T.C
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Tasarımı Anasanat Dalı Programı

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA İNFOGRAFİK KULLANIMI VE UYGULAMALAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Murat GÖKCE
155110037

Danışman: **Dr. Öğr. Üyesi Salih DENLİ**

İSTANBUL, 2018

T.C
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Tasarımı Anasanat Dalı Programı

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA İNFOGRAFİK KULLANIMI VE UYGULAMALAR

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan: **Murat GÖKCE**

KABUL VE ONAY

Murat Gökce tarafından hazırlanan "Görsel İletişim Tasarımında İnfografik Kullanımı ve Uygulamalar" başlıklı bu çalışma, Savunma Sınavı tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Tezin/Raporun Türü olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr. Öğretim Üyesi Salih DENLİ
(Danışman)

Üye :

Üye :

Üye :

Üye :

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

imza
Unvanı, Adı ve SOYADI
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge ve şekillerin kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

28.09.2018

Enstitümüz Grafik Tasarımı Yüksek Lisans programı öğrencilerinden ***155110037*** numaralı ***Murat GÖKCE*** *"İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"*nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği ***"GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA İNFO GRAFİK KULLANIMI VE UYGULAMALAR"*** konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun ***12.09.2018*** tarih ve ***2018/23*** sayılı toplantısında seçilen ve Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin 39. maddesi gereğince (90) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~***oyçokluğu/oybirliği***~~ ile ***Kabul/~~Red~~ veya ~~Düzeltme~~*** kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 3 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
DR.ÖĞR.ÜYESİ SALİH DENLİ

ÜYE
DR.ÖĞR.ÜYESİ NİLÜFER YEŞİLYURT

ÜYE
PROF.SELAHATTİN GANİZ

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum **"Görsel İletişim Tasarımında İnfografik Kullanımı ve Uygulamalar"** başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

…./…./2018
Murat GÖKCE

ONAY

Tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

□ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

□ Tezim/Raporum sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.

□ Tezimin/Raporumun ……yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

…./…./2018
Murat GÖKCE

ÖZET

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA İNFOGRAFİK KULLANIMI VE UYGULAMALAR

Murat GÖKCE

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarım Anasanat Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Salih DENLİ

Ağustos, 2018- 125 sayfa

Görsel iletişim tasarımı sürecinde kullanılan her türlü dijital ve basılı mecrada, grafikler, fotoğraflar, illüstrasyonlar, tipografiler, haritalar, tablolar ve ikonlar gibi birçok bileşen değişik kombinasyonlarla bir arada kullanılabilmektedir. Tüm bu bileşenleri farklı yöntem biçimleriyle kullanan ve bilginin farklı görsel formlarını içerisinde barındıran bilgi grafikleri (infografik) günümüz görsel iletişim araçları arasında yeni bir trend olarak kendini göstermeye başlamıştır. Bu çalışmada infografik, infografik türleri ve kullanım mecralarının yanı sıra, tasarım yapılırken kullanılan yöntem ve teknikler incelenerek sektörde hangi mecralarda hangi tür infografiklerin tercih edildiği ve infografik tasarımların iletişim süreci üzerindeki etkisi irdelenmiştir.

Birinci bölümde; çalışmanın amacı ve araştırma metodolojisi üzerine giriş yapılmıştır.

İkinci bölümde; görsel iletişim tasarımı ve infografik başlığı altında, görsel iletişim tasarımının tanımı ve görsel iletişim tasarım türlerine değinilmiştir. Bunun yanı sıra infografik tanımı yapılıp infografik tasarım yaklaşımının geçmişten günümüze tarihsel gelişimi irdelenip infografik anlatım yöntemleri ve teknikleri üzerine durulmuştur. Farklı tasarım teknikleriyle yapılan infografiklerin örneklendirilerek, infografik değerlendirme kriterleri ve üzerine araştırmalar yapılmıştır.

Üçüncü bölümde; infografik tasarımı yapılırken kullanılan yöntem ve teknik araçlarla birlikte ayrıca info (bilgi) üretme üzerine bir çalışma yapılmış ve bu araçların birbirleri ile olan hiyerarşik sıralaması belirlenip, hangi tür

infografik tasarımında hangi araçların kullanılması gerektiği örneklerle belirtilmiştir.

Dördüncü bölümde; üçüncü bölümdeki araştırma ve incelemeleri örneklendirme kapsamında kendi tasarımlarım olan infografik önerilerim ve açıklamalarına yer verilmiştir.

Beşinci bölümde ise; sonuç ve önerilerle birlikte çalışmanın literatüre olan katkısı değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnfografik, Görsel iletişim, Tasarım, Bilgi Grafikleri.

ABSTRACT

INFOGRAPHIC USE IN VISUAL COMMUNICATION DESIGN AND APPLICATIONS

Murat GÖKCE

Master's Degree Project, Department of Graphic Design

Consultant: Asst. Prof. Salih DENLİ

August, 2018 – 125 pages

Many components such as digital and printed media, graphics, photographs, illustrations, typographers, maps, tables and icons used in the process of visual communication design can be combined with different combinations. Information graphics (infographics), which use all these components in different method forms and contain different visual forms of information, have started to show themselves as a new trend among today's visual communication tools. In this study, infographic, infographic types and use cases, as well as the methods and techniques used when designing, are examined, which types of infographics are preferred in which circles in the sector and the effect of infographic designs on communication process are examined.

In the first section, the purpose of the study and the research methodology are introduced.

In the second section, the definition of visual communication design and the kinds of visual communication design are discussed under the visual communication design and infographic topics. In addition to this, the infographical definition, the historical development of the infographic design approach, and infographic methods and techniques are examined. Infographics made by different design techniques were exemplified, and infographic evaluation criterias were researched.

In the third section; In addition to the methods and technical tools used in the infographic design, a study on producing info (information) has been made and the hierarchical order of these tools with each other has been determined and

it has been mentioned with examples which kind of infographic design should be used.

In the fourth section; to exemplify the researches and examinations mentioned in the third section, my own designs, infographic proposals, and explanations were included.

In the fifth section, the literary contribution of studying with results and proposals was evaluated.

Keywords: Infographic, Visual Communication, Design, Info Graphics.

ÖNSÖZ

Endüstri 4.0' ın çok sık konuşulduğu günümüzde teknoloji ve yazılım hızla gelişim göstermektedir. Buna bağlı olarak şüphesiz bilgi paylaşımı ve aktarımı şeklinde de sürekli değişimler yaşanmaktadır. Özellikle sosyal medya paylaşım araçları olan facebook, twitter, instagram vb. platformlar aracılıyla her gün milyonlarca görsel içerikler paylaşılmaktadır. Bu kapsamda bilginin sadeleştirilip ilgi çekici hale getirilecek şekilde görselleştirilmesi olan infografik anlatım dili önem kazanmaktadır. İnfografik dijital mecraların yanı sıra basılı medya ve interaktif alanlarda da kendini göstermektedir.

Görsel İletişim Tasarımında infografiklerin kullanılmasıyla birlikte yoğun bilgi kirliliği içerisinde sadeleştirilmiş ilgi çekici grafiklerle kullanıcıların dikkatini çekmek ve daha hızlı iletişim kurabilme süreci deneyimi yaşayabilmek açısından çok önemlidir. Avrupa ve Amerika'da birçok üniversitede eğitim öğretim müfredatında yer bulan infografik, teknolojik gelişmeler devam ettikçe ilerleyen yıllarda çok daha fazla gereksinim duyulacağından yakın zamanda ülkemiz üniversitelerinde de eğitim öğretim müfredatında yer bulabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada akademik bilgi ve birikimiyle tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Salih DENLİ' ye özel ilgi ve desteğinden dolayı teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca çalışmam boyunca benden desteklerini esirgemeyen sevgili aileme, eşim Burcu Sevinç GÖKCE' ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İSTANBUL, 2018 **Murat GÖKCE**

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KABUL VE ONAY……İ
YEMİN METNİ……İİ
ONAY……...İİİ
ÖZET……İV
ABSTRACT……..……...Vİ
ÖNSÖZ……...Vİİİ
İÇİNDEKİLER…….....İX
RESİM LİSTESİ……... Xİİİ
ŞEKİLLER LİSTESİ…….…XVİ
EKLER LİSTESİ…….…....XVİİ

1. BÖLÜM
GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Amacı....1
1.2. Araştırma Metodolojisi....2

2. BÖLÜM
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE İNFOGRAFİK

2.1. Görsel İletişim Tasarımı....3
2.1.1. İşaretler, Yazı ve Tipografi....6
2.1.2. Görsel İletişim Araçları....9
2.1.3. Algı İlkeleri ve Gestalt....9
2.1.3.1. Nesne-Zemin İlişkisi....12
2.1.3.2. Benzerlik....13
2.1.3.3. Yakınlık....14
2.1.3.4. Ortak Alan....15
2.1.3.5. Süreklilik....16
2.1.3.6. Tamamlama....16
2.1.3.7. Odak Noktası....17

2.1.4. Alan Tasarımı....17
2.1.4.1. Izgaralar (Grid)....17
2.1.4.2. Altın Oran....19
2.1.4.3. Denge....21
2.1.4.4. Uyum ve Renk....23
2.2. İnfografik Tasarım....23
2.2.1. İnfografik Tasarımının Tarihsel Süreci....29
2.3. İnfografik Anlatım Türleri....33
2.3.1. Basılı Yayın İnfografikleri (Statik infografikler)....33
2.3.2. Web İnfografikleri....34
2.3.2.1. Hareketli Video İnfografikler....38
2.3.2.2. Etkileşimli İnfografikler....40

3. BÖLÜM

İNFOGRAFİK TASARIMINDA KULLANILAN TEKNİKLER VE HEDEF KİTLE

3.1. İnfografik Tasarımların Teknolojik Gelişimi....43
3.2. İnfografik Tasarımının Biçim Dili Açısından İncelenmesi....43
3.3. İnfografik Tasarımını Değerlendirme Kriterleri....46
3.3.1. İnfografiklerin Hedef Kitle Üzerindeki Etkileri....47
3.3.2. İnfografiklerin İzleyici Açısından Ele Alınması....47
3.4. İnfografiklerde Veri Araştırması ve Görselleştirme....48
3.4.1. Olay Yerine Gidip Araştırma ve İnceleme Yapma Gerekliliği....49
3.4.2. Yetkili Kişi ve Kurumlarla Görüşmenin Önemi....49
3.4.3. Farklı Kaynaklardan Bilgiyi Doğrulama Gerekliliği....51
3.4.3.1. Bilginin Kaynağı....52
3.4.3.2. İçeriğin Zamanı....52
3.4.3.3. İçeriğin Yeri....53
3.5. İnfografik Üretiminde Kullanılan Tasarım Teknikleri ve Programları....53
3.5.1. İnfografik Tasarlama Süreci ve Eskiz....53
3.5.2. İnfografik Tasarımında Kompozisyon....55
3.5.3. Renk Algısı ve Bilgilendirme İşlevi....55
3.5.4. Rengin İnfografik Tasarımına Etkileri....56
3.5.5. Yazı ve Tipografinin Kullanımı....58

3.5.6. Piktogram 60
3.5.7. Fotoğraf 61
3.5.8. İllüstrasyon 63
3.5.9. 3D Modelleme 65
3.5.10. Harita 68
3.5.11. Tablo ve Grafikler 70
3.5.11.1. Tablo 71
3.5.11.2. Sütun Grafikleri 71
3.5.11.3. Pasta Grafikler 72
3.5.11.4. Çizgi Grafikler 72

4. BÖLÜM

İNFOGRAFİK TASARIM ÖNERİLERİ

4.1. Türkiye'nin Kapısı, Anadolu'nun Tapusu İnfografiği 74
4.2. Marmaray İnfografiği 75
4.3. Haliç Metro Köprüsü İnfografiği 76
4.4. Zonguldak Madenleri İnfografiği 77
4.5. Trafik Seti İnfografiği 78
4.6. Ev Alırken Nelere Dikkat Edilmeli İnfografiği 79
4.7. Tuz Konulu İnfografik 80
4.8. Bel Ağrısı İnfografiği 81
4.9. Diş Sağlığı Konulu İnfografik 82
4.10. İş Yeri Etik Kuralları İnfografiği 83
4.11. Soma Maden Faciası İnfografiği 84
4.12. Hatay Reyhanlı Patlaması 85
4.13. Balık konulu infografik 86
4.14. Sivas Kongreleri ve Tarihsel Mekanlar İnfografiği 87
4.15. Mustafa Kemal'in Yaşam Güzergahı İnfografiği 87
4.16. Mondros Mütarekesi'nin Uygulanması: İşgaller 88
4.17. Yavuz Sultan Selim Köprüsü İnfografiği 89
4.18. Uhud Savaşı İnfografiği 90
4.19. Demokratikleşme Paketi İnfografiği 91
4.20. Adım Adım Çalışma İzni Başvurusu İnfografiği 92

5. BÖLÜM

SONUÇ

5.1. Sonuç ve Öneriler 93
5.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı 94
5.3. Araştırma Kısıtları 95
KAYNAKÇA 96
EKLER 100
ÖZGEÇMİŞ 105

RESİM LİSTESİ

Resim 2.1. Lascaus mağarasındaki hayvan figürleri insanoğlunun eski görsel eserlerindendir.....4
Resim 2.2. Tipografik bir afiş örneği. (Murat Gökce, 2012).....8
Resim 2.3. İşaretler, Yazı ve Tipografinin günlük yaşantımıza olan katkısı.....8
Resim 2.4. Nesne-zemin ilişkisi.....12
Resim 2.5. Ortak alan ilkesine örnek uygulama 15
Resim 2.6. Parthenon Cepheleri.....21
Resim 2.7. Parthenon Cepheleri.....21
Resim 2.8. Farklı renklerde araçların rastgele park edilmiş görüntüsü. 25
Resim 2.9. Farklı renklerde rastgele park edilmiş araçların infografik yöntemlerle yeniden tasarlanarak park edilmiş görünümü. 25
Resim 2.10. Amerika Birleşik Devletleri'nde doğum oranların çok olduğu gün ve ayları gösteren bir infografik.....27
Resim 2.11. Nuzi Haritası Kent Planı Tableti ve Çizimi.....30
Resim 2.12. Kaşgarlı Mahmut, Dünya Haritası ve Türkçe Çevirisi. 30
Resim 2.13. İnfografik kısa bir geçmişi.....32
Resim 2.14. Veri yoğunlukta olan bir haber metni ile (solda) yine benzer verilerden yola çıkılarak tasarlanmış bir infografik. (Sağda) 34
Resim 2.15. Web infografik tasarım örneği.....35
Resim 2.16. Web infografik tasarım örneği devamı. 36
Resim 2.17. Web infografik tasarım örneği devamı 37
Resim 2.18. Hareketli Video infografik tasarım örneği storyboard.....39
Resim 2.19. Hareketli Video infografik tasarım örneği storyboard.....39
Resim 2.20. New York Times Gazetesi, 2012 ABD Seçim sonuçlarını interaktif infografik tasarımı seklinde okurlarıyla paylaşmıştır. 41
Resim 2.21. 2017 yılında yapılan referandum sonuçlarını gösteren etkileşimli infografik örneği. 42
Resim 3.1. National Geographic Dergisi Art Direktörü tarafından tasarlanan 'Göbekli Tepe' infografiği.....44
Resim 3.2. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği araştırma ve inceleme yaptığını gösteren videodan bir kesit.....45

Resim 3.3. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği için araştırma ve incelemelerini konunun uzman arkeologları ile yapmıştır. 50
Resim 3.4. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği araştırma ve inceleme yaptığını gösteren videodan bir kesit. 50
Resim 3.5. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği araştırma ve inceleme sırasında çizmiş olduğu eskizler. 51
Resim 3.6. Türkiye'nin Kapısı, Anadolu'nun Tapusu başlıklı infografik tasarımımın karakalem ve bilgisayar destekli eskiz çalışmaları. 54
Resim 3.7. İnfografik tasarımda renk kullanımı örneği. 57
Resim 3.8. Amerika Birleşik Devletleri'nde, çeşitli savaşlarda gazi olmuş insan sayısını tipografi kullanılarak tasarlanmış infografik. 59
Resim 3.9. İnfografik tasarımında piktogram kullanımı. 61
Resim 3.10. Cristiano Ronaldo ve Lionel Messi'nin bazı özelliklerinin karşılaştırıldığı infografik tasarımı. 62
Resim 3.11. İnfografik tasarımlarda illüstrasyon kullanımı. 63
Resim 3.12. İnfografik tasarımlarda illüstrasyon kullanımı 64
Resim 3.13. 3D Modelleme sürecinde eskiz aşaması örneği. 65
Resim 3.14. İnfografik tasarımlarda 3D Modelleme kullanımı. 66
Resim 3.15. Times of Oman Gazetesinde 3D Modelleme tekniği ile yaratılmış bir infografik kullanım örneği. 67
Resim 3.16. Piri Reis'in Dünya Haritası. 68
Resim 3.17. İstanbul raylı sistemler ağ haritası. 69
Resim 3.18. Tablo ve Grafiklerin infografik tasarımda kullanım örneği. 70
Resim 3.19. Yatay düzlemde tasarlanmış sütun grafik örneği. 71
Resim 3.20. Kompozisyonun üst kısmında çizgi alt tarafta ise sütun grafik örneği. 73
Resim 4.1. 'Türkiye'nin Kapısı, Anadolu'nun Tapusu' başlıklı infografik tasarımı. 74
Resim 4.2. '150 yıllık rüya gerçek oluyor' başlıklı infografik tasarımı. 75
Resim 4.3. 'Haliç'in Yeni Silueti Metro Köprüsü' başlıklı infografik tasarımı. 76
Resim 4.4. 'Zonguldak 'tünel şehir' oldu' başlıklı infografik tasarımı. 77
Resim 4.5. 'Trafik seti' başlıklı infografik tasarımı. 78
Resim 4.6. 'Ev alırken nelere dikkat etmeliyiz?' başlıklı infografik tasarımı. 79

Resim 4.7. ‘Tuzu seviyoruz ama!’ başlıklı infografik tasarımı. 80
Resim 4.8. ‘Belinizdeki ağrıyı dindirin’ başlıklı infografik tasarımı..... 81
Resim 4.9. ‘Dişlerimizi kaybetmeden önce…’ başlıklı infografik tasarımı. 82
Resim 4.10. ‘İş yeri etik kuralları’ başlıklı infografik tasarımı. 83
Resim 4.11. ‘Soma maden faciası nasıl gerçekleşti’ başlıklı infografik tasarımı. 84
Resim 4.12. Hatay Reyhanlı ilçesinde gerçekleşen patlamasını konu alan infografik tasarımı..... 85
Resim 4.13. ‘Şimdi balık zamanı!’ başlıklı infografik tasarımı..... 86
Resim 4.14. ‘Sivas kongreleri ve tarihsel mekanlar’ başlıklı infografik tasarımı. 87
Resim 4.15. ‘Mustafa Kemal’in Yaşam Güzergahı’ başlıklı infografik tasarımı. 87
Resim 4.16. ‘Mondros Mütarekesi’nin uygulanması: İşgaller’ başlıklı infografik tasarımı..... 88
Resim 4.17. ‘3. Köprünün ayakları yükseldi, viyadük çalışmaları başladı’ başlıklı infografik tasarımı..... 89
Resim 4.18. ‘Sarp yokuş ‘Uhud’’ başlıklı infografik tasarımı..... 90
Resim 4.19. ‘Demokratikleşme Paketi’ başlıklı infografik tasarımı..... 91
Resim 4.20. ‘Adım adım çalışma izni başvurusu nasıl yapılır’ başlıklı infografik tasarımı..... 92

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Trafik İşaretlerinden Örnekler 5
Şekil 2.2. İndirgemeci görsel algı modeli. 10
Şekil 2.3. Benzerlik gösteren daire, üçgen ve karelerden oluşmuş bir kompozisyon 13
Şekil 2.4. Birbirine yakın ve mesafeli duran nesnelerin algısı 14
Şekil 2.5. Yakın İlkesi Örneği 14
Şekil 2.6. Süreklilik ilkesine örnek 16
Şekil 2.7. Tamamlama ilkesine örnek 16
Şekil 2.8. Kırmızı kare nesne siyah dairelere oranla daha fazla dikkat çekmektedir. 17
Şekil 2.9. Sayfa tasarlama sürecinde grid kullanımı örneği 18
Şekil 2.10. Altın Oran Kavramının Matematiksel İfadesi 20
Şekil 2.11. Denge örneği 22
Şekil 2.12. Renkler 23
Şekil 2.13. İnfografik tasarımın anatomisi. 24
Şekil 2.14. Hastane ile ilgili piktogram örnekleri. 60
Şekil 2.15. Pasta grafik örneği 72
Şekil 2.16. Çizgi grafik örneği 72

EKLER LİSTESİ

Ek.1. Anket Formu.....100

1. BÖLÜM
GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Amacı

Milyarlarca insanın günlük yaşantısının vazgeçilemez bir parçası haline gelen teknoloji hızla gelişmektedir. Bu duruma bağlı olarak, özellikle internet gibi alanlarda kullanılan ve facebook, instagram, twitter sosyal paylaşım platformları gibi yaygınlaşmasını sürdüren çok fazla modern iletişim aracının olması birçok alanda değişime gidilmesine neden olmasıyla birlikte, iletişim sağlama yöntemlerinde de karmaşıklıklar yaşanmasına sebep olmaktadır. Örneğin; bir whatsapp teknolojisinin gelişmiş olması, mail ve telekomünikasyon hizmeti olan karasal mesaj gönderme özelliklerinin kullanım oranlarında bir anda azalmalar yaşanmasına sebep olmuştur. Hızlı iletişim kurabilme imkanlarının gelişmesi ve çeşitlenmesiyle birlikte çok kısa sürelerde milyonlarca iletişim içeriği yaratılır hale gelmiş ve görsel iletişim sürecinde özellikle doğru ve güvenilir bilgiye ulaşabilmenin zorlaşmasının yanı sıra bu bilgi yoğunluğunun içerisinde mesajın dikkat çekiciliği özelliğinin de olumsuz yönde etkilenmesi gibi bazı sorunlar oluşmaya başladı. Bu sorunların üstesinden gelmek, içeriği göz alıcı yapmak ve daha anlaşılır hale getirmek için başvurulan klasik yöntemlerin tek başına yetersiz kaldığı, kullanıcı deneyimi araştırmalarında görülebiliyor. Örneğin; ünlü bir kişinin instagram üzerinden görsel paylaşımı kitlelere ulaşım sayısı ülke sınırları içinde tirajı en yüksek olan gazete vb. herhangi bir yayını çok geride bırakabiliyor. Buna benzer örnekleri çoğalttığımızda hayal edilemeyecek ciddi oranda bir bilgi kirliği/karşılıklılığı ile karşılaşıyoruz. Bu ve benzeri durumlar karşısında görsel iletişim tasarımında kullanılan ifade biçimleri arasında, infografik kullanılarak oluşturulan ifade biçimlerinin önemi hakkında araştırma yaparak tasarım sürecinde bir dil olarak infografiklere daha fazla yer verilerek, günümüz bilgi kirliliği içerisinde doğru bilgiye ulaşmanın kolaylaşması yönündeki faydalarını tespit edebiliriz.

Özellikle yaşanan teknolojik gelişmelerin sağladığı imkanlar çerçevesinde sosyal medya kullanıcı hareketlerini gözlemlendiğinde önümüzdeki yıllarda görsel bilgiye (infografiklere) daha fazla ihtiyacımız olacağı öngörüsüne ulaşabiliriz. Kullanıcıların bilgiyi çok hızlı tükettiği bir zamanda alıcı konumundaki insanlara

iletmek istediğimiz mesajın çok etkili ve sağlıklı bir şekilde iletilebilmesi için bilginin ilgi çekici bir şekilde sunumu hazırlanmalı. Hızlı bilgi tüketimi olan platformlarda fark edilmek çok zorlaşmaktadır. Bu durumda bilgiyi en sade şekline getirip görsel tasarım unsurlarıyla en doğru ve etkili şekliyle tasarlanıp yüksek oranda bir görsel iletişim etkileşimi sağlayabilmek önemlidir. İnfografik, dünyada birçok üniversitenin müfredatında yer alacak öneme ulaşmış olmasına karşın ülkemizde de gereken önemin verilmesi için konuya dikkat çekerek ülkemizde eğitim ve öğretim müfredatında yer edinebilmesi amaçlanmıştır.

1.2. Araştırma Metodolojisi

Nitel ve Nicel araştırma metodolojisinin yanı sıra tasarımlarında infografik kullanan tasarımcıların çalışmalarını araştırmak ve görsel iletişim üzerindeki etkilerini UX (Kullanıcı Deneyimi) araştırma metodolojisi yöntemleriyle incelenmiştir. 3 boyutlu modelleme ve illüstrasyon yöntemleri kullanılarak belirli konularda infografik tasarlayarak tasarım sürecini deneyimlemek ve belirli sayıda infografik tasarımı üzerinden anketler yapılıp görsel iletişim bağlamında kullanıcı üzerindeki etkilerinin incelenerek sayısal verilerle, görsel iletişim tasarımında infografik kullanımının önemi araştırılmıştır.

2. BÖLÜM
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE İNFOGRAFİK

2.1. Görsel İletişim Tasarımı

İletişim, her türlü bilginin canlılar ve toplumlar arasındaki alışverişidir. Bu etkileşimin görsel yollarla (fotoğraf, video, infografik vb.) yapılmasıyla da görsel iletişim meydana gelmiş olur. Görsel İletişim; görsel bilgi alışverişinin yanı sıra teknolojik araçlarla birlikte fikir, duygu ve tasarımın birleştirilerek yaratıldığı bir süreçtir. İnsanlar kendilerine gönderilen iletileri resim, fotoğraf, grafik, infografik vb. görsel araçlar sayesinde alarak iletişime geçerler. Günümüzde görsel iletişim süreci çoğunlukla internet, bilgisayar ve mobil cihazlar vasıtasıyla yaşanmaktadır.

Uçar'a göre "Görme duyusu insanoğlunun en önemli duyularındandır. Çevremizdeki nesneleri, olayları, durumları önce görerek tanımlar ve anlamaya çalışırız.'' Uçar'ın bu sözü görme duyusunun iletişim süreci açısından ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Görsel iletişim sürecinin temelini oluşturan görme yeteneğinin iletişimde çok önemli bir rolü vardır. Çünkü tarihte görme yeteneği, konuşmadan (sesli iletişimden) önce gelişmiştir. Yağmurlu bir havada gerçekleşen şimşek çakması doğa olayında ışık hızına bağlı olarak ilk önce görüntü algılanır ve sonra ses duyulur. Yeni doğan bebekler dünyaya ilk kez gözlerini açtıklarında yine ilk olarak görsel iletişim sürecine girerler ve yaklaşık bir yaşına kadar da sadece görsel iletişimle gördüklerini anlamlandırmaya çalışırlar. Görsel iletişim gözlerimizi dünyaya ilk açtığımız andan itibaren başlamasının yanı sıra, tarihin ilk yıllarından beri de toplumlar ve nesiller arası iletişimde kullanılmış bir biçimdir. "Yaklaşık 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 kullanılmışcasına el resimleri vardı. Bu resimler, imgelerin insan üzerinde etkisine ilişkin şekil çizilerek yapılmış ilk görsel iletişim örnekleridir.''[1]

[1] Tevfik Fikret Uçar, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İnkılap Yayınları 2004. s.17

“İletişim insanların dünyaya gelmesiyle birlikte başlar ve bunlar bazen görsel bezende mesaj yollama veya alma şeklinde gerçekleşir.”[2]



Resim 2.1. Lascaus mağarasındaki hayvan figürleri insanoğlunun eski görsel eserlerindendir.

“Bühler-Oppenheim, insanların konuşmayı ve yazmayı bilmedikleri dönemlerde haberleşmek ve anlaşmak için bazı yöntemler geliştirdiğini belirlemiştir. Bu insanlar ateş ve dumanla işaretler vererek kayalara, ağaçlara işaretler kazıyarak, bedenlerine ve yüzlerine boyalar sürerek içinde bulundukları durumu birbirlerine anlatmaya çalışmışlardır. Fakat görsel iletişimin ilk örneklerini oluşturan bu yöntemler, insanların ilkel yaşam biçimlerinden günümüzdeki tekno-toplumlara kadar geçirdiği evrelerde farklı kültürlerde, farklı anlamlar taşımaktadır.”[3]

Günümüz tasarım trendleri karşısında reklamcılığın yanı sıra basılı ve dijital medyanın gelişerek kendi gücünü oluşturmuştur. Eski mecraların teknoloji ile daha hızlı sürekliliği olan bir etkileşime geçmesi, mobil iletişim cihazlarının gelişimi ve

---

[2] Resul Ay, **Görsel İletişim Tasarımında Dijital Yayıncılık**, Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kütahya, 2016, s.5

[3] Özge Dertdeğil, **Gezi Parkı Direnişi Sürecinde Grafik Tasarımın Rolü**, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2015. s.99

sosyal medya iletişim kanallarının artması sonucu geleneksel iletişim yöntemleri yetersiz kalmakta ve çağa ayak uydurmaya çalışmaktadır. Görsel iletişimde matbaa, web, mobil cihazlar, TV ve film yayıncılığı gibi iletişim teknolojileri sürekli bir gelişim içerisindedir. Özellikle bilgisayar ve televizyonun icadından sonra iletişim süreçlerinde değişiklikler yaşanmıştır. Televizyon ve bilgisayar teknolojisi görsel imajların yaratılmasını, görülmesini ve sunumunu kolaylaştırmaktadır.

Görsel iletişim, ilk çağlardan günümüze kadar olan süreç içerisinde hayatımızın önemli bir parçası olmuş ve günümüzdeki teknolojik gelişmelere bağlı olarak bilgi kirliliği süreci devam ettikçe görsel iletişim de daha fazla ilgi çekici hale gelmeye başlamıştır. Çok eski yıllardan itibaren insanlar, mağara duvarlarına, kayalara, çanak çömlek vb. eşyaların üzerine; iletişim aracı oluşturabilmek amacıyla semboller, figürler, resimli yazılar ve çeşitli anlamlar yükledikleri işaretler çizmişlerdir. Teknolojik gelişmeler sonucu çağlar öncesinden kalan tüm bu sembol, şekil ve figürler yerini görsel iletişim araçlarına bırakmıştır. Görsel iletişim araçlarının tümü (fotoğraflar, kitaplar, logolar, piktogramlar, infografikler, trafik ve yön işaret levhaları, afişler, tabelalar, billboardlar) hayatımızı kolaylaştırmak, toplumu bilgilendirmek, verilmek istenilen mesajları hedef kitleye ulaştırmak gibi önemli fonksiyonlara sahiptir.



Şekil 2.1. Trafik İşaretlerinden Örnekler

Müller-Brockmann'a göre "Güney Fransa'da (Lascaux, Pech-Merle) ve kuzey İspanya'daki (Altamira, Castillo) mağaralarda bulunan duvar resimlerinde işlenen motifler: eller, insan figürleri, hayvanlar, doğurganlık sembolleri, savaş ve av sahneleridir. Kullanılan araçlar yağ ile karıştırılmış, elle veya fırça ile sürülmüş, açık sarı üzerine kırmızı, kahverengi üzerine siyah ve lacivert kömür ve minerallerdir. Bu dönemdeki insanlar henüz ilkel dönemde oldukları için bu resimleri yaparken estetik

kaygı gütme imkanları sınırlı kalmıştır. Her ne kadar ne için yaptıkları belirgin olmasa da renk veya form düşünülerek yapılmamıştır. O dönemdeki insanların bu resimleri yaparken düşündükleri tek şey, yaptıklarının faydalı, sosyal, sihirli veya dini amaçlı olmasıdır. Paleolitik mağara resimleri yaşayan objelerin temsili veya foto-gerçekçi bir şekilde şekillendirilmiş doğal bir fenomendi."[4]

"Aslında bu dönemde başlayan şey sanatın doğuşundan ziyade görsel iletişimin başlaması idi. Mağara duvarlarını süsleyen bu resimler sanatsal kaygıdan değil iletişim ihtiyacından kaynaklanmıştır. Bu resimlerin yapılış amacı belki hayatta kalmalarını sağlayan avcılığın getirmiş olduğu duygulardan hareketle hayvanlar üzerindeki egemenliğin bir simgesiydi veya gençlere avcılık hakkında görsel fikirler veren illüstratif anlamda yapılmış eğitim araçları idi."[5]

2.1.1. İşaretler, Yazı ve Tipografi

Günlük hayatımızın her aşamasında işaretler, yazı ve tipografiler yaşantımızın bir parçası haline gelmiş durumdadır. Sabah güne gözümüzü açtığımız anda ilk saatimize bakarız veya uyanma vaktimize ayarlanmış olan alarmı kapatma eylemi içerisinde saatin içindeki işaretler (akrep, yelkovan) ve yazılarla karşılaşırız. Trafikte yol alırken yönlendirme tabelaları ve trafik kurallarını anlamamızda bize yardımcı olan işaretler ve yazılar gün içerisinde sıklıkla karşılaştığımız işaret, yazı ve tipografik etkileşimlere sadece bir örnek gösterebiliriz. Ofis, asansör, sinema, metro, tramvay, hastane ve daha buna benzer hayatımızın parçası haline gelmiş her yerde rastlamak mümkündür. Görsel iletişimde en temel iletişim aracı işaretlerdir diyebiliriz. Yazılar grafiksel işaretlerle birlikte kullanıldığında ise; görsel iletişim etkisini artırmaktadır. Örneğin; karayolu üzerinde var olan bir çalışma uyarı tabelasına 'yol çalışması' ibaresinin yanı sıra bir de çalışan grafiksel bir ikon konulması görsel iletişimin daha hızlı algılanmasını kolaylaştırmaktadır.

