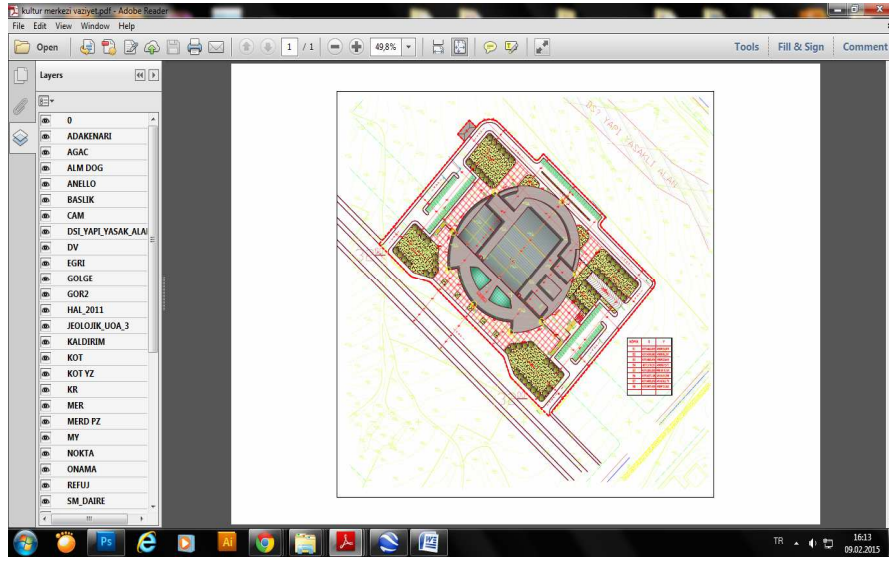
Tasarım sürecinde öncelikle ana ulaşım ağları belirlenmiş daha sonra 2014 Google Eart ekran görüntülerine göre uygulama tasarımına başlanmıştır. Ana yolların belirlenmesinin ardından idari, fakülte ve sosyal tesis binalarının çizim aşamasına geçilmiş ve ara yolların birbirleri ile olan bağlantıları ve oranları gerçeğe yakın bir üslupla stilize edilerek sadeleştirilip infografik harita tasarımına ilk adım atılmıştır.

Resim 2.21: D.P.Ü. Infografik Harita Tasarım Süreci Ekran Görüntüsü



Mevcut yapılanma dışında inşa aşamasında olan ya da inşası planlanan yapıların tespiti için ve çalışmanın güncelliğini koruması adına D.P.Ü yapı işleri teknik dairesi ile görüşülmüş ve gerekli veriler temin edilmiştir.

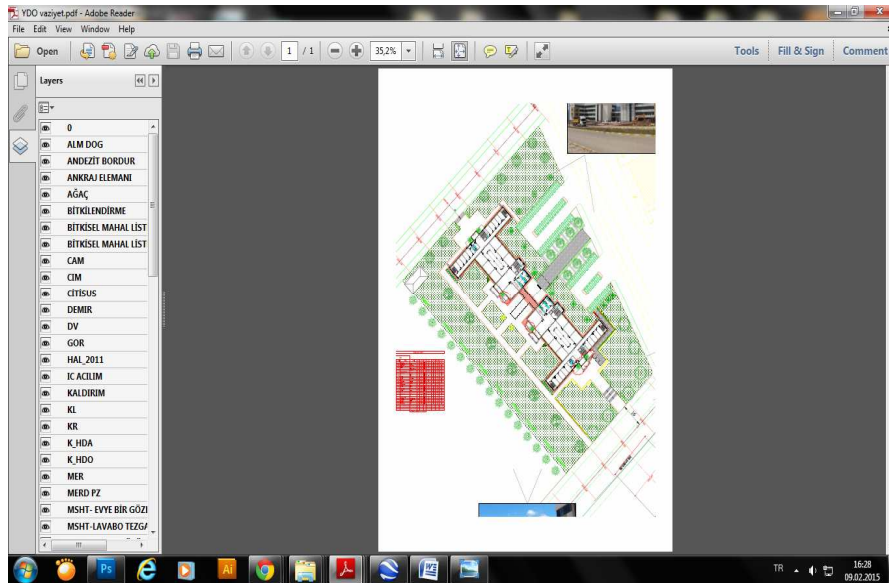
Resim 2.22: D.P.Ü. Kongre ve Kültür Merkezi Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü



Kaynak: D.P.Ü Yapı İşleri Teknik Dairesi (03.11.2014)

İnşası halen devam etmekte olan kongre ve kültür merkezi rektörlük binası arka kısmında temel atma çalışmalarını sürdürmektedir. Yapının kuş bakışı görüntüsü elde edilen bu veriler doğrultusunda sadeleştirilerek çizilmiştir.

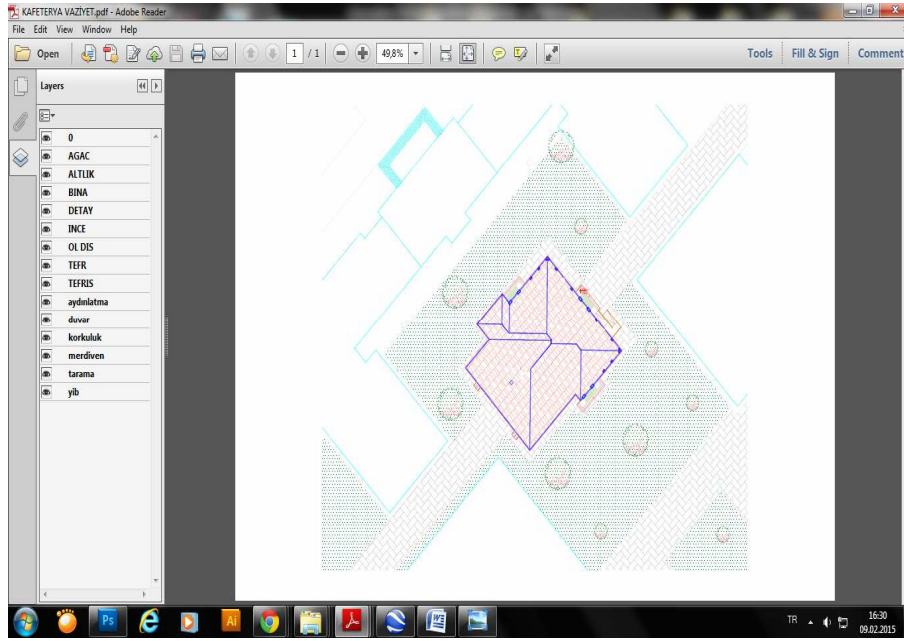
Resim 2.23: D.P.Ü. Yabancı Diller Yüksek Okulu Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü



Kaynak: D.P.Ü Yapı İşleri Teknik Dairesi (03.11.2014)

2013 yılında inşasına başlanan ve 2014 sonlarına doğru uygulamaya geçen yabancı diller yüksekokulu 2014 Google Eart verilerindeki ara yolların belirsizliği nedeniyle elde edilen bu veriler doğrultusunda tekrar değerlendirilerek infografik haritada yerini almıştır.

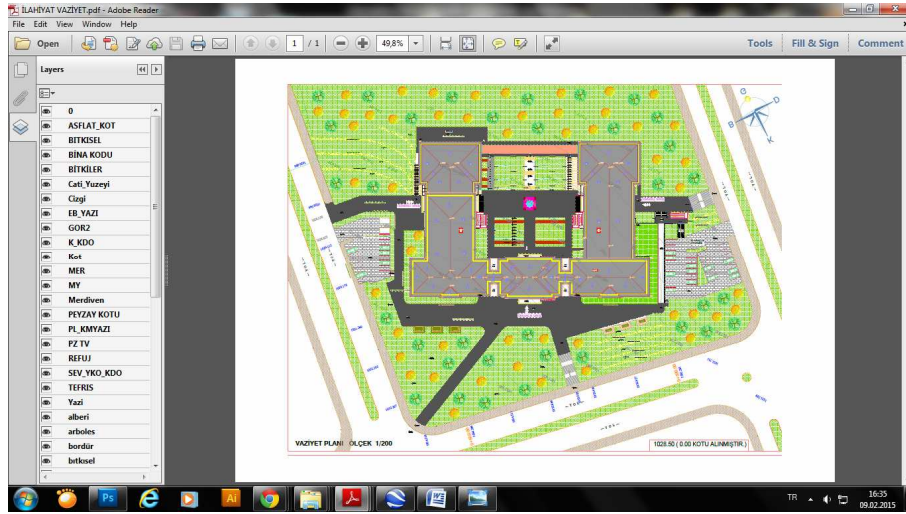
Resim 2.24: D.P.Ü. Kafeterya Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü



Kaynak: D.P.Ü Yapı İşleri Teknik Dairesi (03.11.2014)

Kampüste şuan inşası planlanan bir diğer yapıda kafeteryalardır. Kampüs içerisinde belirli yerlerde bulunacak olan üç kafeteryadan ikisi fen edebiyat fakültesi ve mühendislik fakültesi binalarının orta alanlarında bir diğer kafeterya ise sosyal bilimler enstitüsü arka kısmında yerini alacaktır.

