

## DİJİTAL MEDYANIN GÖRSEL TASARIM SÜREÇLERİNİ DÖNÜŞTÜRME Sİ VE TASARIMIN DİJİTAL PLATFORMLARA ADAPTASYONU

Gonca UNCU<sup>1</sup>

### ÖZ

Dijital medyanın hızla yükselmesi, görsel tasarım alanında önemli dönüşümlere sebep olmuş ve tasarım süreçlerini temelden değiştirmiştir. Dijitalleşme süreci, geleneksel medyanın sınırlarını aşarak tasarımcılara yeni olanaklar sunmuş, yeni bir estetik dil oluşturulmasına olanak tanımıştır. Bu dönüşüm, sadece tasarım süreçlerini etkilemekle kalmayıp aynı zamanda iş dünyasında yeni fırsatlar ve bazı zorluklar ortaya çıkartmıştır. Tasarımın dijital platformlara adaptasyonu, geleneksel tasarım prensiplerini dijital ortamlara uyarlama sürecini ifade etmektedir. Bu adaptasyon, kullanıcı deneyimini iyileştirmek, marka tutarlılığını sağlamak ve dijital platformların özelliklerinden en iyi şekilde yararlanmak amacıyla gerçekleşmiştir. Bu araştırmada, dijital medyanın görsel tasarım üzerindeki etkileri ve tasarımın dijital platformlara adaptasyonu ele alınmaktadır. Dijital medyanın görsel tasarım dünyasına kattığı değeri ve tasarımın dijital platformlara başarılı bir şekilde nasıl uyum sağladığını inceleyen bu araştırmanın amacı, dijital medyanın görsel tasarım süreçlerini nasıl etkilediğini ve bu dönüşümün görsel tasarım üzerindeki etkilerini anlamaktır. Bu durum, geleneksel tasarım yöntemlerinden, dijital tasarım süreçlerine geçişin dinamikleri öne çıkan dijital tasarım örnekleri üzerinden incelenmiştir. Araştırma bir literatür taraması şeklinde gerçekleştirilmiş ve dijital veriler üzerinden örnekler incelenmiştir. Çalışma, tasarım süreçlerinde kullanılan araçların ve tekniklerin değerlendirilmesini amaçlamıştır. Dijital tasarımların, dijital medyaya adaptasyonu, avantajları ve zorlukları hakkında bulgular ortaya konulmuştur. Araştırma bulguları gelecek çalışmalara ışık tutarken, dijital tasarımcıların da daha etkili biçimde çalışabilmeleri için en iyi uygulamaların belirlenmesine yardımcı olacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Medya, Dijital Tasarım, Görsel Tasarım, Dijitalleşme

### ABSTRACT

The quick rise of digital media has caused significant transformations in the field of visual design and fundamentally changed design processes. The digitalization process has gone beyond the limits of traditional media, offering new opportunities to designers and allowing the creation of a new aesthetic language. This transformation has not only affected the design processes but also created new opportunities and some challenges in the business world. Adaptation of design to digital platforms refers to the process of adapting traditional design principles to digital environments. This adaptation was carried out in order to improve user experience, ensure brand consistency and make the most of the features of digital platforms. In this research, the effects of digital media on visual design and the adaptation of design to digital platforms are discussed. The aim of this research, which examines the value that digital media adds to the visual design world and how design successfully adapts to digital platforms, is to

#### Araştırma Makalesi

#### Research Article

1

Doç. Dr.

Marmara Üniversitesi  
İletişim Fakültesi

E-Posta  
goncauncu@gmail.com

ORCID  
0000-0002-2384-7306

#### Başvuru Tarihi / Received

01.02.2024

#### Kabul Tarihi / Accepted

14.06.2024

understand how digital media affects visual design processes and the effects of this transformation on visual design. This situation, the dynamics of the transition from traditional design methods to digital design processes, has been examined through prominent digital design examples. The research was carried out as a literature review and examples were examined through digital data. The study aimed to evaluate the tools and techniques used in the design processes. Findings have been revealed about the adaptation of digital designs to digital media, their advantages and difficulties. The research findings will shed light on future studies and help determine best practices for digital designers to work more effectively.