---

[4] Josef Müller Brockmann, **A History of Visual Communication,** Alphabet Pres, USA, 1986 s.7

[5] Bülent Bingöl, **Lisans Düzeyindeki Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Çoklu Ortam (Multimedya) Kullanımı: Ankara'daki görsel iletişim tasarımı bölümlerinin incelenmesi,** Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Grafik Eğitimi Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Lisans Tezi, Ankara, 2010, s.20

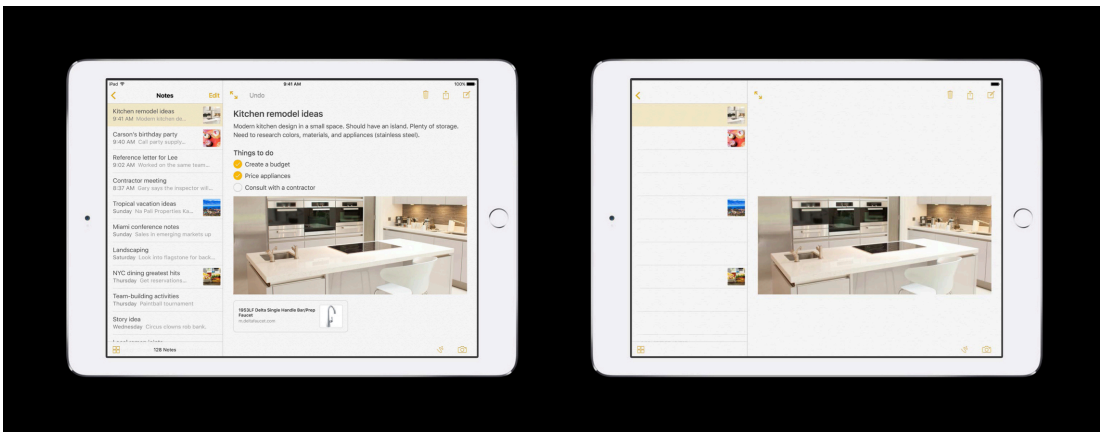
"Tipografi, yazının bir sistem içinde boyutlandırılması, düzenlenmesi, basılı hale getirilmesi sürecini kapsar. Doğru ve kolay iletişim tipografinin olanaklarına bağlıdır. Yazıyı oluşturan karakterin seçimi, harflerin iç ve dış boşlukları, birbirlerine oranı, zemin ve değer ilişkileri algılamadaki önemli etkenlerdir. Tipografide kullanılan yazı karakterinin özelliği de mesajın aktarımı ve okunurluk açısından oldukça önemlidir. Hangi harf türünün daha kolay okunduğu öteden beri araştırma konusu olmuştur. Fontların arttığı ve harf karakterlerine farklı stillerin uygulanabildiği 20. yüzyılın ortalarında bu konunun önemi daha da artmıştır. Paterson ve Tinker tarafından 1940'da yapılan "Basım harfleri nasıl okunabilir hale getirilebilir?" ve 1963'te yapılan "Basımın okunabilirliği" adlı iki araştırma harf seçimi açısından temel kuralları belirlemiştir. Bu araştırmalara göre büyük harfler küçük harflere oranla yüzde 30 daha fazla yer tutmaktadır. Bir kişi saniyede 4.74 büyük harf okuyabilirken, aynı sürede 5.38 küçük harf okuyabilmektedir. Tırnaklı harfler, düz harflere oranla daha hızlı okunmaktadır. Araştırmada okuyucuların yüzde 70'i ince ve orta kalınlıktaki (medium) harfleri, yüzde 30'u ise kalın harfleri (bold) tercih etmiştir. Bu elde edilen sonuçlara uygun olarak tipografik ögeler sayfa tasarımında kullanılmaktadır.''[6]

[6] Ferda Başgün, **Gazetelerdeki Bilgi grafiklerinin İncelenmesi,** Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Dumlupınar Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı, Kütahya, 2012, s.31



Resim 2.2. Tipografik bir afiş örneği. (Murat Gökce, 2012)

İşaretler, yazı ve tipografi hayatımızdan çıkaramayacağımız ölçüde önemlidir. Resim 2.3.'de de görüldüğü gibi ekrandaki tüm yazıları çıkardığımızda geriye kalan görsel ögelerle iletişim kurmak ciddi anlamda zorlaşıyor.



Resim 2.3. İşaretler, Yazı ve Tipografinin günlük yaşantımıza olan katkısı.

2.1.2. Görsel İletişim Araçları

Görsel iletişim türleri; sözlü olmayan iletişim türlerini kapsamaktadır. Görüntünün belge ve kanıt olma özelliğinden dolayı da sözlü iletişime oranla daha güvenilir bir iletişim yöntemidir. Televizyon, sinema, bilgisayar, akıllı telefonlar, tablet ve gazeteler birer görsel iletişim araçlarıdır. Günümüzde endüstri 4.0 gelişimiyle birlikte internet bağlantısı kurabilen mobil cihazlar toplumun büyük bir kısmı tarafından kullanılmakta ve sosyal paylaşım platformları ile her gün milyonlarca kez görsel iletişim süreci yaşanmaktadır.

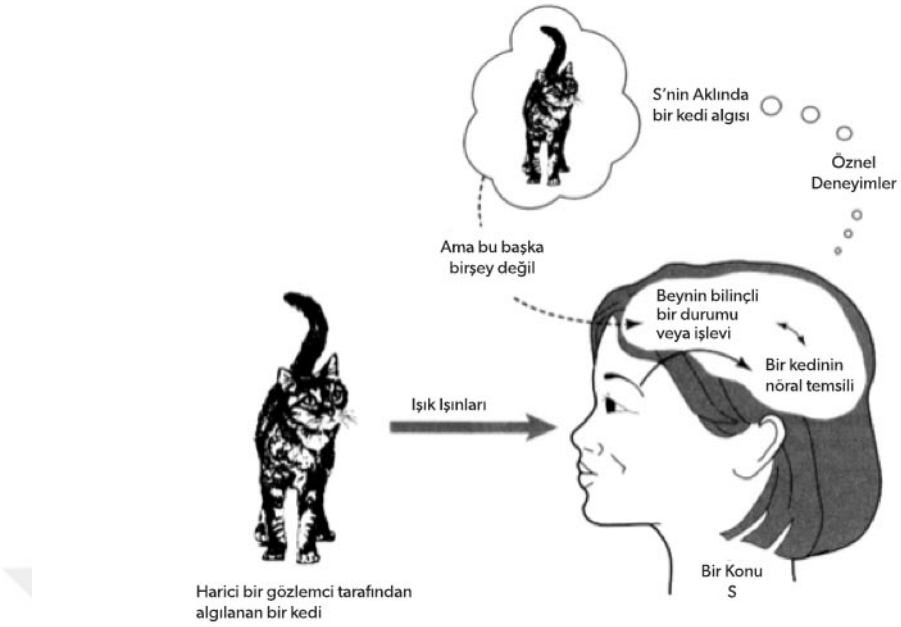
Günümüzde sık kullanılan görsel iletişim araçları şunlardır;

- Akıllı telefonlar
- Tabletler
- Bilgisayar
- Televizyon
- Sinema
- Gazete

2.1.3. Algı İlkeleri ve Gestalt

Algı: Karşı taraftan gelen uyarıların duyularımız aracılığıyla anlamlı hale getirilmesine denir. Örneğin; "Bir tat almak duyum iken, ne tadı olduğunu anlamak algıdır. Bir ses duymak duyum iken, kimin veya neyin sesi olduğunu anlamak algıdır."[7] Algılama sürecine zaman, mekân, geçmiş deneyimler, zihinsel düşünceler ve kültürel ortamların doğrudan etkisi olmaktadır.

[7] https://eodev.com/gorev/197518, 2012



Şekil 2.2. İndirgemeci görsel algı modeli.

Algı, "Nesne ya da olayların, özellikleriyle ve çevrelerindeki diğer nesne ve olaylarla olan ilişkileriyle birlikte kavranması sürecidir. Algı insanların çevresi ile etkileşim içinde olduğu ve duyuları yoluyla sürekli olarak çevresinden bilgi edindiği aktif bir olaydır. Çevreden toplanan bu algıların %80'nin görme yoluyla beyne iletildiği düşünülürse, göz-beyin arasında gerçekleşen iletim, çevreden bilgi almanın en etkili yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, görme gözün retinasına düşen ışıkla (görsel algı), işitme kulağa gelen ses ile oluşur. Algı bu sinyallerin pasif bir şekilde alınması değildir. Öğrenme, hafıza ve beklenti ile şekillenebilir."[8]

"Gestalt; "Bütün, parçaların toplamından daha büyüktür ve kendine özgü nitelikler taşır." felsefesine dayandırılmıştır. Buna göre birey, dışarıdan gelen uyarıcıları kendi yorumunu da katarak bir bütün olarak algılamaktadır. Gestalt

[8] Yard. Doç. Dr. Suzan Orhan, **Algı, Görsel Algı ve Gestalt İlkerleri,** Powerpoint sunumu, s.2

kuramcılarına göre; bütün, parçaların toplamından daha fazladır ve birey, bütünü parçalarına ayrıştırarak değil, bütünlük içinde algılar."[9]

"Almanya' da Wertheimer tarafından 1912 yılında yazılan bir makale ile gestalt kuramı başlamış olmakla beraber, kuramın ilkeleri Wertheimer, Köhler ve Koffka tarafından zaman içerisinde geliştirilmiştir. Almanca bir sözcük olan gestalt sözcüğünün çevirisi farklı şekillerde tanımlanmıştır. Genel kabul edilen biçim, şekil, form anlamlarına gelir. 'Gestalt' kavramı temelde bireyin görsel deneyimlerini nasıl organize edip algıladığını araştırır. İnsan zihnine sunulan görsel biçim ve görüntülerin zihin tarafından nasıl yorumlandığı gestalt psikolojisinin konusudur."[10]

"Gestalt teorisi Alman psikologlar tarafından insan beyninin nasıl algıladığını açıklamak için ortaya atılmıştır. Gözün gördüğünü beynin farkında olmadan otomatik olarak 5 gruplayarak, basitleştirerek, düzene sokarak algıladığını keşfeden Alman psikologlar Gestalt Kuramını ortaya koymuştur."[11]

Emin Aydın, Gestalt teorisini iki başlıkta toplamıştır; "Görsel imgenin bölümleri, parçaları birbirinden bağımsız öğeler gibi değerlendirilebilir, analiz edilebilir, algılanabilir ve düşünülebilir. İmgenin bütünü, onu oluşturan öğelerin toplamından farklıdır. Örneğin, bir fotoğrafa baktığımız zaman içinde yer alan tepeleri, vadileri, ağaçları gökyüzünü, gün batımını, gölü teker teker kendi güzellikleri içinde görüp hayran kalırız, onlar tek başlarına birer öğedir. Fakat bütünde aynı fotoğraf içindeki her bir öğe birbirine gönderme yapar ve fotoğraf bir bütün olarak bambaşka bir anlam aktarır. Aynı durum poster içinde yer alan öğeler ve posterin bütünü için de geçerlidir. Müzikte de durum benzerdir. Örneğin müzik notaları kendiliğinden oluşmuş bir sırayla bir melodi oluşturur, bizse oluşan bu notaların her birini ayrı ayrı

---

[9] Sera Özengin Kuş, **Güzel sanatlar eğitimi bölümlerinde grafik tasarım dersi eğitimine Gestalt kuramı ve ilkelerinin yansımaları,** Ondokuz Mayıs Üniversitesi / Eğitim Bilimleri Enstitüsü / Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Samsun, 1997, s5

[10] Kürşat Gülrenk, G**örsel İletişimde Bilgi Mimarlığı ve İnfografik Tasarımlar,** Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2015, s.22

[11] Kim & Hagen Golombisky, **White Space is Not Your Enemy,** 1st Press, Tokyo: Local Press, 2010, s.76

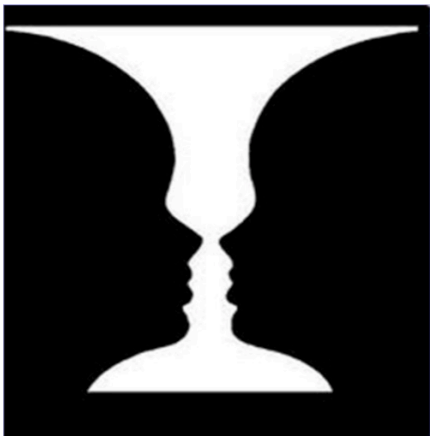
duysak bile onları bir bütün olarak algılarız, dolayısıyla işittiğimiz her sesi teker teker değil toplamda bambaşka bir şey olarak görürüz."[12]

Gestalt kuramının ana bileşenleri olan Gestalt İlkeleri, tasarımda görsel algıyı açıklamak amacıyla kullanılır. Bu ilkeler şunlardır:

2.1.3.1. Nesne-Zemin İlişkisi

Nesne-Zemin ilişkisi, algısal olarak bir nesnenin ön planda mı arka planda mı olduğunu anlatır. Bir görsele baktığımızda hiyerarşik olarak bazı nesnelerin ön plana çıktığını bazılarının da arka planda kaldığını gözlemleyebiliriz. Nesne-zemin ilişkisi örneğin tasarlanmış bir infografik tasarımında nereye odaklanılması gerektiği konusunda çok kısa sürede ve bilinçaltı düzeyinde gerçekleşerek görsel iletişim sürecine yardımcı olmaktadır.

"Yüzeysel tasarımın temel prensiplerinden olan nesne-zemin ilişkisi birbirleri arasında zıtlık ve belirgin hale getirir. Bir alan içinde bulunan pozitif elemanları figür olarak tanımlıyoruz." [13]



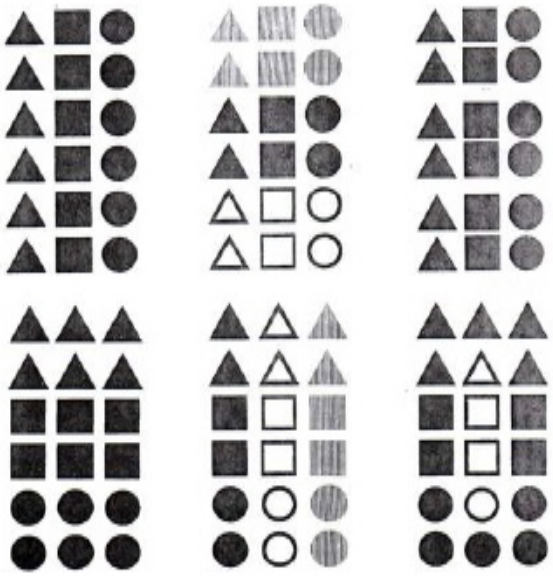
Resim 2.4. Nesne-zemin ilişkisi.

[12] Berna Küçük, **"Görsel İletişim Tasarımı Açısından Sanatsal ve Kültürel Afişlerin Çözümlemesi: Uluslararası İstanbul Caz Festivali Afişleri",** Yüksek Lisans Tezi, Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.25

[13] Tevfik Fikret Uçar, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,** İnkılap Yayın Evi, Ankara, 2004, s.66

2.1.3.2. Benzerlik

Benzerlik ilkesi kompozisyonda biçim ve şekil yönüyle benzerlik gösteren tasarım elementlerinin gruplayarak aynı işlevi gördüklerini algılanmasında yardımcı olur. Örneğin; Şekil 2.3. deki görselde şekil yönüyle algı bakımından daire ve üçgenler şeklinde birbirinden ayrı iki grup varmış gibi algılanmaktadır. Farklı bölümleri ayırt edebilmek için infografik tasarımlarında benzerlik gösteren bilgi görselleştirmelerini kompozisyonda birbirine yakın yerlerde konumlandırılmaya özen gösterilmelidir. "Bir yazı bloğu içinde genel dokuyu bozmadan kimi sözcükleri ortaya çıkarmak için tipografiyi italik veya bold yaparken benzer bir ilişkiden faydalanıyoruz. Bu sistemi kullanmadan harf boyutunu büyülttüğümüzde ise görsel öncelik düzenini (görsel hiyerarşi) farklı bir şekle dönüşür ve istemeden benzeşme yapısını tamamen ortadan kaldırabiliriz. Bu ise genel dokuyu bozar ve sayfa tasarımında farklı tonda ve vurgulama yapmaya çalışırken sözcükleri başlık seviyesine çıkarma tehlikesini doğurur. Bunun yanı sıra, metin içinde italik hale getirilmiş bir sözcük, genel dokunun karakteristiğini sürdürürken ayrıştırma ihtiyacına da cevap verebilir."[14]

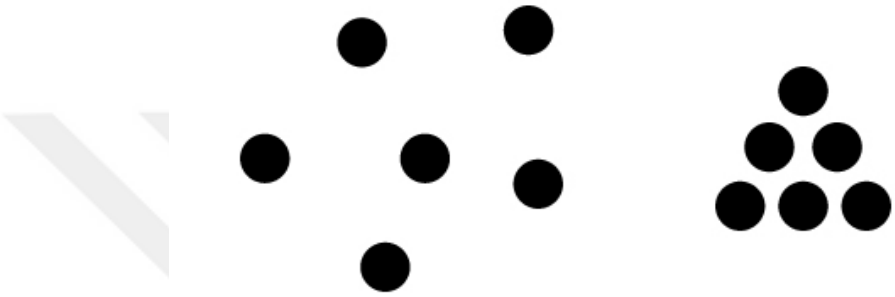


Şekil 2.3. Benzerlik gösteren daire, üçgen ve karelerden oluşmuş bir kompozisyon

[14] Tevfik Fikret Uçar, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,** İnkılap Yayın Evi, Ankara, 2004, s.68

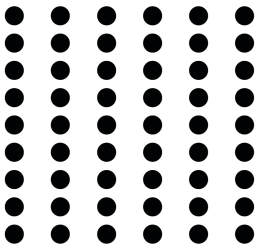
2.1.3.3. Yakınlık

Yakınlık ilkesine göre, nesnelerin birbirlerine olan yakın ve uzaklık durumlarının sonucuna bağlı olarak nesneler arasındaki ilişki farklılıkları algılama biçimini etkilemektedir. Yakınlık, gruplanmış nesneleri birlerinden ayrıştırabilecek şekil, renk, vb. benzerliklerinin önüne geçecek kadar güçlü bir ilkedir. İnfografik tasarımlarda her bir görselin birbirine ve karşılık gelen açıklama metinlere yakın veya uzak oluşu konunun içeriği bakımından birbirleriyle ilişkili oldukları algısını yaratır.



Şekil 2.4. Birbirine yakın ve mesafeli duran nesnelerin algısı

Şekil 2.4'de göründüğü gibi, her biri farklı boyutlarda karelerden oluşmuş on iki şekil birbirinden ayrı üç grupmuş gibi algılanmaktadır.



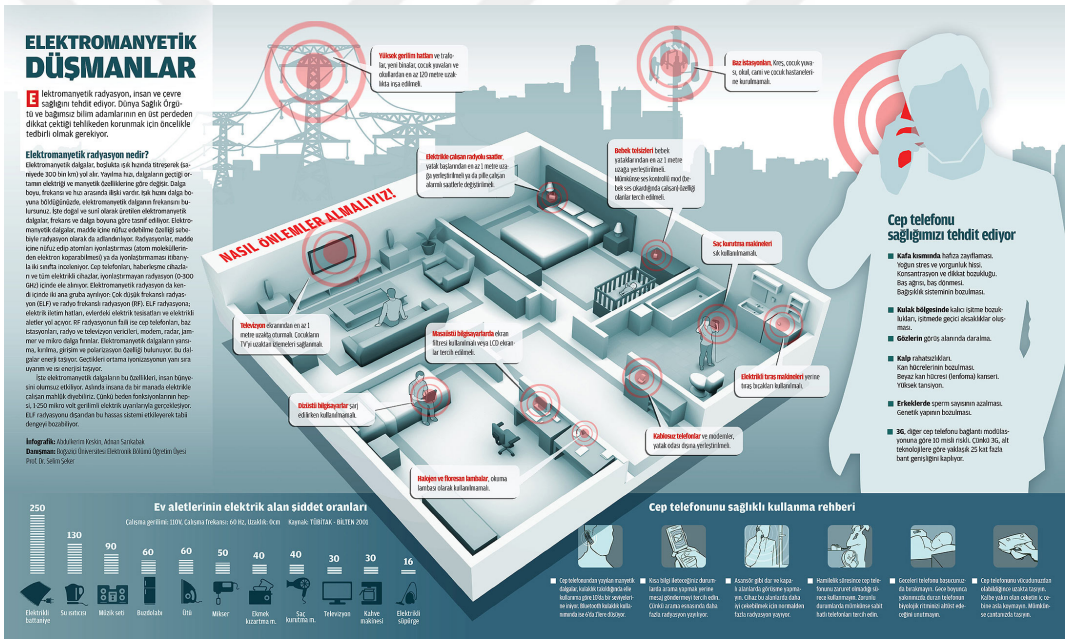
Şekil 2.5. Yakın İlkesi Örneği

Şekil 2.5'deki daireler dikey şekilde gruplanmış gibi algılanmaktadır. Yatay çubukların dikkati çekmemesinin sebebi ise düşeyde noktaların birbirine daha yakın olmasıdır.

2.1.3.4. Ortak Alan

Bu ilkeye göre, aynı kompozisyonda birbirlerine biçimsel açıdan benzeyen nesnelerin tek bir grupta toplanmış gibi algılanmaktadır. Resim 2.5'teki örnekte de ortak alan ilkesinin geçerli olduğunu görebiliriz. İnfografik kompozisyonunda en altta ikonlardan oluşturulmuş bir ortak alan tasarlanmış. İlgili ortak alan kendi içinde de iki sağda açık renkli ikonlar ve solda ise koyu renkli ikonlar kullanılarak ayrı birer ortak alan oluşturulmuştur. Bu durum infografik izleyiciler açısından daha kolay algılanabilir hale getirilmek için tasarlandığı şeklinde değerlendirilebilir.

"Ortak alan ilkesi, yakınlık ilkesiyle son derece ilişkilidir. Bu ilkeye göre, aynı kapalı alanda yer alan nesneleri tek bir grupta toplanmış gibi algılıyoruz."[15]

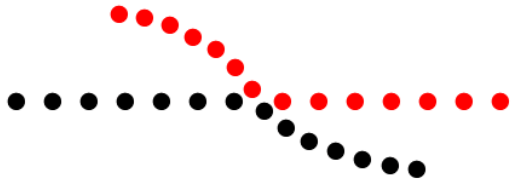


Resim 2.5. Ortak alan ilkesine örnek uygulama

[15] https://sherpa.blog/kullanici-deneyimi-gestalt-ilkeleri-nedir, 2016

2.1.3.5. Süreklilik

Süreklilik ilkesine göre, aynı çizgi veya eğri üzerinde olmayanlara nazaran tek bir çizgi veya eğri üzerine yerleştirilen öğeler birbiriyle daha ilintili algılanıyor. Örneğin Şekil 2.6'da eğrinin üzerindeki kırmızı noktalar, yatay çizgideki kırmızı noktalardan ziyade aynı eğrideki siyah noktalarla daha ilintili gözüküyor. Gözünüz doğal olarak bir çizgi ya da eğriyi takip ettiğinden, devamlılık ilkesi renk benzerliğine kıyasla daha kuvvetli bir bağlantı sunuyor.



Şekil 2.6. Süreklilik ilkesine örnek

2.1.3.6. Tamamlama

Tamamlama ilkesine göre, "kısmen algılanan biçimlerin zihinsel olarak tamamlanıp bütün olarak algılanmasıdır."[16] Karmaşık şekiller bütününe baktığımızda anlamlandırabileceğimiz tek bir model arama eğiliminde oluyoruz. Mesela, Şekil 2.7.'e bakıldığında farklı büyüklüklerde ve farklı eğrilerden oluşmuş noktalar göründüğü söylenecektir. Beyniniz, geçmiş deneyimlerimize dayanarak bu noktaları birleştirerek eksikleri kapatıyor ve tanıyabileceği bir model yaratıyor.

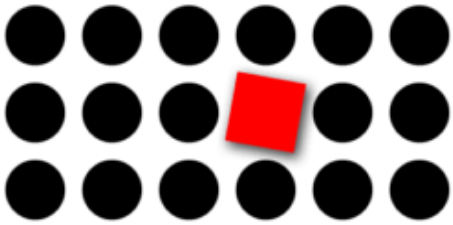


Şekil 2.7. Tamamlama ilkesine örnek

[16] https://www.slideshare.net/ayseguly/gestalt-kurammekan, s.26

2.1.3.7. Odak Noktası

Odak noktası ilkesine göre görsel olarak en belirgin biçime sahip nesne, izleyicinin dikkatini çeken öğe konumundadır. Örneğin; Şekil 2.8. da ilk dikkatimizi çeken nesne diyagonal şekilde duran kırmızı karedir. Çünkü etrafındaki siyah dairelere göre formu ve renginin diğerlerinden farklılık göstermektedir. Hiyerarşik olarak diğer siyah ve yuvarlak olan ögeler sayısal olarak daha fazla olmasına rağmen ikincil olarak dikkat etmeye başlıyoruz.



Şekil 2.8. Kırmızı kare nesne siyah dairelere oranla daha fazla dikkat çekmektedir.

2.1.4. Alan Tasarımı

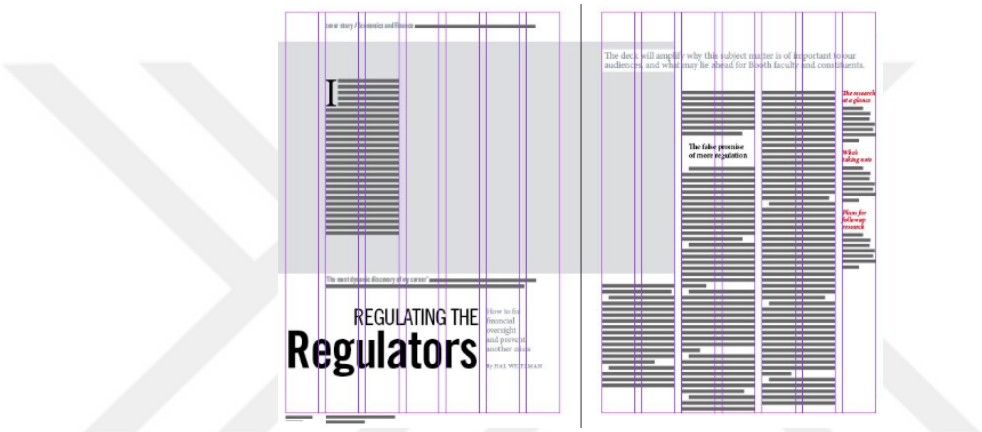
Alan tasarımı, etkili kompozisyon oluşturabilmek sürecinde biçimsel ögelerin belli bir disiplinde düzenlenme sürecidir. Anlatılmak istenilen temel konu en hızlı ve doğru bir şekilde izleyiciye ulaştırılabilmesi için, tasarımda kullandığımız görsel ögelerin önem sırasına göre sadelik göz önünde bulundurularak konumlandırılmaktadır.

2.1.4.1. Izgaralar (Grid)

Grid kelimesi, İngilizce ‘gradation’ (sıralama, dereceleme, geçişme) kelimesinden gelir. Türkçe’ de ise ızgara anlamına gelir ve tasarlama sürecinde kullanılacak formların düzenlenmesinde yardımcı yatay ve dikey çizgilerdir ve gerek tasarımcı gerek ara yüz geliştirici gerek son kullanıcı için büyük avantaj sağlar. Tasarımda düzen, sadelik ve planlama aşamasında çeşitlilik sağlaması, tasarımcının verimliliğini arttırırken, buradan doğan sonuçların göze estetik açısından hoş gözükmesi de son kullanıcının göz zevkini tamamlar.

"Sayfa üzerindeki bu hayali yatay, dikey ya da diyagonal çizgileri elemanların asılı duracağı hayali bir ip gibi düşünebiliriz. Bu hayali ip, elemanları birbirine bağlamada ve tasarımda bütünlük oluşturmada tasarımcıya yardımcı olur."[17]

Uçar'a göre, 'okuyucu pek farkında olmasa da grid sistemini tanımlar ve takip amaçlı kullanır, grid adeta görsel bir şifre gibi bilginin iletim dilini tanımlayan bir sisteme dönüşür.'[18] Bu sistemin infografik tasarımında ilgi çekmeyen sıkıcı kompozisyonlarla tekdüzelik yaratmaması ve değişen tasarım elementlerine, konuların içeriğine, vurgulanmak ya da öne çıkarmaya olanak sağlayabilmesi gerekir.



Şekil 2.9. Sayfa tasarlama sürecinde grid kullanımı örneği

"Tasarımcı eline gelen malzemeyi değerlendirmek zorundadır. Bir konu ile ilgili uzun bir metin ve ancak küçük kullanılabilecek bir fotoğraf, bir başka konu içinse, çok sayıda fotoğraf ve kısa bir metin, bir diğer konu içinse, sık sık ara başlıklarla bölünmüş bir metin gelebilir. Ya da dergiye yeni bir konu eklenir ve üç sayfada bitirilmiş bir konunun iki sayfaya indirilmesi gerekebilir. İşte bütün bu şartlara uyum sağlayabilecek, esnek bir yapı kurmalıdır tasarımcı. Bunun içinse, kendisine en fazla olanak sağlayacak şekilde, sayfayı bölümlere ayırıp, bölünmez en küçük olan ve onun katlarını kullanarak, sayfa tasarımlarını düzenler. Hazırladığı, kendisine rehberlik edecek, gridi çizdikten sonra, grafik elemanları bu gride göre yerleştirir. Siegfried Maser, gride iş bittiğinde ortadan kaldıran yapı iskelesine benzetiyor ve

[17] Eren Evin Kılıçkaya, **Grafik Tasarımda Görünmeyen Çoğunluk, Beyaz Boşluklar,** Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 2007, s.9

[18] Tevfik Fikret Uçar, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,** İnkılap Yayın Evi, Ankara, 2004, s.149

şöyle devam ediyor, Grid tasarıma yardım eder, tasarımın kendisi değildir. Grid, derginin görsel olarak kendini ifade edebilmesini sağlamalı, esnek olmayan katı kurallarla dergiyi tekdüzeliğe sürüklememeli." [19]

2.1.4.2. Altın Oran

Günümüzde sıklıkla telaffuz edilen "altın oran" kavramı tarih boyunca birçok sanatçı, tasarımcı, matematikçi ve bilim adamının ilgisini çekmiş, eserlerinde/çalışmalarında kullanmışlardır. Bu serüven, insanoğlunun kusursuzluğu arayış çabalarıyla başlamıştır. Kusursuz eserler yaratmak için göze estetik gelen en ideal ölçüler aranmıştır. Bir tasarımın orantısız olması durumunda göze hoş gelmez ve çirkin olarak algılanır. Birçok sanatçı güzel olanı yakalayabilmek için doğadan ilham alma çabaları sırasında doğanın kusursuzluğunu keşfetmiş ve bir dönem sanatçıları özellikle doğayı resmederek empresyonizm (izlenimcilik) akımını oluşturmuşlardır. Altın oran matematiksel olarak incelendiğinde doğada, bitkilerde, hayvanlarda, insanlarda altın oran kavramı net bir şekilde görülmektedir. Örneğin; bir insan yüzü, deniz kabukları veya salyangoz oranları incelendiğinde, altın oranın matematiksel değeri olan '1.618' değeri ile karşılaşılmaktadır. Bilim adamları ve sanatçılar doğada saklı olan altın oranı keşfederek bu oranı mimaride ve diğer sanat dallarında da uygulamışlardır.