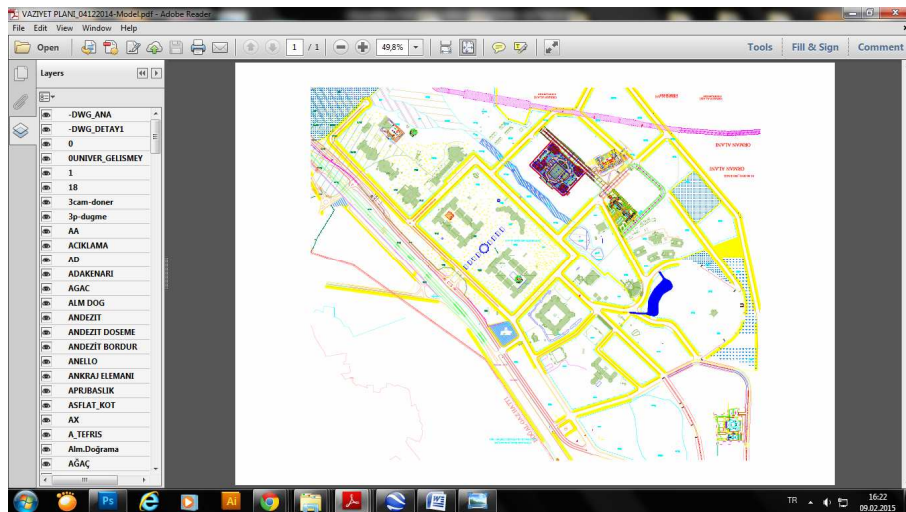
Resim 2.25: D.P.Ü. İlahiyat Fakültesi Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü



Kaynak: D.P.Ü Yapı İşleri Teknik Dairesi (03.11.2014)

Henüz plan aşamasında olan ilahiyat fakültesi binası mevcut kampüs düzeni içerisinde bir binada hizmet veriyor olması, planın inşa aşamasına geçilmemiş olması ve inşasının uzun süreç gerektirmesi nedeniyle infografik harita tasarımında yer almamaktadır. Fakat kampüste mimari yapılanmanın ilerleyen zamanlarda giderek genişleyeceğinin bir göstergesi olarak araştırmada yerini almaktadır.

Resim 2.26: D.P.Ü. Vaziyet Planı Ekran Görüntüsü



Kaynak: D.P.Ü Yapı İşleri Teknik Dairesi (04.12.2014)

Yapılan araştırma ve incelemeler sonucu kampüsün güncel kuşbakışı görünümü temin edilmiş, 2014 Google Eart verileri ile D.P.Ü vaziyet planı kıyaslanıp mevcut yapılar ve inşa edilecek olan yapıların alan tespiti gerçekleştirilip, bu doğrultuda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Daha sonra anahtar kutucuğu oluşturulup kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerin ihtiyaç duyabileceği alanlar (ÖSYM il temsilciliği, banka şubesi vb. gibi) belirlenmiştir. Mimari yapılanma güncel görünümünün infografik haritaya aktarılması, idari ve sosyal alandaki tüm gelişimlerin belirlenmesi sonucunda numaralandırma ve renklendirme aşamasına geçilmiştir.

2.1.3. Kullanılan Renkler

Renk; ışığın cisim ile çarpışması sonucu oluşan gözde bıraktığı etkidir. Ayrıca kullanıldığı alana göre anlamlandırılabilen görsel sanatların önemli bir elamanıdır. Işık cisme çarptığında cisim ışığın içinde bulunan yedi renkten birisi emer diğerini yansıtır, yansıttığı renk gözümüze ulaşır. Hayatımızın her alanında yer eden bu olgu psikolojik etkilerinin yanı sıra farklı kültürlere göre anlam taşımaktadır. Örneğin turuncu Asya'da ruhsal aydınlamayı ABD'de ise fast food yiyecekler satan mekânları çağrıştırmaktadır.

Renk, bir tasarımda etkileyiciliği ve vurgulamayı artırır. 1979'da Amerika'da yapılan bir araştırma, dört renkli dergi ilanlarını izleme oranının % 38, iki renkli ilanları izleme oranının ise % 20 arttığını göstermiştir. Başka bir araştırmada ise; siyah-beyaz bir ilanın çok renkli olarak basıldığında % 50 oranında daha fazla izlendiği ortaya çıkmıştır. Bir tasarımda istenilen doğru atmosferi yaratmada en önemli araç, renktir (<http://www.grafikerler.net/grafik-tasarimda-kullanilan-ogeler-t38100.html>, 2015).

Renk kullanımı tercihinde rengin doğru kullanımı büyük önem oluşturur. Tasarlanan ürünün rengi; kültürel çağrışım, hedef kitle, firma ya da ürünün karakteri ve kişiliğine uygun olarak seçilmelidir. Çünkü renk çekiciliğinin yanı sıra ürüne bir kişilik de kazandırır. Görsel çeşitliliğin giderek arttığı günümüzde rengin doğru kullanımı kaçınılmazdır. Görselliğin vazgeçilmez unsuru olan renklerin dilini anlamak, tasarıma ve iletişime yeni boyutlar kazandıracaktır.

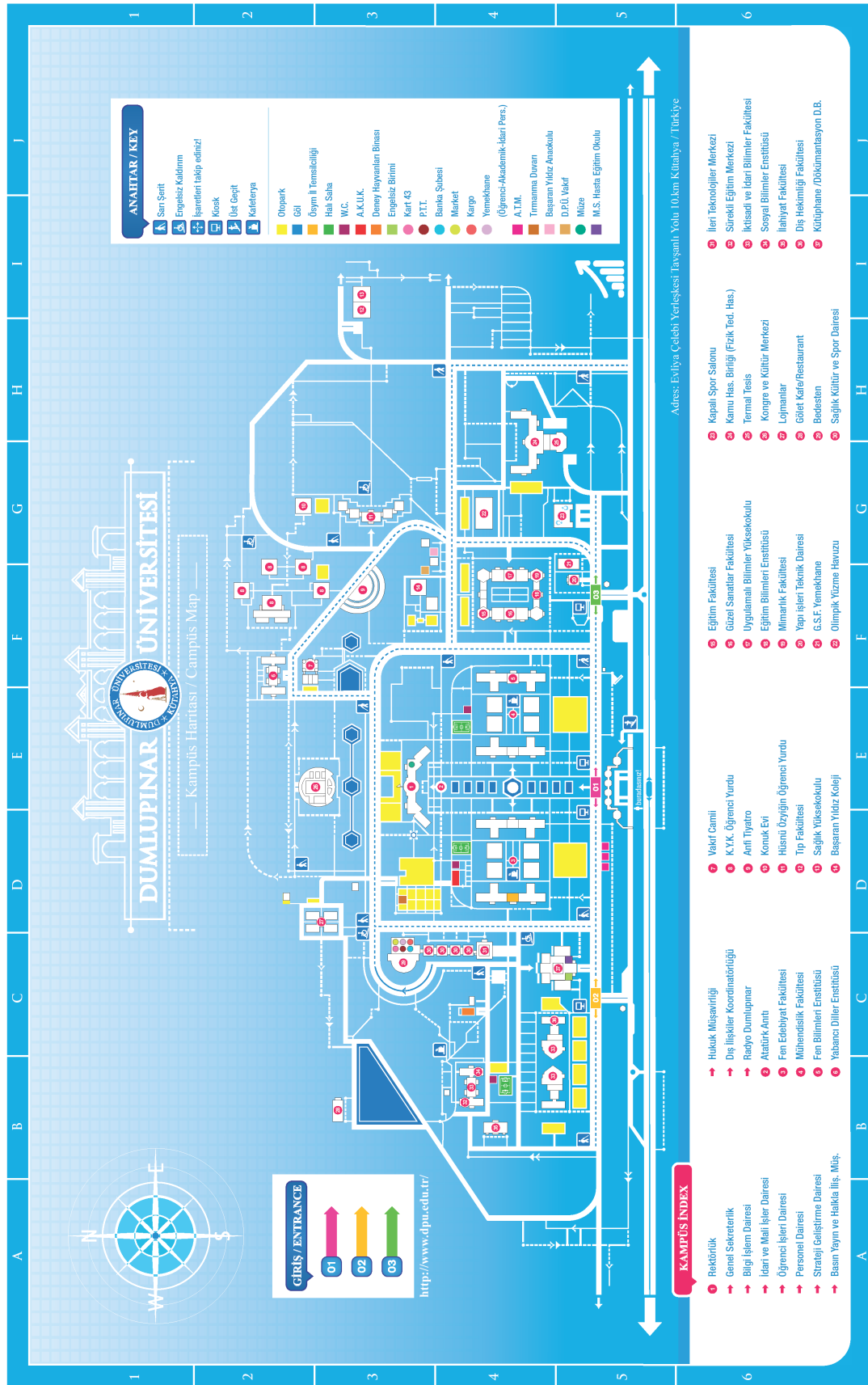
Bu çalışmada; D.P.Ü. infografik harita tasarımında zeminde mavi ve beyaz, renk kullanılmıştır. İnfografik haritanın eğitim verilen bir yerleşkede uygulama alanı

bulması sebebiyle, infografiklerin belirgin özellikleri göz önünde bulundurularak zeminde kullanılan renklerle tezatlık oluşturacak sıcak renkler (sarı, kırmızı, turuncu, gibi) ve kontrastı olan renkler (yeşil, mor, mavi gibi) dışında tonsürton renkleri de tasarıma uygulanarak; renk kodlamaları yardımıyla algıda seçicilik oluşturulmuştur.