**Keywords:** Digital Media, Digital Design, Visual Design, Digitalism

## 1. Giriş

Hayatımızdaki birçok ögede olduğu gibi görsel tasarım süreçleri de dijitalleşme yolunda ilerleme göstermektedir. Özellikle Internet'in yaygınlaşması dijital medyanın insanlar tarafından kullanımının artmasına neden olmuştur. Gelişen teknolojiler sayesinde geleneksel medya, dijitalleşmiş ve evrim geçirmiştir. Dijital medya, bilgisayarların yaygınlaşarak internet ve mobil teknolojinin gelişimiyle büyük bir yükseliş yaşamıştır. İnsanların bilgiye ulaşma konusundaki alışkanlıkları, iletişim için kullandıkları yöntemler ve eğlence tercihleri büyük ölçüde dijitalleşmiştir. Artık yeni kamusal alan yeni medya olarak da bilinen dijital medyadır. Buradan hareketle dijital medyanın yaygınlaşması hakkında bazı ana çıkış noktalarını şöyle sıralayabiliriz: İnternetin yaygınlaşması ve erişilebilirliğinin artması, sosyal medya platformlarının yükselişi, mobil teknolojinin gelişimi, video ve interaktif içeriklerin artışı, geleneksel medyanın dijitalleşmesi, e-ticaretin yükselişi gibi unsurlar, dijital medyanın yaygınlaşmasını sağlamıştır. Dijital medyanın yükselişi özellikle görsel iletişim alanında önemli dönüşümlere sebep olmuş ve buna benzer başka sektörleri de etkisi altında bırakmıştır. Dijital medya devrimiyle birlikte görsel iletişim şekilleri hiç olmadığı kadar önem kazanmıştır.

Görsel tasarım, dijitalleşme sürecinde önemli bir değişim geçirmiştir. Bu süreç, bilinen tasarım yöntemlerinden dijital mecralara geçişi ve dijital araçların tasarım süreçlerine uyumlu hale getirilmesini içermektedir. İlk olarak bilgisayar tabanlı tasarım yazılımları, bilinen tarzda kağıt-kalemle yani elle yapılan tasarım süreçlerine kıyasla daha esnek ve hızlı bir tasarım deneyimi sunmaktadır diyebiliriz.

Adobe Design Collection, Creative Cloud, Canva gibi profesyonel tasarım araçları, grafikerlerin dijital projeler üzerinde çalışmalarına imkân sağlamaktadır. Dijital ortamda, illüstrasyonlar, vektör tabanlı grafikler, farklı boyutlarda, herhangi bir kayıp olmadan ölçeklendirilebilir ve farklı dijital platformlarda kullanılabilir. İnternetin yaygınlaşmasıyla web tasarımları da büyük bir önem kazanmıştır. Hemen hemen her markayı temsil eden bir web sayfası, mobil uygulaması ve sosyal medya platformu mevcuttur. Tasarımcılar, estetik olarak çekici, aynı zamanda kullanıcı dostu olan web siteleri oluşturmak için tasarım ilkelerini dijital ortama taşımak zorunda kalmışlardır. Aynı şekilde mobil

uygulama tasarımları da benzer bir değişim geçirmiştir. Kullanıcı deneyimi dijital medyanın en önemli unsurudur. Bu nedenle kullanıcı deneyimine odaklanan dijital tasarım trendleri ortaya çıkmıştır.

Dijitalleşme süreci, tasarımcılara üç boyutlu tasarım ve animasyon konusunda yeni olanaklar sunmuştur. Bu durum, oyun endüstrisinden film yapımına kadar birçok alanda kullanılan dinamik ve etkileyici görsel içeriklerin oluşturulmasını sağlamıştır. Görsel tasarım ayrıca, sosyal medya platformlarında paylaşılan içeriklerin oluşturulmasında ve dijital pazarlama kampanyalarının tasarımında önemli bir rol oynamaktadır. Dijital reklamlar ve sosyal medya grafikleri markaların dijital varlıklarını güçlendirmelerine yardımcı olmaktadır. Görsel tasarımın dijitalleşme süreci, tasarımcıların daha hızlı ve etkili bir şekilde çalışmalarına, daha geniş kitlelere ulaşmalarına ve daha çeşitli projelerde yer almalarına olanak tanımıştır. Bu süreç, tasarım dünyasını büyük ölçüde zenginleştirmiş ve çeşitlendirmiştir.