"Altın Oran tarih içerisinde değişik isimlere büründü. 1509'da Venedik'te basılan içerisinde Leonardo da Vinci'nin de çizimleriyle Altın Oran'dan bahseden Luca Pacioli'nin De Divina Proportine' kitabından sonra Altın Oran ''Divine Proportion'' yani "İlahi Oran" olarak da tanımlanmaya başlandı."[20]

"1900'lü yılların başında ünlü matematikçi Mark Barr Altın Oran değeri olan 1,618 sayısını Yunan Alfabesinin 21. Harfi ve aynı zamanda Altın Oran'ı

---

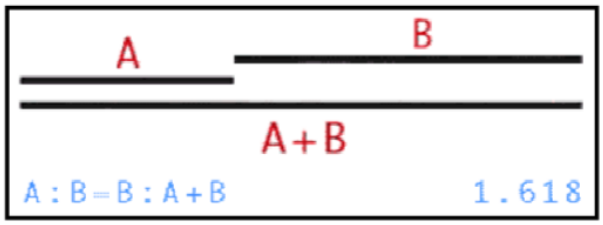
[19] Ayşe Melis Tuncay, **Dergi Tasarımı,** Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1998, s.38

[20] Nihal Tekkanat, **Altın Oran'ın Kaynakları ve Sanata Yansıması,** Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 2006, s,26

heykellerinde kullanan ünlü Yunanlı heykeltıraş Phidias'ın ilk harfi olan Phi (fi) harfini kullanarak tanımladı."[21]

Elam'e göre, "Rönesans sanatçılarından Leonardo Da Vinci ve Albert Dürer 15. Yüzyıl sonu 16. Yüzyıl başlangıcında Vitruvius'un oran kurallarını uyguladıkları görülmektedir. İki sanatçı insan formunun oranlanması konusunda araştırmaları sonucunda çok geniş bilgilere sahip oldular. Dürer edinmiş olduğu bilgileri 1528 yılında çizimlerini yaptığı "İnsan Oranı Üzerine Dört Kitap'' (Four Books on Human Proportion) adlı eserinde topladı."[22]

Altın oran geçmişten günümüze kadar farklı şekillerde tanımlanmıştır ve en belirgin ifadesi ise günümüzde şu şekildedir: Altın oran; doğada, estetikte, güzel sanatlarda olduğuna inanılan "kendi üzerine dönüşümlü sistem" olarak da anılan bir orandır. Bir doğru parçası üzerinden yapılan oranlamalar ile bulunur. Yani bir doğru parçası öyle bir noktadan bölünmeli ki tüm uzunluğun uzun parçaya oranı, uzun parçanın kısa parçaya oranına eşit olsun ilkesine dayanmaktadır.



Şekil 2.10. Altın Oran Kavramının Matematiksel İfadesi

[21] Nihal Tekkanat, **Altın Oran'ın Kaynakları ve Sanata Yansıması,** Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 2006, s,26

[22] Nihal Tekkanat, **Altın Oran'ın Kaynakları ve Sanata Yansıması,** Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 2006, s,14



Resim 2.6. Parthenon Cepheleri



Resim 2.7. Parthenon Cepheleri

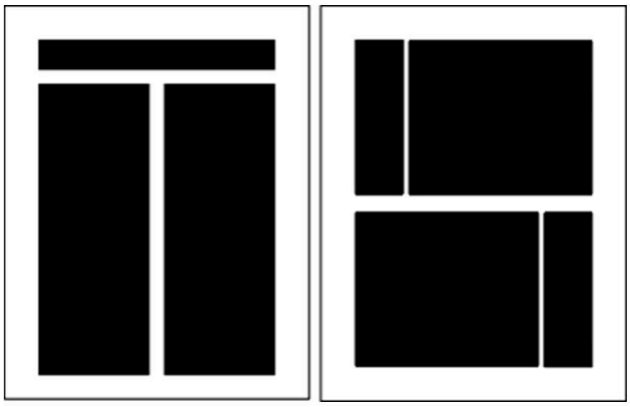
Mimarinin gelişimine yön veren Parthenon eseri ayrıntılı olarak incelendiğinde mimariyi oluşturan her parçanın birbirleriyle uyumlu ve orantılı olduğu gözlenmektedir.

2.1.4.3. Denge

Tasarımı oluşturan parçaların belirli bir hiyerarşide göze hoş gelecek bir biçimde kompoze edilmesine denge denir. Denge, öğelerin yatay ve dikey olarak yüzeye eşit ağırlıkta konumlandırılması yoluyla oluşturulur. Bu ögelerin yerleştirilmesi aşamasında altın oran kurallarına da göz önünde bulundurulmalıdır. İnfografik tasarımlarda da kullanılan her türlü tasarım elementleri birbirleriyle belirli

bir denge kurarak kompoze edilir. Simetri dengede, aynı eksen içerisinde iki nesnenin birbirlerine ölçüleri ve uzaklıkları da aynı olacak şekilde tasarlanır. Tıpkı bir elmanın iki yarısı gibi. Asimetrik, simetrik dengenin tam tersi nesneler arasındaki ölçü birbirinden farklıdır. Simetrik denge tasarımda durgunluk hissi verirken, asimetrik denge kompozisyona hareket katar ver canlılığı anlatır.

"Dengeli tasarımlar insanda huzur ve dinginlik duygusu oluştursa da simetrik, mutlak bir denge sıkıcı, statik bir his uyandırır ve uzun süre seyredilemez görsel tasarımlar yaratır. Buna karşın cesur bir şekilde oluşturulmuş asimetrik bir denge daha duygusal, deneysel, akılda kalıcı, eğlenceli ve sürükleyici yönlere sahiptir."[23]



Şekil 2.11. Denge örneği

"Modernist akımlar asimetriyi, birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel unsurlar arasında dinamik bir denge ya da düzen sağlayan bir kavram olarak ele alıp kullanmıştır. Asimetrik dengede de bir optik ağırlık vardır ama bu ağırlık geometrik merkezden farklı bir konumdadır. Büyük boyutlu ve koyu renkli görsel öğeler diğer öğelere göre daha fazla optik ağırlığa sahiptir. Siyah beyaz bir tasarımda kullanılan canlı bir renk, optik dengeyi bulunduğu yere doğru kaydırır. Bu yüzden optik olarak dengelenmiş birçok tasarım ilk bakışta dengesiz gibi algılanabilir."[24]

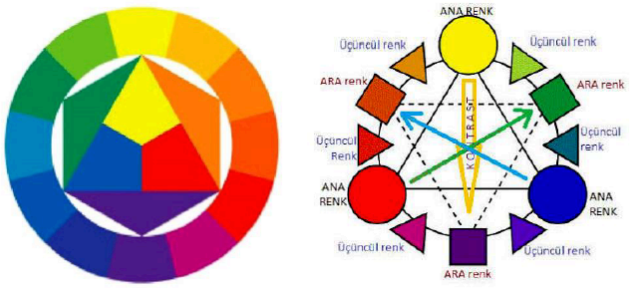
---

[23] Tevfik Fikret Uçar, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,** İnkılap Yayın Evi, Ankara, 2004, s.154

[24] Âmine Refika Zedeli, **İnfografiklerin Görsel ve İçeriksel Açıdan Dergi Tasarımındaki Yeri**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı, İstanbul, 2014, s.62

2.1.4.4. Uyum ve Renk

Işığın nesnelere çarparak gözümüze yansımasıyla oluşan duyumlara renk denir. Renk tonlarının birbirini tamamlayan doygunluklarda kombinlenmesiyle de 'renk uyumu' sağlanmış olunur. Renkler modadan grafik tasarıma, dekorasyondan baskıya hayatımızın birçok alanında önemli yer tutar. Günlük hayatımızda gözümüze güzel gelen birçok şeyin de arkasında renklerin uyumu yatar. İster bilinçli, isterse bilinçsiz olsun renklerin uyumu zevk algımıza önemli ölçüde etki eder. Bu nedenle de insanlar renklerin uyum içerisinde olması için çaba gösterirler. Kimileri sabah evden çıkarken uyumlu renklerden kıyafet kombinlemeye çalışırken, kimileri de iş dünyasında kendilerini ön plana çıkarabilecek kurumsal kimlik tasarımlarında renklerin uyumunu kullanır.



Şekil 2.12. Renkler

İnfografik tasarımlarda da renk ve uyumun çok önemli bir yeri vardır. Kendi içinde gruplandırılan bilgilerin (info) ayrıştırılması açısından ilk başvurulan yöntemlerin başında renk gelir. Renk, görsel algıyı çok yüksek oranda kolaylaştırarak görsel iletişim sürecinde başarılı bir rol oynar. Örneğin; milletlerin bağımsızlığını sembolize eden ülke bayraklarını da görsel iletişim kapsamında incelediğimizde renk farklılıkları ve anlamları bakımından çok değerli ve önemlidir.

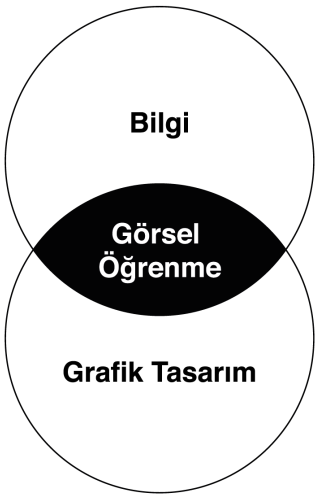
2.2. İnfografik Tasarım

İnfografik, İngilizce 'de 'info ve graphic' kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuş bir terimdir. Dilimize bilgi grafikleri şeklinde çevrilmiş ve en basit haliyle bilginin görsel yollarla ifade edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Yaşadığımız çevreyi, etkileşimde olduğumuz insanları veya toplumları daha iyi anlamanın ve görsel iletişim sürecini kolaylaştırmanın bir yoludur. Bilgilendirme grafikleri ya da İnfografikler; bilgi, veri ve bilgi birikimlerini görsel olarak sergileyen basit, kolay ve hızlıca

anlaşılabilen grafiklerdir. İnfografiklerin evrensellik özelliği vardır ve çok iyi bir İnfografik tasarımı farkı bir lisan ile yazılmış olsa dahi görsel okuma yöntemleri ile anlaşılabilir nitelikte olması gerekir.

Smiciklas'a göre; "İnfografiklerle iletişim kurmak ve bilgiyi aktarmak daha kolay ve hızlıdır. İnfografik, karmaşık bilgilerin izleyicinin kolayca anlayabileceği ve hızlıca tüketebileceği bir şekilde görselleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır." [25]

Görsel iletişimin değerine ve verimliliğine hitap eden, "Bir resim bin kelimeye bedeldir" ifadesini doğrular nitelikte olan infografik (bilgi grafiği), aynı zamanda verileri tasarımla harmanlayan, bireylerin ve kuruluşların mesajlarını izleyicilere kısa bir şekilde iletmesine yardımcı olan bir resim türü olarak da detaylandırabiliriz. İnfografik geliştirme ve yayınlama sürecine veri görselleştirme, bilgi tasarımı veya bilgi mimarisi de denir.



Şekil 2.13. İnfografik tasarımın anatomisi.

[25] Smiciklas, **The Power od Infographics, Indianapolis,** IN: Que Puplising. 2014, s.7



Resim 2.8. Farklı renklerde araçların rastgele park edilmiş görüntüsü.

Görsel karmaşayı çözebilmenin en doğru ve en basit yolu infografikdir. Örneğin; Resim 2.8'ye bakarak 'Bu görselde kaç ayrı renkte araba var?' sorusunu sorduğumuzda doğru cevaba ulaşmamız hayli zaman alacaktır.



Resim 2.9. Farklı renklerde rastgele park edilmiş araçların infografik yöntemlerle yeniden tasarlanarak park edilmiş görünümü.

Resim 2.9.'da rastgele park edilmiş olan farklı renklerdeki arabalar büyüklük küçüklüğüne ve renklerine yeniden gruplandırılmış şekilde park edildiğinde kaç farklı renk var? Kaç tanesi küçük, kaç tanesi büyük gibi soruların cevabına doğru, hızlı ve net bir şekilde ulaşabiliriz.

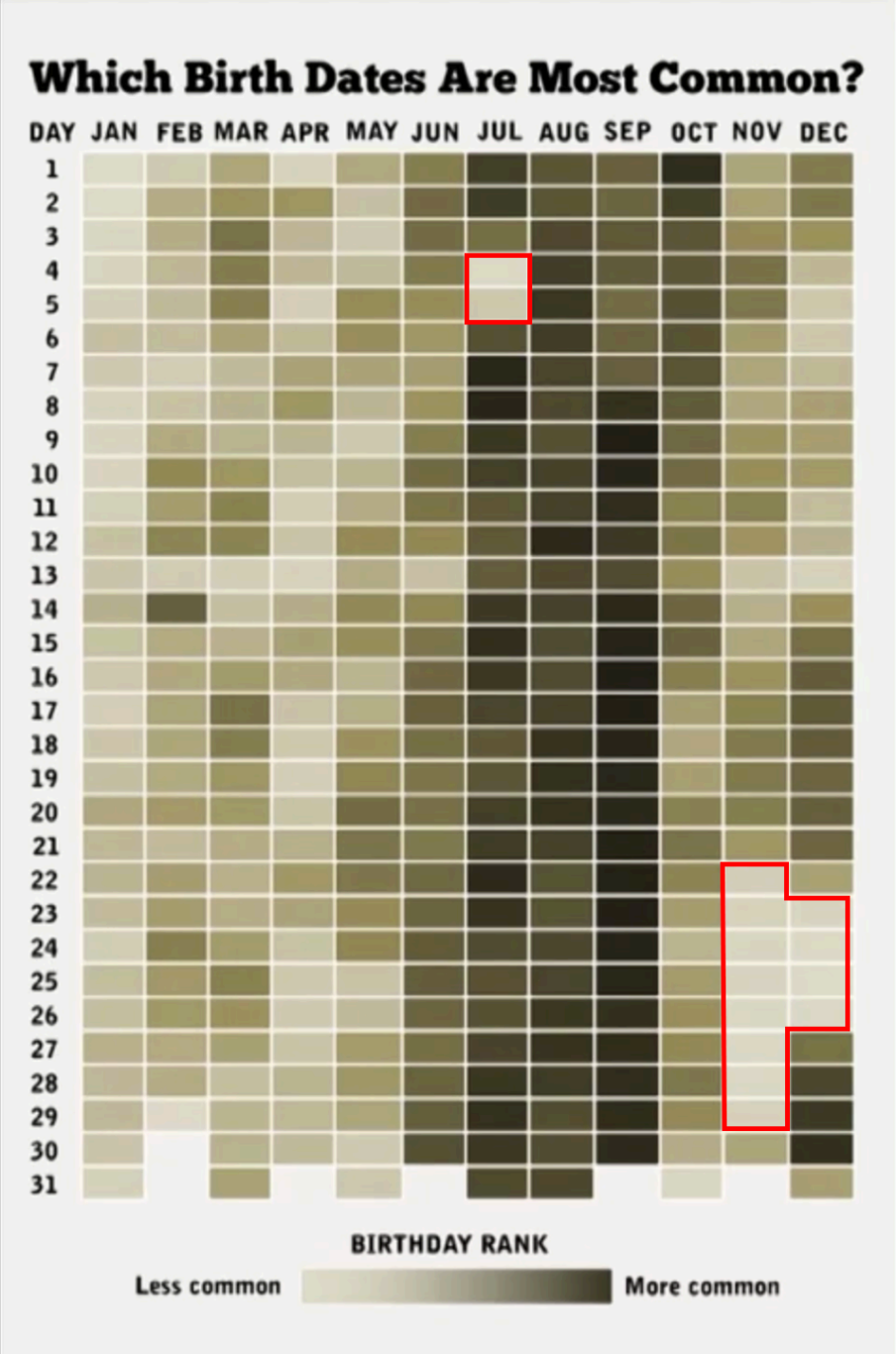
Resim 2.9.'deki infografiğe bakarak aklımıza gelen soruları sıralamak gerekirse;

Soru 1: Kaç tane sarı araba var?
Cevap 1: 9

Soru 2: Otoparkta kaç farklı renkte araba var?
Cevap 2: 7

Soru 3: En çok hangi renkte araba var?
Cevap 3: En çok mavi renkte araba vardır.

Aynı soruların cevabını Resim 2.8'de aradığımızda cevaplarını bulabilmek çok fazla zaman harcayacağı gibi doğru sonucu bulduğumuzdan emin olmak içinde ayrıca kontrol etme gerekliliği doğacaktır.



Resim 2.10. Amerika Birleşik Devletleri'nde doğum oranların çok olduğu gün ve ayları gösteren bir infografik.

Bu örnekte ise Amerika Birleşik Devletleri'nde doğum oranlarının gün ve aylara göre yoğunluğu gösterilmiş. Grafikte koyu renkli dikdörtgenlerle gösterilen tarihlerde çok sık doğum olduğunu, açık yerler ise çok az olduğunu gösteriyor. Resim 2.10. üzerinde sonradan kırmızı ile işaretlenmiş yerlere baktığımızda bu tarihlerde doğum olayı yaşanmadığını görüyoruz. İlgili tarihe dikkatli baktığımızda 4 Temmuz olduğu, yani Amerika Birleşik Devletleri'nin Bağımsızlık Bayramı olarak kutladığı

tarihler olduğu anlaşılıyor. Bu tarihler Amerika'da ulusal tatil olduğu için en iyi doktorların tatilde olduğu düşüncesi ile insanlar bu günlerde doğum yapmak istemediklerini anlayabiliyoruz. Aynı durum kasım ve aralık aylarının son haftaları için de geçerli. O tarihlerde Amerika'daki Şükran Haftası ve Noel Bayramından dolayı bu tarihlerde doğum günlerinin olmadığı veya çok az olduğunu anlayabiliyoruz. Görsel okuma yöntemi ile grafiği incelemeye devam ettiğimizde ise en fazla doğum olan ayın Eylül olduğunu da hızlı bir şekilde anlayabiliyoruz.

Bu örnekler doğrultusunda infografik tasarımının ana ilkesinin izleyici için karmaşık bir veri yığınlarının anlaşılır ve hızlı ulaşılabilir olması gerektiğini ve bilginin doğruluğu konusu kanıtlanmış görülebilir. Bu tür grafiklerin doğruluğu ve güvenilirliği için tasarımcılar doğrulanmış bilgiyi doğru görsel öge ve renkleri tercih ederek belli gruplar halinde organize etmelidirler. Tasarımlar kurallara uygun ve dengeli gerçekleştirildiğinde bilgi kendini alıcıya gösterirken, kötü yapıldığında ise son derece olumsuz istenmeyen sonuçlar doğurabilmektedir. İnfografik tasarımların genel olarak bazı avantajları şunlardır;

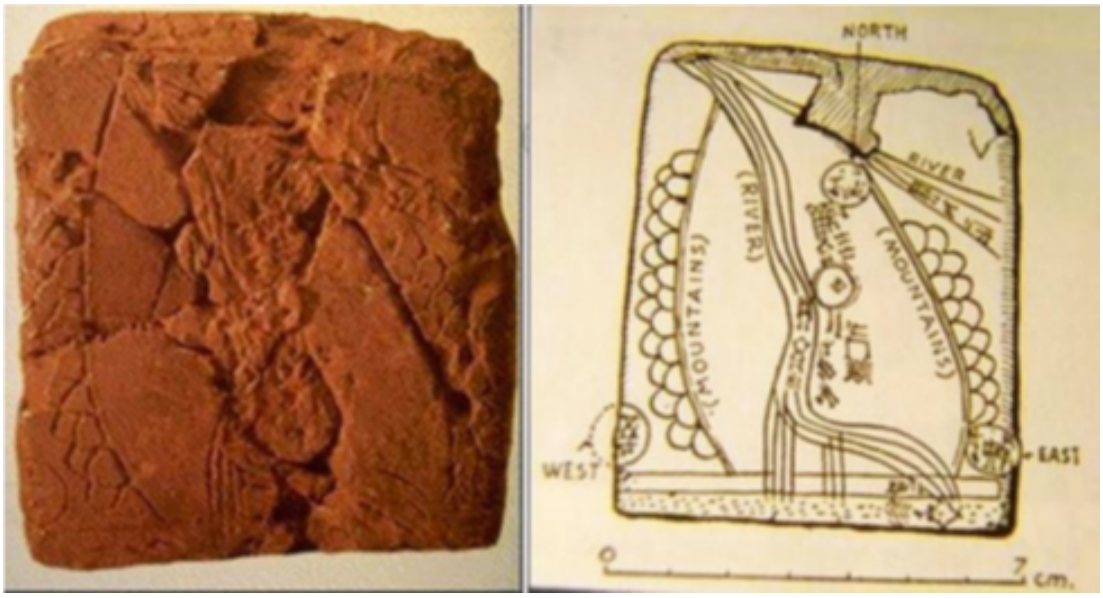
- Görsel anlatım her zaman daha kolay algılanabilir.
- Akılda kalıcıdır çabuk unutulmaz.
- Kısa sürede daha fazla bilgi aktarımı sağlanır.
- Konuya görsel farklılık kazandırır.
- Anlatım biçimi bakımından sıkıcılıktan uzak ve eğlencelidir.
- Karmaşık ve yoğun bilgileri belirli bir disiplinde sadeleştirir.
- Daha fazla dikkat çeker.

2.2.1. İnfografik Tasarımının Tarihsel Süreci

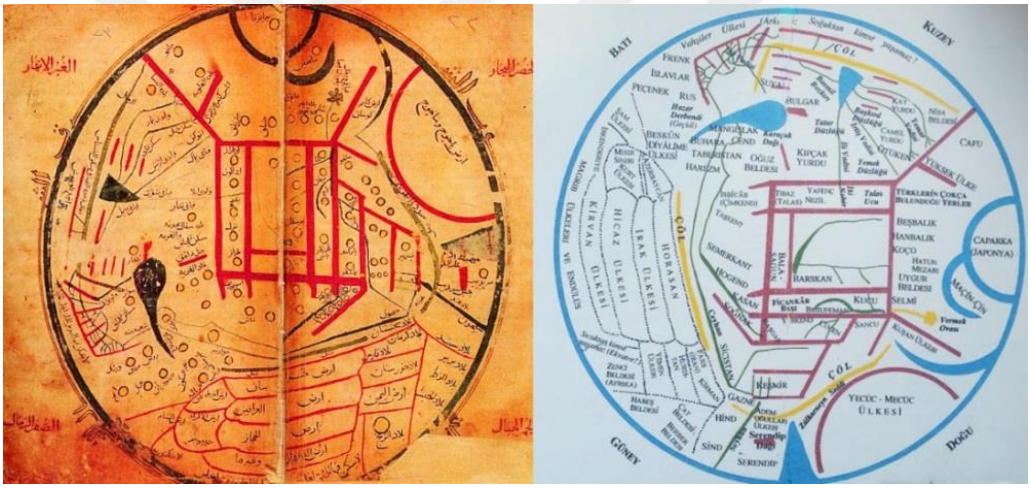
Adı yakın zamanda konulmuş olsa da infografik görsel iletişimin başlangıcından beri var olan bir görsel iletişim dilidir. Bilinen en eski tarihlerde mağara duvarlarına resmedilmiş tasvirler ve etrafında desteklenmiş şekiller yazılar vb. bir bütün olarak değerlendirildiğinde infografik tasarımının biçimsel özelliklerini yansıtır şekildedir.

"En eski yerleşim yeri olarak kabul edilen (M.Ö. 7500) Konya Çatalhöyük'te mağara duvarına yapılmış, bir yerleşim alanı haritasına rastlanmıştır. Çatalhöyük kent planı, 3 metre uzunluğu ve 0,9 metre yüksekliği ve tepeden bir görüntüsü ile günümüz infografik çizimlerin atası sayılır. Söz konusu haritada Çatalhöyük kent planı dikdörtgen bir yapıda ele alınarak, içinde küçük evlerin gösterildiği bir çizim oluşturulmuştur. Ev çizimlerinin arkasında Hasan Dağı iki tepeli olarak lav püskürtürken gösterilerek resmedilmiştir. Cilalı Taş dönemine ait olan Çatalhöyük haritası o döneminin gelişmişlik düzeyi doğrultusunda çok başarılı bir çizimdir. Harita 3 metre uzunluğunda 0,9 metre yüksekliğinde yapılmıştır. Tepeden kuş bakışı görünümü ile yapılan Çatalhöyük haritası, tüm ayrıntıları ile ele alındığında günümüzde kullanılan infografik çizimlerin atası olarak gösterilmektedir. Harita alanında kendini gösteren infografik tasarımın bir başka örnekleri de Mezopotamya kazılarında ortaya çıkan haritalardır. Kuzey Mezopotamya Kerkük yakınlarında Yorgan Tepe'de yapılan kazılarda keşfedilen Nuzi kasabası, M.Ö. 15- 14. yüzyıllar arası bir yerleşim yeridir. Nuzi kasabasında ortaya çıkan eserler arsında yaklaşık 6x 6,5 cm ebatlarında bir kil tablet üzerine yapılmış, harita çizimi yer alır. Tabletin ön yüzeyinde yer alan haritada Nuzi yerleşim alanı gösterilmiştir. Haritada çizimlerin yanına çivi yazısı ile belirtilmiş, açıklayıcı bilgiler vardır."[26]

[26] Derya Topçu Özçelik, **Türk Basınında Haberin Fotoğraf ve İnfografik İle Anlatımının Okunabilirliğinin Karşılaştırılması,** Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı Programı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2017, s.146



Resim 2.11. Nuzi Haritası Kent Planı Tableti ve Çizimi.



Resim 2.12. Kaşgarlı Mahmut, Dünya Haritası ve Türkçe Çevirisi.

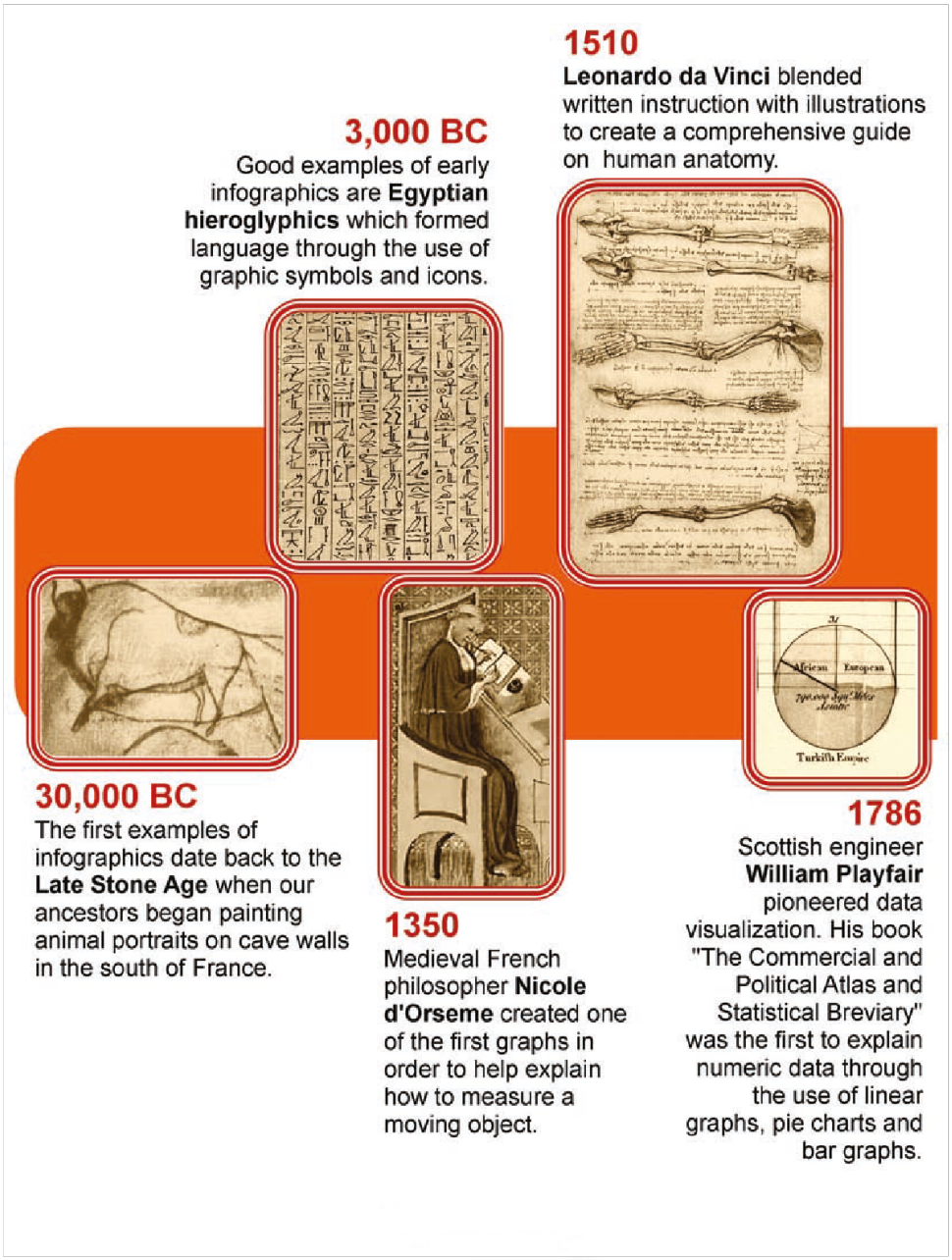
Kaşgarlı Mahmut'a ait Divan-ü Lügati't Türk adlı çalışmasının içinde yer alan haritayı detaylı incelediğimizde günümüzdeki infografik tanımını karşılayabilir nitelikte olduğunu görebiliriz. Haritada Türklerin dünya üzerinde hangi coğrafyalarda yaşadığını, iletişimde olduğu ulusları ve ülkeleri renklerle belirterek anlaşılabilirliğini kolaylaştıran bu çalışma anlatım yönü ile infografik yöntemi kullanılarak tasarlanmış açıklayıcı bilgiler içermektedir. "1072-1074 yılları arasında Türkçe ve Arapça yazılan bu sözlük, Türkçe'nin en eski sözlüğüdür."[27]

[27] https://www.ebilge.com/144496/Tarihteki_ilk_turk_sozlugunun_adi_nedir.html

Gazeteler, dergiler ve dijital mecralar gibi geleneksel medya yayınları ve sosyal medyanın popülerliklerinde bir patlamaya yol açan dijital platformlarda infografik tasarımlara rastlamak mümkündür. Sıradan bir gözlemleme sonucu, İnfografiğin internetin gelişmesi ile birlikte büyüyen yeni bir fenomen olduğu anlaşılabilir.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda, özellikle batı ülkelerinde infografik yayınları yaygınlaşarak ve kullanımları akademi ve geleneksel medya kanallarının ötesine geçmeye başladı. Günümüzde, kısa zamanda aşırı bilgi yüklenmesi ve dikkat çekebilme yarışı olan çağda, her büyüklükteki kuruluşlar kitlelere bilgi paylaşımı sağlamak için infografik kullanıyor. Sosyal medyanın "paylaşılabilirlik" anlamına geldiği gerçeği de eklendiğinde, İnfografiğin dijital çağda bilgi paylaşımı için en etkili içeriklerden biri haline geliyor. Örneğin; Twitter' da trend topic olmuş konu başlılarını inceliğimizde içeriklerle ilgili birçok infografik paylaşımının yapıldığına şahit olabiliriz.

Bugün, infografik iletişim aracı çok çeşitli kişi ve kuruluşlar tarafından kullanılabilir. Küçük işletmeler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, siyasi partiler ve büyük şirketler, marka ve pazarlama birimleri bilgilerini veya iletmek istedikleri mesajlarını hedef kitlelerine ulaştırabilmek için daha ilginç ve erişilebilir hale getirerek infografik kullanmanın yollarını bulabilirler.



Kaynak: https://www.wikipedia.com

Resim 2.13. İnfografik kısa bir geçmişi.

2.3. İnfografik Anlatım Türleri

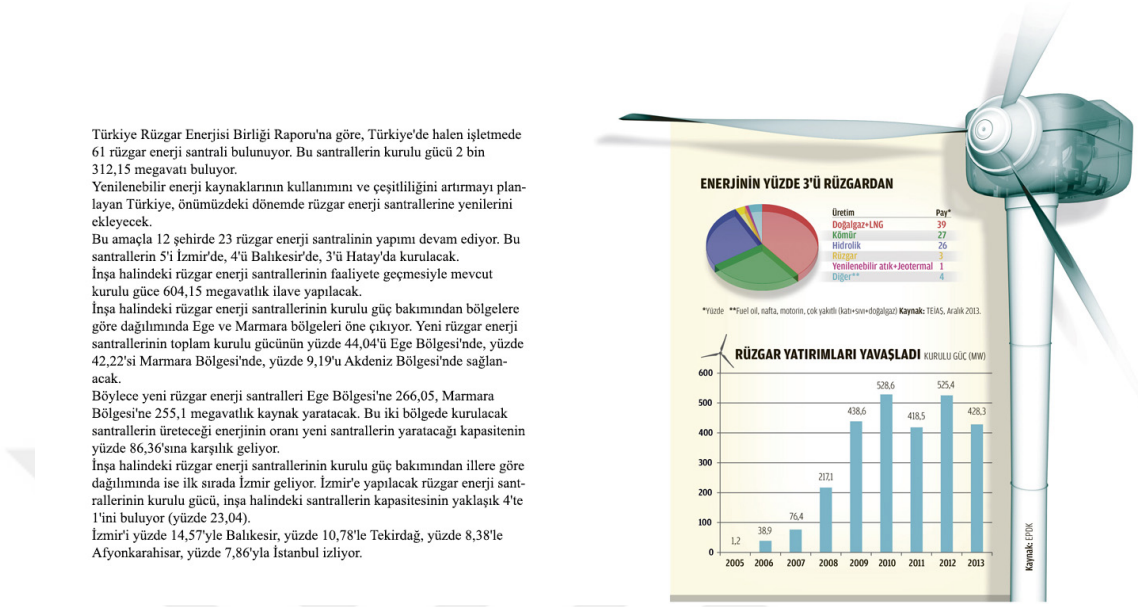
İnfografik tasarımlar biçimsel farklılık bakımından kendi içinde basılı mecralarda kullanılan ve web İnfografikleri şeklinde iki ana başlık altında değerlendirilebilir. Web infografik türü altında ise; kullanıcıların yazılımsal kodlama yardımıyla etkileşimde bulunabileceği türde yapılan tasarımları etkileşimli infografikler ve video film şeklinde hazırlanan tasarımları ise; Hareketli video infografik başlığı altında değerlendirilmektedir. Uluslararası tasarım yarışmalarında da bu ayrım kapsamında her ürün kendine ait konu başlığı altında jüri üyeleri tarafından değerlendirilir.