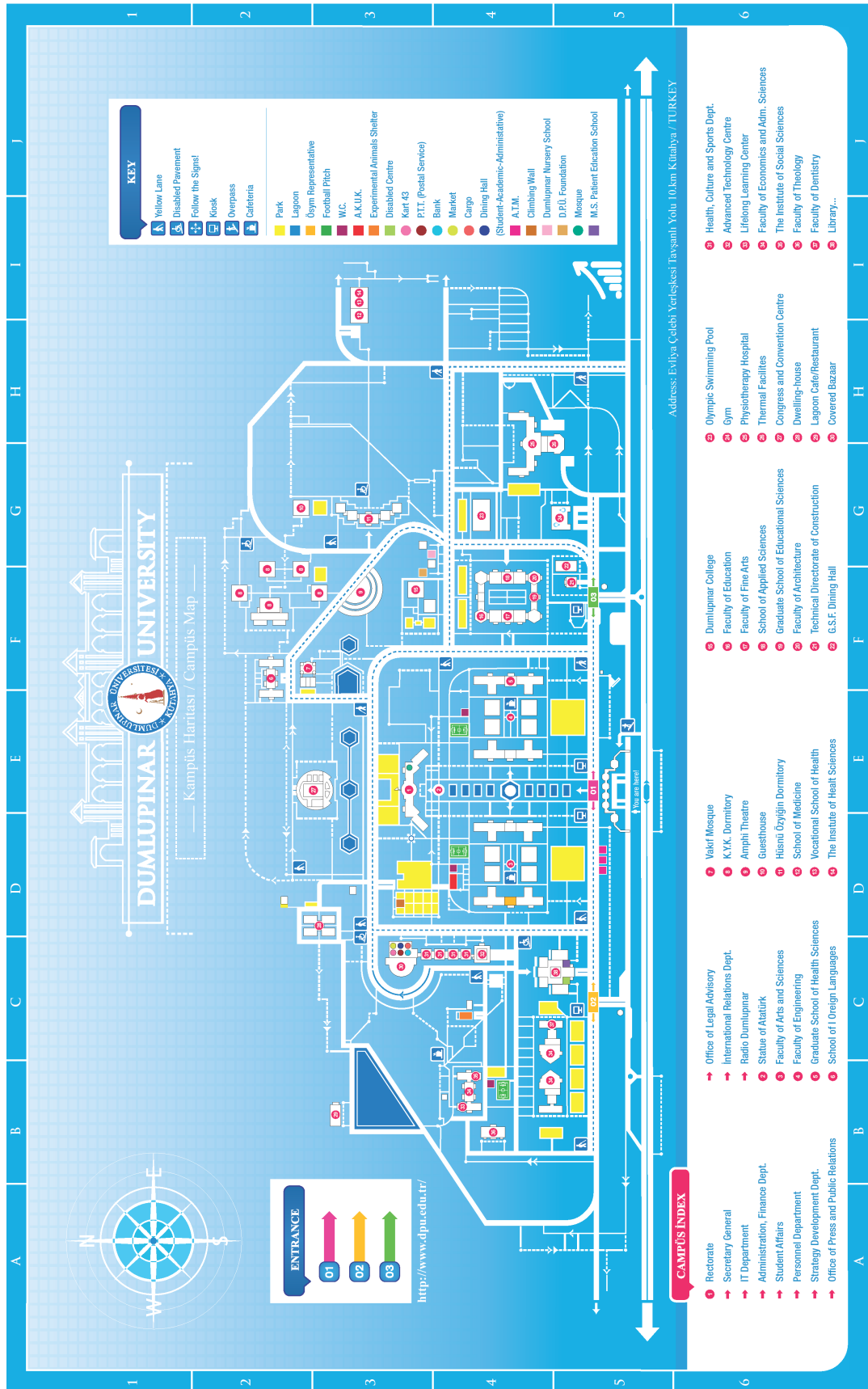
2.2.UYGULAMA

Tasarlanan infografik harita Dumlupınar Üniversitesi girişlerinde ve kampüsün içinde belirli alanlarda Türkçe-İngilizce dil seçeneği ile yer alacak biçimde ve ışıklı levha sistemine uygun dizayn edilerek kullanımı öngörülmüştür. Numaralandırma sistemi ve renk kodlamalarıyla desteklenen verilerin kategorize edilmesi görsel bilginin izleyici tarafından rahatlıkla anlama ve anlamlandırmasını sağlayacaktır. Kampüs girişleri ve kampüs içinde belirli alanlarda yer alacak ışıklı levha sistemine uygun bu görsel; bilgiyi doğrudan izleyicisine ulaştırmakta, izleyicinin gerek gündüz gerekse gece bu levhalar yardımıyla detaylı bilgiyi edinebilmesine olanak sağlayacaktır.

2.2.1. D.P.U. İnfografik Harita Tasarımı Uygulama Örneği



2.2.2. D.P.U. İnfografik Harita Tasarımı Uygulama Örneği (İngilizce)



2.3. BULGULAR VE YORUM

2.3.1. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada, D.P.Ü. 'nün bilgilendirme tasarımı eksikliği ve mevcut yönlendirmelerin yetersizliği nedeniyle oluşan yön bulma sorunlarına ayrıca bu sorunların çözümüne yönelik tasarlanan infogarfik harita tasarımının amacına uygun olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın verileri içerik analizi yöntemi sonucunda elde edilip bulgular saptanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde elde edilen bu verilerin irdelenmesi ve yorumlanması yapılmıştır.

2.3.1.1. D.P.Ü. Yönlendirme Sorunu ile İlgili Bulgular

Dumlupınar Üniversitesi yerleşke alanının 2004-2014 yılları arasında oldukça genişlediği, ayrıca enstitülerin bazılarının ilgili olmayan fakülte binaları içinde yer aldığı, binalarının karmaşık olduğu, yapıların birbirine benzediği ve bina renklerinin birbirine yakın olduğu yakın olduğu elde edilen bulgular arasında yerini almaktadır. Görüşme formunda yer alan birinci soruya verilen cevapların tamamında aksi görüşlerin olmadığı saptanmıştır.

Kampüste öğrenin gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerin D.P.Ü'de bulunan yönlendirme sorunlarına ilişkin görüşlerine yönelik ilgili bulgu ve yorumları görüşme formunda yer alan soruların sıralamasına uygun bir şekilde düzenlenmiş aşağıda sunulmuştur.

1. Araştırmada öğrencilerle yapılan görüşme formunda yer alan ilk soru “Kampüs içerisinde yön bulmakta zorluklar yaşıyor musunuz? Cevabınız evet ise bunları sıralayabilir misiniz?” şeklindedir. Birinci soruya ilişkin görüşler aşağıda verilmektedir:

Ç.A: “Evet. Bilgilendirme eksikliği ayrıca levhaların dikkat çekici olmaması nedeniyle kampüs içerisinde yön bulmakta zorluklar yaşıyorum diyebilirim”.

A.G: “Evet. Kampüs çok büyük ayrıca yönlendirme levhalarının eksikliği yön bulma sorunlarına neden oluyor”.

(?): “Evet. Levhaların uygun büyüklükte olmaması ve bazı yerlerde levhaların bulunmaması nedeniyle kampüs içerisinde yön bulmakta zorluklar yaşıyorum diyebilirim”.

H.D: “Evet yaşıyorum. Kampüs ortamı büyük olduğu için fakülte bölümleri bulmakta zorlanıyorum. Mevcut yönlendirmelerin yetersizliği nedeniyle o bölüme nasıl ulaşabileceğim konusunda sıkıntı yaşıyorum”.

A.A: “Evet. Yönlendirme tabelalarının bazı alanlarda bulunmuyor olması gideceğimiz yere ulaşmada sıkıntı oluşturuyor böylece gideceğimiz yere ulaşmada süreyi uzatıyor.

M.T: “Evet. Bazı fakülte ve bölümler kampüs içerisinde oldukça dağınık durumda, bu durum istenilen fakülte ve bölüme ulaşmada zorluklar oluşturuyor”.