Dijital medyanın görsel tasarıma etkileri hakkında yapılan araştırmalar, tasarım pratiğine yeni kapılar açmaktadır. Bu durum, tasarımcıların yeni teknolojileri ve yöntemleri benimsemelerini teşvik ederek, sektördeki gelişmeleri hızlandırmaktadır. Görsel tasarımın dijital platformlara uyumlu bir şekilde adapte edilmesi, markaların dijital ortamda etkili iletişim kurmalarına yardımcı olmaktadır. Bu da daha geniş bir kitleye ulaşma ve marka bilinirliğini artırma potansiyelini beraberinde getirecektir. Bu araştırma, tasarımcıların ve tasarım öğrencilerinin, dijital platformlarda etkili tasarım becerilerini geliştirmelerine yardımcı olacağı öngörülmektedir. Görsel tasarımın dijitalleşmesi, reklamcılık, e-ticaret ve medya gibi sektörlerde iş modellerini ve rekabet dinamiklerinin de değişmesi demektir. Bu değişimleri anlamak ve yönetmek büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda bu çalışma, dijital medyanın görsel tasarım alanında etkilerini daha iyi anlamak ve tasarım pratiğini daha etkili hale getirmek için önemli bir katkı sağlayacaktır. Bu araştırmada dijital medyanın görsel tasarım süreçlerinin ve dönüşümünün görsel tasarım üzerindeki etkileri incelenecektir. Geleneksel tasarım yöntemlerinden başlayarak tasarımın dijitalleşmesi ve tasarım prensiplerinin yeni medyaya adaptasyonu başlıca incelenecek konulardır.

## 2. Dijital Medyanın Temel Prensipleri ve Toplumsallaşması

Genel olarak medya kavramını; bilgilendirme, eğitime, eğlendirme gibi işlevleri olan bir kavram olarak tanımlayabiliriz. Dijital medya ise bilgisayar teknolojisi ve elektronik iletişim araçları vasıtasıyla oluşturulan, veri olarak saklanabilen, iletilen ve tüketilen medya içeriğini ifade etmektedir. Geleneksel medyanın dijitalleşmesi ile meydana gelen bu medya türü, bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar ve

diğer dijital cihazlar vasıtasıyla erişilebilir hale gelmiştir. Genel olarak teknolojinin, özel olarak ise bilgi ve iletişimin gelişmesinin bir sonucu olarak medya iki boyutlu bir aşamaya geçmiştir: geleneksel ve yeni/dijital aşama. Bir tarafta basılı ve analog yayınlar (geleneksel medya), diğer tarafta ise çevrimiçi ve dijital yayınlar (yeni/dijital medya) bulunmaktadır. Geleneksel medya; gazete, dergi, radyo, analog televizyon gibi araçları kapsarken, dijital medya; akıllı telefon, tablet, dijital televizyon, bilgisayar gibi cihazlarda kullanılan internet tabanlı her türlü yazılı, görsel ve işitsel medyayı kapsamaktadır (Karaboğa, 2019: 4). Değişim sadece iletişim araçlarında yaşanmamış, bireyler de geleneksel medyanın okuyucu/dinleyici/izleyici konumundan yeni medyanın kullanıcısı boyutuna geçmişlerdir. Özellikle Web 2.0 ortamında bilginin takipçisinin, sosyal ağlar üzerinden üretici konumuna geçmesiyle birlikte, katılımcı kültürün ortaya çıkması dijital medyayı kutsal bilgi kaynağı haline gelmiştir (Özcan, 2017: 59).

Dijital medyanın temel prensiplerinden en önemlisi, interaktif olmasıdır. Dijital medya, kullanıcılar ile içeriğin etkileşimde bulunabildiği bir deneyim sunmaktadır. Bunun yanından metin, ses, görüntü ve video gibi farklı medya türlerini harmanlayarak farklı içerik deneyimleri sunulduğu bir çoklu ortam içeriği sunmaktadır. Dijital medyanın anında erişim ve yayılma özelliği sayesinde herhangi bir paylaşım anında yayılabilmekte ve geniş kitlelere hızlı bir şekilde erişebilmektedir. Aynı zamanda, dijital medya kişilere özel içerik deneyimleri sunarak, yeni kullanıcı deneyimlerini oluşturmak için tasarım özelleştirilebilmektedir. Akıllı mobil cihazların gelişimi sayesinde her yerden erişim sağlanabilir ve yeniden kullanılabilir bir yapıdadır. Böylelikle içerikler kolayca kopyalanabilir ve farklı şekillerde yeniden kullanılabilir. Son olarak veri toplama ve analiz yapabilme özelliği sayesinde kullanıcı etkileşimleri hakkında veri setleri üreterek içerik sağlayıcılara ve pazarlamacılara değerli bilgiler sağlamaktadır. Bu özellikler, dijital medyanın güçlü etkisini şekillendiren unsurlardır. Dijital medya; iletişim, eğlence, eğitim ve ticaret gibi birçok alanda önemli bir rol oynamaktadır. Dijital medyayı oluşturan "bilgi teknolojisi, iletişim ağları ve geleneksel medya alanları arasındaki üçlü yakınsama süreci" daha derin ve ileri bir aşamaya geçtiğinde, dijitalleşme arttığında ve dijital nesnelere niteliksel ve niceliksel olarak geliştiğinde, siber uzayın bir fonksiyonu haline gelir. Sosyal düzen daha çeşitli hale gelir ve daha karmaşıklaşması beklenmelidir (Polat, 2016: 422).