2.3.1. Basılı Yayın İnfografikleri (Statik infografikler)

Statik infografikler matbaa sürecinden gecen ve basılı yayınlarda kullanılabilecek şekilde tasarlanır. Gazete, dergi, afiş, broşür gibi mecralarda çok sık kullanılır. Uluslararası süreli yayın olan National Geographic, Conde Nast Traveler gibi dergilerde özellikle her sayıya özel çalışılmış infografiklere rastlamak mümkündür. İşlenilen konunun kapsamına göre yarım sayfa, tam sayfa veya ikiye katlanır biçimde iki veya daha fazla sayfada çalışılabilmektedir ve dergi içerisinde özel alan şeklinde görülür. İnfografik tasarımlar, ülkemizde de son zamanlarda özellikle medya kuruluşlarının çok fazla ilgisini çekmiş ve günümüzdeki bilgi yoğunluğu karşısında okuyucularına daha sade ve sentezlenmiş bilgi sunabilmek amaçlı çok azda olsa gazetelerde de yer bulmayı başarmıştır. Özellikle hemen hemen herhangi bir gazetenin ekonomi sayfasını açtığımızda küçük çaplı tasarlanmış veri görselleştirme grafiklerine rastlamamız mümkündür. Verilerin görselleştirilerek sunulması, okurlar tarafından daha rahat anlaşılmasına ve daha fazla vakit geçirmesi konusunda faydalı olmaktadır. Bir sayfada çok fazla verilerin paragraf şeklinde verilmesi şüphesiz her okur için çok sıkıcı olacaktır ve bu tür durumlarda renkli grafiklerle anlatılan İnfografiklerin önemi daha net anlaşılır.

Veri görselleştirmenin güzelliği hakkındaki bir TED konuşmasında, yazar ve tasarımcı David McCandless, infografiğin akıl karıştıracak çokluktaki bilgiyi bir bakışta sağlamasının ne kadar rahatlatıcı olduğu fikrini geliştiriyor: “Görsel bilgide oldukça sihirli bir şey var. Çaba gerektirmiyor. Kelimenin tam anlamıyla akıyor.

Yoğun bir bilgi ormanında geziniyorsanız, güzel bir grafik veya sevimli bir görselleştirmeye rastlamak rahatlatıcıdır. Ormanda takasa rastlamak gibi bir şeydir."[28]



Türkiye Rüzgar Enerjisi Birliği Raporu'na göre, Türkiye'de halen işletmede 61 rüzgar enerji santrali bulunuyor. Bu santrallerin kurulu gücü 2 bin 312,15 megavatı buluyor.
Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını ve çeşitliliğini artırmayı planlayan Türkiye, önümüzdeki dönemde rüzgar enerji santrallerine yenilerini ekleyecek.
Bu amaçla 12 şehirde 23 rüzgar enerji santralinin yapımı devam ediyor. Bu santrallerin 5'i İzmir'de, 4'ü Balıkesir'de, 3'ü Hatay'da kurulacak.
İnşa halindeki rüzgar enerji santrallerinin faaliyete geçmesiyle mevcut kurulu güce 604,15 megavatlık ilave yapılacak.
İnşa halindeki rüzgar enerji santrallerinin kurulu güç bakımından bölgelere göre dağılımında Ege ve Marmara bölgeleri öne çıkıyor. Yeni rüzgar enerji santrallerinin toplam kurulu gücünün yüzde 44,04'ü Ege Bölgesi'nde, yüzde 42,22'si Marmara Bölgesi'nde, yüzde 9,19'u Akdeniz Bölgesi'nde sağlanacak.
Böylece yeni rüzgar enerji santralleri Ege Bölgesi'ne 266,05, Marmara Bölgesi'ne 255,1 megavatlık kaynak yaratacak. Bu iki bölgede kurulacak santrallerin üreteceği enerjinin oranı yeni santrallerin yaratacağı kapasitenin yüzde 86,36'sına karşılık geliyor.
İnşa halindeki rüzgar enerji santrallerinin kurulu güç bakımından illere göre dağılımında ise ilk sırada İzmir geliyor. İzmir'e yapılacak rüzgar enerji santrallerinin kurulu gücü, inşa halindeki santrallerin kapasitesinin yaklaşık 4'te 1'ini buluyor (yüzde 23,04).
İzmir'i yüzde 14,57'yle Balıkesir, yüzde 10,78'le Tekirdağ, yüzde 8,38'le Afyonkarahisar, yüzde 7,86'yla İstanbul izliyor.

Resim 2.14. Veri yoğunlukta olan bir haber metni ile (solda) yine benzer verilerden yola çıkılarak tasarlanmış bir infografik. (Sağda)

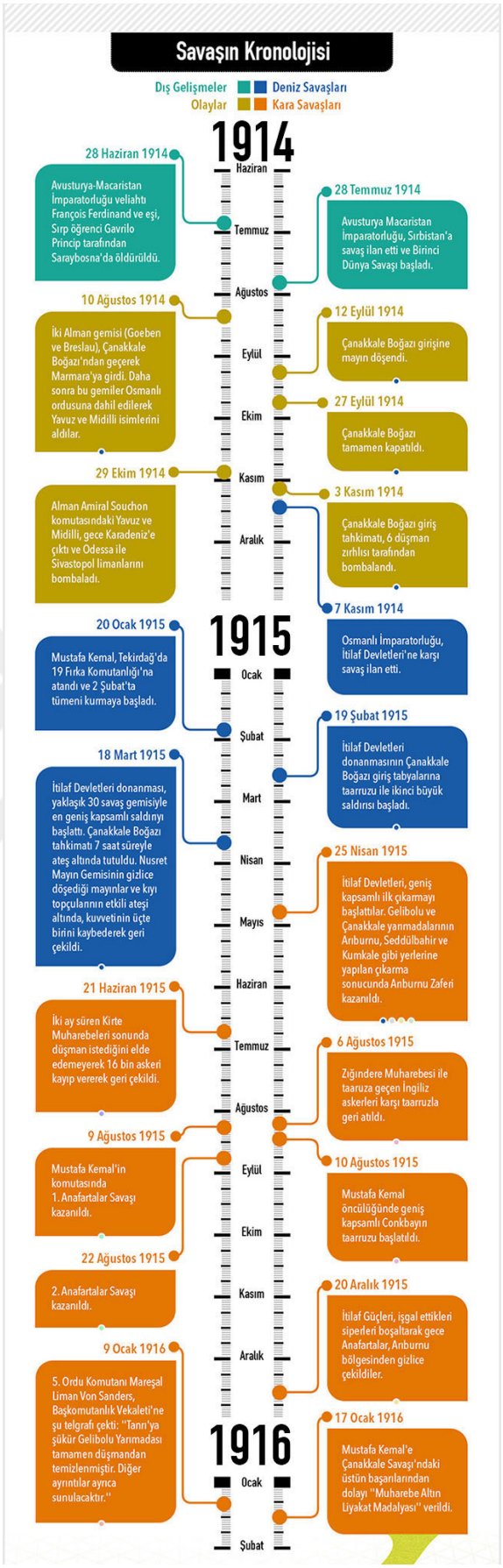
2.3.2. Web İnfografikleri

Web infografikleri statik infografiklere göre belli bir kalıbı yoktur. Yani belli bir kalıbı olmamakla birlikte istenilen ölçü ve ebatta çalışılabilir. Web infografiklerinin toplumu yönlendirme veya istenilen mesajları verme açısından çok etkili ve önemli bir özelliğe sahiptir. Basılı yayın infografikleri matbaaya göre CMYK formatında tasarlandığı için tasarım aşamasında renk karışımı ve kullanımı çok önemlidir. Buna karşın web infografikleri ise dijital platformlar için tasarlandığından renk kullanımı konusunda da RGB renkleri ile çalışılır. Ayrıca renk ayrımı yapılmasına gerek duyulmaz. Çünkü sadece dijital ekranlarda etkileşimde bulunulacağı için ekran renklerinin kullanılması yeterlidir. Facebook, Twitter, instagram gibi sosyal paylaşım platformlarında paylaşılmış çok fazla infografiklere rastlamak mümkündür. Yoğun bilgi akışının olduğu bu tür platformlarda iletilen mesajların takipçilere ulaşabilmesi için düz yazılmış metinlerden ziyade ilgi çekici grafiksel ögelere yer vererek çok güçlü bir görsel iletişim süreci sağlanmış olur.

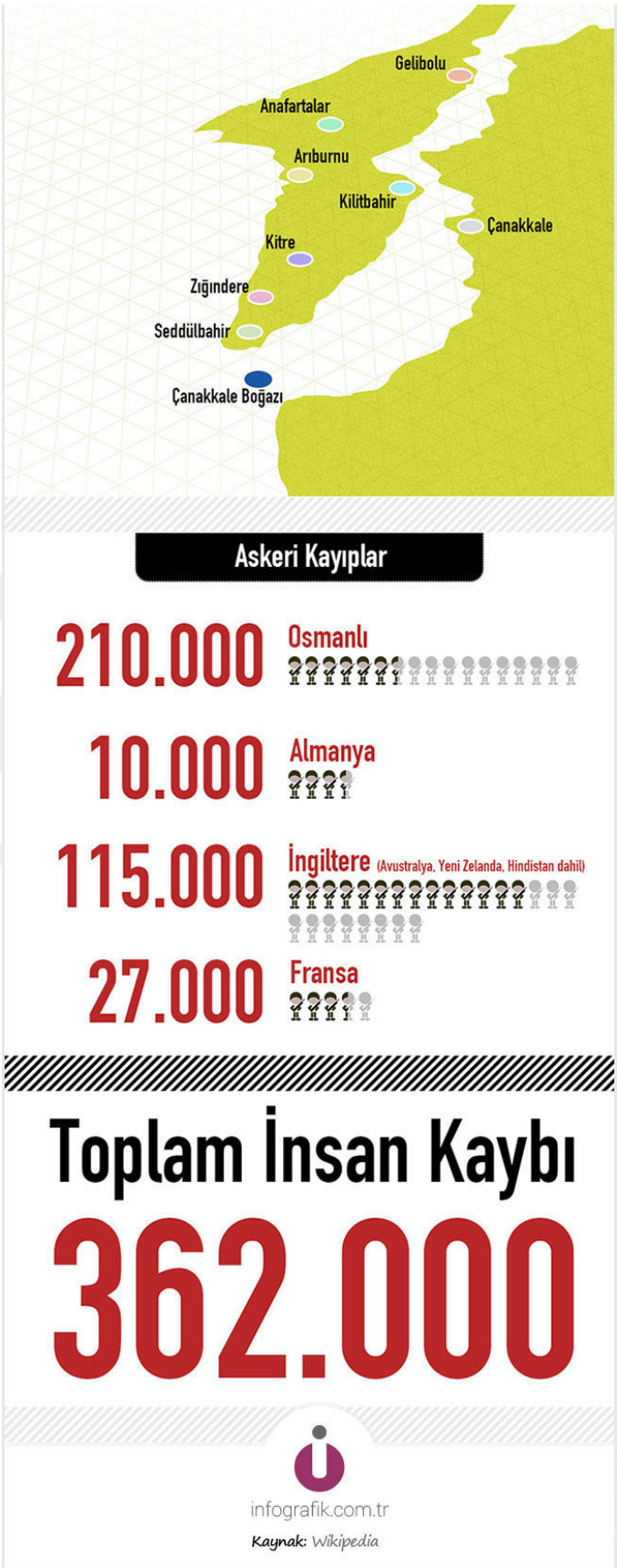
[28] David McCandless, **"The Beauty of Data Visualization,"** TED website, http://bit.ly/sHXvKc



Resim 2.15. Web infografik tasarım örneği.



Resim 2.16. Web infografik tasarım örneği devamı.



Kaynak: http://infografik.com.tr/yasam/canakkale-savaslari/

Resim 2.17. Web infografik tasarım örneği devamı

Resim 2.17.'teki infografik tarihimizde yaşanmış olan Çanakkale savaşlarını konu edinmiş ve özellikle tasarımın ebatlarından web kategorisi için tasarlanmış bir çalışma olduğu anlaşılmaktadır. Savaşın başından sonuna kadar tüm detaylarını içererek çok fazla bilginin etkili ve kolay anlaşılır hale getirildiği görülmektedir. Tarih kitaplarındaki sıkıcı ve anlaşılması zor anlatımlarından farklı bir yaklaşım olan infografik, örnekteki tasarımdan Savaş hangi ülkeler arasında yaşandı, hangi ülkeler ne kadar büyüklükte orduya sahipti, savaşın kronolojisi, savaşın askeri kayıpları gibi çok önemli birçok bilgiyi çok hızlı bir şekilde algılayabilmek mümkün hale getirilmiş.

2.3.2.1. Hareketli Video İnfografikler

Hareketli video halinde tasarlanmış bilgilendirme grafikleri çoğunlukla reklam ve tanıtım amaçlı web siteleri, televizyon yayınları ve mobil uygulama platformlarında yayınlamak üzere hazırlanır. Bu tür tasarımlar yapıldıktan sonra aynı tasarım çizgisinde ayrıyeten web infografik şeklinde formatı da oluşturulabilir. Tıpkı bir reklam kampanyası kapsamın tasarlanan afişin, onaylandıktan sonra raket, billboard, otobüs arkası, broşür vb. versiyonlarının yapılması gibi. Video infografiklerde kullanıcının oynatma, durdurma ve ileri veya geri sarma gibi aksiyonlar alma imkânı vardır. Bu infografik türünde 'info+grafik' birleşimine birde ses eklenmektedir. Ekran karşısında hareketli olan grafiği daha cazibeli ve heyecanlı hale getirmek için konuya uygun seslendirme ve arka planda background sesi kullanılır.

Birkaç saniyelik göz alıcı efektlerden, birkaç dakikalık müzik videolarına kadar değişen kısa süreleri ile genellikle renkli ve ikonik hareketli grafikler, günümüz görsel işitsel iletişim yoğunluğunda dikkat çekme çabalarının birer reklam ve pazarlama ürünüdürler.

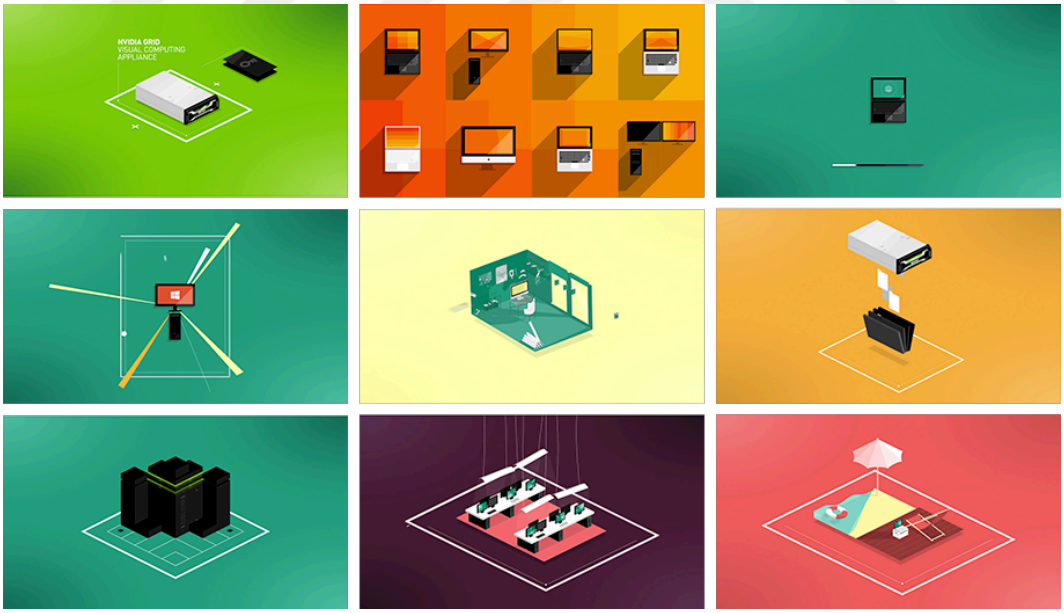
"Hareketli grafikler günümüzde televizyon, sinema ve internet gibi etkileşimli (İnteraktif) medyaya kadar geniş bir kullanım alanına sahiptir. Sinema filmlerinin başlıkları, televizyon kanallarının logo giriş çıkış animasyonları canlandırmaları, internet sitelerindeki flash canlandırmaları ve bilgisayar oyunlarındaki grafikler bu

alanda en sık rastlanan örneklerdir."[29] Hareketli grafikler fotoğraf, illüstrasyon, canlandırma, 3D modelleme, video, film ve müziği içinde barındırmaktadır.



Kaynak: https://vimeo.com/1045291

Resim 2.18. Hareketli Video infografik tasarım örneği storyboard.



Kaynak: https://vimeo.com/97923352

Resim 2.19. Hareketli Video infografik tasarım örneği storyboard.

[29] İlyaz Olgun, **Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi**, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı Programı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2014, s.22

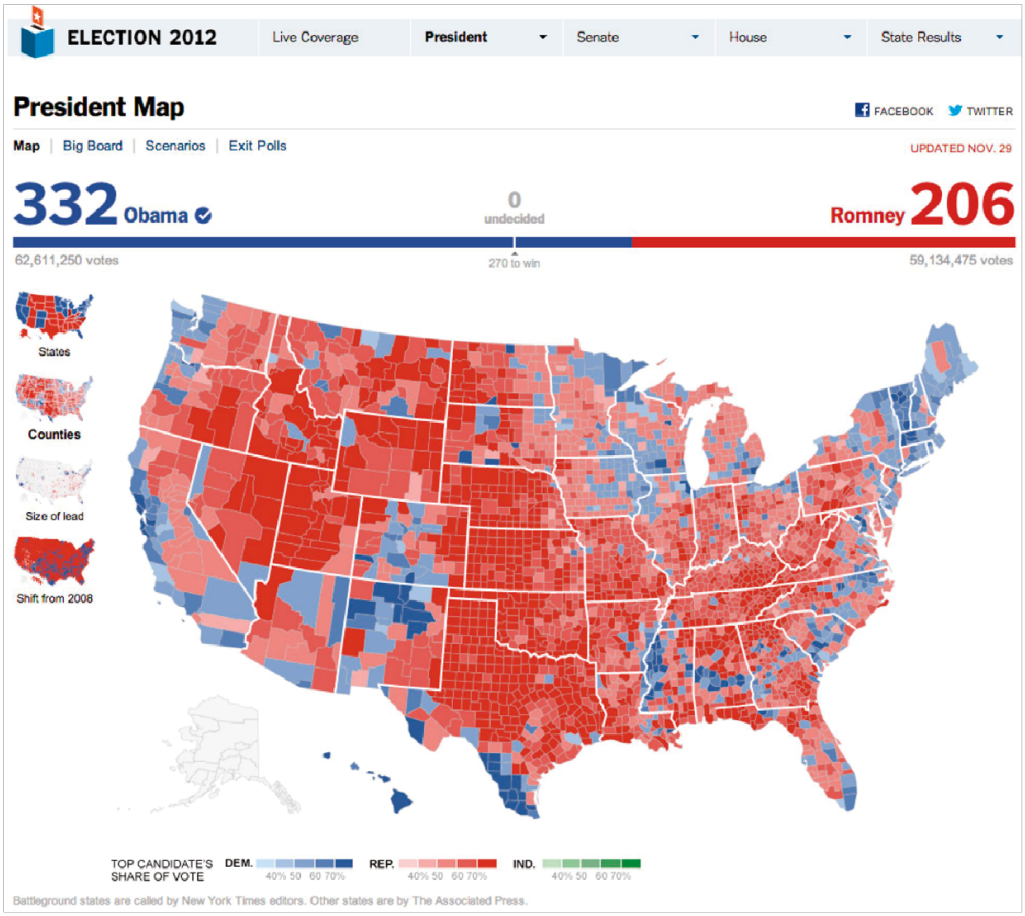
Hareketli video grafiklerle çok karmaşık anlaşılması zor olan konuları çok sade ve anlaşılabilir şekilde anlatmak mümkündür. Örneğin Resim 2.19 'da olduğu gibi bir donanım teknolojisi olan ekran kartının işleyişi grafiksel bir video ile başarılı bir şekilde anlatılmıştır.

2.3.2.2. Etkileşimli İnfografikler

Etkileşimli infografik, okuyucuların etkileşimde olduğu veriler veya görüntülenen görselleştirmeler üzerinde kontrol sağlanabilen tasarımlardır. Etkileşimli infografikler de günümüzde en popüler türlerdendir. Çünkü statik infografiklerden çok daha eğlencelidir. Daha fazla ilgi çekmesi için oyunlaştırılarak estetik hareketlerle küçük animasyonlara da yer verilir. Bu tür etkileşimli grafiklere yer veren web sitelerinin uluslararası medya alanında çok güçlü olanları veri görselleştirmeler yaratarak diğerlerine göre daha büyük bir etkileşimli infografik tarımlar üretilmesine öncülük etmektedir. Bu tür etkileşimli infografik tasarlanması ve etkileşimli hale getirilmesi için gereken HTML ve CSS kodlamalarının yapılmasının ciddi anlamda maliyeti bulunmaktadır. Bu anlamda sektörün lider konumundaki firmaların bu tür tasarımlara değer vermesi bu alandaki gelişmelerin önünün açılmasına büyük katkısı bulunmaktadır.

New York Times Gazetesinin web sitesi pek çok kişi tarafından bilinir ve interaktif infografik ve veri görselleştirmelerinde ise dünya lideri olarak gösterebiliriz. Resim 2.20.'de, 2012 ABD başkanlık seçimlerinden elde edilen sonuçların bir haritasını göstermektedir. Ülkedeki her ilçe, son oylama kararına bağlı olarak kırmızı veya mavi tonlarında renklendirilmiştir. Medya tasarım endüstrisindeki bu türden yaratılmış bilgi grafiklerine interaktif bir infografik olarak değiniliyor.

Bu durumda, seçim sonuçları resmi olarak sisteme girildikçe veriler veri tabanından yazılımsal tekniklerle çekilerek gerçek zamanlı olarak güncelleniyor. Sonuçlar tüm yönleriyle izleyicilere rapor edildiğinden, kullanıcılar haritayı daha iyi görebilirler. Kullanıcı, belirli yerlere zum yapabilme imkanının yanı sıra dünyanın neresinde olursa olsun sayısal verileri görüntüleme veya sol taraftaki seçeneklere göre ekranı değiştirme yeteneğine sahip oluyor.

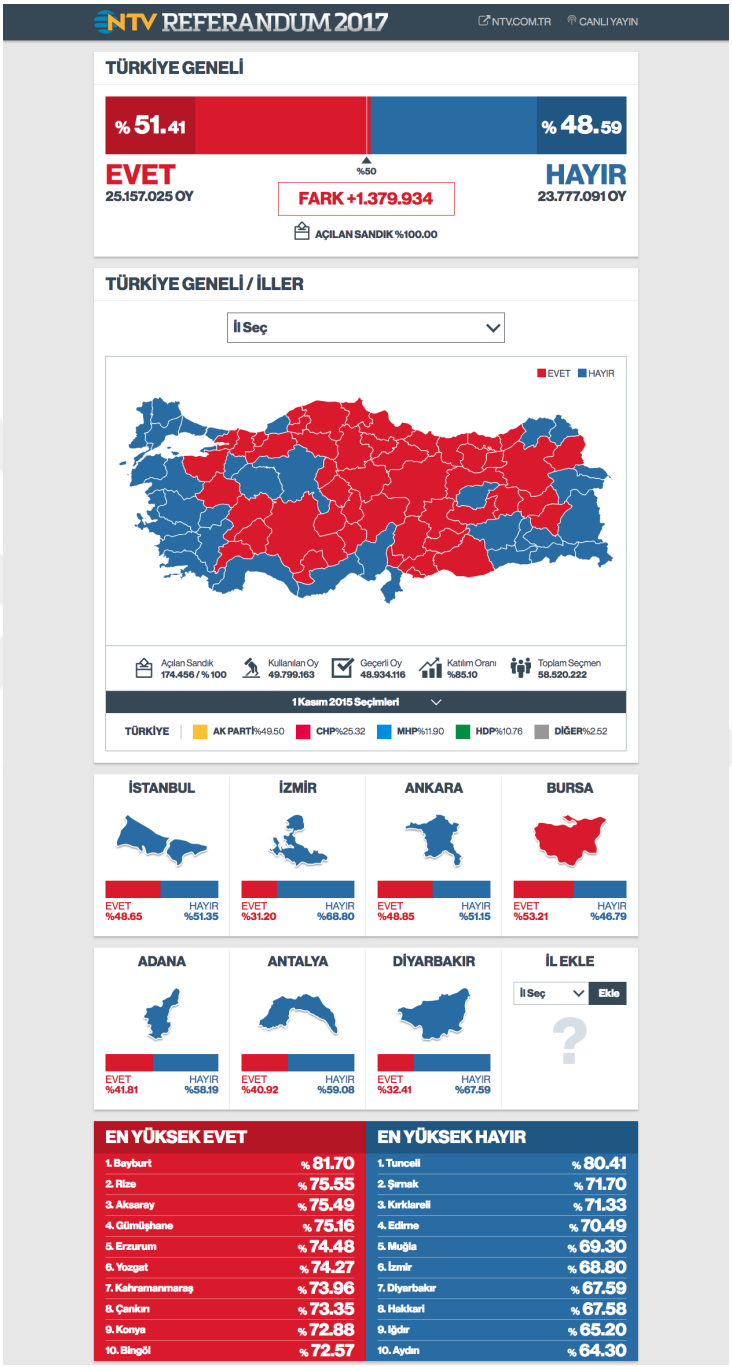


Kaynak: https://www.nytimes.com/

Resim 2.20. New York Times Gazetesi, 2012 ABD Seçim sonuçlarını interaktif infografik tasarımı seklinde okurlarıyla paylaşmıştır.

Ülkemizde de özellikle seçim grafikleri interaktif grafik şeklinde sunumu yapılmaktadır. Hemen hemen tüm ulusal medyanın kendine ait 'secim' subdomaini mevcuttur ve referandum ve genel seçim gibi halk oylaması sonuçlarını etkileşimli şekilde tüm bilgilere hızlı ulaşım yapılabilmesi sağlanmaktadır. Örneğin; Resim 2.21'da olduğu gibi, bir seçimle alakalı okurun aklına ne gelirse hepsinin cevabını bulabileceği veriler mevcuttur. Evet oyları kırmızı ve hayır oyları da mavi şeklinde kodlanması sonucunda harita üzerinde görsel okuma yöntemi şeklinde incelediğimizde hemen hangi şehirlerde evet hangi şehirlerde hayır oyu çoğunlukta olduğunu hızlı bir şekilde anlayabiliyoruz. Hatta bakmak istediğimiz herhangi bir şehrin üzerinde tıklayarak etkileşime geçtiğimizde ise; o şehirde kaç kişi evet kaç kişinin de hayır oy verdiğini çok detaylı bir şekilde görülebiliyor. Daha da detaya

inecek olursak, seçtiğimiz ilin alt seçeneklerinde ilçelerinde olduğunu göreceğiz. Yine burada da aynı şekilde hangi partinin ne kadar oy oranına sahip olduğunu detayları ile görülebilmektedir.



Kaynak: http://referandum.ntv.com.tr/

Resim 2.21. 2017 yılında yapılan referandum sonuçlarını gösteren etkileşimli infografik örneği.

3. BÖLÜM

İNFOGRAFİK TASARIMINDA KULLANILAN TEKNİKLER VE HEDEF KİTLE

3.1. İnfografik Tasarımların Teknolojik Gelişimi

İlk çağlardan günümüze kadar insanların ve toplumların birbirleriyle iletişim kurma ihtiyacının doğuşuyla birlikte iletişim türleri ve araçlarında sürekli teknolojik gelişmeler sağlanmış ve günümüzde de hala yeni teknolojik iletişim araçlarının tanıtıldığına şahitlik etmekteyiz. Özellikle mobil cihazlarla birlikte whatsapp vb. uygulamalar vasıtasıyla görsel iletişim türleri açısından daha sade ve anlaşılır infografikler paylaşılabilirlik özelliğinin ön plana çıkması ile çok sık kullanılır hale gelmiş ve popülerliği de sürekli artmaya devam etmektedir. İlk çağlarda kaya ve mağara duvarlarına çizilmiş infografiklerin yapımında kazıma yöntemi, ağaç kökü ve yapraklarıyla boyama teknikleri ile yapılırken günümüzde Cinema 4D, 3DS Max, Autodesk Maya gibi 3 Boyutlu modelleme ve canlandırma yazılımları ile görsel efektli büyüleyici infografik tasarımlar yapılabilmektedir. Öte yandan geleneksel yöntem olarak nitelendirilen ve daha doğal bir yaklaşım olarak görülen kil ve modelaj araçları kullanılarak minik heykelcikler şeklinde 3 boyutlu şekillendirmelerde yapılabilmektedir.

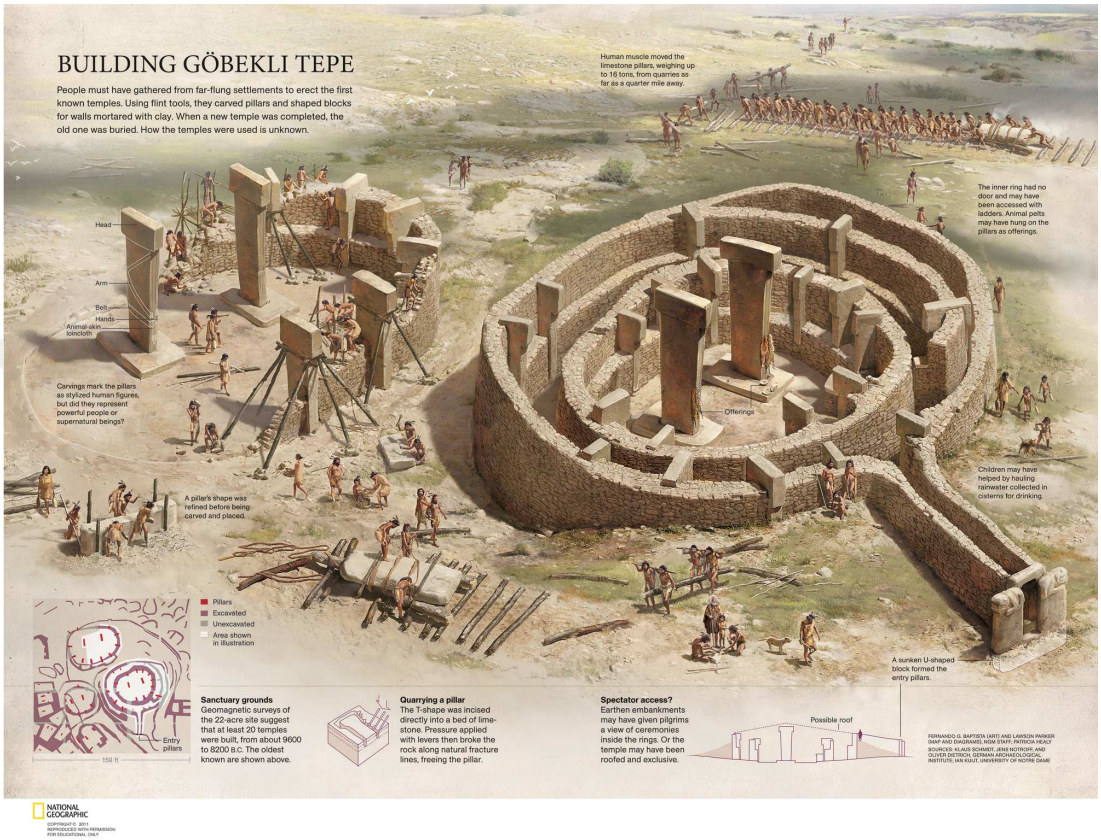
3.2. İnfografik Tasarımının Biçim Dili Açısından İncelenmesi

"Nesnel gerçekteki nesnelerin düzenlenişi, yapısını ve daha basit bir anlamda dış-yapılarını, fark edilebilir yüzeysel görünüşlere biçim denir."[30]

Biçim ve içerik ile ilişki kurmasıyla birlikte bir tasarımın oluşum süreci başlamış olur. Tasarımsal ögelerle anlatılmak istenilen konular, düşünce ve duygular o tasarımın içeriğini oluşturur. Tasarımda kullanılan yazı ve tipografiler, grafiklerin, fotoğrafların, piktogram ve şekillerin kompozisyonu düzenleme aşamasında kurulan estetik yaratma süreci ise biçimi meydana getirir.

[30] https://eodev.com/gorev/13018719

"Yaratma sürecini, biçimlendirme süreci olarak ele alırsak; sanatçının ifadesi onun biçim dilini oluşturur diyebiliriz. Sanatçı biçim dilini oluştururken sistematik kurallar, dizgeler kullanır ve kullandığı bu dizgelerin anlamlandırma sürecine de yine kendisi müdahale eder."[31]



Kaynak: http://infografiknedir.com/wp-content/uploads/2015/08/fernando-baptista-infografik-grafik-Gobekli.jpg

Resim 3.1. National Geographic Dergisi Art Direktörü tarafından tasarlanan 'Göbekli Tepe' infografiği.