E.K: ”Evet. Yönlendirme levhalarının güncel ve yeterince açıklayıcı olmaması ayrıca kampüs krokisinin bulunmaması nedeniyle gideceğim yeri bulmakta sıkıntılar yaşıyorum”.

E.T.Ç: Evet yaşıyorum. Yönlendirme tabelalarının yetersizliği nedeniyle fakülteleri bulmak, otobüs bileti almak ve restaurantları bulmak çok zor diyebilirim.”.

Z.K: “Evet. Bina yapılarının birbirine çok benzediğini, yapılan yönlendirmelerin yetersiz kaldığını böylece yön bulma sorunu yaşadığımı söyleyebilirim”.

?: “Evet. Kampüs girişlerindeki levhalar yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici değil. Bu durum gideceğimiz yere ulaşmada zorluk oluşturuyor diyebilirim”.

G.N.Ö: Evet. Lisans ve yüksek lisans eğitimimi burada tamamlamış olmama rağmen kampüs içerisindeki fakültelerin yerlerini bulmakta zorlanıyorum çünkü kampüs oldukça büyük ve karmaşık durumda”.

Yukarıda görüşme formundaki birinci soruya ilişkin bildirilen görüşler dikkate alındığında kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireyler kampüs içersinde yön bulmakta zorluk yaşadıkları görüşündedirler. Elde edilen bulgulara göre kampüsün oldukça büyük ve karmaşık olduğu, levhaların yönlendirmede yetersiz kaldığı ve bazı alanlarda bulunmadığı, anlaşılmaktadır. Örneğin öğrencilerin bazılarının görüşleri bu anlamda şöyledir:

“Kampüs ortamı büyük olduğu için fakülte bölümleri bulmakta zorlanıyorum.”, “kampüs oldukça büyük ve karmaşık”, “Bazı fakülte ve bölümler kampüs içerisinde oldukça dağınık durumda”, “Yönlendirme tabelalarının bazı alanlarda bulunmuyor olması gideceğimiz yere ulaşmada sıkıntı oluşturuyor”, “Yönlendirme tabelalarının yetersizliği nedeniyle fakülteleri bulmak, otobüs bileti almak ve restoranları bulmak çok zor”, “levhalar yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici değil.”

Bu görüşlere göre, kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen bireyler, kampüsün büyük ve karmaşık bir yapıya sahip olduğunu, kapsamlı bir bilgilendirmenin bulunmadığını, yön levhalarının yetersizliği ve bazı alanlarda eksikliği nedeniyle kampüs içerisinde yön bulma sorunlarına maruz kaldıklarını göstermektedir. Bu durumda kampüste birden çok nedenle yönlendirme probleminin mevcut olduğu söylenebilir.

2. Araştırmada öğrencilerle yapılan görüşme formunda yer alan ikinci soru “Kampüs içerisinde bulunan yönlendirme levhalarının sizi istediğiniz yere ulaştırmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? Eğer yeterli değilse nasıl olmasını isterdiniz?” şeklinde olmuştur. İkinci soruya ilişkin görüşler aşağıda verilmektedir:

H.D: “Şu anki haliyle yeterli değil, sadece fakülte ve bölümleri kapsayan yönlendirme levhaları belli alanlarda bulunuyor ayrıca levhalar üzerinde yer alan ok işaretleri yeterince açıklayıcı değil. Kimseye sorma ihtiyacı duymadan harita üzerinde gideceğim yeri belirleyip gidebilmeyi istiyorum”.

Z.K: “Yeterli bulmuyorum. Çünkü levhaların üzerinde bulunan bina isimleri küçük puntuyla yazılmış ayrıca levhalar belirgin değil. Levhaların dikkat çekici olmalı ve büyük puntolarla yazılmalı”.

?: “Yeterli değil. Çünkü levhalar yeterince büyük ve dikkat çekici olmadığı için görünür değil. Levhalar daha büyük olmalı ve rahatlıkla okunabilmeli ayrıca daha ayrıntılı bilgilendirme yapmalı”.

E.T.Ç: “Hayır. Belirgin, dikkat çeken daha büyük levhalar hatta akşam görüşü için uygun ışıklı levhaların kullanılmasını istiyorum”.

?: “Hayır. Gece görünümü için ışıklı levhalar olabilir. Kapsamlı bir bilgilendirme tasarımının hazırlanıp üniversite web sitesinde yer alması sayesinde gideceğimiz yer hakkında ön bilgi sahibi olabiliriz”,

?: “Kampüs içerisinde bulunan yönlendirme levhaları ile istediğimiz yeri kolaylıkla bulamadığımız gibi istediğimiz yere ulaşmada zaman kaybına yol açmaktadır. Daha kapsamlı bir bilgilendirme tasarımının kampüs içerisinde kullanılmasının faydalı olacağı inancındayım”.

?: “Yeterli değil. Gideceğimiz yeri bulmak için ya önceden gitmiş olmak ya da birine sormak gerekiyor. Kampüs girişlerinde kapsamlı bir bilgilendirme tasarımının bulunması gerektiğini düşünüyorum”.

F.K: Yeterli değil. Levhalar dikkat çekici olmadığı için görünür değil. Daha büyük ve dikkat çekici levhalar olmalı ayrıca gece görünümü için uygun ışıklı levhalar olmalı”.

O.C: “Hayır yeterli değil. Daha detaylı ve tam kapsamlı bilgilendirme tasarımları olmalı ve ışıklı levhaların kullanılması gerektiğini düşünüyorum”.

G.K: “Kampüs içerisindeki yönlendirme levhaları genel olarak yeterli fakat fakültelerdeki özel daireleri bulmak ve anlatmakta yetersiz. Kapsamlı bir bilgilendirmenin yapılması gerekir”.

?: “Yeterli değil. Giriş kapılarında bulunan yönlendirme levhalarının detaylı olması gerekir. Ayrıca kampüs haritasının giriş kapılarında yer alması gerektiğini düşünüyorum”.

Yukarıda görüşme formundaki ikinci soruya ilişkin bildirilen görüşler dikkate alındığında kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen bireyler, yönlendirme levhalarının şekil-biçim açısından grafik tasarım kurallarına uygun olmadığı saptanmıştır. Kampüsün belirli alanlarında yer alan levhaların, dikkat çekici olmadığı, kullanılan yazı karakterinin (puntosu) küçük olması nedeniyle karşıdan okunamadığı, gece görüşü için uygun olmadığı, yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici olmadığı görüşündedirler. Elde edilen bulgulara göre yönlendirme levhalarının etkili bir görsel unsur olmadığı, yönleri belirlemede yetersiz kaldığı ve kampüs içerisinde bazı alanlarda levhaların bulunmadığı net, anlaşılabilir olmadığı ayrıca gece görüşü için

uygun olamadığı anlaşılmaktadır. Örneğin öğrencilerin bazılarının görüşleri bu anlamda şöyledir:

“Yeterli bulmuyorum. Çünkü levhaların üzerinde bulunan bina isimleri küçük puntıyla yazılmış ayrıca levhalar belirgin değil. Levhaların dikkat çekici olmalı ve büyük puntolarla yazılmalı”, “levhalar yeterince büyük ve dikkat çekici olmadığı için görünür değil. “Belirgin, dikkat çeken daha büyük levhalar hatta akşam görüşü için uygun ışıklı levhaların kullanılmasını istiyorum”. “yönlendirme levhaları genel olarak yeterli fakat fakültelerdeki özel daireleri bulmak ve anlatmakta yetersiz.”, ”Daha detaylı ve tam kapsamlı bilgilendirme tasarımları olmalı ve ışıklı levhaların kullanılması gerektiğini düşünüyorum.”

Bu görüşlere göre, kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen bireyler, kampüs içerisinde kapsamlı bir bilgilendirmenin yapılması ve bu bilgilendirme tasarımının kampüs girişlerinde yer alması gerektiği ayrıca yön levhalarının açıklayıcı ve bilgilendirici dikkat çekici, daha büyük okunaklı ve gece görüşü için uygun olması gerektiğini göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre D.P.Ü. bilgilendirme ve yönlendirme tasarımında kullanılan görsel unsurların doğru biçimde düzenlenmediği, kapsamlı bir bilgilendirme yapmadığı, bireylerin yeme-içme, otobüs kartı, para çekme v.b. gibi bireysel ihtiyaçlarını da kapsayan bilgilendirme tasarımının bulunması gerektiği söylenebilir.

2.3.1.2. D.P.Ü. İnfografik Harita Tasarımı Uygulama Örneği ile İlgili Bulgular

Kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerin D.P.Ü’de bulunan yönlendirme sorunlarının en aza indirgenmesi amacıyla hazırlanan infografik harita tasarımına ilişkin görüşlerine yönelik ilgili bulgu ve yorumları görüşme formunda yer alan soruların sıralamasına uygun bir şekilde düzenlenmiş aşağıda sunulmuştur.