Dijital çağda estetik kavramı görsel tasarımı doğrudan ilişkilidir. Benjamin'in (1935) teknolojik çağda estetiğin yeniden üretimini incelediği yazısında teknolojik yeniden üretimin toplumsal estetik ve kültürel gelişim için çok olumlu bir etkiye sahip olacağı fikrini savunarak: "Sanat eserinin tekniğin yardımıyla çoğaltılabilirliği, kitlenin sanatla olan ilişkisini değiştirmektedir" (1995, s.62) ifadesini kullanmıştır. Buradaki temel kavram imgenin gücünün toplumsal bir etkiye sahip olabilmesi ve bu gücün teknoloji vasıtasıyla kalabalık kitlelere ulaştırılması fikridir. Örneğin ilkel toplumlarda yüksek kült bir

değere sahip olan bir sanatın, geniş halk kitlelerine ulaşabilir hale gelmesi evrensel bir beğeni zemini hazırlayacak ve bu zemin insanları tepeden birleştirerek genel bir estetik beğeni oluşturacaktı. Bunun yanında Benjamin'in yeniden üretim anlayışının sanatın/tasarımın aurasını ve biricikliğini yok edeceğine olan inancı da, dijital çağ ile yeniden sorgulanması gereken bir kavramdır. Günümüz dijital evreninde auranın kayboluşunda "asıl" görüntü yerini dijital "asıl" kopyalara bırakmıştır, sanatın/tasarımın orijinal biriciklik özelliği çoğaltma teknolojisi ile son bulmuştur. Ancak hiçbir teknolojik gelişme toplumlardan ayrı düşünülemez. Toplumun içinde bulunduğu ihtiyaçlar yeni teknolojilerin geliştirmesine sebep olmuştur. Dijital teknolojiler toplumsal yenilenmenin en son halkasıdır. Dijitalleşme yeni bir amaca hizmet etmektedir ve toplumsal, kültürel, ekonomik sonuçları içermektedir (Artan, 2007, s.89). Dolayısıyla denilebilir ki, teknolojik üretim toplumsal olgunun bir parçasıdır ve dijital çağ post modern dönem insanının ihtiyaç duyarak beklediği en önemli devrimdir.

### 2.1. Görsel Tasarımın Dijitalleşme Sürecindeki Rolü

21. yüzyılın sanat ve tasarım dünyası fizik, kimya, optik, elektronik, internet sanatı, yazılım vb. gibi sürekli gelişen teknolojilerle etkileşim halindedir. Yeni formatlar, multimedya vb. ile bu durum karma ve hibrit teknolojilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Günümüzde teknolojiye ve bilgisayarlara yakın olan sanatçı, çalışma alanının sınırlarını genişletmiş, algısını, düşünce biçimini ve davranışını değiştirmiştir. Geçmişte teknolojinin gelişmesinin sanatsal yaratım üzerinde bu kadar doğrudan ve derin bir etkisinin olduğu söylenemez (Kılıç, 2022: 189).

Görsel tasarım, dijitalleşme sürecinde kritik bir rol oynamaktadır ve geleneksel tasarım yöntemlerinden dijital platformlara geçişle birlikte büyük bir evrim geçirmiştir. Dijitalleşme, görsel tasarımcılara yeni araçlar ve olanaklar sunarak yaratıcılıklarını daha geniş bir perspektifle ifade etmelerine olanak sağlamaktadır. Dijital sanat eserleri yaratmak için vazgeçilmez tek malzeme bilgisayardır. Bilgisayar yardımı olmadan yapılan hiçbir şey dijital sanat olarak sayılmamaktadır. Bilgisayar destekli tasarım ve sanatta da; tüm sanat ve tasarım disiplinlerinde olduğu gibi, hayal gücü, düşünmenin sınırlarını zorlayan yaratıcılık ve ayrıca iyi düzeyde bilgisayar kullanımı, dijital sanat üretimine yönelik program ve ekipmanlar (Macintosh bilgisayar, Wacom board, video kamera, 5D kamera, aydınlatma) gerekmektedir (Ak, 2013: 920)