Yapılan arkeolojik araştırma sonuçlarına göre 12,000 yıl önce inşa edilmiş ve bilim adamları tarafından insanlığın en eski tapınağı olarak tespit edilen Göbekli Tepe, ülkemiz sınırları içerisinde Şanlıurfa'ya 15 km uzaklıkta bulunmaktadır.

---

[31] Reyhan Demir, **Sanatsal Yaratma İfade ve Biçim Dili**, Dokuz Eylül Üniversitesi, Buca Eğitim Fakültesi, Resim-İş Bölümü Doktora Öğrencisi Makalesi, İzmir, 2006, s.1

"Arkeolojik olarak Çanak Çömlek Öncesi Neolitik A Dönemine (M.Ö 9.600 – 7.300) ait olan Göbekli Tepe'de, bir tepe üzerine inşa edilmiş çok sayıda yuvarlak biçimli yapı bulundu. 1995 yılında arkeolog Prof. Klaus Schmidt tarafından Alman Arkeoloji Enstitüsü'nün desteğiyle başlayan kazılar sonucu elde edilen verilere göre bu yapılar yerleşim amaçlı kullanılmamışlar. Göbekli Tepe'de bulunan henüz sadece altı tanesi gün ışığına çıkarılmış, toplam 20 adet olduğu belirlenen bu üzeri açık yapıların dini amaçlı yapılmış olduğu biliniyor, yani bu yapılar dünyanın ilk tapınakları. Taş devrinden kalma bu tapınakların yapılış biçiminde ortak bir özellik göze çarpıyor, T biçiminde sütunlar ile çevrilmiş bu tapınakların merkezinde iki T biçiminde sütun karşılıklı olarak yer alıyorlar."[32]

Elde olan bu bilgiler doğrultusunda Fernando Baptista yaratma süreci kapsamında araştırma ve incelemelerini yaptıktan sonra elde ettiği bilgileri farklı modelaj araçları ve çizim teknikleri ile biçimlendirmiştir. Resim 3.2.'nin kaynak linkinden de ulaşabileceğimiz videoda Fernando Baptista'nın Göbekli Tepede Arkeologlarla birlikte yaptığı araştırma-inceleme ve çalışma tekniği kullanımı esnasındaki video çekimleri görülmektedir.



Kaynak: https://www.youtube.com/watch?v=heV7CebZKw8

Resim 3.2. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği araştırma ve inceleme yaptığını gösteren videodan bir kesit.

[32] http://xn--gbeklitepe-ecb.com/

Göbekli Tepe infografiğini biçim yönüyle incelediğimizde 3 boyutlu yöntemleriyle tapınak bölümünün modellendiğini, illüstrasyon çizim yöntemi ile de o dönemde yaşayan insanların yaşam biçimlerinin şekillendirildiği görülüyor. Sol alt köşede kroki çiziminin yanı sıra yine altta da algı kolaylığını artırmak amaçlı benzerlik ilkesi doğrultusunda iki boyutlu çizimler konumlandırılmış ve genel olarak yazılarla denge ve uyum ilkeleri doğrultusunda kompozisyon tamamlanmıştır.

3.3. İnfografik Tasarımını Değerlendirme Kriterleri

İnfografiklerin anlatılmak istenen konuları hikayeleştirme özelliği vardır. Bir konu anlatılırken bir hikayesinin olması gerekiyor. Tasarlanmış bir infografiğin 5N1K (Ne, Nerede, Nasıl, Ne Zaman, Niçin ve Kim) sorularına cevap vermesi beklenir. Fotoğrafla anlatılması çok zor veya imkânsız olan konular infografik tekniği ile anlatılması tercih edilir. İnfografiklerle çok uzun metinlere asla yer yoktur. Görsel ağırlıklı kısa kısa metinlerle kompozisyonlar elde edilir.

George Orwell'in 'Şayet iş kendini anlatmıyorsa ben o işle ilgili yorum yapmak istemem. Bu bir başarısızlıktır.' sözünden yola çıkarak, bir infografik tasarımını değerlendirmek için ilk önce izleyici baktığında konuyu anlayıp anlayamadığına bakılmalıdır. Hangi dilde yazılmış olsa dahi ilk bakışta ele alınmış konu hakkında verilmek istenilen mesajı net bir şekilde verebilmeli.

İnfografiklerin 5N1K sorularına cevap vermesi beklentisinden yola çıkarak bir infografikte aşağıdaki maddelerin tamamı veya birçoğunun barındırılması gerektiğini belirtebiliriz.

- Büyük konu başlığı
- Spot metin
- Kısa ve özetlenmiş metin
- Tasarlanmış büyük görsel (illüstrasyon, 3D modelleme, fotoğraf vb.)
- Harita
- İkon
- Piktogram
- Tablo

3.3.1. İnfografiklerin Hedef Kitle Üzerindeki Etkileri

Pek çok insan için sayısal istatistikleri çözmek ya da belli bir sektörün kendine has terimlerini anlayabilmek sıkıcı ve içinden çıkılmaz bir süreç haline gelebilir. Yalnızca metin şeklinde verilen uzun ve karmaşık veriler, okuyucunun cesaretini kırabilir ya da verilmek istenen mesaj, sayısal verilerin içinde kaybolabilir. Örneğin; sağlık hizmetleri içerisinde bulunmayan kişiler için, sağlık terimleri ve stratejileri oldukça karmaşık olabilir. İnfografik tasarımlar bu karmaşık verilerin olabilecek en eğlenceli ve görsel temalı halleridir. Karma karışık çok uzun paragrafların içinde boğulmak üzere olan kullanıcı infografikler sayesinde belki de hiç ilgilenmeyeceği bir konu hakkında infografik tasarımın etkisinden dolayı ilgilenmeye başlayıp onun karşısında az da olsa zaman geçirebilir.

İnsan beyni genellikle, yığın halindeki bilgileri kavramakta zorlanırken, bir sayfa üzerindeki karakterlerden ziyade görüntü ve şemaları kavramakta daha başarılıdır. İnfografikler bu deneyimi insanlara yaşatabilecek en basit haliyle sentezlenmiş tasarımlardır. O yüzden herhangi bir konu ile ilgili bir tasarım yapılacağı zaman ağır ve karmaşık yazılar yazmaktansa infografikler tercih etme sayesinde hem çok daha etkili olmasının yanı sıra hem de iletişim kuran insanların bilgileri daha hızlı algılayıp ve daha uzun süre hatırlamalarını sağlanmış olur.

3.3.2. İnfografiklerin İzleyici Açısından Ele Alınması

Başarılı infografik tasarımlar okuyucu ya da izleyicide unutulmayacak bir etki bırakır. Kolay anlaşılabilir olmasının yanı sıra paylaşılabilir özelliği de diğer görsel iletişim türlerine göre çok yüksektir. Yani bir izleyicinin görmüş olduğu bir infografikle etkileşim kurma yüzdesi yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle sağlık merkezlerinde ve lise ve dengi okul duvarlarında asılı infografik tasarımlarla karşılaşmak mümkündür. İnfografik tasarımların bu tür ortamlarda yer bulabilmesinin sebebi de izleyici açısından kolay anlaşılabilmesi ve ilgi çekici olmasından dolayıdır.

3.4. İnfografiklerde Veri Araştırması ve Görselleştirme

İnsanların en büyük sorunlarından biri her duyduğuna inanmaktır, bu da doğru bilgiye ulaşma yolundaki en büyük engellerden biridir. Bu engeli kaldırmada en etkili yöntem sorgulamak ve araştırma yapmak olacaktır. İnfografik tasarımlarda kullanacağımız bilgilerin de doğru olması için elimizdeki bilgilerden şüphe duymak ve konunuz uzmanlarından gelip gelmediğine bakmak olmalıdır.

"Görselleştirme, tasarımın en önemli evresidir ve kurgulanmasındaki başlangıçtır. Bu başlangıç evresinin en vazgeçilmez ürünü ise taslaklardır. Taslaklar ya da eskizler araştırmanın asal ögeleridirler. Ayrıntılı olarak; karalama, ön taslak ve ayrıntılı taslak evrelerinden geçerek oluşturulan taslaklama (eskizleme) çalışmasında on farklı yaklaşım söz konusudur. Bunlar; a) mondrian taslakları, b) imge ağırlıklı taslaklar, c) metin ağırlıklı taslaklar, d) çerçeveli taslaklar, e) sirk taslakları, f) çok panolu taslaklar, g) siluet taslaklar, h) tipografik taslaklar, i) rebus taslaklar, j) harf biçimli taslaklardır."[33]

"Taslak çalışmalarında izlenen bu on yaklaşım hiçbir zaman birbirlerinden kesin sınırlarla ayrılmış ve formüle edilmiş yöntemler değildir. Bazen bir tasarım içinde bu yaklaşımların birkaçı aynı anda görülebilir. Esas olarak bakıldığında yaratıcı ve yenilikçi tasarımcılar bu kategorilere girmeyen farklı ve özgün yöntemler araştırmakta ve bu doğrultuda çalışmalarını sürdürmektedirler. Bu yaklaşımlar; sektörel bazda reklam kampanyalarının sıra dışı, özgün ve özgürlükçü bir platformda gelişmesi ve yayılmasına katkıda bulunmaktadır."[34]

Güvenilir ve geçerliliği olan bilgi üretmenin yolu bilimden geçmektedir. Bilim inanç ve duygulara değil akla ve mantığa, öznel gözlemlere değil deney ve nesnel gözlemlere dayanır. En doğru ve güvenilir bilgiye ulaşmanın yolu bilimsel yöntemlerle ulaşılabileceği düşünülmektedir. Gözleme, deneye ve akla dayanarak sistematik yollarla elde edilen bilgiler iyi bir infografiği tamamlar.

---

[33] Emin Sonad, **Reklam Kampanyasının Doğru Bilgilerle Ajans Tarafından Uygulanması ve Tüketiciye sunulmasında Kullanılan Yöntemler,** Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlilik Tezi, İzmir, 2015, s.92

[34] Emre Becer, **İletişim ve Grafik Tasarım,** Dost Kitap Evi Yayınları, Ankara, 2006, s.76

Bilimsel Yöntemin Adımları:

- Problemin saptanması ve tanımlanması.
- Bu problemin nasıl çözüleceğinin kestirilerek hipotez veya araştırma sorularının hazırlanması.
- Nasıl bir araştırma düzeneğiyle bu hipotezlerin test edileceğine karar verilmesi.
- Verilerin toplanması.
- Verilerin çözümlenerek anlamlı hale getirilmesi.
- Yorum ve genellemeler yapılması.
- Rapor yazılıp bilgileri kayıtlı ve başka uzman kişilere iletilebilir duruma getirme.

3.4.1. Olay Yerine Gidip Araştırma ve İnceleme Yapma Gerekliliği

Yaşanmış bazı olayların infografik tasarımı yapılması gerekliliği durumlarda, konu edilen olayın olduğu yere fiziksel olarak gidilmelidir. Bilgi aktarımı esnasında aktaran kişi sayısı arttıkça doğru bilginin tasarımcıya ulaşması esnasında bazı yanlış anlaşılmalar ve veri kayıpları yaşanması riski vardır. Bu durumun ayrıyeten tasarlama sürecini de olumsuz yönde uzamasına sebep olarak infografiğin güvenirliliğine de olumsuz etkisi olabilir.

3.4.2. Yetkili Kişi ve Kurumlarla Görüşmenin Önemi

İnfografiklerde çok fazla teknik bilgi ve veri kullanımı her zaman ön plandadır. Bu yüzden dolayı doğru teknik bilgi edinebilmek için ilk akla gelen yöntem sektörden konunun uzmanları ile görüşmektir. Örneğin; tarihi eser bir yapı hakkında infografik tasarımı yapılacaksa tarihi eserin bulunduğu il / ilçeye gidip ilgili resmi kuruluştan (Müze Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı vb.) gerekli izinler alınması gerekir. Gerekli izinler alındıktan sonra resmi kaynaklar doğrultusunda olay yerinde araştırma ve inceleme yapma imkânı sağlanmış olur. Özellikle 3D Modelleme yöntemiyle

yapılacak tasarımlar için detaylı ayrıntı fotoğraf çekimi yapılabilmesinin yanı sıra tasarımın eskiz çizimlerinin de konu mekânında yapılması infografiğin doğruluğu ve güvenirliliğini artırmaktadır.



Kaynak: https://www.youtube.com/watch?v=heV7CebZKw8

Resim 3.3. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği için araştırma ve incelemelerini konunun uzman arkeologları ile yapmıştır.

Resim 3.3. 'Göbekli tepe tapınakları düzenleyen sanatçı Fernando Baptista, arkeologlarla Türkiye'deki harabeleri süsledi.'



Kaynak: https://www.youtube.com/watch?v=heV7CebZKw8

Resim 3.4. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği araştırma ve inceleme yaptığını gösteren videodan bir kesit.



Kaynak: https://www.youtube.com/watch?v=heV7CebZKw8

Resim 3.5. Fernando Baptista'nın Göbekli Tepe infografiği araştırma ve inceleme sırasında çizmiş olduğu eskizler.

3.4.3. Farklı Kaynaklardan Bilgiyi Doğrulama Gerekliliği

Elde edilmiş olan bilgiyi, online web yazılımları ve geleneksel yöntemler ile doğrulaması yapılabilmektedir. Örneğin; turnitin programı ile bir tez çalışmasında intihal olup olmadığı anlaşılabilmektedir. Fakat hiçbir teknolojinin %100 kesinlik oranıyla insanlar tarafından üretilmiş bir bilgiyi otomatik olarak doğrulayamayacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra insan gözü ya da geleneksel araştırmalar da yeterli değildir. Çünkü özellikle medya kuruluşları servis ettikleri bilgileri kendi bakış açılarıyla ele alırlar. Bu durum ise bilginin doğruluğunu şüpheye düşürür. Güvenilir bilgiye ulaşabilmek için aşağıdaki yöntemlerin kombinasyonu bize doğru cevabı verebilir.

"Doğruluk, bir infografik tasarımın en önemli yönüdür ve her şey ikincildir. İnfografik verilerinizde veri görselleştirmeleri sayılarla eşleşmelidir. İnfografiğin gücü, her iki şekilde de çalışır ve alırsanız size zarar verebilir. Yanlış bilgilerinizi kitlenize aktarma becerisi net bir görselleştirme ile konunuzdaki uzmanlığınızı gösterebilir alan, güvenilirliğinizi inşa edin ve kitlenizin hatırlamanıza yardımcı olun mesaj. Veri görselleştirmelerini yanlış yapmak, güvenilirliğinizi öldürebilir hızlıca ve konunuzdaki uzmanlık eksikliğinizi kanıtlayın alanı. Kitleniz, bir veri görselleştirmesi aldığınız için bunu kabul edecektir Yanlış, mesajınızın geri kalanı da şüpheli bir

doğruluktur. Bir kötü grafik seyirciden o kadar ilgi görmeyecek kadar dikkat çekiyor. Bilgilerin geri kalanının doğru olması. Kötü algı bil dinleyicinin zihninde belirecektir."[35]

3.4.3.1. Bilginin Kaynağı

Özellikle internet sayfalarında aynı konu ile alakalı birbirinden çok farklı bilgilere rastlamak mümkün. Hatta bir kitapçı rafında aynı kişi hakkında yazılmış çok farklı bilgiler içeren kitaplar dahi var. (Örneğin; Orhan Pamuk) Karşımıza çıkan kötü amaçlarla hazırlanmış bazı sahte bilgiler, çok basit online araçlar yardımıyla gerçeğe yakın bir görünümde sunuluyor olabilir. Örneğin; Tweeterino gibi bir araçla, kolayca sahte bir tweet hazırlamak mümkün. Bu nedenle işe, elimizdeki bilginin kaynağının doğruluğunu kontrol ederek başlayabilirsiniz.

Bir bilginin kaynağından emin olunsa bile, bu bilginin dolaşıma kimler tarafından sokulduğunu araştırmak da bilgiyi doğrulamak için etkili olacaktır. Örneğin, önem taşıyan bir bilgiyi infografik tasarımına konu edinmeden önce, içeriğin kaynağına ulaşmak ve ilgili görüntünün ne zaman ve nerede çekildiği gibi sorular sorarak, bu bilginin kaynağının doğruluğundan emin olmak gerekir.

3.4.3.2. İçeriğin Zamanı

Etkileşimde olduğumuz içerikler, gerçekçilik ve kaynak açısından ikna edici olsa da gerçek olay ile uyuşmayan bir tarihte yayınlanmış veya artık geçerliliğini yitirmiş olabilir. Bu nedenle, bir içeriğe değer vermeden önce, kaynağının yayınlandığı zamanı ve güncelliğini kontrol etmek de faydalı olacaktır. Örneğin; Özellikle sosyal medya ortamlarında görüntü olarak gerçek ama konu ile alakasız gerçeği yansıtmayan çok fazla görsel paylaşımı ile karşılaşabiliriz.

---

[35] Randy Krum, **Cool Infographics, Effective Communication with Data Visualization and Design,** Puplished by John Wiley & Sons, Inc. Kanada, 2014, s.272

3.4.3.3. İçeriğin Yeri

Paylaşacağınız içeriğin bütün parametreleri ikna edici olsa bile, özellikle görsel içerikler yanıltıcı olabilir ya da bilginin kaynağı olan yerin algılanmasını sağlamakta yetersiz kalabilir. Bu durumda, içeriği dikkatlice inceleyerek ya da online görsel doğrulama araçları kullanarak bu yerin doğruluğundan emin olmak gerekir.

Steve Buttry'e göre, doğrulama aşağıdaki üç unsurun karışımını kullanır;[36]

1. Kişinin becerikliliği, ısrarı şüpheciliği ve yeteneği.
2. Bulabildiğiniz ve konuşmaya ikna ettiğiniz kaynakların bilgisi, güvenilirliği, dürüstlüğü ve farklı kaynak sayısı ve çeşitliliği.
3. Belgelendirme

3.5. İnfografik Üretiminde Kullanılan Tasarım Teknikleri ve Programları

İnfografik tasarımının yaratılma sürecinde basılı türde olan infografikler için en yaygın olarak; Adobe Creative Cloud uygulamaları olan Adobe Photoshop, İllüstratör, In Design'ın yanı sıra Cinema 4D, 3DS Max ve Autodesk Maya programları kullanılmaktadır. Web ortamında kullanılan infografik tasarlama sürecinde ise daha kapsamlı olarak basılı infografik yaratımı sürecinde kullanılan yazılımlarla Adobe After Effect, Premier, Edius, Audition, Adobe Muse, Edge Animate, gibi programlardan ayrı temel CSS, HTML ve Javascript kodlama sistemleri de kullanılmaktadır.

3.5.1. İnfografik Tasarlama Süreci ve Eskiz

İnsanoğlunun konuşmadan önce mağara duvarlarına resimler çizdiği bilgisi üzerinden gidersek, çizginin konuşmadan önce geldiğini anlarız. Yine her çocuğunda yerlere, duvarlara veya kağıtlara bir şeyler çizmeye çalışması ve ilkokul çağlarında da kendini ifade edebilmek için resim ya da çizim yöntemini kullanmaya çalışması bize tasarlanma sürecinin nasıl başlaması gerektiğinin bir göstergesi olarak düşünebiliriz.

[36] http://verificationhandbook.com/book_tr/chapter2.php

Eskiz yapmak kâğıt üzerinde sessizce düşünmek demektir. Yeni fikirlerin doğum öncesi gibidir. Dijital ortamda infografiğin tasarlama sürecine başlamadan önce elimizdeki bilgileri bir kalem ile kâğıt üzerine serpiştirilmesi gerekir. Bu bilgilerden birlerine benzerlik gösterenleri algı yönetimini kolaylaştırması açısından gruplanmalıdır. Eskiz aslında sadece kâğıt ve kalemle yapılmaz. Birçok profesyonel tasarımcıların yaptığı gibi dijital ortamlarda da eskiz yapılabilir. Grafik tabletle Photoshop programı kullanılarak da benzer deneyim yaşanabilir. Ya da daha farkı bir yöntem olarak, ilgili konuya benzer görseller ile yine Photoshop veya benzer bir programda kolay tekniği ile hızlı bir şekilde eskizler çizilebilir. Eskiz çiziminin gerekliliğindeki en temel maksat tasarlayacağımız infografiğe konu olan bilgileri en estetik ve en doğru bir şekilde görünmesini sağlamak ve çok fazla zaman kaybetmemek için alternatifler oluşturmaktır. İyi bir eskiz oluşturulması hem daha etkili ve yeni fikirler oluşturmak hem de tasarlanma sürecini daha verimli kullanmak açısından önemlidir.



Kaynak: https://www.muratgokce.net/portfolio-item/turkiyenin-kapisi-anadolunun-tapusu-ahlat/

Resim 3.6. Türkiye'nin Kapısı, Anadolu'nun Tapusu başlıklı infografik tasarımımın karakalem ve bilgisayar destekli eskiz çalışmaları.

3.5.2. İnfografik Tasarımında Kompozisyon

Kavramsal ve görsel ögelerin belirli, bir hiyerarşi içinde birbirleriyle ilişkilendirilmesi kompozisyonu oluşturur. Kompozisyonda en önemli ilke, içeriklerle birlikte görsel ögelerin birbiriyle uygunluk gösterip bütünü oluşturabilmesidir. Hiçbir öge birbirine yabancı ve uyumsuz olmamalıdır. Yani tasarımın bütünü izlendiğinde göze hoş gelecek oranlarda düzenlenmelidir. İnfografik anlatım dilini oluşturan tüm biçimsel ögelerin belli bir çerçeve içinde anlatımı en etkili kılacak şekilde düzenlenmesi mesajın kolay ulaşımı ve ilgi çekiciliği bakımından önemlidir.

3.5.3. Renk Algısı ve Bilgilendirme İşlevi

Renk algısı insanlar veya toplumlar arasında yaş, etnik köken, cinsiyet, dil ve din farklılıklarına göre değişiklik gösterebilir. Örneğin; siyah birçok ülkede matemi temsil etmesinin yanı sıra Çin kültüründe tam tersi beyaz matem rengidir.

"Renkleri kullanırken toplumdaki farklı grupların farklı çağrışımlara sahip olduğu ve farklı tepkiler verebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Yani kişiler kullanılan renge farklı tepkiler verebilir. Bundan dolayı bir tasarımcı tasarımında 83 kullanacağı rengi seçerken duygusal tepkilerin veya içgüdüsel çağrışımların kültüre göre farklılık gösterebileceğinin farkında olarak tercihte bulunmalıdır."[37]

Uçar'ın belirttiği gibi, "Renk fiziksel bir oluşumdur ve ışık ile birlikte var olur. Önemli bir tasarım ögesi olduğu gibi, aynı zamanda sembolik bir değeri de vardır"

"Nasıl ki sesler bizim üzerimizde neşe, sevinç, hüzün ve keder gibi çeşitli duygular uyandırır ise renkler de aynı şekilde bir etkiye sahiptir. Yani bizler renkleri tıpkı sesler gibi kullanarak vermek istediğimiz mesajı, etkiyi ya da duyguyu onlarla aktarabiliriz."[38]

---

[37] Gavin Ambrose ve Paul Harris, G**rafik Tasarımında Renk,** Literatür Yayınları, İstanbul, 2013, s.106

[38] Nevide Gökaydın, **Eğitimde Tasarım ve Görsel Algı,** H.H.K Basımevi, Ankara, 1990, s. 30

3.5.4. Rengin İnfografik Tasarımına Etkileri

Bir infografiği renkten ayrı düşünmek mümkün değil. İnfografik tasarımlar insanları ve toplumları bilgilendirme amaçlı yaratıldığı için renklerin vurgulayıcı özelliğinden yüksek oranda faydalanılır.

"Renk bazen öyle bir etki yaratabilir ki bütün bir tasarım renk üzerine kurulabilir ve böylece yaratım sürecinin en temel elemanı haline gelebilir. Bundan dolayı tasarımcı tarafından kullanılan rengin türü (sarı, kırmızı ve mavi) gibi, rengin tonu (açıklık ya da koyuluk) ve rengin yoğunluğu (parlaklık) gibi şeyler tasarım sürecinde ve sonrasında çok önemlidir. Bundan dolayı tasarımı meydana getirecek kişi rengi kullanırken tüm bunları profesyonel bir şekilde oluşturmalıdır."[39]

"Günümüzde apayrı bir önemi olan renkler insanlık tarihi boyunca her toplum tarafından kullanılmıştır. Renkler toplumları, kurum ve kuruluşları hatırlatmak amacıyla kullanılmıştır. Yani renkler tarih boyunca toplumları yansıtmada simge görevi üstlenmişlerdir. Renklerin toplumları yansıtma rolü günümüzde de devam etmektedir. Sıcak bölge insanlarının kırmızı, turuncu, sarı gibi ateş renklerini severken, soğuk bölge (iklim) insanlarının mavi, mor, yeşil gibi soğuk renkleri sevmeleri buna örnektir. Bunun nedeni iklim ve doğal şartların toplum psikolojisini yönlendirmede son derece etkili oluşudur. Bunun yanı sıra renklerin, dinsel inançlardan kaynaklanan anlamları ile de karşılaşılır. Bu duruma, Hıristiyanlar ve Çinlilerin sarı rengi kutsal saymaları örnek olarak verilebilir. Ayrıca, Budizm de turuncu renk önemsenirken, İslam dininde de yeşilin ayrı bir önemi vardır'[40]

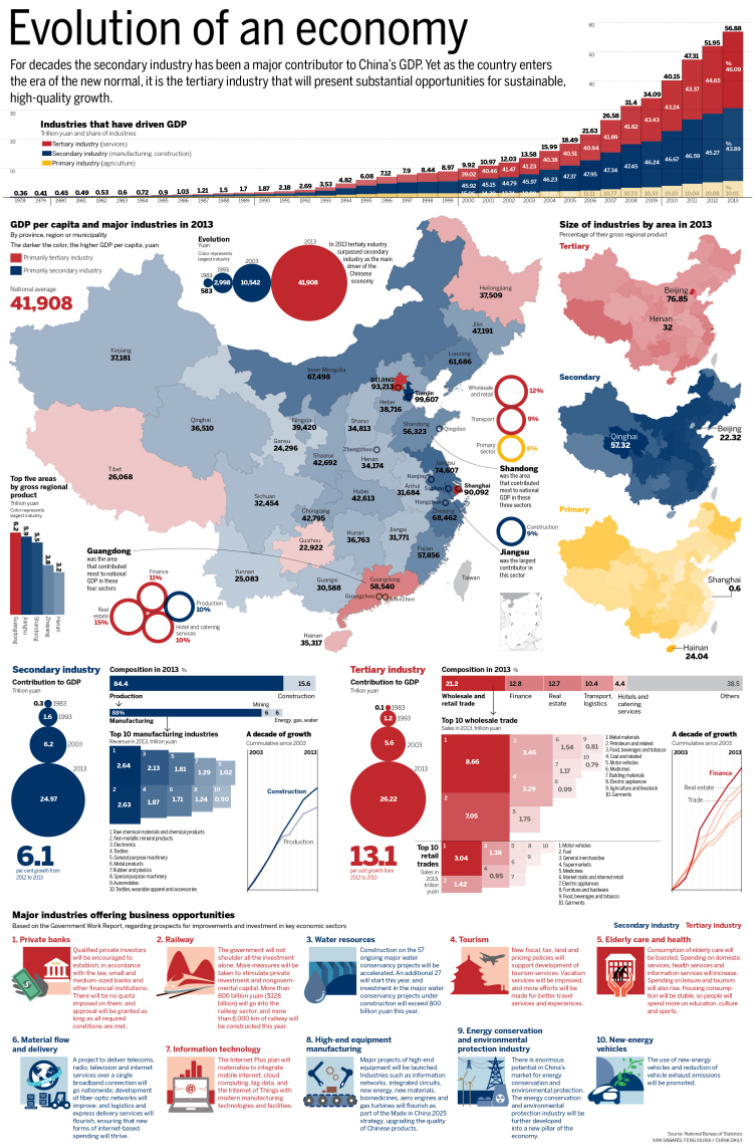
---

[39] Gülay Özlen, **Görsel Kimlik Tasarımında Logo ve Amblem Kullanımının Sektörlere Göre Renk Algısı,** Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2014, s. 82

[40] Gülay Özlen, **Görsel Kimlik Tasarımında Logo ve Amblem Kullanımının Sektörlere Göre Renk Algısı,** Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2014, s. 53

Renk Kullanımında dikkat edilmesi gerekenler;

- Renklerin kültürel çağrışımı
- Hedef kitlenin renk tercihi
- Tasarımdaki yaklaşım biçimi



Kaynak: http://newspagedesigner.org/photo/understanding-china-s-domestic-economy

Resim 3.7. İnfografik tasarımda renk kullanımı örneği.

Renk kullanımına örnek olarak Resim. 3.7'yi incelediğimizde Çin'in ekonomisini anlamak başlığında farklı renkler ile farklı türden bilgiler eşleştirilerek renklerin güçlü ve yoğun kullanımıyla infografik tasarlanmış. Harita üzerinde farklı

renk tonlarıyla ekonomik değişimler vurgulanmış. Sarı renk ile birinci derece endüstri (tarım), mavi renk ile ikinci derece endüstri (imalat sanayi) ve kırmızı renk ile de üçüncü derece endüstriler (servis) gösterilmiştir. Bu durumda haritaya baktığımızda hangi şehirlerde hangi endüstrinin yoğunlukta olduğunu hemen anlayabiliyoruz.

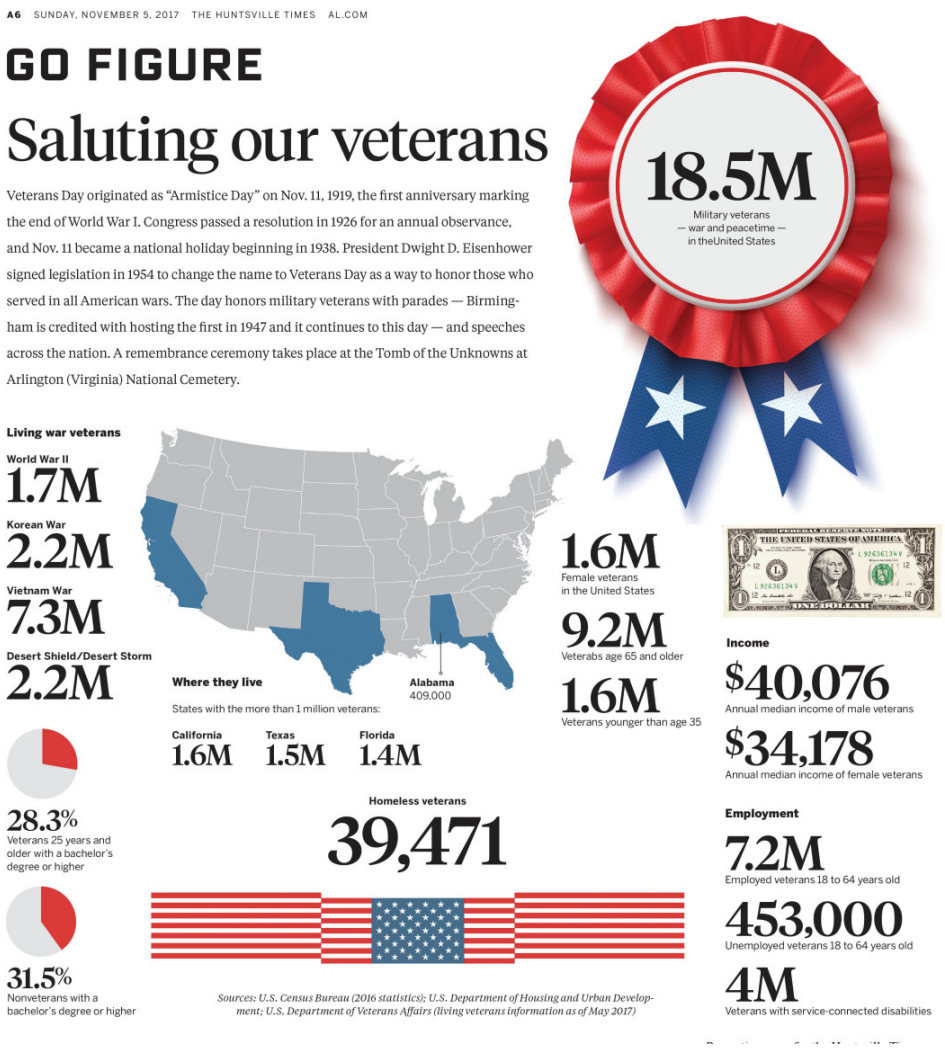
3.5.5. Yazı ve Tipografinin Kullanımı

Yazı; belirli bir sistematik düzeyde, dile dair sözlerin görsel işaretlerle kullanıldığı bir tür görsel iletişim aracıdır. Sözler kalıcı değilken yazı somut bir ögedir ve sonsuza kadar muhafaza edilebilir. Günlük yaşantımızda yazının çok büyük önemi vardır. Muhafaza edilebilir özelliği ile belge niteliği taşır. Örneğin; twitter.com'da yazılmış bir tweet üzerinden yüzyıllarda geçse online ortamlardan ulaşılabilir özelliği vardır. Tipografi ise; yazının tasarıma dönüşmüş halidir. Yunancada τυπογραφία typographía = τύπος týpos (form) + "graphia" (yazmak), typographia sözcüğünün Türkçe halidir. İnfografik tasarımlarda minimum seviyede olması makullüğü ile yazı ve tipografiler kullanılır. Spot, metin ve genel açıklama bölümlerinde şüphesiz yazı kullanılır. Yazıda geçen bazı önemli ayrıntılar ise tipografik yöntemlerle kompozisyonda daha belirgin hale getirilerek görsel iletişimin gücünün artırılması sağlanır. Reklam amaçlı her türlü mecrada tercih edilen tipografi, mesajı ikna edici kılan vazgeçilmez bir unsur olarak öne çıkar.