3. Araştırmada öğrencilerle yapılan görüşme formunda yer alan üçüncü soru “Hazırlanmış olan infografik harita tasarımının üniversite içerisinde yön ve buna bağlı olarak birimleri (fakülte, kütüphane vb.) bulmanızda etkili olabileceğini düşünüyor musunuz? Eğer cevabınız evet ise gerekçesini yazar mısınız” şeklinde olmuştur. Üçüncü soruya ilişkin görüşler aşağıda verilmektedir:

A.A: “Kesinlikle yararlı olabileceğine inanıyorum. Çünkü infogarfik harita tasarımı en ufak ayrıntıya kadar düşünülerek tasarlanmıştır. Harita yardımı ile rahatlıkla yönümü bulabileceğimi düşünüyorum.”

H.D: “Evet. İnfografik harita tasarımı gereksinimleri tam olarak karşılıyor, Çünkü yurtdışında bulunan havaalanı, kampüs, toplu taşıma alanları aynı şekilde düşünülmüş ve kişinin kimseye gereksinim duymadan istenilen alana nasıl ulaşabileceği hakkında bilgilendirme yapıyor. İnfografik harita tasarımı kampüs içersinde kullanım alanı bulursa yön bulmada kolaylık sağlayacaktır.”

E.K: “Evet etkili olabileceğini düşünüyorum. Çünkü infografik harita tasarımında bilgilendirme gayet açık ve iyi bir anlatımla bize sunuluyor.

?: “Evet. Kampüs alanının oldukça büyük ve fakülte sayısının fazla olması nedeniyle böyle bir kapsamlı haritaya ihtiyaç vardır. Çünkü kampüs içersindeki tüm alanlar ayrıntılı şekilde belirtilmiştir.”

Ç.A: “Haritanın yararlı olabileceğine inanıyorum. Çünkü kapsamlı ve tüm ayrıntıları içeriyor. Yalnızca kampüs içersinde değil üniversite web sitesinde de yer almalı böylece kampüse gelecek bireyler kampüs hakkında ön bilgi sahibi olabilirler.

Z.K: “Evet yararlı olabilir. Çünkü her zaman danışacak bir kişi bulamayabiliriz. İnfografik harita tasarımı kampüs içersinde kimseye ihtiyaç duymadan yönümüzü bulmakta etkili olacaktır.”

S.Y: “Şu anki yönlendirmelerden çok daha açıklayıcı ve kapsamlı olduğunu düşünüyorum. Başka bir bilgiye ihtiyaç duymadan adresi bulabileceğime inanıyorum.”

?: “Evet. İnfografik harita tasarımında kullanılan renkler tasarımı rahatlıkla algılayıp yönümüzü belirlemede etkili olacaktır. Çünkü haritada kullanılan şema ve renklendirme sistemi planlı ve programlı şekilde tasarlanmıştır.”

?: “Evet. Çünkü infogarfik harita tasarımı kampüs içersinde bulunan fakülte, birim ve yeme içme gibi özel ihtiyaçlara yönelik ayrıntılı bilgiler veriyor. Açık, net, anlaşılır.”

A.Ç: “Etkili olabileceğini düşünüyorum. Çünkü üniversiteye yeni başlayan ve dışarıdan ziyarete gelen bireyler tarafından “burası ne tarafta” vs. gibi çok soruyla karşılaşıyorum. Kimseye sorma ihtiyacı duymadan yön belirlemede gerekli bir çalışma

diyebilirim.”

?: “Etkili olacağını düşünüyorum. Çünkü infografik haritaya göre yönleri bulmak daha kolay. Zaman ve emek kaybının önlenmesi için gerekli bir çalışma.”

Yukarıda görüşme formundaki üçüncü soruya ilişkin bildirilen görüşler dikkate alındığında kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen bireyler, sade bir niteliğe sahip olan infografik harita tasarımında kullanılan tırnaksız yazı karakterinin boyutunun (puntosu) rahat okunduğuna, kullanılan kontrast renklerin dikkat çekiciliği ile algıda seçicilik oluşturularak izleyicide farkındalık uyandırdığına, renk açısından etkili bir tasarım ürünü olduğu ve kampüs içersinde yön bulmada zaman kaybını önleyeceği görüşündedirler. Elde edilen bulgulara göre D.P.Ü. infografik harita tasarımında kullanılan görsel unsurların şekil-biçim açısından grafik tasarım kurallarına uygun biçimde düzenlendiği anlaşılmaktadır. Örneğin öğrencilerin bazılarının görüşleri bu anlamda şöyledir:

“Evet etkili olabileceğini düşünüyorum. Çünkü infografik harita tasarımında bilgilendirme gayet açık ve iyi bir anlatımla bize sunuluyor.”, “İnfografik harita tasarımında kullanılan renkler tasarımı rahatlıkla algılayıp yönümüzü belirlemede etkili olacaktır. Çünkü haritada kullanılan şema ve renklendirme sistemi planlı ve programlı şekilde tasarlanmıştır.”, “Açık, net, anlaşılır.”, “İnfografik harita tasarımı gereksinimleri tam olarak karşılıyor”, “Etkili olacağını düşünüyorum. Çünkü infografik haritaya göre yönleri bulmak daha kolay. Zaman ve emek kaybının önlenmesi için gerekli bir çalışma.”, “Kesinlikle yararlı olabileceğine inanıyorum. Çünkü infografik harita tasarımı en ufak ayrıntıya kadar düşünülerek tasarlanmıştır. Harita yardımı ile rahatlıkla yönümü bulabileceğimi düşünüyorum.”

Bu görüşlere göre, kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen bireyler, infografik harita tasarımının kapsamlı, ayrıntılı bir bilgilendirme yaptığı ve bu bilgilendirme tasarımının kampüs içersinde yön bulmada etkili bir tasarım ürünü olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre infografik harita tasarımının kampüs içersinde kullanım alanı bulmasıyla yön bulma sorunları ve akabinde oluşabilecek diğer sorunları en aza indirgeyeceği söylenebilir.

Görüşmelerde yapılan gözlemlere göre ise, bireylerin eğitim düzeyi, eğitim aldığı alan harita tasarımının görsel okuma sürecinde değişkenlik göstermiştir. Eğitim

düzeyi düşük olan bireyler ile eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin görsel okuma sürecinde nasıl bir yol izledikleri arasında anlamlı bir farkın ortaya çıktığı görülmektedir. Eğitim düzeyi düşük olan bireyler infografik haritaya baktığında öncelikle verilerin yer aldığı anahtar kutucuklarını göz ardı etmekte, araştırmacının görsel okuma süreci hakkında verdiği bilgiler neticesinde haritayı okuyabilmektedir. Eğitim düzeyi yüksek olanlar bireyler hiçbir yardıma ihtiyaç duymadan çok kısa sürede haritayı okuyabilmektedir. Elde edilen bu bulguya göre eğitim düzeyi düşük bireyler ve yüksek olan bireyler arasında görsel bilgiyi okuma, anlama ve anlamlandırma açısından anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda eğitim düzeyi düşük olan bireylerin görsel okuma açısından yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Bireylerin görsel okuryazarlık hakkında bilgilendirmesi neticesinde haritayı rahatlıkla okuyabilmesi D.P.Ü. infografik harita tasarımının eğitim durumu düşük bireylere yönelik fayda sağlamakta yetersiz kaldığını kanıtlar niteliktedir. Bu durumda infografik harita tasarımının eğitim düzeyi yüksek bireylerde daha etkili olduğu söylenebilir.

Ayrıca görsel tasarım eğitimi gören, görmüş olan bireyler ile diğer alanlarda eğitim gören, görmüş olan bireylerin verdiği tepkiler de değişkenlik göstermektedir. Görsel tasarım eğitimi gören ve görmüş olan bireyler haritayı çok kısa sürede okuyabilmesinin yanı sıra görsel düzen ve uyum hakkında da detaylı incelemeler göstermekte, diğer alanlarda eğitim gören ve görmüş olan bireyler ise infografik harita tasarımının amacına uygunluğunu gösteren değerlendirmelerde bulunmaktadır. Elde edilen bu bulguya göre görsel tasarım eğitimi gören, görmüş olan bireyler ile diğer alanlarda eğitim gören ve görmüş olan bireylerin arasında değerlendirme kriterlerinin farklılığı görülmektedir. Bu bağlamda D.P.Ü. infografik harita tasarımının eğitim durumu yüksek bireyler ile görsel tasarım eğitimi gören ve görmüş olan bireyler tarafından görsel bilginin alımında bireyin eğitim düzeyi, ilgi ve yeteneklerinin önemini kanıtlar niteliktedir.

4. Araştırmada öğrencilerle yapılan görüşme formunda yer alan dördüncü soru “İnfografik harita tasarımı size göre size göre yeterince aydınlatıcı ve bilgilendirici mi? Eğer değilse önerilerinizi yazar mısınız?” şeklinde olmuştur. Dördüncü soruya ilişkin görüşler aşağıda verilmektedir:

G.N.Ö: “Yeterince aydınlatıcı ve bilgilendirici. Kampüs içersindeki yapılar şekil itibari ile infografik haritada birebir olduğu için açık ve net şekilde algılanabilir.”

H.D: “Bence oldukça yeterli. İnfografik harita tasarımının kampüs girişleri ile kampüsün belirli alanlarına konulması gerekir.”

S.Y: “İnfografik harita tasarımı yeterince aydınlatıcı ve bilgilendirici bir çalışma. Bu haritaya bakarak gitmek istediğimiz alanı zihnimizde kodlayabilir ve kimseden yardım istemeden istenilen alana ulaşabiliriz.”

?: “Yeterince aydınlatıcı ve bilgilendirici. Haritada mevcut bütün kurum ve binaların yerleri belirtilmiş. Bina alanlarının tümünü haritada görmemiz gitmek istenilen alanın yerini belirlemede etkilidir. Böylece gitmek istediğimiz alanın ne kadar sağda ya da sol tarafta hangi bina olduğu hakkında çıkarımda bulunabiliriz.”

A.A: “ Evet yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici. Kapsamlı bir çalışma olmasının yanı sıra infografik harita tasarımında kullanılan renkler çalışmanın net anlaşılabilir olmasında oldukça etkilidir. Harita kampüs girişlerinde yer alırsa rahatlıkla gideceğim yere ulaşabilirim.”

?: “İnfografik harita tasarımı kampüs hakkında tüm detayları bize sunuyor oldukça açıklayıcı ve bilgilendirici bir çalışma. Bazı kampüs ortamlarında bu tip haritalar kampüs girişlerinde yer alıyor gideceğimiz yeri bulmakta kolaylık sağlıyor. Kesinlikle gerekli bir çalışma diyebilirim.”

Ç.A: “Evet. İnfografik harita tasarımı kapsadığı bilgiler bakımından oldukça açıklayıcı ve bilgilendiricidir. Kampüs girişlerinde ve kampüs içersinde belirli alanlarda yer alması sonucu yön bulmada kolaylık sağlayacağını düşünüyorum.”

?: “İncelemiş olduğum infografik harita tasarımı yeterince aydınlatıcı ve bilgilendirici. Sadece kampüs içersinde bulunan fakülteleri değil idari binalar, özel binalar ve kişinim özel gereksinimlerine yönelik mevcut tüm yapıları kişiye sunuyor.

Her şey planlı ve programlı bir şekilde tasarlanmış. Kesinlikle kampüs içerisinde kullanımın alanı bulması gerekir.”

Z.K: “Evet yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici. Tüm detaylar infografik harita üzerinde sistemli bir şekilde tasarlanmış. Harita yardımıyla yönümü bulabilir, istediğim alana rahatlıkla ulaşabilirim. Kullanım alanı bulursa yön bulmada faydalı bir çalışma olacaktır.”

E.K: “Evet. İnfografik harita kapsadığı bilgileri sunuş biçimi bakımından oldukça başarılıdır. Tüm detaylar bir bütün olarak bizlere sunuluyor buda akılda kalıcılık oranını artırıyor. Kullanılan renkler izleyicide dikkat çekicilik ve haritanın algılanmasında önemli rol oynuyor.

Yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici.”

Yukarıda görüşme formundaki dördüncü soruya ilişkin bildirilen görüşler dikkate alındığında kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen bireyler, infografik harita tasarımının yeterince bilgilendirici ve açıklayıcı oldukları ve kampüs girişleri ve kampüs içinde belirli alanlarda haritanın yer alması gerektiği görüşündedirler. Elde edilen bulgulara göre infografik harita tasarımı yardımıyla istenilen yere rahatlıkla ulaşılabilceği anlaşılmaktadır. Örneğin öğrencilerin bazılarının görüşleri bu anlamda şöyledir:

“Yeterince açıklayıcı ve bilgilendirici.”, “mevcut bütün kurum ve binaların yerleri belirtilmiş”, “Tüm detaylar infografik harita üzerinde sistemli bir şekilde tasarlanmış”, “Bu haritaya bakarak gitmek istediğimiz alanı zihnimize kodlayabilir ve kimseden yardım istemeden istenilen alana ulaşabiliriz.”, “Kampüs girişlerinde ve kampüs içerisinde belirli alanlarda yer alması sonucu yön bulmada kolaylık sağlayacağını düşünüyorum.”, “Sadece kampüs içersinde bulunan fakülteleri değil idari binalar, özel binalar ve kişinin özel gereksinimlerine yönelik mevcut tüm yapıları kişiye sunuyor. Her şey planlı ve programlı bir şekilde tasarlanmış.Kesinlikle kampüs içerisinde kullanımın alanı bulması gerekir.”, “Kullanım alanı bulursa yön bulmada faydalı bir çalışma olacaktır.”

Bu görüşlere göre, kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelen bireyler, infografik harita tasarımının dikkat çekicilik, okunabilirlik, akılda kalıcılık, görsel bütünlük ve tipografik açıdan uygunluğuna, şekil-biçim açısından da

rahatlıkla algılanabilen bir tasarım olduğunu ve kapsamlı veriler içerdiğine yönelik görüşlerin olumlu olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre infografik harita tasarımının yeterince aydınlatıcı ve bilgilendirici olduğu, kampüs içerisinde kullanımının yön bulmada kolaylık sağlayacağı söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dumlupınar Üniversitesi'nin her geçen gün hızla gelişmekte ve genişlemekte olan bir kurum olduğu göz önüne alındığında, kampüsün eğitim-öğretim hizmetleri dışında bilim ve teknoloji üreten ayrıca sosyal tesisleri ve sosyal sorumluluk hizmetleri çerçevesinde sunduğu hizmetleri ile önemli bir eğitim kurumu olduğu söylenebilir.

Bu araştırma çalışmasında; gelişmekte ve genişlemekte olan kampüste bilgilendirme tasarımı eksikliği nedeniyle oluşan yönlendirme sorunlarının, kampüste öğrenim gören, görececek olan ve kampüsü ziyarete gelecek bireylerde zaman kaybına neden olduğu gözlenmektedir. Bu sorunlarının bilgilendirme tasarımının bir türü olan infografik ile desteklenerek, bireylerin kampüs alanını zihninde kategorize edebilmesi bu durumda da bireylerin süre tasarrufunu sağlaması açısından önemlidir.

İnfografiklerin güçlü anlatım dili, bilgi yığınlarını sistemli bir şekilde düzenleyip kategorize eder ve anlamlı bir bütün oluşturarak hikâyeleştirip izleyicisine sunar. Bilginin artışının hızla gözlemlendiği günümüzde görsel bilginin aktarımı için oldukça önemli ve etkili bir yoldur.

Tasarlanan infografik harita tasarımında sadelik, kolay algılanabilirlik ile estetiklik özellikler dikkate alınarak infografik tasarlama ilkelerine uyulmuştur. Ayrıca bireyleri kampüs hakkında daha kapsamlı bilgilendirmek ve yönlendirmek gibi ölçütler dikkate alınarak D.P.Ü. infografik harita tasarımı Türkçe-İngilizce dil seçeneği ile oluşturulmuştur.

Araştırma sürecinde ülkemizde infografikle ilgili bilimsel bir çalışma alanının bulunmaması, akademik çalışmaların yetersizliği nedeniyle bu araştırmanın kaynaklık edebileceği düşünülmektedir. Bilginin sunumunda önemli rol oynayan infografiklerin ülkemizde de daha sık kullanılması için fakültelerin iletişim, görsel iletişim ve tasarım ve güzel sanatlar alanlarında ilgili bölümlerde infografik alanında eğitimler verilmeli, derslerin içeriğini belirleyecek ve dersleri okutacak akademisyenlerin bu alanda bilimsel çalışmalar hazırlamaları alanın ülkemizde gelişimi açısından faydalı olacaktır.

“İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmedeki Etkisinin İncelenmesi” kapsamındaki bu araştırma, gittikçe genişleyen Dumlupınar Üniversitesi'nde bilgilendirme tasarımı eksikliği nedeniyle oluşan yön bulma sorunlarına çözüm aramak amacıyla yapılmıştır. Kampüs girişleri ve kampüs içerisinde belirli alanlarda yer alacak

olan infografik harita tasarımının uygulama alanı bulması neticesinde bireyleri yönlendirmede etkili rol oynayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın amacına bağlı olarak benzer infografik harita uygulamasının diğer kampüslerin yerleşke alanı üzerinde de yapılması önerilmektedir. Ayrıca bilgilendirme amacıyla tasarlanan dokunmatik ekranlı kioskların kampüs içerisinde yer alması infografik harita tasarımının bireylere Türkçe ve İngilizce olmak üzere iki dilde interaktif ortamda hizmet vermesi, gerekli yazılımların hazırlanması ile navigasyon cihazları aracılığıyla projenin desteklenmesi önerilmektedir.