Resim 3.8'de olduğu gibi, Amerika Birleşik Devletleri'nde, çeşitli savaşlarda gazi olmuş insan sayısını gösteren bir infografik tasarımı yapılmış. Yazı ve Tipografi başlığı altında incelediğimizde hem yazı hem de tipografinin kullanıldığını gözlemleyebiliriz. İnfografikte önemli olan bilgiler tipografi yöntemiyle can alıcı ve ilgi çekici hale getirilmiş. Örneğin; ikinci dünya savaşında 1,7 milyon gazi olduğunu hızlı bir şekilde görebiliyoruz.

"Grafik tasarımcı elindeki bilgiyi vermek istediği etki ışığında düzenler, bir çeşit görsel seti besteler. Aslında gündelik hayatta konuşurken kullandığımız tonlama benzer seviyeler taşır. Telefonda annemizle konuştuğumuz ton ile patron veya amirlerimizle konuştuğumuz ton aynı değildir. Farklı mesajları farklı tonda söyleriz. Buna benzer şekilde grafik tasarımcı da başlık, slogan veya alt başlığın hangi tonda veya hangi şekilde söylenmesi gerektiğine karar verir. Aslında oldukça basit gibi görünen bu süreç, saygın bir sanat, öğrenmesi zor bir uzmanlık dalıdır. Zorluğu pek

çok kural, sistem, bilginin özümsenmesinden daha çok, görsel açıdan duyarlı ve sanatkarane bir yapı gerektirmesindendir. Aksi takdirde ortaya çıkan çalışmalar, duyarlılık boyutundan uzak, teknik bir sürecin sonuçları olur. İşte bu yüzden usta bir grafik tasarımcısı, harf biçimlerini doğru kullanarak ana işlev olan iletişimi, çalışmasının eksenine yerleştirmekle birlikte, estetik, kavramsal ve özgün bir çalışma yaratmayı da hedef edinmelidir."[41]



Kaynak: http://newspagedesigner.org/photo/115-ht-go-figure-a6

Resim 3.8. Amerika Birleşik Devletleri'nde, çeşitli savaşlarda gazi olmuş insan sayısını tipografi kullanılarak tasarlanmış infografik.

[41] Tevfik Fikret Uçar, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,** İnkılap Yayın Evi, Ankara, 2004, s.139

3.5.6. Piktogram

Piktogram: "Sözcük anlamı bakımından Latince kökü olan 'boyamak', 'pictus' (resim) ve Yunanca kökü olan 'izlemek, yazmak', 'graphein' (yazı) sözcüklerinden türemiştir."[42] Canlı ve cansız bir nesnenin ana hatlarını kapsamında stilize edilmiş görüntülere piktogram denir. İfade biçimi açısından yorumlanmaya müsait olmayan kendini çok net bir şekilde anlatan küçük resimlerdir.

"Piktogramlar, neyin nerede olduğunu, ne amaca yönelik olduğunu, bir başka deyişle bir mekânın, eylemin, uyarının, yaptırımın, hizmetin insanlara ulaşabilmesini kolaylaştıran görsel sistemleridir."[43] Piktogramlara genellikle insanların yoğunlukta olduğu mekanlarda rastlamak mümkündür. Metro istasyonu, otobüs durakları, havaalanları, hastaneler, oteller, asansörler ve kamu ve özel sektör işyerlerinde görsel iletişim sürecini sağlamaktadır.

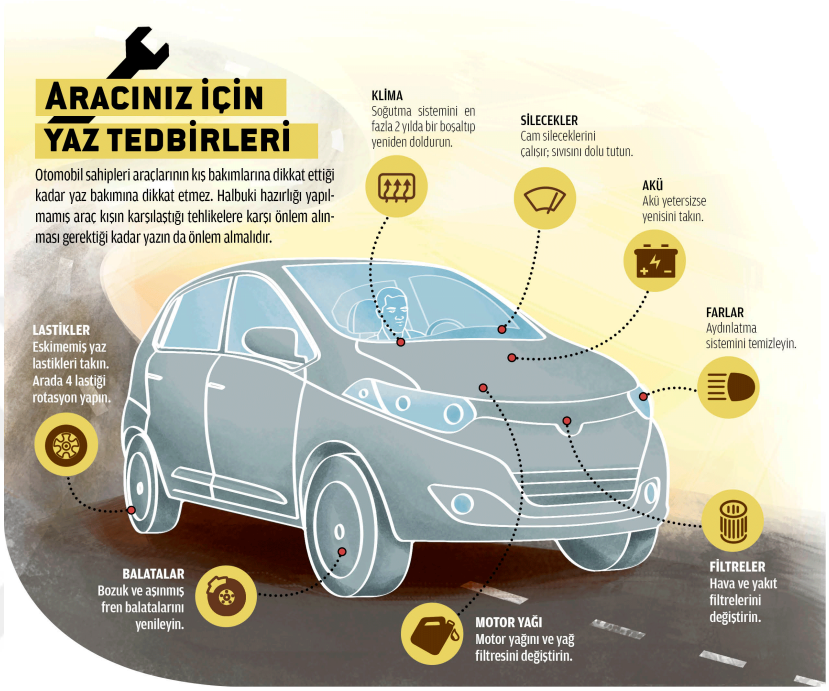


Şekil 2.14. Hastane ile ilgili piktogram örnekleri.

[42] Neyyire Dereoğlu, **Grafikte Piktogramların Gelişmesi Açısından İşaret ve Semboller,** Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1995, s.10

[43] Salih Denli, **Gösterge Bilim Açısından Grafik Gösterge Anlamlarının İncelenmesi,** Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, Erzurum, 1997, s.47

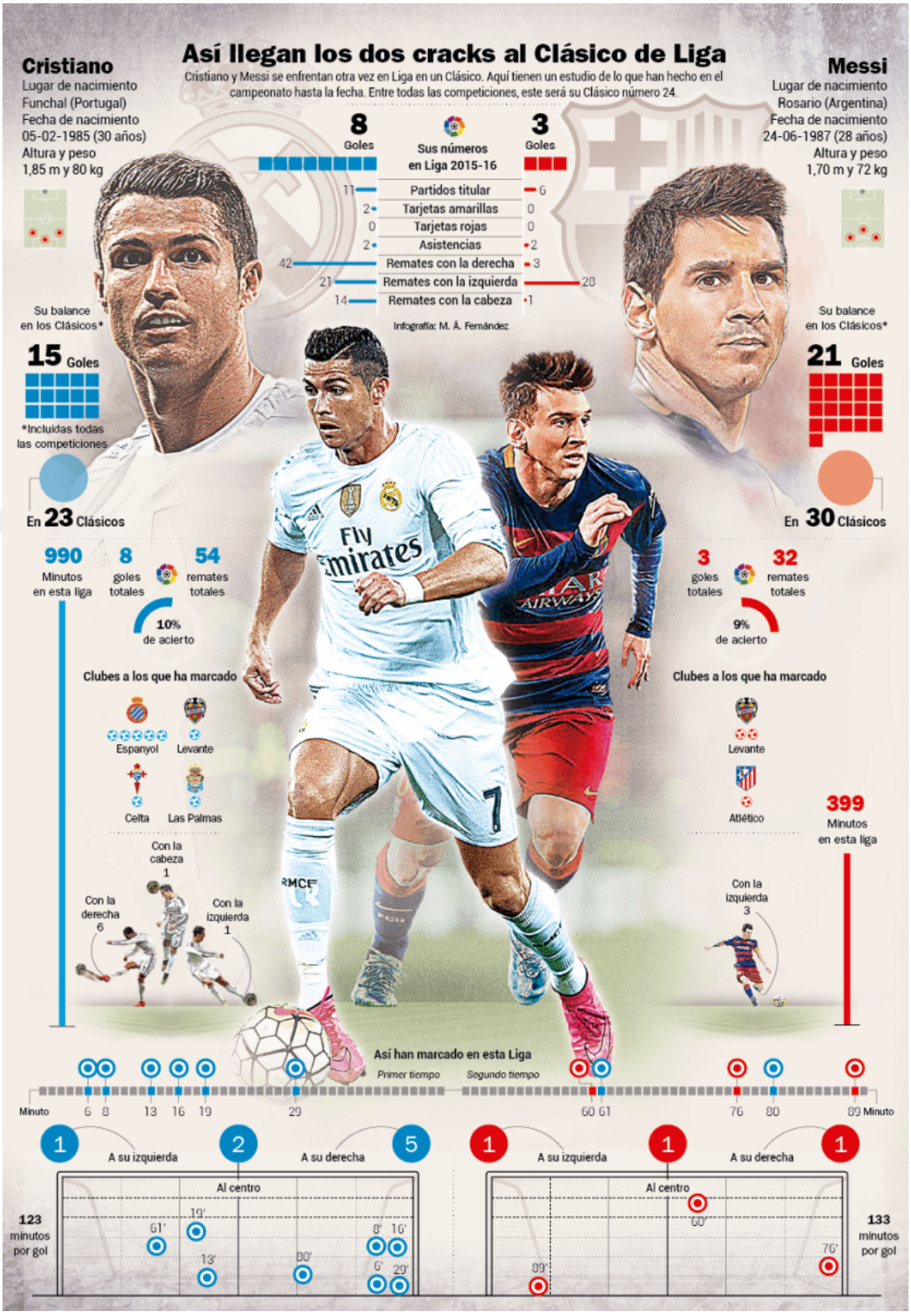
Piktogramlar infografik tasarımların vazgeçilmez ögelerinden bir tanesidir. Kompozisyonda genel olarak diğer görsel ögelere göre daha küçük konumlandırılırlar. Örneğin; Resim. 3.9'da araç bakımı ile ilgili yaz ayları içinde yapılması gereken tedbirleri birer cümlelik açıklamaların yanı sıra içeriği anlatan piktogramlar kullanılmıştır.



Resim 3.9. İnfografik tasarımında piktogram kullanımı.

3.5.7. Fotoğraf

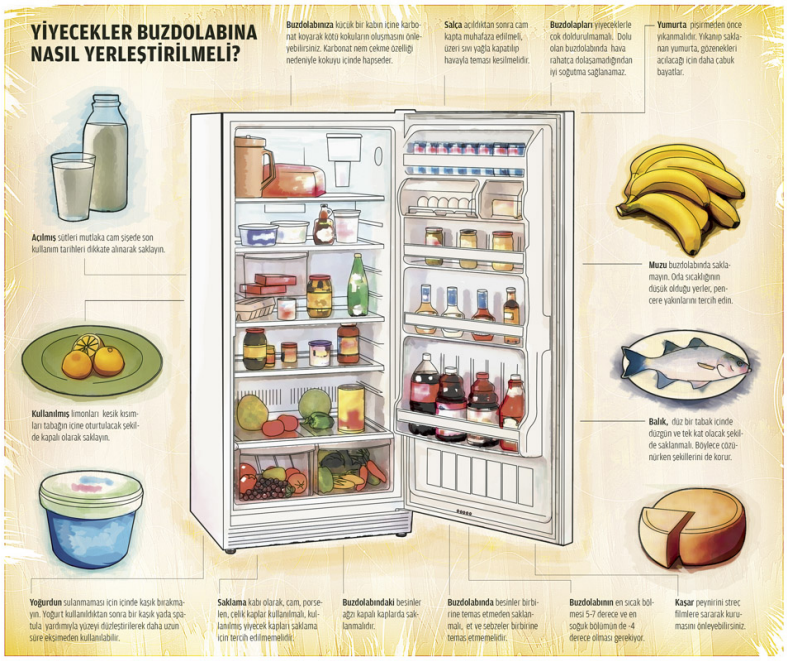
Çeşitli araç ve malzeme kullanarak görüntüyü özel bir yüzey üzerinde sabitleme işlemine fotoğraf denir. Bu sabitleme işlemi eskiden film üzerine yapılırdı ve karanlık odada uygun kimyasal karışım yardımıyla özel kâğıt üzerine aktarılarak görüntü elde edilmiş olunurdu. Teknolojik gelişmelerle birlikte filmin yerini sensör almıştır. Foto-Grafi (ışık-çizim) kelimelerinin birleşimiyle oluşmuştur. Fotoğraf üretebilmek için ışık ve fotoğraf makinesini olması yeterlidir. Sanat değeri taşıyan fotoğraf elde edebilmek için de ışığın ustaca kullanılması gerekmektedir. Resim 3.10'da olduğu gibi fotoğrafın güçlü bir şekilde konumlandırılması infografik tasarımının izleyici karşısında dikkat çekmesi sağlanılmıştır.



Resim 3.10. Cristiano Ronaldo ve Lionel Messi'nin bazı özelliklerinin karşılaştırıldığı infografik tasarımı.

3.5.8. İllüstrasyon

İllüstrasyon yöntemi infografiklerde en çok tercih edilen ögelerden bir tanesidir. İllüstrasyon Fransızca kökenli bir kelime olup nesnenin oran ve orantıları abarttırılarak veya tamamen hayal ürünü imgelerle resmedilmesi anlamına gelir. İnfografik tasarıma konu olan içeriğin belge niteliği taşıyacak bir görsel ögeye sahip olmadığı durumlarda başvurulan yöntemdir. Çok fazla tercih edilmesinin sebebi de genellikle infografik bilinen ve kayıtlı görsel ögesi olmayan konuları ele aldığı için ilk akla gelen yöntemdir.



Resim 3.11. İnfografik tasarımlarda illüstrasyon kullanımı.



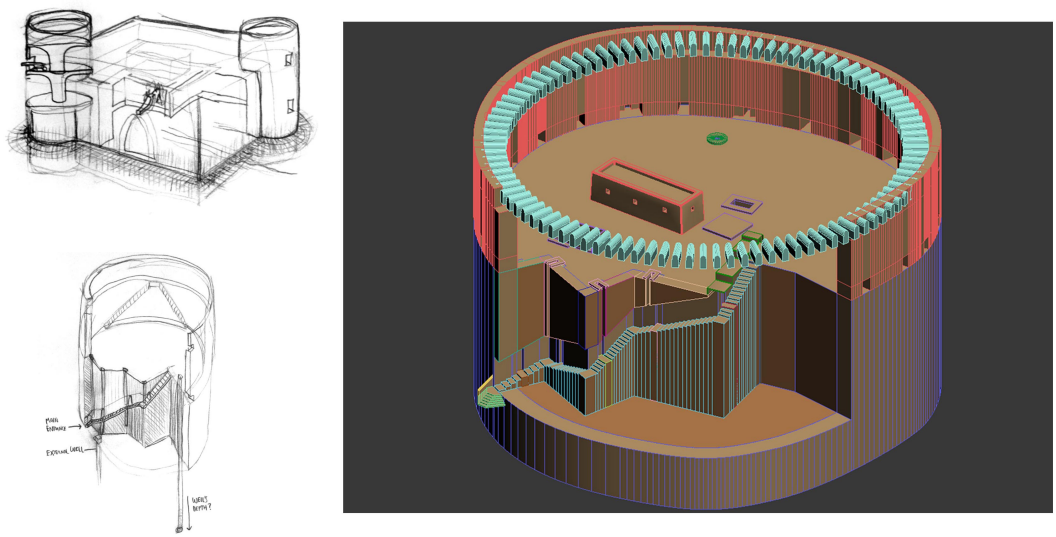
Resim 3.12. İnfografik tasarımlarda illüstrasyon kullanımı

Resim 3.12'deki örnekte de çocuklarımızı evde yaşanabilecek ev kazalarına karşı nelere, nasıl önlemler alınabileceğine yönelik illüstrasyon çizimler yapılmıştır.

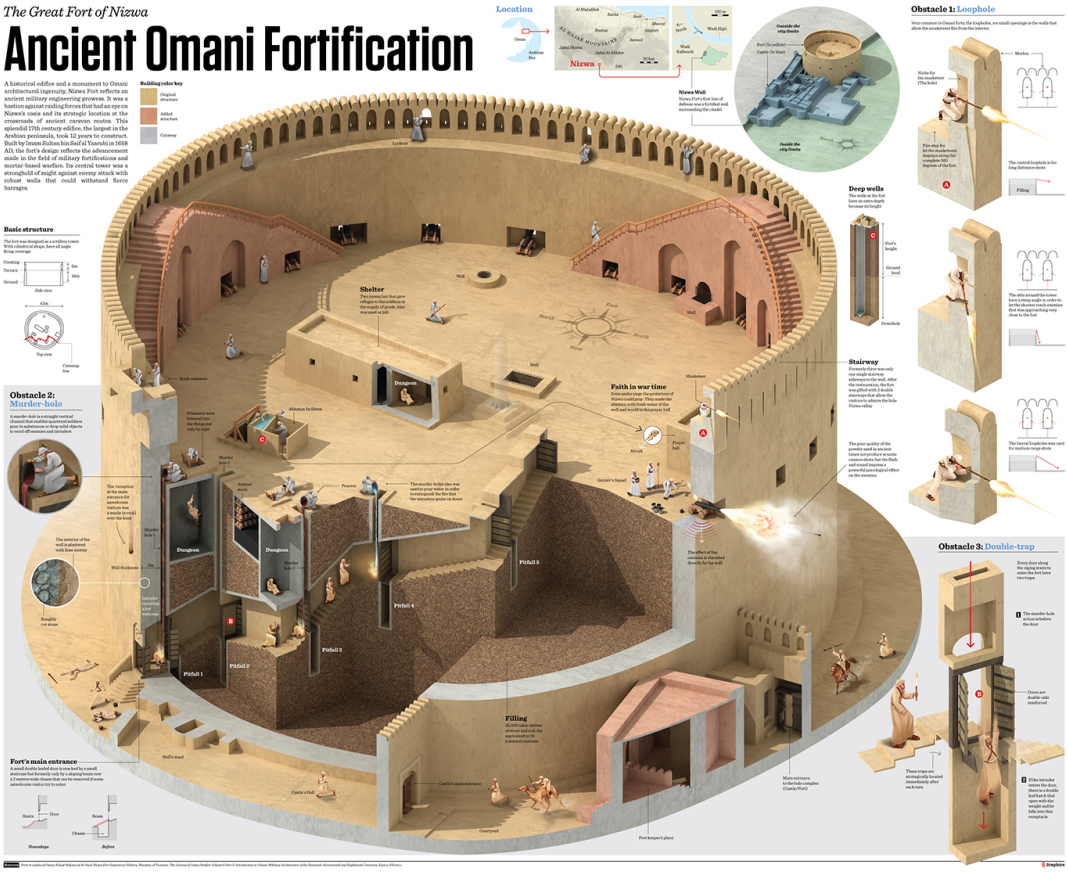
3.5.9. 3D Modelleme

Canlı veya cansız nesnelerin sanal ortam içerisinde gerçek ölçü ve derinliklerine bağlı kalarak yaratılan görsel ögelere 3D modelleme denilmektedir. 3D modellemeler objenin yüksekliği, genişliği ve derinliği baz alınarak tasarlanır. Yani objeye herhangi bir açıdan baktığımızda aslında görünen yüzeylerin yanı sıra görünmeyen tarafları da vardır. İnfografik tasarlama sürecinde kompozisyonumuza göre istediğimiz açıyı verip render alarak tasarımlarımız için görsel öge yaratabiliriz. 3D modellemeler 3DS Max, Autodesk Maya, Cinema 4D ve Rhino gibi bilgisayar yazılımları yardımıyla yapılır. Gerçek dünya ile bağ kuracak olursak bir heykelin sanal versiyonu diyebiliriz.

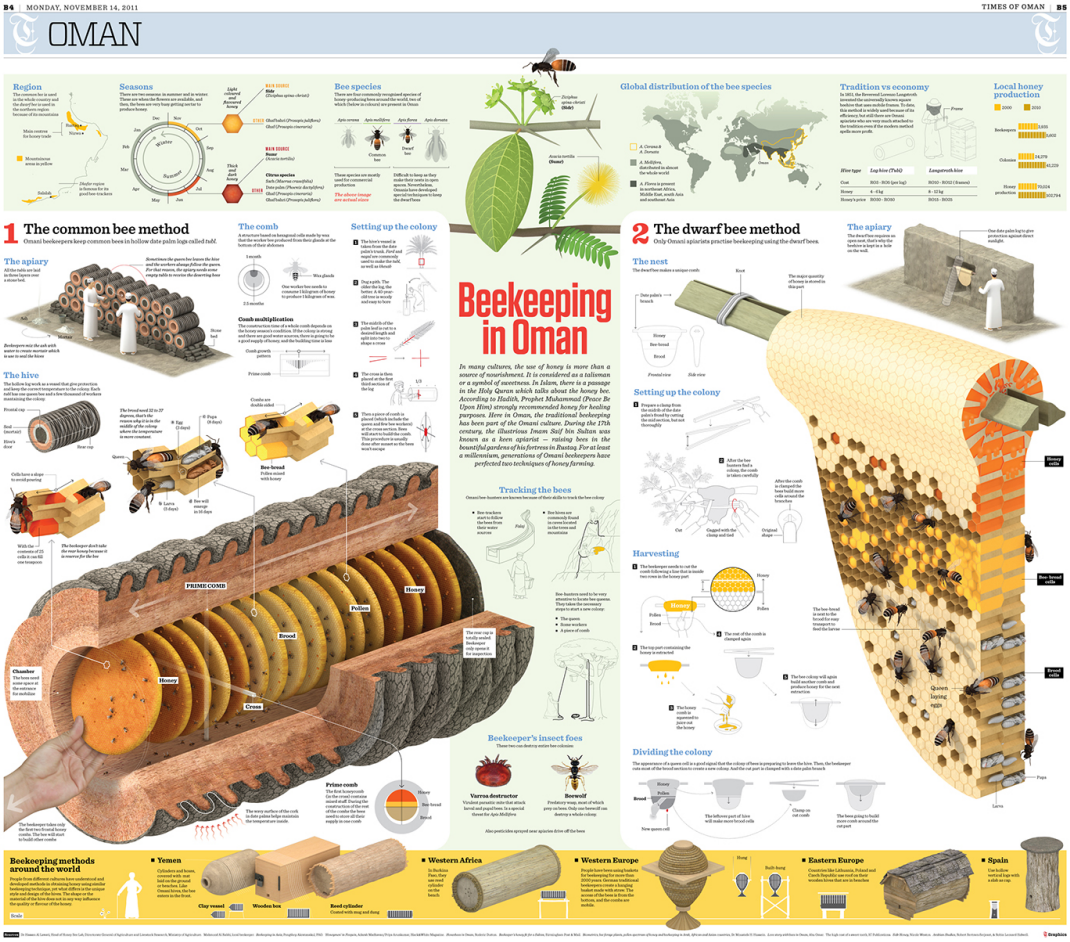
3D modelleme üretim aşamaları olarak öncelikle tasarımın eskiz sürecinden sonra objelerin katı modellemeleri yapılır. Daha sonra objenin yapısını en doğru şekilde yansıtacak doku kaplaması yapılır. Örneğin; modellenmiş bir obje eğer bir ağaç ise; ağaç dokusu metal ise, metal dokusu ile kaplanılmalıdır. Bu sürecin akabinde iyi bir hacim ve form yakalayabilmek için ışık verilerek gölge yansımaları oluşturulur. En son aşama olarak ise istenilen açı ve boyutta render alınarak infografik tasarımda kullanılmak üzere görsel öge yaratılmış olur.



Resim 3.13. 3D Modelleme sürecinde eskiz aşaması örneği.



Resim 3.14. İnfografik tasarımlarda 3D Modelleme kullanımı.



Resim 3.15. Times of Oman Gazetesinde 3D Modelleme tekniği ile yaratılmış bir infografik kullanım örneği.

3.5.10. Harita

Harita, mekânsal bilginin iletişim sürecine dahil edilebilmesi açısından bir görsel iletişim aracıdır. 5N1K kuralındaki Nerede? Sorusunun cevabı harita şeklinde görselleştirilir. İnfografik tasarımlarda konunun öncesi ve sonrası da ele alındığı için harita kullanılmaması kaçınılmaz bir durum söz konusu oluyor. Bir yeri kullanıcıya en hızlı ve akılda kalıcı şekilde aktarabilmek için harita görselleri kompozisyonun önemli bir parçası haline geliyor. İnfografik tasarımın tamamı bir harita üzerine kurgulanabileceği gibi ayrıyeten büyük bir kompozisyonda küçük bir ayrıntı olarak kullanımlarına rastlanabilmektedir. Örneğin; Resim: 3.16'da Piri Reis'in haritasında olduğu gibi bütün konu harita üzerinde kurgulanmıştır. Yardımcı görsel ögelerle zenginleştirilmiş olan görsel içinde birçok bilgiyi barındıran etkili bir infografik olarak gösterilebilir.



Resim 3.16. Piri Reis'in Dünya Haritası.

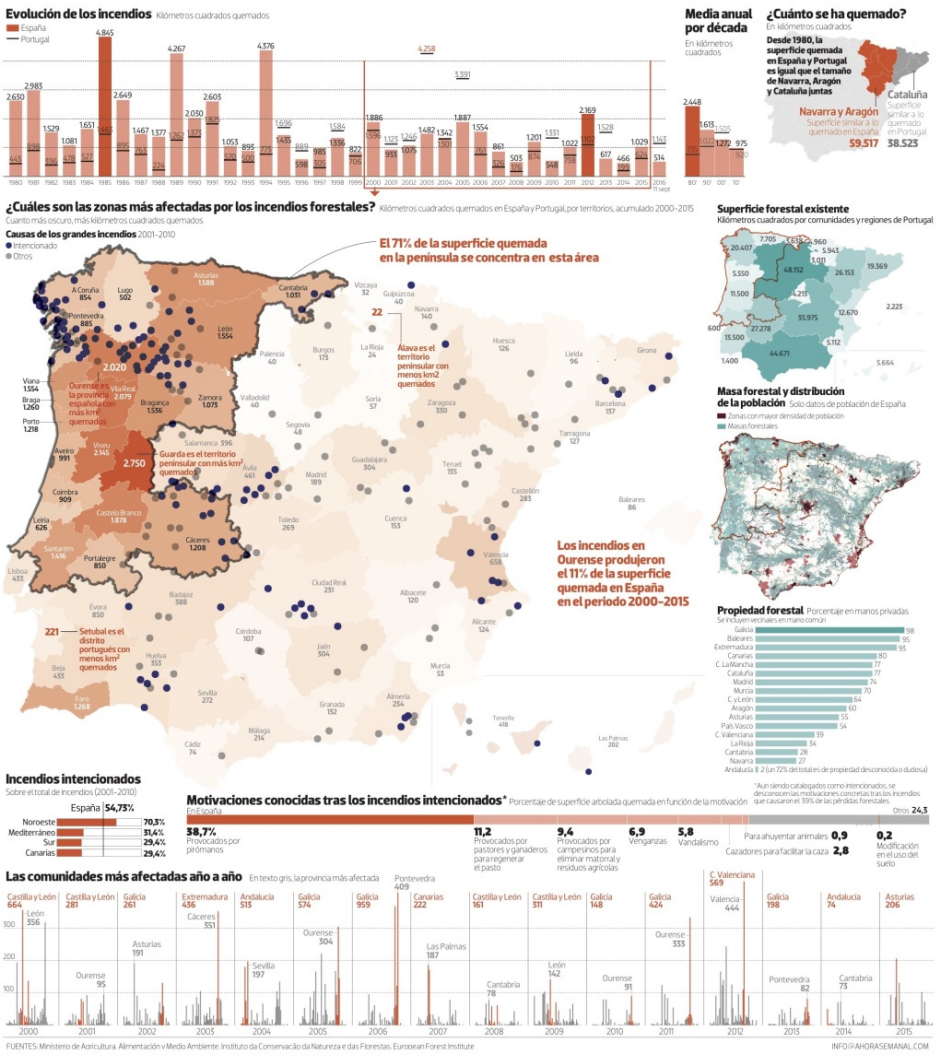


Resim 3.17. İstanbul raylı sistemler ağ haritası.

İstanbul raylı sistemler için tasarlanmış infografik çalışmasında da yine birçok bilgiye ulaşabilmek mümkündür. İstanbul'da hangi ilçelerde hangi duraklar var, bir yerden diğer bir yere nasıl gidilir, Toplam kaç tane güzergâh var ve toplam kaç tane istasyon var gibi soruları çoğaltarak ulaşımla alakalı akla gelen tüm sorulara cevap verebilir nitelikte bir infografik tasarımıdır.

3.5.11. Tablo ve Grafikler

Tablo ve grafikler sayısal verileri görselleştirerek veriler arasındaki ilişkilerin sadeleştirip ve belirli bir düzene göre gruplandırarak kolay algılanmasını sağlayan teknik çizimlerdir. İnfografik tasarıma konu olan metinlerde çok fazla sayısal veri bulunan bölümler tablolaştırılmaya en uygun içeriklerdir. Sözel olarak anlatılması karmaşık olan bir kavram ya da rakamsal olarak anlam ifade etmeyen sayılar ve oranlar grafik aracılığıyla kolayca alıcıya aktarılabilir. Ayrıca bu materyallerin kullanılması okurların veya izleyicilerin dikkatinin çekilmesi açısından da etkilidir. Grafiklerin kolay algılanabilirliği ve öğretici niteliğinin artması verilerin anlaşılabilir şekilde gösterilmesine ve amaca uygun olarak seçilmesine bağlıdır. Bunun için herhangi bir konuyu grafikle ifade ederken ona en uygun grafik türünün hangisi olacağı ve nasıl kullanılacağına karar verilmelidir.



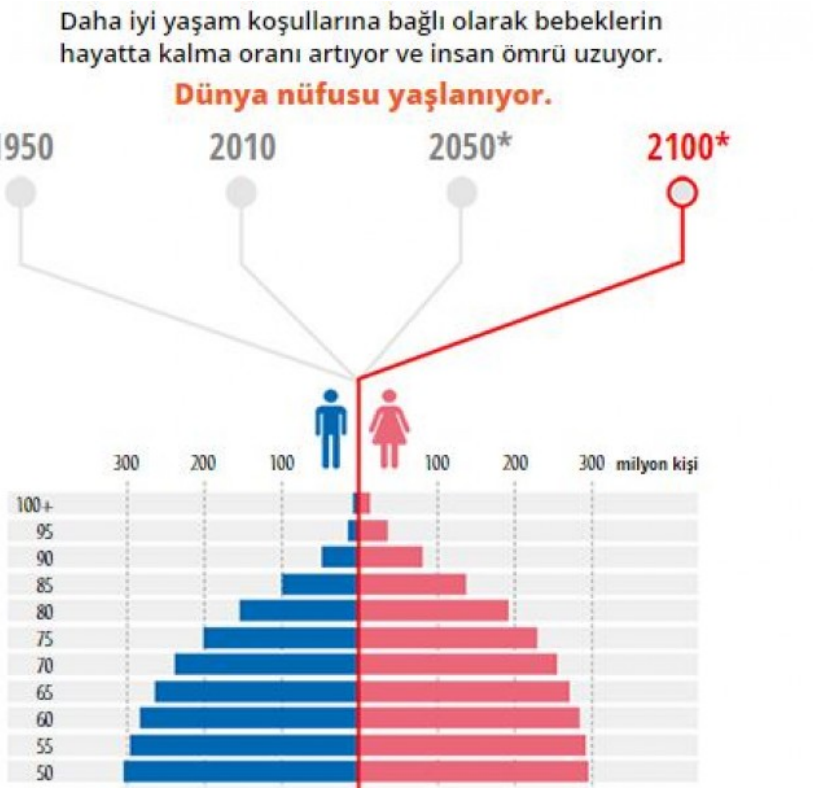
Resim 3.18. Tablo ve Grafiklerin infografik tasarımda kullanım örneği.

3.5.11.1. Tablo

Çeşitli araştırmalar sonucunda elde edilen bilgilerin, grafik hazırlamaya yardımcı olması amacıyla çizelge halinde gösterilmesidir. Burada verilen bilgiler sınıflandırılmış şekilde olduğundan daha kolay göze çarpar. Genellikle çok farklı kombinasyonlarda bulunan sayısal veriler tablolar şekilde görselleştirilir.

3.5.11.2. Sütun Grafikleri

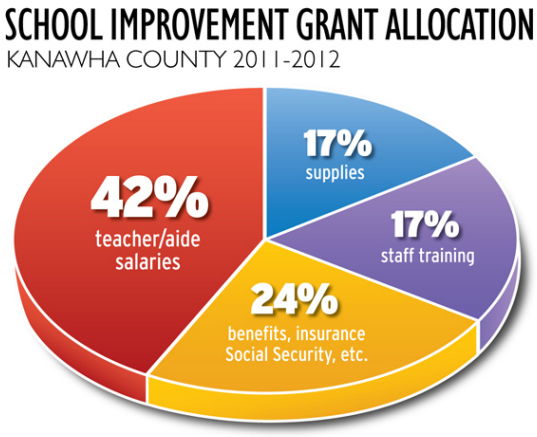
Bu grafiklerde sayısal değerler sütunlarla gösterilir. Dikey ve yatay çizgiler çizilerek eşit aralıklara bölünür. Değerler işaretlenir. Sütunlar bu işaretlere kadar uzatılarak grafik oluşturulur. Çubuk grafikleri Birden fazla öğeyi karşılaştırmak için kullanılır. Çubuk grafiğinde kategoriler dikey, değerler yatay olarak düzenlenir.