EKLER

EK 1. GÖRÜŞME FORMU

Merhaba, ben Fatma Şahin, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisiyim. “İnfografiklerin Bireyleri Yönlendirmedeki Etkisinin İncelenmesi” üzerine bir araştırma yapıyorum. Amacım, Dumlupınar Üniversitesi öğrencileri ile üniversiteyi ziyarete gelecek bireylerin yön bulma sorunlarını belirlemek ve yaptığım infografik harita tasarımı ile bu sorunların çözülüp çözilemeyeceğine ilişkin görüşlerinizi almaktır.

Yer : Dumlupınar Üniversitesi Evliya Çelebi

Yerleşkesi Kütahya

Tarih ve Saat :

Görüşmeci (Zorunlu Değil):

Eğitim Düzeyiniz :

Mesleğiniz :

Görüşme Soruları

1. Kampüs içerisinde yön bulmakta zorluklar yaşıyor musunuz? Cevabınız evet ise bunları sıralayabilir misiniz?

Görüş:

2. Kampüs içerisinde bulunan yönlendirme levhalarının sizi istediğiniz yere ulaştırmada yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? Eğer yeterli değilse nasıl olmasını isterdiniz?

Görüş:

3. Hazırlanmış olan infografik harita tasarımının üniversite içerisinde yön ve buna bağlı olarak birimleri (fakülte, kütüphane vb.) bulmanızda etkili olabileceğini düşünüyor musunuz? Eğer cevabınız evet ise gerekçesini yazarmısınız?

Görüş:

4. İnfografik harita tasarımı size göre yeterince aydınlatıcı ve bilgilendirici mi? Eğer değilse önerilerinizi yazar mısınız?

Görüş:

KAYNAKÇA

- ALLEN, Stan, (1998), **Diagrams Matter Diagram Work, Any23**. Architecture New York, U.S.A.
- ARTUT, Kazım, (2004), **Sanat Eğitimi**, Anı Yayıncılık, Ankara.
- AŞKUN, İnal Cem (1989), “İletişimin Kavramsal Anlamı Üzerine Düşünceler”, **Kurgu Dergisi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Sayı: 6:, Haziran, Eskişehir, ss:1
- AYDIN, Emin D., (2006), **Görsel İletişim Tasarımı Ders Notları**, Mor Ajans Reklam ve Tanıtım, İstanbul.
- BAER, Kim, (2008), **100 Information Design Workbook Graphic Approaches, Solutions, and A Inspiration + 30 Case Studios**. Massachusetts, U.S.A: Rockport Publishing.
- BAŞER, Mürvet, (1994), “Görsel İletişimde Piktogram ve Sembollerin İnsan Üzerindeki Etkileri”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, **Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir.
- BECER, Emre, (1999), **İletişim ve Grafik Tasarım**, 2. Baskı, Dost Kitabevi, Ankara.
- BERGER, Artur Asa, (1996), **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Barkan, Murat, (Çev.), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- BERLO, DAVID K. (1960), **The Process of Communication**, New York: Holt, Rinehart & Winston, Inc.
- Britanica Genel Kültür Ansiklopedisi**, (1988), Cilt: 9, 11. Baskı, Ana Yayıncılık-Encyclopedia Britannica Yayınları.
- BUHLER, Kristin, (1970), **Zeichen, Marken, Zinken. Daswerk**, Deutschland.
- BÜYÜKBAYKAL, Güven (2003), “İletişim ile İletişim Sürecinin Yaşamımızdaki Yeri”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Sayı:16, İstanbul.
- DÖKMEN, Üstün, (1996), **İletişim Çatışmaları ve Empati**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- EİSENMAN, P., (1999), **Diagram Diaries**, Universe Publishing, NY, ABD

- ELDEN, Müge, (2009), **Reklamcılık İletişim Dizisi 1: Reklam ve Reklamcılık**, Say Yayınları, İstanbul.
- ERALDEMİR, Birnur, (1992), **Bilim ve Sanatın Işığında Değişime Denk Düşen Sanatçı Tavrı**, Godol Ç.Ü. Basımevi, Adana.
- ERDOĞAN, İrfan, (2011), **İletişimi Anlamak**, Pozitif Matbaacılık, Ankara.
- FİSKE, John, (2003), **İletişim Çalışmalarına Giriş**, (2. Baskı), (Çev.: Süleyman İrvan), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- GÖNENÇ, E. Özgür, (2007), “İletişimin Tarihsel Süreci”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı:28, s92, İstanbul
- GÜNAY, V. Doğan, (2008), “Görsel Okuryazarlık ve İmgenin Anlamlandırılması”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi**, Sayı: 1, İzmir, ss.13
- GÜZ, Nükhet (1998), “İletişim Süreci ve Temel Öğeler”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 7, ss: 125-126 İ.Ü. Basımevi ve Film Merkezi, <http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019014870/1019014080> (12.11.2014).
- HANÇERLİOĞLU, Orhan, (1979), **Felsefe Sözlüğü**, Remzi Kitabevi, 5. Basım, İstanbul.
- http://amodern.net/wp-content/uploads/2013/08/2_tubemap1.png, (08.10.2014).
- <http://blog.radikal.com.tr//turkiye-gundemi/beçs-fotograf-karesi-bes-hikaye-7556>, (03.12.2014).
- <http://ehm.kocaeli.edu.tr/duyuru/dosyalar/2268/ders1.pdf>, (16.11.2014).
- <http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/eglenca/moduller/reklamvetasarim.pdf>, (15.11.2014).
- http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/iletisim_sureci_ve_turleri.pdf, (16.11.2014).
- <http://iletisimbilimleri.blogspot.com.tr/2010/04/iletisim-surecinin-temel-ogeleri.html>, (15.11.2014).

- <http://infografiknedir.blogspot.com.tr/2007/04/yabanc-basnda-infografik-rnekleri.html>
(14.12.2004).
- http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/06/06/974804/dosyalar/2013_01/08122344_kisilerarasiiletisim_yeni.pdf ,(16.11.2014).
- http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, (15.11.2014).
- http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/41/02/321172/dosyalar/2012_12/26105627_iletisim2.pdf, (15.11.2014).
- <http://mtegm.meb.gov.tr/program/dokuman/modul/ANESTEZ%DD%20VE%20REAN%DDMASYON/ANATOM%DD%20VE%20F%DDZYLOJ%DD/Duyu%20organlar%FD.pdf>, (15.11.2014).
- <http://olympic-museum.de/pictograms/picto1972.htm>, (08.10.2014).
- <http://representation3.blogspot.com.tr/2013/09/text-stan-allen-diagramsmatter-1998.html>, (16.11.2014).
- <http://turistip.files.wordpress.com/2011/05/prague-metro-map.jpg>, (05.12.2014).
- <http://vimeo.com/47802965>, (16.12.2004).
- <http://www.arti1t.com/pdf/Gazete%20tasar%C4%B1m%20g%C3%BCnleri%202011%20gazetesi.pdf>, (20.09.2014).
- <http://www.asyatrafik.com.tr/TR/UrunDetay.aspx?ID=18&IcerikID=156>, (17.09.2014).
- http://www.cab.rs/en/blog_novosti?page=2, (18.11.2014).
- <http://www.csupueblo.edu/maps/Interactive/Pages/default.aspx>, (18.12.2014).
- <http://www.csupueblo.edu/maps/PublishingImages/2011CampusMap.jpg>, (18.12.2014).
- http://www.dailymotion.com/video/x18iq9_royksopp-remind-me_music, (14.12.2014).
- <http://www.ege-edebiyat.org/wp/?p=2183>, (02.10.2014).
- <http://www.estambul.com/altamira-magarasi210640.html#.VQ3EX46sV0g>,
(21.03.2015).

- <http://www.grafikerler.net/gorsel-reklam-iletisiminde-algilamanin-ve-grafik-tasarimin-onemi-t16646.html>, (18.10.2014).
- <http://www.grafikerler.net/grafik-tasarimda-kullanilan-ogeler-t38100.html>, (12.02.2015).
- <http://www.gurcanozkan.com/Urunler.asp?Kategori=s sketch>, (19.11.2004).
- <http://www.gurcanozkan.com/Urunler.asp?SayfaNo=4&Kategori>, (19.11.2004).
- http://www.hgk.msb.gov.tr/CografiUrunKatalogu/tematik/resimler/03_piri_dunya.jpg, (06.10.2014).
- <http://www.hongkiat.com/blog/infographic-revolution-where-do-we-go-from-here/>, (16.12.2014).
- <http://www.iett.gov.tr/tr/main/pages/yolculuk-haritalari/79>, (12.12.2004).
- http://www.innovationsinnewspapers.com/wp/wpcontent/uploads/2007/06/fra_lf.jpg, (27.11.2014)
- <http://www.narsanat.com/wp-content/uploads/2014/02/eneski-volkanik-patlama-resmi.jpg>, (06.10.2014).
- http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html, (10.12.2004).
- <http://www.photoshopmagazin.com/keremmentes/portfolyo/47884>, (19.11.2014).
- http://www.rollbarresi.com/picture/campus_map_graphiclow.jpg?pictureId=16345550 (10.10.2014).
- http://www.sanatvetasarim.gazi.edu.tr/web/makaleler/7_banu.pdf, (07.11.2014).
- http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt7/sayi32_pdf/1dil_edebiyat/cicek_mehmet.pdf, (15.11.2014).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.542885f56bc4f8.69963003, (10.09.2014).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54581ffaaf9c95.49086288, (22.09.2014).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.540e23a0efef17.25694485, (09.09.2014).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54216e4ec75220.55713020, (23.09.2014).