Resim 3.19. Yatay düzlemde tasarlanmış sütun grafik örneği.

3.5.11.3. Pasta Grafikler

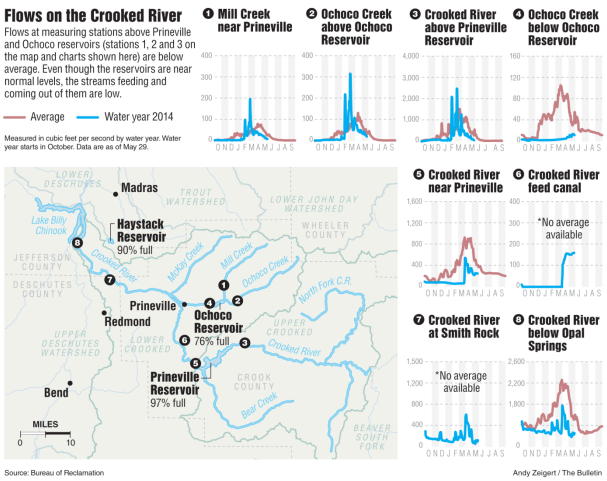
Her sayısal değerin bütün içindeki payını göstermek için kullanılır. Nüfus sayımları, seçim sonuçlarının partilere göre değerlendirilmesi vb. görselleştirmelerde kullanılabilir.



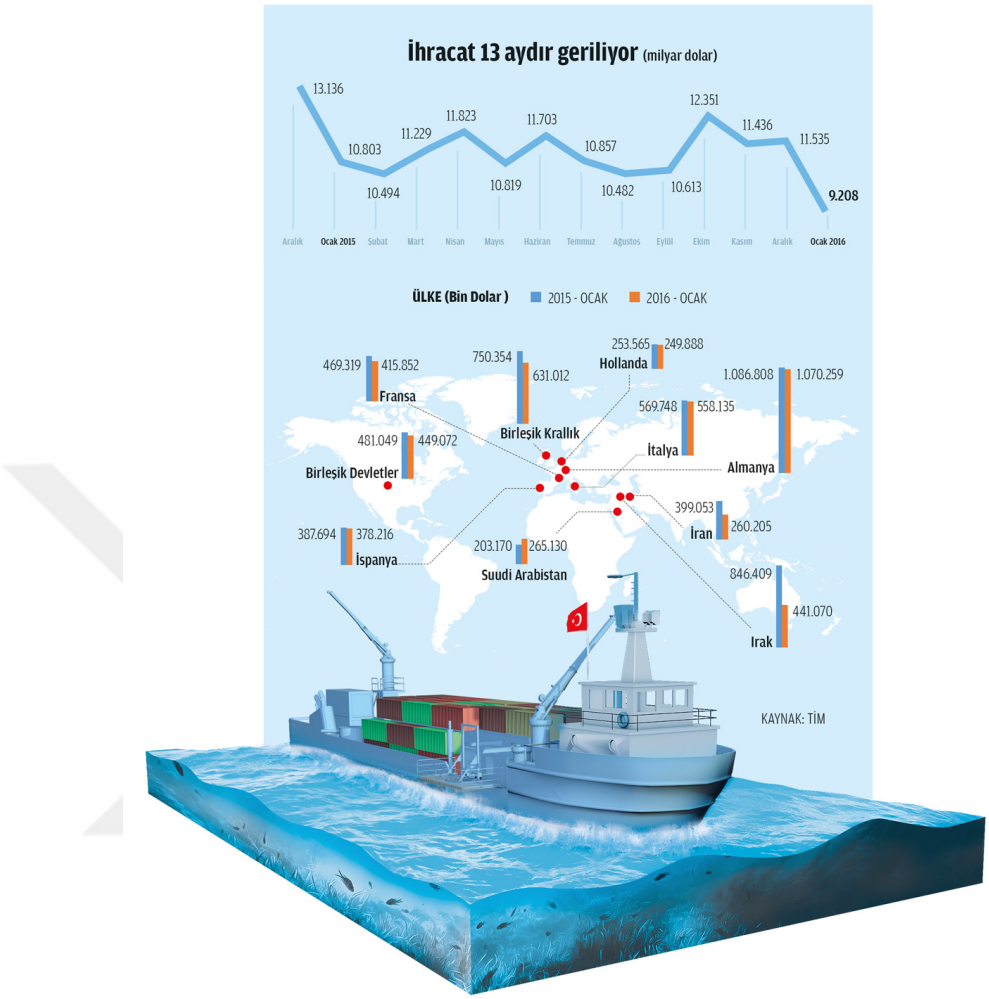
Şekil 2.15. Pasta grafik örneği

3.5.11.4. Çizgi Grafikler

Çizgi grafiğinde yatay ve düşey olmak üzere iki tane eksen vardır. Yatay eksende değerlendirilen verilerin isimleri yazılırken düşey eksende bu verilere göre olan değişim değerleri noktalarla belirtilir. Daha sonra bu noktalar çizgi ile birleştirilir Çizgi grafikleri genelde eğilim ve dalgalanmaları, bir veya daha fazla faktörün zaman içindeki değişimini göstermek için kullanılır. Genellikle borsa, dolar ve Euro gibi para birimlerinin zaman içindeki değerlerinin değişimini göstermek için kullanılır.



Şekil 2.16. Çizgi grafik örneği



Resim 3.20. Kompozisyonun üst kısmında çizgi alt tarafta ise sütun grafik örneği.

4. BÖLÜM
İNFOGRAFİK TASARIM ÖNERİLERİ

4.1. Türkiye'nin Kapısı, Anadolu'nun Tapusu İnfografiği



Resim 4.1. 'Türkiye'nin Kapısı, Anadolu'nun Tapusu' başlıklı infografik tasarımı.

Bitlis'e bağlı Ahlat ilçesi tarihimiz açısından çok önemli bir yeri vardır. Selçuklu ve Osmanlı imparatorluklarının Anadolu'ya ilk geçiş sağladıkları coğrafi konum olarak bilinir ve günümüze birçok önemli mimari eserlere ev sahipliği yapmaktadır. Özel işçilikle ince ince işlenen Selçuklu mezar taşları, dönemim

valilerine ve önemli insanları için yapılan kümbetler o dönemin yaşantısına ayna tutmaktadır. Bu kapsamda olay yerine gidip yaptığım incelemeler ve yetkili kişi ve kurumlarla görüşmelerim sonucu elde ettiğim bilgilerle tasarlanmış infografik.

4.2. Marmaray İnfografiği

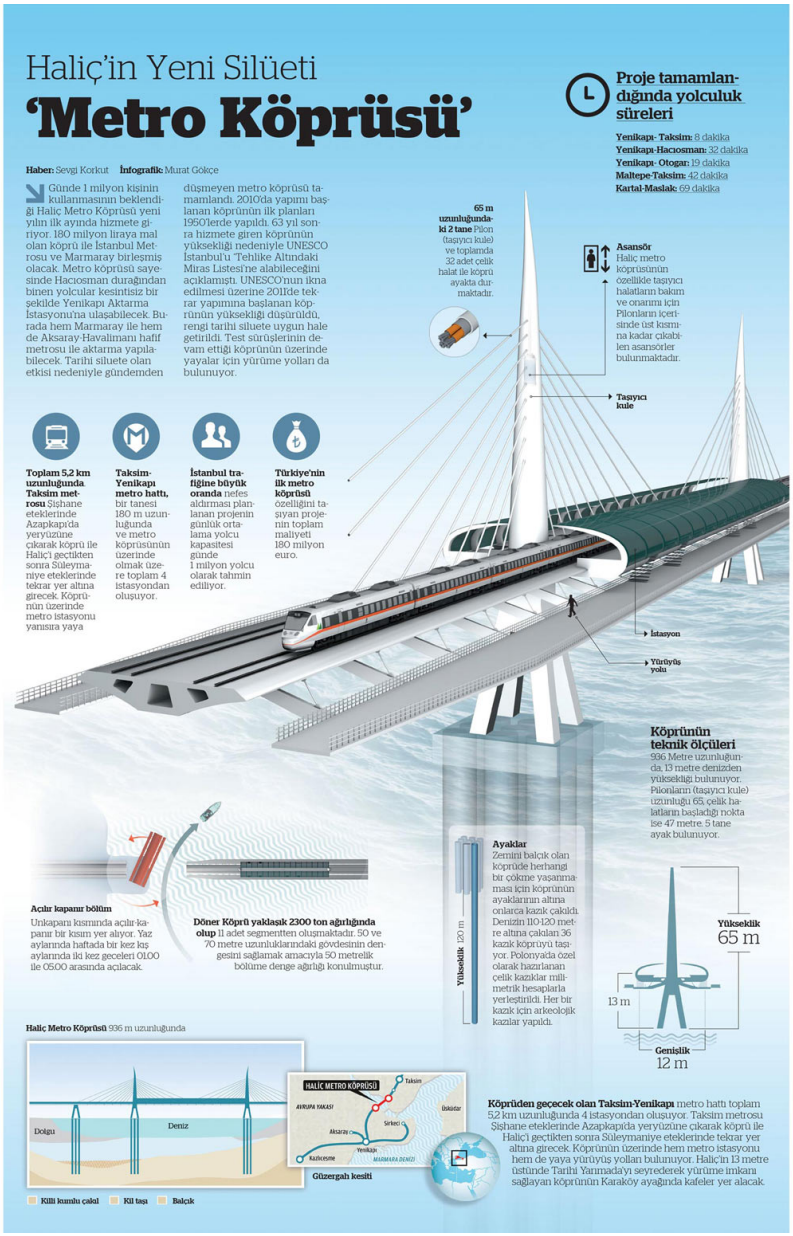


Resim 4.2. '150 yıllık rüya gerçek oluyor' başlıklı infografik tasarımı.

İstanbul trafiğini rahatlatmak için alternatif ulaşım yolu olarak İstanbul Boğazı altından tüp geçit şeklinde tasarlanmış Marmaray Projesi birçok insan için merak konusu olmuştu. İlk sorgulanan konu geçerken denizi ve balıkları görebilecek miyiz gibi sorular sorulmaya başlanmıştı. Bu proje kapsamında proje henüz inşaat

halindeyken yetkili kişi ve kurumlarda gerekli izinler alıp proje mimarları iler bire birde olan görüşmem sonrasında edindiğim bilgiler doğrultusunda projeyi somutlaştırarak görsel iletişim haline getirilmiştir. İnfografikte projenin toplam maliyeti, güzergâh uzunluğu, boğazın kaç metre altından geçtiği gibi birçok bilgiyi hızlı ve kolay anlaşılır halde olan sunumu adeta bir poster gibi tasarlanmıştır.

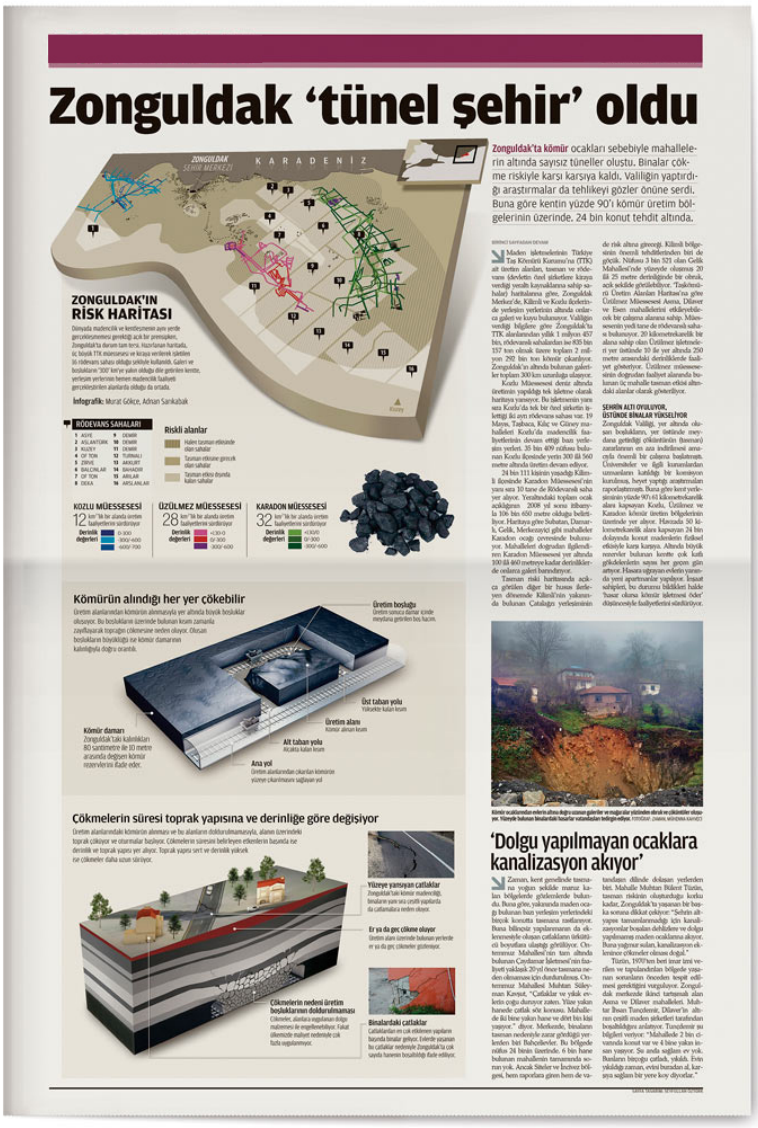
4.3. Haliç Metro Köprüsü İnfografiği



Resim 4.3. 'Haliç'in Yeni Silueti Metro Köprüsü' başlıklı infografik tasarımı.

Haliç metro köprüsü infografik tasarımında da yine Marmaray projesi görselleştirilmesi kapsamında izlenen yollarla aynı şekilde bilgi toparlama adına gerekli araştırma ve görüşmeler yapılmıştır. İnfografikte 3 boyutlu modelleme tekniği, harita, ikon ve piktogramlar kullanılarak kompozisyon kurulmuştur.

4.4. Zonguldak Madenleri İnfografiği



Resim 4.4. 'Zonguldak 'tünel şehir' oldu' başlıklı infografik tasarımı.

Son yıllarda Zonguldak'taki yaşanan göçük haberlerinin artması üzerine araştırdığım haberde kömür maden ocaklarından kaynaklandığını bilgisine ulaşılmıştır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda harita ve 3D modelleme biçimlendirme yöntemleri ile tasarlanmıştır. Harita kullanılmasının önemi göçüklerin ilin nerelerinde

yaşandığını göstererek iletişim sürecini kolaylaştırmak ve algı ve akılda kalıcılığını artırmak amaçlıdır.

4.5. Trafik Seti İnfografiği

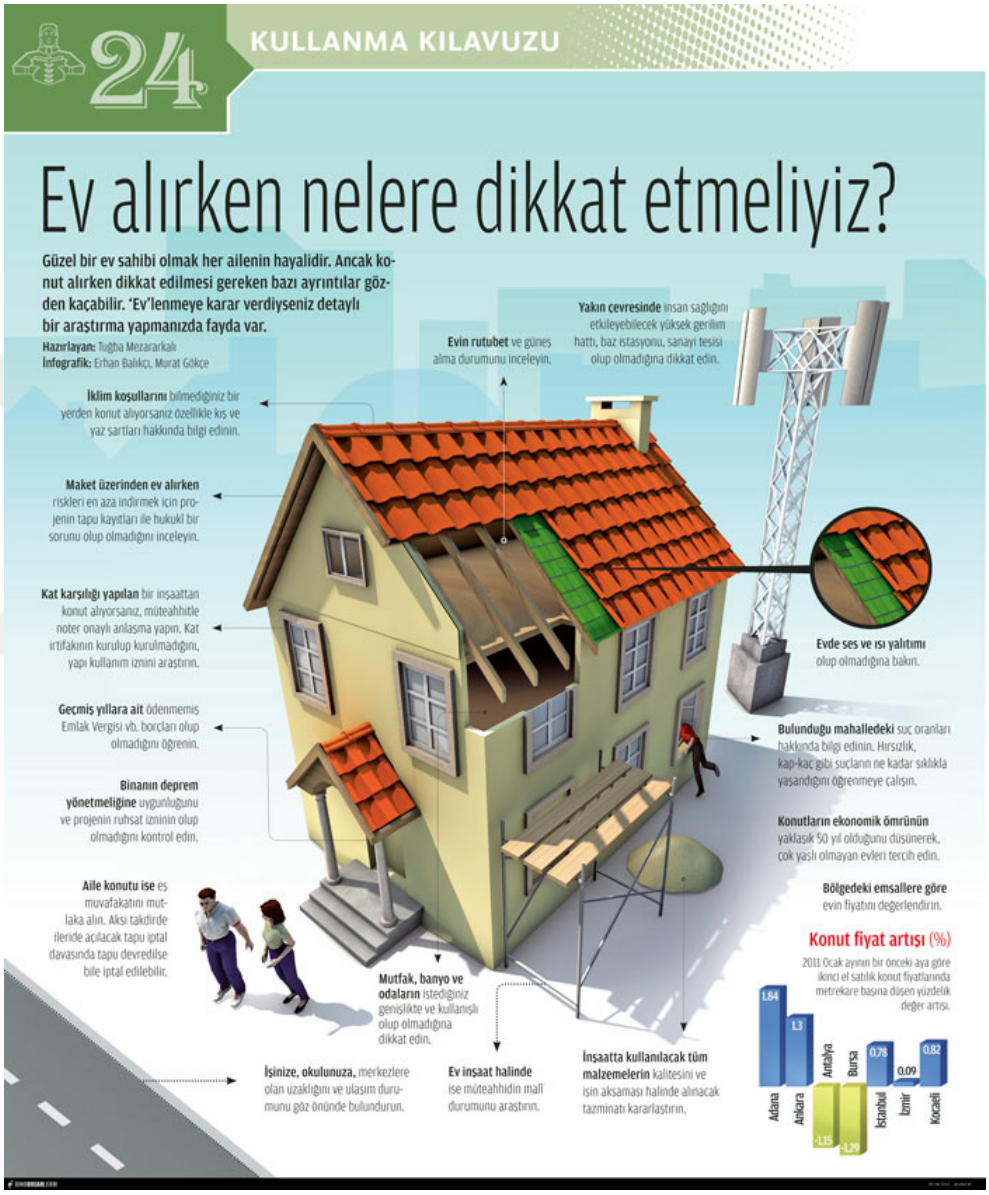


Resim 4.5. 'Trafik seti' başlıklı infografik tasarımı.

Trafik seti başlıklı tasarımda konu ile alakalı uzman danışmanlar yardımıyla bilgi temini yapılmıştır. Danışmanlardan alınan bilgiler doğrultusunda trafikte yaşanabilecek olası birçok maddeyi 3D modelleme yöntemiyle biçimlendirdiğimiz sahnede kurguladım ve kompozisyonun uygun yerlerinde içerikleri okuyucularının

rahat anlayabileceği şekilde tasarladım. Tasarım bittikten sonra tekrardan içerik danışmanı ile herhangi bir yanlışlık olup olmadığını kontrol edildikten sonra baskı aşamasına hazır hale getirilmiştir.

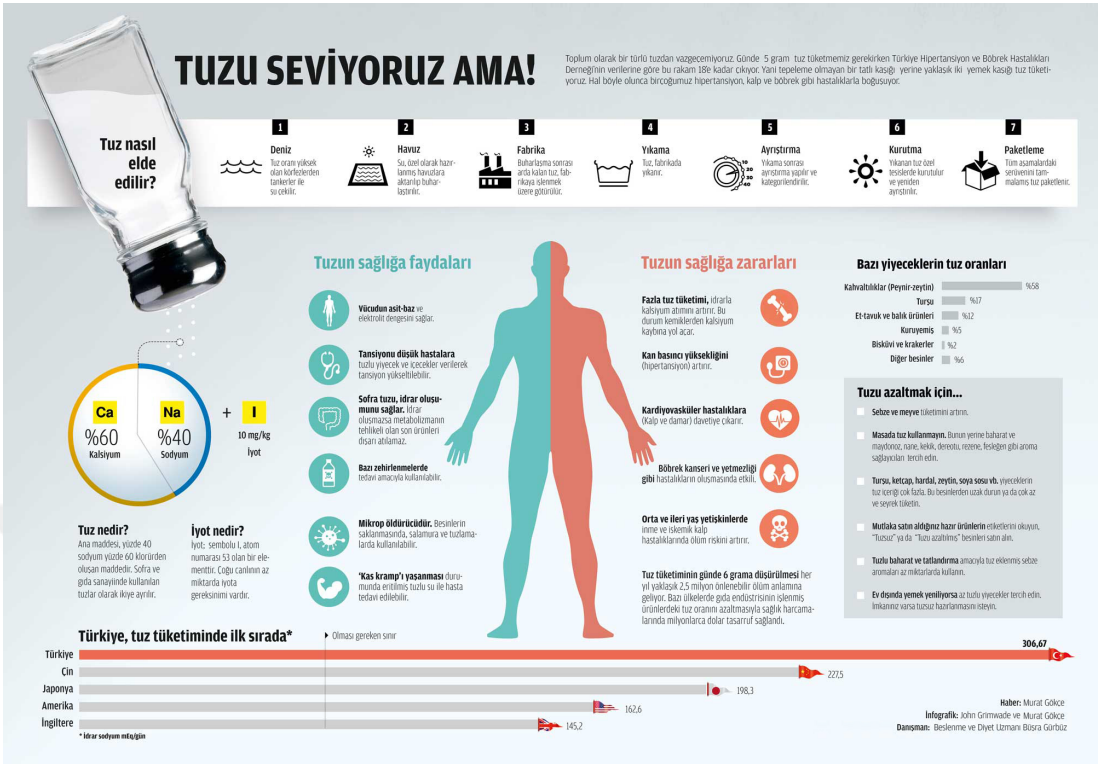
4.6. Ev Alırken Nelere Dikkat Edilmeli İnfografiği



Resim 4.6. 'Ev alırken nelere dikkat etmeliyiz?' başlıklı infografik tasarımı.

Ev alırken nelere dikkat etmeliyiz? Başlıklı infografikte okula, markete, vb. günlük ihtiyaçlarımızı karşılamamızda faydası olacak önemli yerlere yakınlığı, binada ses ve ısı yalıtımı gibi özelliklerin olması gerektiği detaylarının görselleştirilmesidir.

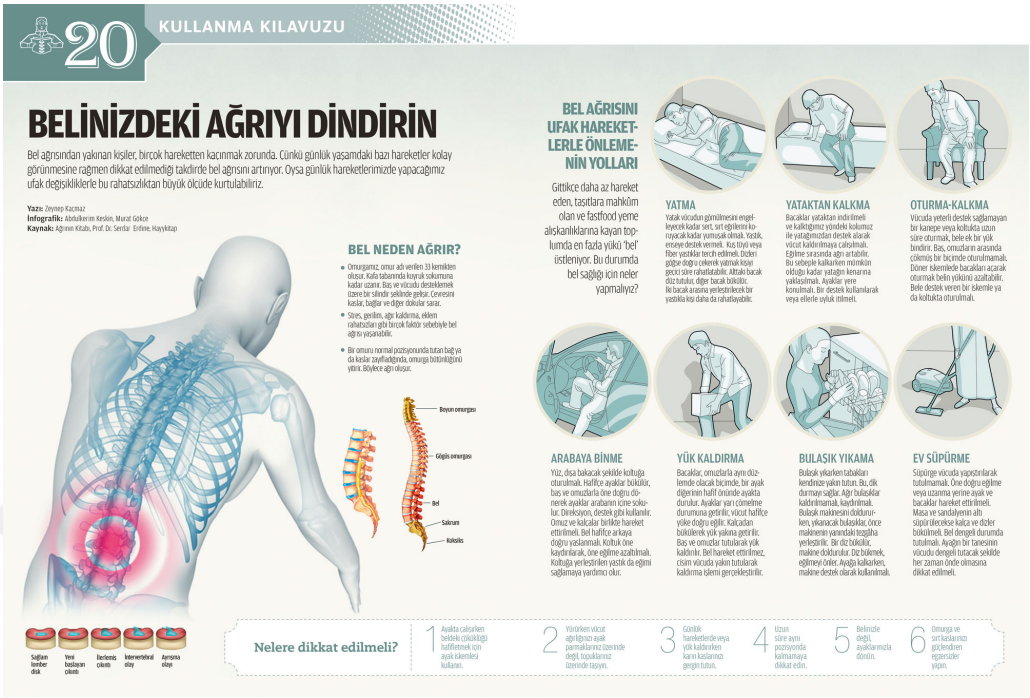
4.7. Tuz Konulu İnfografik



Resim 4.7. 'Tuzu seviyoruz ama!' başlıklı infografik tasarımı.

Tuzun sağlığa faydaları ve zararlarını anlatan infografik tasarımımda genel olarak fotoğraf, piktogram, ikon, illüstrasyonlar ve tablo grafikler kullanılarak şekillendirilmiştir. Tasarımda, Tuz nasıl elde edilir, Tuzun sağlığa faydaları, tuzun sağlığa zararları, tuz ve iyot arasındaki farklar, Hangi yiyeceklerde ne kadar oranda tuz vardır ve hangi ülkelerde tuz kullanım oranları kıyaslamaları vb. tuz ile alakalı birçok sorunun cevabı tek bir tasarımda ilgi çekici halde okurlara sunulmuştur.

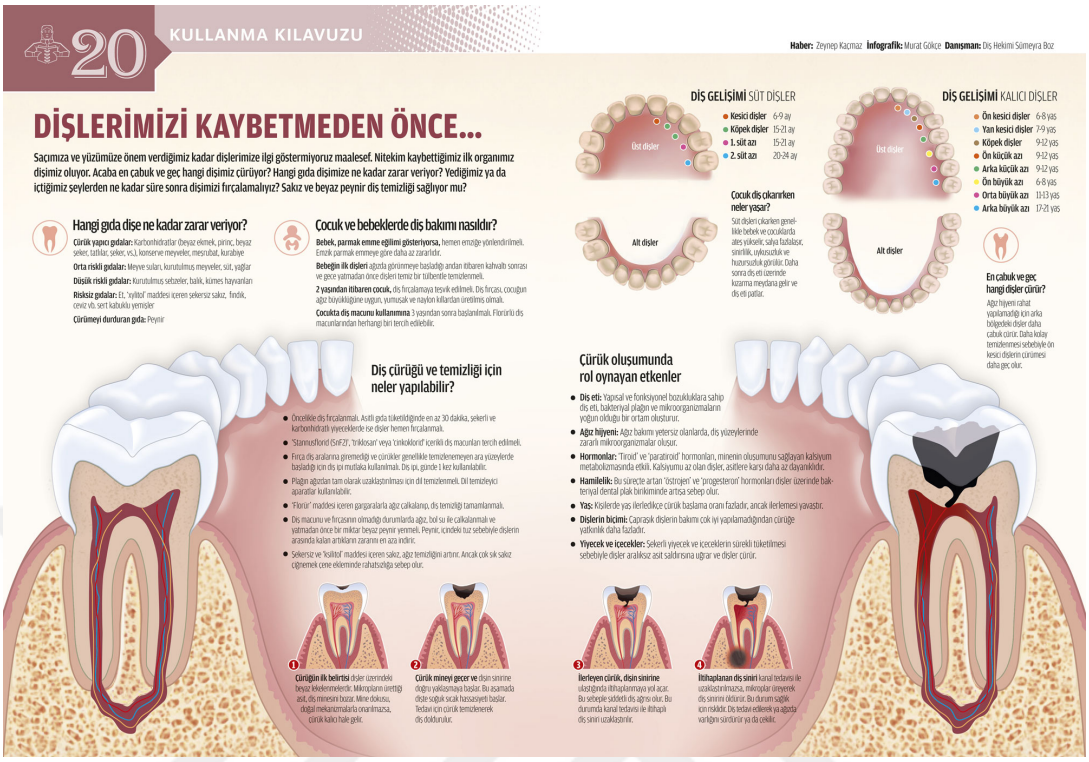
4.8. Bel Ağrısı İnfografiği



Resim 4.8. 'Belinizdeki ağrıyı dindirin' başlıklı infografik tasarımı.

Bel ağrısına neden olan fiziki hareketler ve küçük önlemler sayesinde bel ağrısını dindirmenin yollarını konu edinen bu tasarımda genel olarak tüm görseller illüstrasyon çizimlerle şekillendirilmiştir. Kompozisyonda renk dağılımı ve tipografik unsurlarda kullanılmıştır.

4.9. Diş Sağlığı Konulu İnfografik



Resim 4.9. 'Dişlerimizi kaybetmeden önce…' başlıklı infografik tasarımı.

Diş sağlığımızı kaybetmeden önce neler yapılmalı, dişlerde çürük oluşumunda rol oynayan etkenler, en çabuk ve en geç hangi dişlerimiz çürür, diş gelişimimizde süt ve kalıcı dişlerin periyodları, çocuk ve bebeklerde diş bakımı nasıl olmalı, hangi gıdalar dişlerimize ne kadar zarar veriyor gibi hemen hemen herkesin merak ettiği sorulara cevap bulmak amacıyla sağlık sektörü için yapılmış bir infografikdir. Görsel biçimlendirme yöntemi olarak illüstrasyonlar ve ikonlar kullanıştır.

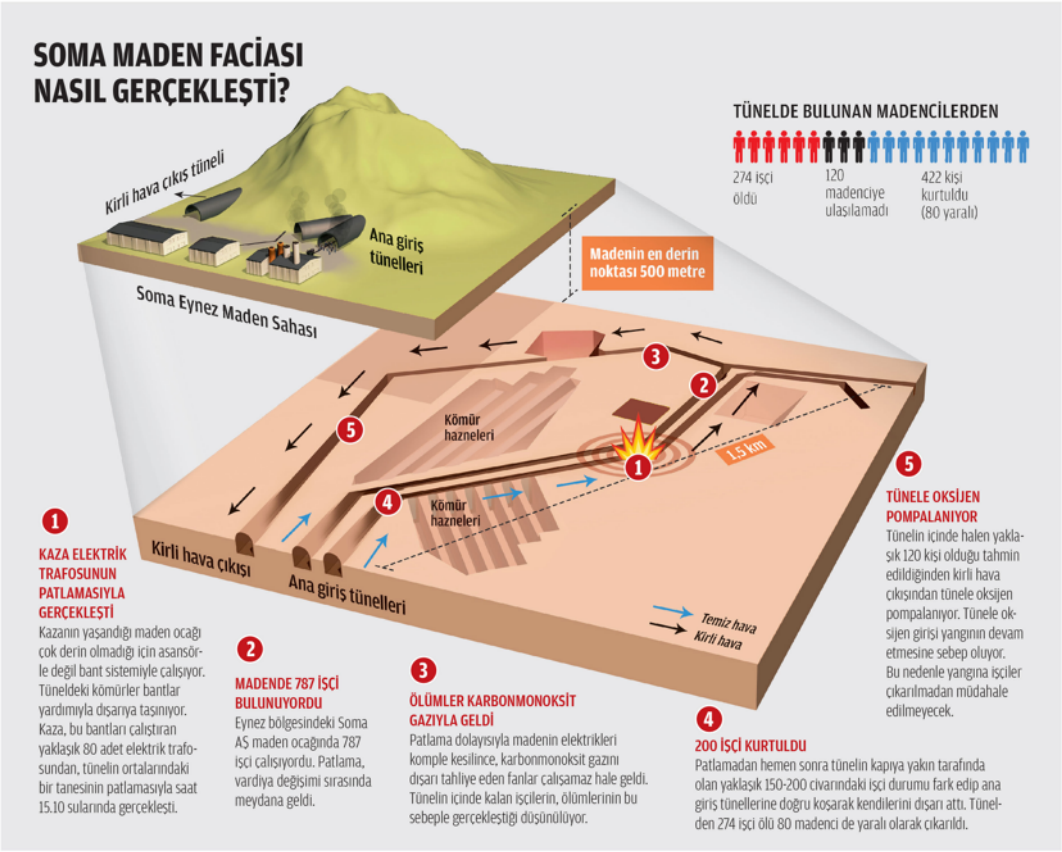
4.10. İş Yeri Etik Kuralları İnfografiği



Resim 4.10. 'İş yeri etik kuralları' başlıklı infografik tasarımı.

Günümüzde pek çok işyeri açık ofis şeklinde tasarlanmıştır. Dolayısıyla çalışanlar birbirlerinin her hareketini görüyor, konuştuğunu duyuyor. Bazı hususlara dikkat edilmediğinde ise konsantre olmak, verim sağlamak zorlaşıyor. Bu tür durumlara karşın bilgilendirme amaçlı ofis ortamında çalışırken nelere dikkat edilmesi gerektiği ile alakalı İş yeri etik kuralları başlıklı bu tasarımı hazırladım. İnfografikte görsel biçimlendirme 3D Modelleme yöntemiyle yapılmıştır ve konu başlıklarına uygun ikonlarla desteklenmiştir. Renk kullanımda ise zıtlıklar sağlanıp karşılaştırmalar yapılmıştır.