<https://ahmetbal2000.wordpress.com/2012/04/18/pasta-cubuk-grafigi-ornegi/>, (05.01.2015).

<https://ahmetbal2000.wordpress.com/2012/04/18/pasta-cubuk-grafigi-ornegi/>, (05.01.2015).

<https://www.fivecolleges.edu/chs/resources>, (06.10.2014).

<https://www.stormfront.org/forum/t140387-7/>, (25.11.2014)

İNANÇ, Banu, (2011), **Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları**, 7. Sayı Haziran, http://www.sanatvetasarim.gazi.edu.tr/web/makaleler/7_banu.pdf, (10.11.2014).

İNCEKARA, Süleyman ve KANTÜRK, Güzin, (2010), “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Haritalarla İlgili Temel Görüşleri ve Harita Kullanımına Yönelik Yaklaşımları”, **Marmara Coğrafya Dergisi**, 21-240-257.

KAYMAZ, Kurtuluş, (2007), “Davranış Boyutu ile Performans Geribildirim Olgusu ve Süreci”, **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, Sayı: 4, Cilt: 62, ss:147, Ankara.

KETİZMEN, Abbas, (1997), “Grafik Teknolojisinde Bilgisayar Destekli Tasarım ve Grafik Eğitiminde Verimliliğe Etkileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.

KIRAN, Ayşe ve BÜKER, Seçil, (1999), “Reklam Metninde Cumhuriyet İmgesi” **Göstergebilim Semineri: Görsel Göstergebilim: Kuram ve Uygulamalar**, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, İstanbul.

KİRİŞCAN, Bekir, (2008), “Grafik Tasarımda Yazı ve İmgenin Görsel Etkileşimi”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, **Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Antalya.

KOCABAŞ, Füsun, vd., (1999), **Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle**, İletişim Yayınları, İstanbul.

- KOCABAŞ, Füsün ve ELDEN, Müge, (1997), **Reklam ve Yaratıcı Strateji**, Yayınevi Yayıncılık, Modern Dünya Dizisi/ Reklamcılık No:8, İstanbul.
- KÖKNEL, Özcan, (1986), **İnsanı Anlamak**, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Larousse (Ansiklopedi)**, (1971), Meydan Yayıncılık, İstanbul.
- LAZAR, Judith, (2001), **İletişim Bilimi**, Anık, Cengiz, (Çev.), Vadi Yayınları, Ankara.
- MALAMED, Connie, (2009), **Visual Language for Designers**, Massachusetts: Rockport.
- OKTAY, Mahmut, (1996), **Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları**, Der Yayınları, İstanbul.
- OZANKAYA, Özer, (1975), **Toplumbilimleri Sözlüğü**, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- ÖZCAN, Ebru, (2007), “Göstergebilimsel Açıdan Reklam Dilinin Tüketim Toplumuna Etkileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Süleyman Demirel Üniversitesi**, Isparta.
- ÖZKÖK, Ertuğrul, (1985), **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Tan Yayınları, Ankara.
- ÖZMUTLU, Aytaç, (2009), “Grafik Tasarım Atölye Derslerinde Afiş Konusunun Uygulama ve Çözümleme Süreçlerinde Göstergebilimsel Çözümleme Yönteminin Kullanımı”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Ondokuzmayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Samsun.
- ÖZTÜRK, Kerem Kemal, (2012), “Ulusal Basında Bilginin Sunumu: İnfografik ve İllüstrasyonlar”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Hatay.
- PETTERSSON, Rune, (2002), **100 Information Design: An Introduction**, Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- RİFAT, Mehmet, (1992), **Göstergebilimin ABC’si**, Simavi Yayınları, İstanbul.
- RİGEL, Nurdoğan, (2000), **İleti Tasarımında Haber**, Der Yayınları, İstanbul.

- SCHRAMM, Wilbur, (1992), “Haberleşme Nasıl İşler”, **Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş**. Ed: Ünsal OSKAY. İstanbul: Der Yayınları, S:114.
- SMİCİKLAS, Mark, (2012), **The Power of Infographics**, 1.Baskı Haziran.
- STIEBNER, Erhardt D. and URBAN, Dieter. (1982), **Zeichen, Signets, Signs, Emblems**. Germany.
- ŞİMŞEK, Yücel, (1997), “Örgütsel İletişimde Engel ve Bozukluklar, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesinde Bir Uygulama”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir.
- TANSUĞ, Sezer, (1993), **Çağdas Türk Sanatı**, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- TEKER, Ulufer, (2003), **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.
- TEPECİK, Adnan, (2002), **Grafik Sanatlar**, Detay- Sistem Ofset, Ankara.
- TÜFEKÇİOĞLU, Hayati, (1997), **İletişim Sosyolojisine Başlangıç**, Der Yayınevi, İstanbul.
- UÇAR, Tefvik Fikret vd., (2011), **Görsel Kültür**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- UÇAR, Tefvik Fikret, (2004), **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İnkılâp yayınevi, İstanbul.
- USLUATA, Ayseli, (1994), **İletişim**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- WEILL, Alain, (2008), **Grafik Tasarım**, Türkay, Orçun, (Çev.), YKY (Yapı Kredi Yayınları) Genel Kültür Dizisi, 2.Baskı, İstanbul.
- WEİNSCHENK, M. SUSAN, (2012), **The Power of Infographics**, U.S.A: New Riders
- YAŞAR, Atakan, (2011), “Mimari ve Kentsel Alanda Grafik Tasarım (Yönlendirme Tasarımı)”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi**, İstanbul.
- YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK, Hasan, (2008), **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayınevi, Ankara.

- YILMAZ, Bülent, (2003), “Toplumsal İletişim ve Kütüphane”, **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt: 20, Sayı: 2, ss.11-29, Ankara.
- YÜKSEL, Ahmet. Haluk, (1994), **Bireyler Arası iletişime Giriş**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Çalışmaları Vakfi Yayınları No: 96, 1994. s:9
- ZEDELİ, Amine Refika, (2014), “İnfografiklerin Görsel ve İçeriksel Açıdan Dergi Tasarımındaki Yeri” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- ZILLIOĞLU, Merih, (1996), **İletişim Nedir?**, 2. Baskı, Cem Yayınevi, İstanbul.

DİZİN

-A-

Algı, v, 2, 3, 32

Alıcı, 18

Animasyon, 42

-B-

Bilgilendirme Tasarımı, xii, 62, 64, 72

-D-

Diyagram, xi, 47, 48

Düz değişmece, 32

Düzanlam, 30

-E-

Eğretileme, 32

Eskişehir, 109

-F-

Fotoğraf, xi, 46, 47

-G-Görsel, v, x, 2, 3, 22, 24, 32, 34, 35, 55,
56, 57, 58, 59, 64, 72, 89, 100, 109,
110, 113, 115, 116

görsel sanatlar, 89

Gösterge, 24, 34

Grafik, 2, 5, v, 2, 23, 24, 25, 26, 53, 55,
107, 109, 113, 114, 115**-H-**Harita, v, xi, xii, 40, 51, 68, 71, 85, 91,
92, 97, 98, 99, 101, 102, 113**-İ-**

İleti, 18, 114

İletişim, 5, v, x, 2, 6, 7, 8, 11, 12, 13,

14, 15, 16, 17, 18, 19, 23, 24, 28, 109,
110, 113, 114, 115, 116

İllüstrasyon, xi, 44, 45, 46

İnfografik, v, xi, xii, 2, 3, 36, 38, 40, 41,
42, 43, 44, 55, 60, 61, 62, 64, 71, 85,
89, 91, 92, 97, 98, 99, 101, 102, 108,
114

İnteraktif, xii, 43, 67

İşaret, 25, 36

-K-

Kanal, 18

Kaynak, 9, 10, 17, 19, 21, 22, 26, 27,
29, 31, 33, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44,
45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 61,
62, 63, 66, 67, 68, 83, 84, 86, 87, 88**-M-**

Mit, 32

-P-

Piktogram, xi, 49, 50, 109

Pragmatik, 36

-R-

renk, 90

-S-

Semantik, 36

Sembol, xi, 27, 54

Semiyojoloji, 25, 35

Sentantik, 35

-Y-

Yananlam, 30