4.11. Soma Maden Faciası İnfografiği



Resim 4.11. 'Soma maden faciası nasıl gerçekleşti' başlıklı infografik tasarımı.

Soma'da yaşanan maden faciası olayının nasıl gerçekleştiğini, madende toplam kaç işçi bulunuyordu, işçilerden kaçı kurtarıldı ve kaçı yaralandı, patlama tünelin neresinde gerçekleşti gibi birçok soruyu aydınlatmak için elde edilen veriler doğrultusunda 3D Modelleme yöntemiyle ve küçük piktogramlar ile şekillendirilmiştir.

4.12. Hatay Reyhanlı Patlaması



Resim 4.12. Hatay Reyhanlı ilçesinde gerçekleşen patlamasını konu alan infografik tasarımı.

Hatay'ın Reyhanlı ilçesinde yaşanan terör olayında ilçede kaç patlama yaşandı, patlamaların ilçedeki önemli merkezlere olan uzaklığı gibi soruları cevaplamak amacıyla 3D modelleme yöntemiyle tasarlanmış bir infografik çalışmasıdır.

4.13. Balık konulu infografik



Resim 4.13. 'Şimdi balık zamanı!' başlıklı infografik tasarımı.

Şimdi balık zamanı başlıklı infografikte, Hangi balıklar hangi aylarda yenir ve hangi balıkta hangi vitaminler vardır sorusu uzun uzun yazı yığınları cevaplamak yerine görsel ilgi çekici bir tablo ile şekillendirilerek yanıtlanmıştır. Balığın faydaları, 9 maddede taze balık nasıl anlaşılır ve balık kokusunu önlemek için pratik bilgiler bölümüyle balık ile alakalı akla gelebilecek birçok sorunun cevabını içinde

barındırmaktadır. İnfografik biçimlendirme yöntemi olarak, fotoğraf, ikonlar ve piktogramlar kullanılmıştır ve renklerin etkili kullanımı ile vitaminlerin türleri eşleştirilmiştir. Örneğin; tablodan kılıç balığına incelemek istediğimizde, nisan, ağustos ve eylül aylarında yenilebileceğini ve besin değeri olarak da A, B, C, D ve Omega 3 vitaminlerine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

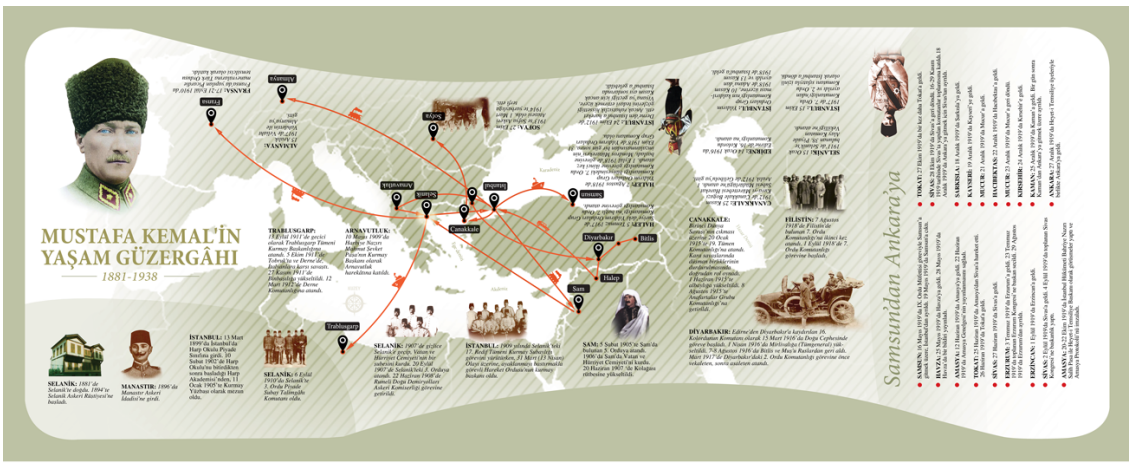
4.14. Sivas Kongreleri ve Tarihsel Mekanlar İnfografiği



Resim 4.14. 'Sivas kongreleri ve tarihsel mekanlar' başlıklı infografik tasarımı.

Sivas Kongreleri ve Tarihsel Mekanlar infografik tasarımında, Mustafa Kemal Atatürk öncülüğünde Sivas'ta yaşanmış bazı önemli olayların 3D modellenmiş harita üzerinde konumlarını göstererek gerçek fotoğraflarla birlikte kronolojik olarak detaylar metinler halinde belirli bir hiyerarşiye göre konumlandırılmıştır.

4.15. Mustafa Kemal'in Yaşam Güzergahı İnfografiği



Resim 4.15. 'Mustafa Kemal'in Yaşam Güzergahı' başlıklı infografik tasarımı.

Kronolojik hiyerarşi ön planda olmak üzere Mustafa Kemal'in yaşam güzergâhı büyük bir harita üzerinde işaretlenerek güzergahlar hakkında detay bilgilere yer verilmiştir. Yoğunlukla fotoğraf ve ikon kullanılarak biçimlendirilen kompozisyon Sivas müzesinde uzun kenarları oval masa üzeri kaplama için tasarlanmıştır.

4.16. Mondros Mütarekesi'nin Uygulanması: İşgaller



Resim 4.16. 'Mondros Mütarekesi'nin uygulanması: İşgaller' başlıklı infografik tasarımı.

İtilaf devletlerinin Osmanlı topraklarını paylaşmak için planladıkları işgallerin 3 Boyutlu harita üzerinde hangi devlet hangi bölgeyi işgal etmek istediği bilgisi görselleştirilmiştir. Sivas müzesi duvar kaplama için düşünülen infografik tasarımında sağ tarafta fotoğraflarının olduğu alanda ayrıca belgesel filmi gösterimi yapabilmek için TV alanı da tasarlanmıştır.

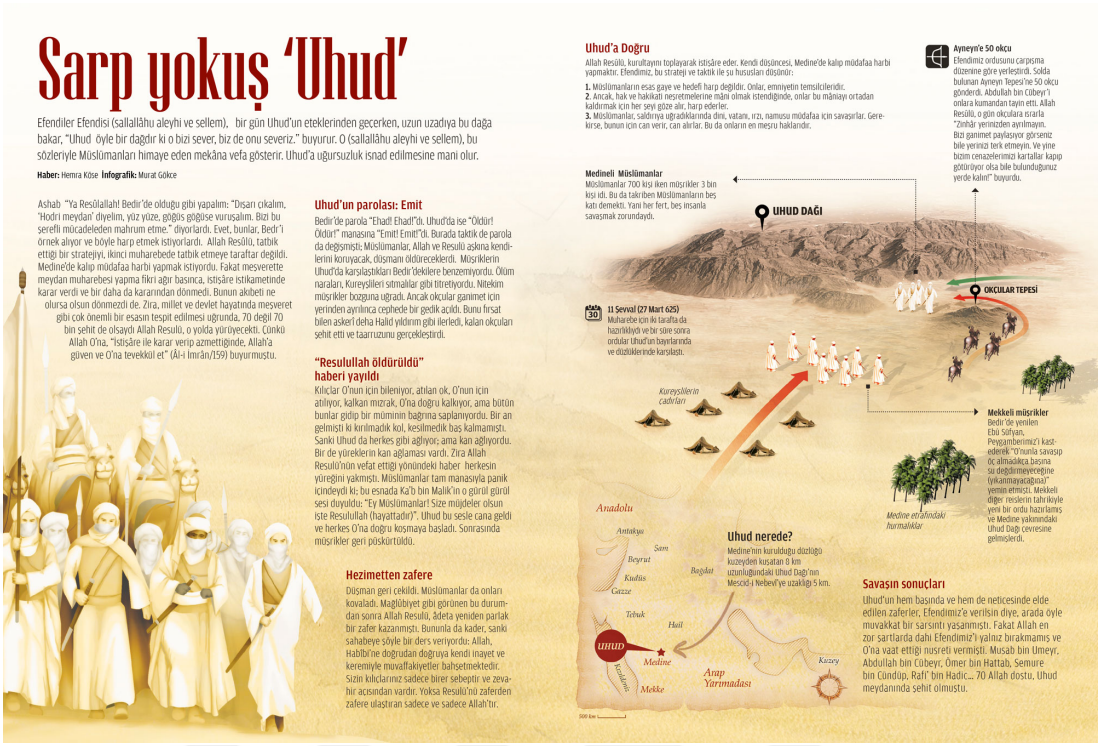
4.17. Yavuz Sultan Selim Köprüsü İnfografiği



Resim 4.17. '3. Köprünün ayakları yükseldi, viyadük çalışmaları başladı' başlıklı infografik tasarımı.

Yavuz Sultan Selim Köprüsü'nün yapımı devam ederken köprünün genel özellikleri, hayatımıza katacak olumlu yönlerinin yanı sıra yapım aşamasındaki doğaya olan zararlarıyla birlikte tüm yönleriyle irdelenerek 3 Boyutlu görselleştirme yöntemiyle modellenmiştir. Harita, piktogram ve ikonlarla desteklenerek görsel bütünlük sağlanacak şekilde kompozisyon tamamlanmıştır.

4.18. Uhud Savaşı İnfografiği



Resim 4.18. 'Sarp yokuş 'Uhud'' başlıklı infografik tasarımı.

İslamiyet'te önemli bir yere sahip olan Uhud Savaşını konu alan bu tasarım, illüstrasyon, harita ve ikonlar kullanılarak biçimlendirilmiştir. Genel olarak Uhud Savaşı ne zaman, nerede, nasıl ve kimler arasında gerçekleştiğini, savaşın doğurduğu sonuçları anlatmaktadır.

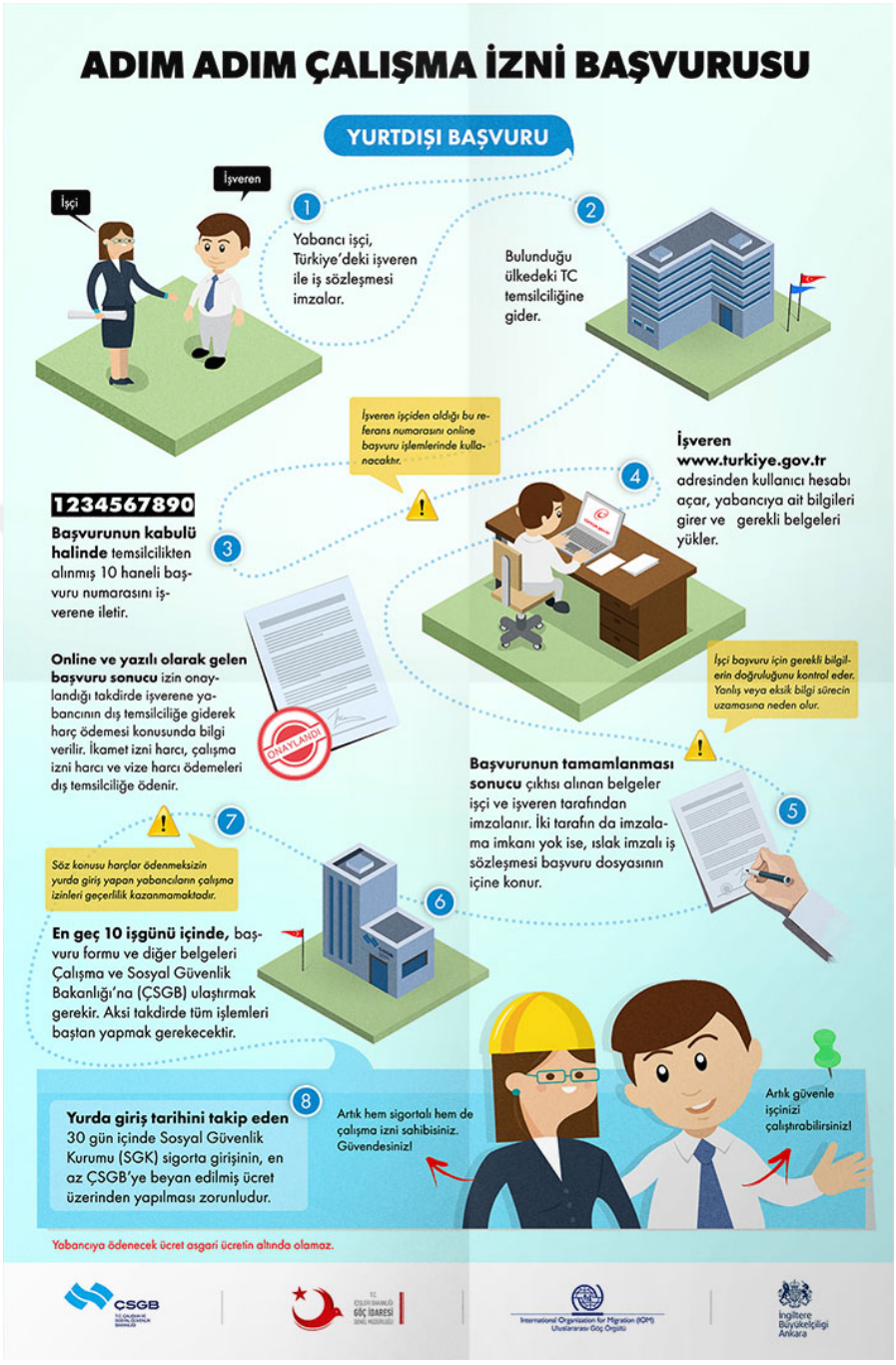
4.19. Demokratikleşme Paketi İnfografiği



Resim 4.19. 'Demokratikleşme Paketi' başlıklı infografik tasarımı.

Demokratikleşme başlığı altında yapılan torba anayasa reformları kapsamında yapılan anayasal düzenlemenin maddeleri konu başlığı içeriğine uygun olarak illüstrasyon çizimler 3 Boyutlu kutu ve Türkiye haritası biçimlendirmeleriyle birlikte kompozisyon düzenlenmiştir. Haber metni içinde kullanılabilecek nitelikte ölçülendirilmiştir.

4.20. Adım Adım Çalışma İzni Başvurusu İnfografiği



Resim 4.20. 'Adım adım çalışma izni başvurusu nasıl yapılır' başlıklı infografik tasarımı.

Ülkemiz sınırları içerisinde yaşayan yabancı uyruklu insanların T.C. Kanunlarına göre nasıl çalışma izni alacağını 8 adımda anlatan infografik, illüstrasyon çizimler ile biçimlendirilmiştir.

5. BÖLÜM
SONUÇ

5.1. Sonuç ve Öneriler

Görsel iletişim tasarımında infografik kullanımı irdelenerek infografik türleri arasındaki farklılıklar ve kullanım alanları iletişim süreci kapsamında incelendi. Geleneksel görsel iletişim araçlarının, teknolojinin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan yeni medya platformları ile rekabet eder hale geldiği örneklendirilmiştir. Ortalama 30-40 yıl geriye gittiğimizde en basit örnek olarak; önemli haber değeri olan olay dahi gazete basıldıktan sonra yani olaydan bir sonraki gün toplumla buluşabiliyordu. Fakat artık günümüzde Twitter, Facebook ve Youtube gibi platformlar üzerinden gelişen yeni medya ortamları sayesinde her türlü iletiye anında ulaşım sağlanabilmektedir. İletişim sürecinin ulaşmış olduğu bu hıza ayak uydurmak için geleneksek görsel iletişim araçlarının da günümüz bilgi ve veri yoğunluğu karşısında yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır. İyi tasarlanmamış bir görsel öge bu hızlı akış içerisinde insanlar tarafından görülse bile algılanması zayıf olmaktadır. Bu kapsamda yapılan anket çalışmasında etkili ve yalınlaştırılmış detay bilgilerle hazırlanan infografik sunumlar ile insanlar arasında daha etkileşimli ve akılda kalıcı iletişim sürecine girilebileceği %85,1 oranında olduğunu göstermektedir.

İnfografikler, teknolojinin gelişmesiyle birlikte hızlı artan iletişim kurma ihtiyacının karşılanması doğrultusunda yaşanan güvenilir bilgi sorunsallarına da çözüm olarak görülebilir. İnfografiklerde veri araştırılması ve görselleştirilmesi başlığı altında detaylandırılmış ve bilginin farklı yöntemlerle doğrulanması gerekliliğin önemi belirtilmiştir. Bu doğrultuda infografik yöntemi ile tasarlanmış bilgilendirme grafiklerinin kolay anlaşabilmesinin yanı sıra yapılan anket sonucuna bağlı olarak %72,1 oranında doğru ve güvenilir özelliği de ön planda görülmektedir.

İnfografik tasarımları, paylaşılabilirlik özelliği ile istenilen iletilerin daha geniş kitlelere ulaşmasında önemli katkısı vardır. Ankette sorulan örnek görseller üzerinden; Hangi görseli sosyal medyada paylaşmak istersiniz? sorusuna verilen cevaplarda infografik tasarımı tercih oranı %90,7 çıkmıştır.

İnfografiklere en çok hangi platformlarda rastlıyorsunuz? Sorusuna verilen cevapları incelediğimizde ise en çok kullanıcı aksiyonlarının %55,3 web siteleri, %53,2 ise sosyal medya platformları şeklinde etkileşim alındığı görülmektedir. İletmek istediğimiz kişisel veya kurumsal mesajlarımızı online araçlar vasıtasıyla belirlenmiş hedef kitleye hızlı ve akılda kalıcılık etkisi bırakacak netlikte ulaşmasını sağlayabileceğimiz sonuçlar çıkmıştır. Örneğin; tasarlanmış bir bilgilendirme grafiğini, facebook ve instagram gibi platformların reklam araçları üzerinden belirlenen yaş, konum, cinsiyet gibi değişkenlik gösteren faktörler belirleyip sadece o kitleye gösterilmek suretiyle istenilen mesajlar hızlı bir şekilde iletilebilmektedir. İnfografik tasarımlar bu kapsamda özellikle eğitim ve sağlık sektörleri gibi birçok kurumsal pazarlama departmanlarının sosyal medya iletişim araçları arasında kullanıldığı söylenebilmektedir.

Bu bağlamda teknolojik gelişmelerin devam ettiği ve dünyanın nüfus oranında da artış yaşandığı sürece iletişim araçlarını kullanma gereksinimi de giderek artış gösterecektir. Bu gereksinimleri karşılayabilmek için görsel iletişim süreçlerinde yaşanabilecek sorunsalları da gidermek amaçlı daha yalın bilgiler ve detaylandırılarak görselleştirilmiş veriler ile hızlı ve akılda kalıcılığı olan grafikler ile etkileşimi daha yüksek iletişim süreci yaşanabilecektir.

İnfografik tasarımların hızlı algılanabilir ve akılda kalıcılığı özellikleri İlköğretim ders kitaplarına yansıtılabilir ve özellikle Çanakkale Zaferi, Kurtuluş Savaşı vb. Tarihi konular düz yazı yerine infografik tasarımlarla anlatılabilir. Fatih projesi kapsamında öğrencilere verilen tabletlerin çalıştırabilir olması kapsamında yine etkileşimli infografiklerle ders konuları oyunlaştırılıp eğlenceli hale getirilerek öğrencilerin bilgiye daha kolay ulaşması sağlanabilir.

5.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı

Teknolojinin baş döndüren hızda gelişmesi sonucu günlük iletişim hızına yetişmede geleneksel görsel iletişim araçları yetersiz kalmaktadır. Özellikle sosyal medya kanallarını kullanan kullanıcı sayısının artması yeni görsel medya gelişimini etkilemiştir. Günümüzde hızlı erişim sağlanabilen çok fazla bilgi kısa sürede tüketilmektedir. Sosyal medya platformları ve whatsapp gibi uygulamaların 24 saatle

sınırlı story yayınlama özellikleri bu duruma gösterilebilecek en iyi örneklerden bir tanesidir.

5.3. Araştırma Kısıtları

Görsel iletişim sürecinde önemli bir yeri olan, fotoğraf, tipografi, tablo ve grafikler, illüstrasyon, piktogram, 3 boyutlu modellemeler ve infografik unsurları üzerinde durulup; görsel iletişim sürecinde infografik kullanımının izleyiciler üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Online yöntemler ile anket çalışması yapılarak iletişim sürecine nasıl bir katkısı olduğu değerlendirilmiştir.

KAYNAKÇA

Ambrose, G. ve Harris, P. (2013), Grafik Tasarımında Renk, Literatür Yayınları, İstanbul.

Ay, R. (2016), Görsel İletişim Tasarımında Dijital Yayıncılık, Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Başgün, F. (2012), Gazetelerdeki Bilgi grafiklerinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Dumlupınar Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı, Kütahya.

Becer, E. (1997), İletişim ve Grafik Tasarım. Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

Becer, E. (2006), İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitap Evi Yayınları, Ankara.

Bingöl, B. (2010), Lisans Düzeyindeki Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Çoklu Ortam (Multimedya) Kullanımı: Ankara'daki görsel iletişim tasarımı bölümlerinin incelenmesi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Grafik Eğitimi Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Lisans Tezi, Ankara.

Brockmann, J. M. (1986), A History of Visual Communication, Alphabet Pres, USA.

Buttry S. (2010), Doğrulamanın Temelleri: Uyulması Gereken Kurallar. http://verificationhandbook.com/book_tr/chapter2.php

Demir, R. (2006), Sanatsal Yaratma İfade ve Biçim Dili, Dokuz Eylül Üniversitesi, Buca Eğitim Fakültesi, Resim-İş Bölümü Doktora Öğrencisi Makalesi, İzmir.

Denli, S. (1997), Gösterge Bilim Açısından Grafik Gösterge Anlamlarının İncelenmesi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, Erzurum.

Dereoğlu, N. (1995), Grafikte Piktogramların Gelişmesi Açısından İşaret ve Semboller, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dertdeğil, Ö. (2015), Gezi Parkı Direnişi Sürecinde Grafik Tasarımın Rolü, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

ebilge.com (2007), Tarihteki ilk türk sözlüğünün adı nedir? https://www.ebilge.com/144496/Tarihteki_ilk_turk_sozlugunun_adi_nedir.html

e-odev.com, (2012), Psikolojide duyumun özellikleri nedir? https://eodev.com/gorev/13018719

e-odev.com, (2018), Tür,biçim,üslup,içerik nedir? https://eodev.com/gorev/13018719

Gobeklitepe.com, http://xn--gbeklitepe-ecb.com/

Gülrenk, K. (2015), Görsel İletişimde Bilgi Mimarlığı ve İnfografik Tasarımlar, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Hagen R. & Golombisky K. (2010), White Space is Not Your Enemy, 1st Press, Tokyo: Local Press.

Kılıçkaya, E. E. (2007), Grafik Tasarımda Görünmeyen Çoğunluk, Beyaz Boşluklar, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Krum, R. (2014), Cool Infographics, Effective Communication with Data Visualization and Design, Puplished by John Wiley & Sons, Inc. Kanada.

Küçük, B. (2013), "Görsel İletişim Tasarımı Açısından Sanatsal ve Kültürel Afişlerin Çözümlemesi: Uluslararası İstanbul Caz Festivali Afişleri", Yüksek Lisans Tezi, Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

McCandless, D. (2010), "The Beauty of Data Visualization," TED website, http://bit.ly/sHXvKc

Nevide Gökaydın, N. (1990), Eğitimde Tasarım ve Görsel Algı, H.H.K Basımevi, Ankara.

Olgun, İ. (2014), Televizyon Program Jeneriklerinde, Müzik ve Hareketli Grafik Tasarım İlişkisi, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı Programı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Orhan, S. Algı, Görsel Algı ve Gestalt İlkerleri, Powerpoint sunumu, s.2

Özengin Kuş, S. (1997), Güzel sanatlar eğitimi bölümlerinde grafik tasarım dersi eğitimine Gestalt kuramı ve ilkelerinin yansımaları, Ondokuz Mayıs Üniversitesi / Eğitim Bilimleri Enstitüsü / Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Samsun.

Özlen, G. (2014), Görsel Kimlik Tasarımında Logo ve Amblem Kullanımının Sektörlere Göre Renk Algısı, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya. 2014, 53-82

Sherpa Blog, (2016), Kullanıcı deneyimi tasarımında bilişsel psikoloji: Gestalt görsel algı ilkeleri https://sherpa.blog/kullanici-deneyimi-gestalt-ilkeleri-nedir

Slideshare.net (2012), Gestalt Kuramı-Mekân. https://www.slideshare.net/ayseguly/gestalt-kurammekan, s.26

Smiciklas, S. (2014), The Power od Infographics, Indianapolis, IN: Que Puplising.

Sonad, E. (2015), Reklam Kampanyasının Doğru Bilgilerle Ajans Tarafından Uygulanması ve Tüketiciye sunulmasında Kullanılan Yöntemler, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlilik Tezi, İzmir.

Tekkanat, N. (2006), Altın Oran'ın Kaynakları ve Sanata Yansıması, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya. 14-26

Topçu, D. (2017), Türk Basınında Haberin Fotoğraf ve İnfografik İle Anlatımının Okunabilirliğinin Karşılaştırılması, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı Programı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Tuncay, A. M. (1998), Dergi Tasarımı, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Uçar, T. F. (2014), Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılap Yayınları. Ankara. 17-66-68-139-149-154.

Yaban, T. (2012), "Sanat ve Görsel İletişimin Buluşma Noktası: Exlibris", Batman University, Journal of Life Sciences, Vol:1, No:1, http://www.yasambilimleridergisi.com/makale/pdf/1356291697.pdf,

Zedeli, A. R. (2014), İnfografiklerin Görsel ve İçeriksel Açıdan Dergi Tasarımındaki Yeri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı, İstanbul.

EKLER

Ek.1. Anket formu

1- İnfografik kelimesini duydunuz mu?

A) Evet

B) Hayır

2- İnfografiklere en çok hangi platformlarda rastlıyorsunuz?

A) Web siteleri

B) Sosyal Medya

C) Dergi

D) Gazete

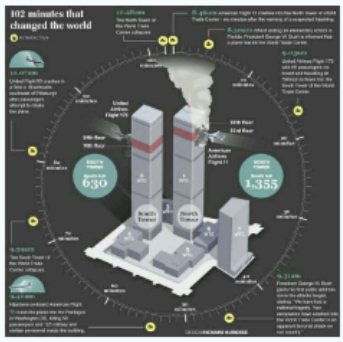
E) Televizyon

F) Sinema

3- Hangi görsel daha anlaşılır ve ilgi çekici



A Gazete tasarımı



B İnfografik tasarımı

***4-** İnfografiklerin anlatım kolaylığı sizce nasıl?*

0 en düşük- 10 en yüksek

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

5- *İnfografikle hazırlanmış bir haberle fotoğrafla hazırlanmış bir haberi karşılaştırdığımızda sizce hangisi daha ilgi çekici ve okunurluğu daha yüksek olur?*

A) *İnfografik haber daha ilgi çekici ve okunaklı*

B) *İnfografik haber ilgi çekici değil ve okunmuyor*

C) *Fotoğraflı haber daha ilgi çekici ve okunaklı*

D) *Fotoğraflı haber ilgi çekici değil ve okunmuyor*

6- *İnfografikler, diğer görsel iletim araçlarına göre kullanıcı üzerindeki algısı nasıldır?*

A) *Kolay algılanabilir ve dikkat çekici*

B) *Algılanması zor ve sıkıcı*

7- *Öğrenme sürecinde en etkilisi aşağıdakilerden hangisidir?*

A) *Deneyerek*

B) *Dokunarak*

C) *Koklayarak*

D) *Duyarak*

E) *Gözlemleyerek*

8- Sizce infografiklerin güvenirliği diğer görsel iletişim türlerine göre nasıldır?

A) *Güvenilir*

B) *Güvenilmez*

C) *Fikrim yok*

9- İnfografiklerin eğitim ve öğretim sürecine katkısı nasıldır?

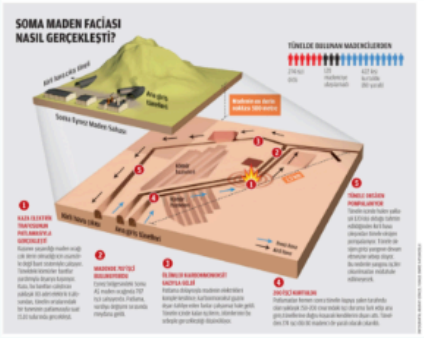
A) *Kolay anlaşılır ve akılda kalıcı*

B) *Anlaşılması zor*

10- *Hangi görseli sosyal medyada paylaşmak istersiniz?*



A Gazete sayfası

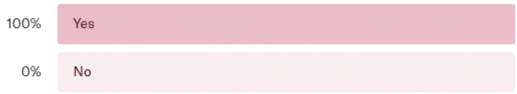


B İnfografik anlatımı

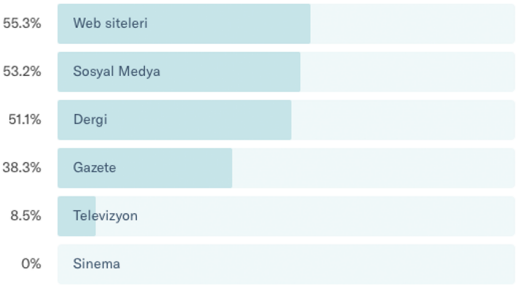
11- *Eğitim ve Öğretim müfredatında infografik kullanım türlerine rastlıyor musunuz?*

A) *Evet*
B) *Hayır*

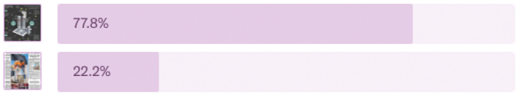
1 **İnfografik kelimesini duydunuz mu?**



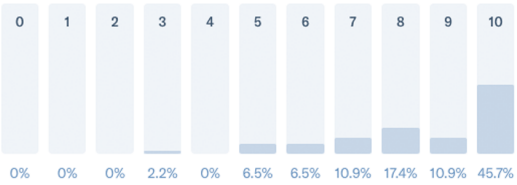
2 **İnfografiklere en çok hangi platformlarda rastlıyorsunuz?**



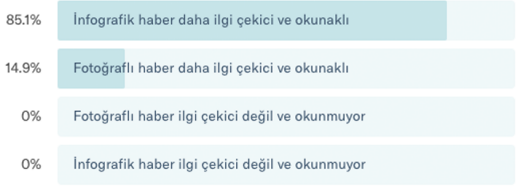
3 **Hangi görsel daha anlaşılır ve ilgi çekici?**



4 **İnfografik anlatımların algılama kolaylığı sizce nasıl?** Avg. 8.5



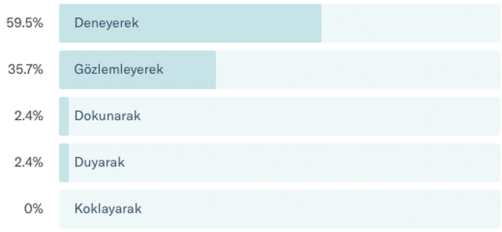
5 **İnfografikle hazırlanmış bir haberle fotoğrafla hazırlanmış bir haberi karşılaştırdığımızda sizce hangisi daha ilgi çekici ve okunurluğu daha yüksek olur?**



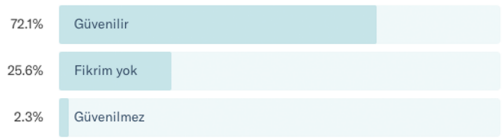
6 **İnfografikler, diğer görsel iletim araçlarına göre kullanıcı üzerindeki algısı nasıldır?**



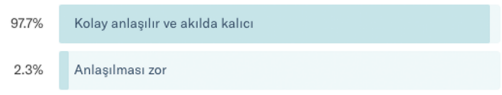
7 **Öğrenme sürecinde en etkilisi aşağıdakilerden hangisidir?**



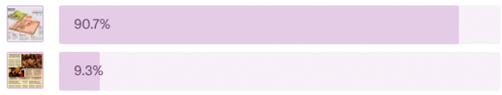
8 **Sizce infografiklerin güvenirliği diğer görsel iletişim türlerine göre nasıldır?**



9 **İnfografiklerin eğitim ve öğretim sürecine katkısı nasıldır?**



10 **Hangi görseli sosyal medyada paylaşmak istersiniz?**



11 **Eğitim ve Öğretim müfredatında infografik kullanım türlerine rastlıyor musunuz?**



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı: Murat GÖKCE
Doğum Yeri ve Tarihi: 26.02.1988, ÇORUM
Medeni Hali: EVLİ
E-Mail: gkcmurat@gmail.com
Adres (Ev): Güneşli Mahallesi, 1282. Sokak, No: 3/2 Bağcılar / İSTANBUL
Telefon: 0543 380 36 71

EĞİTİM DURUMU

2016 –2018 Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Programı Grafik Tasarımı (Tezli)
2006 –2010 Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Bölümü
2000 –2004 Çorum Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi

YABANCI DİL

İngilizce

İŞ TECRÜBESİ

2017 – Dönemsel	Ecodation, 3D Modelleme ve Animasyon Eğitmenliği
2017 – Halen	Evkur Alışveriş Merkezleri, Reklam ve Tasarım Takım Lideri
2017- 10 Ay	(Ocak – Kasım Ayları Arası) Kadifetekstil Mensucat Sanayi A.Ş AR-GE Departmanında Grafik Tasarımcı
2013 – 2016	Carhub Automotive UX-UI Tasarımcı
2013- Dönemsel	Tübitak, Dijital Yayın Tasarımı Eğitmenliği