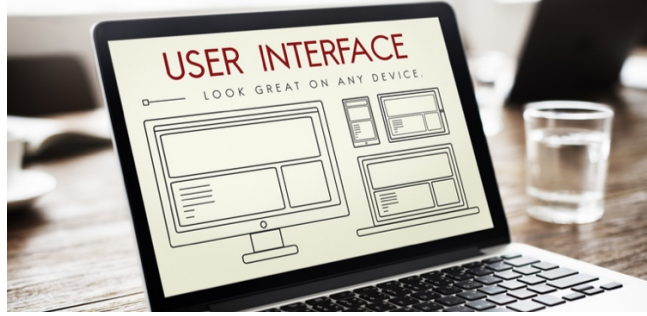
Adobe Creative Cloud (Şekil 1) gibi profesyonel tasarım yazılımları, grafik tasarımcılara dijital projeler üzerinde çalışabilmeleri için geniş bir araç seti sunmaktadır. Dijital tasarımı mümkün kılan en önemli tasarım aracı şüphesiz bilgisayar destekli dijital tasarım programlarıdır.



**Şekil 1.** Adobe Creative Cloud Tasarım Yazılımları

[https://cc-prod.scene7.com/is/image/CCProdAuthor/uar-desktop-1x-690x690-revision?\\$pjpeg&jpegSize=200&wid=690](https://cc-prod.scene7.com/is/image/CCProdAuthor/uar-desktop-1x-690x690-revision?$pjpeg&jpegSize=200&wid=690)

Dijitalleşme, tasarımcılara içeriklerini daha etkileşimli hale getirme fırsatı tanır. Kullanıcı deneyimini iyileştirmek adına interaktif öğeler, animasyonlar ve kullanıcı arayüzleri (Şekil 2) tasarlamak, görsel tasarımcılar için önemli bir unsurdur.



**Şekil 2.** Kullanıcı Arayüzü Tasarımı

<https://www.ticimax.com/Uploads/images/kullanici-arayuzu-tasarimi-nedir-9ec8e1.jpg>

Dijitalleşme süreci, web tasarımının ve mobil uygulama tasarımının önemini artırmıştır. Kullanıcı dostu, estetik ve işlevsel web siteleri tasarlamak, görsel tasarımcıların dijital ortamda etkili bir şekilde iletişim kurmalarına olanak sağlamaktadır. Sanat ve teknolojiadaki yeni araştırma biçimleri, sanat ve tasarımın yeniden incelenmesini gündeme getirmiştir. Bu durumun en önemli sonuçlarından biri de her dönem ve çağda hızla gelişen ve yenilenen teknolojinin sanata etkisidir. Sanatı dijital bakış açısıyla birleştirmek, dijital sanata yeni bakış açıları kazandırmış, yeni fikir ve formlarla çağdaş sanatçılar yeni üretim araçlarının yanı sıra yeni bir ortam ve mecra da kavuşmuşlardır (Karaçeper, 2018: 74).

Dijital medyanın en büyük alametifarikası, metin, ses, görüntü ve video gibi farklı medya türlerini birleştirerek çoklu ortam deneyimleri oluşturmayı mümkün kılmış olmasıdır. Bu, görsel tasarımcıların daha zengin ve etkileyici içerikler üretmelerine olanak tanımaktadır. Sosyal medya platformlarında paylaşılan grafikler, görsel tasarımcıların marka kimliğini güçlendirmeleri ve hedef kitleleriyle etkileşimde bulunmaları için önemli birer araçlardır. Bu grafikler, markaların dijital varlıklarını

güçlendirmelerine yardımcı olmaktadır. Görsel tasarımın dijitalleşme sürecindeki rolü, kullanıcı deneyiminin iyileştirilmesi, etkileşimin artırılması ve içeriğin dijital platformlara uyarlanması üzerine odaklanmalıdır. Dijital araçların kullanımı tasarımcıların esnek ve yaratıcı olmalarını sağlamış ve dijitalleşen dünyada etkili bir şekilde iletişim kurmalarına yardımcı olmuştur.

## 2.2. Dijital Medyanın Geleneksel Medyadan Farklı Özellikleri

2000 yılından bu yana düzenli olarak internet istatistikleri yayımlayan InternetWorldStats.com'a göre, 2016 yılı başı itibarıyla dünyamızda yaklaşık 7,3 milyar insan olmak üzere 3,5 milyara yakın internet kullanıcısı bulunmaktadır. Çeşitli internet platformlarındaki anlık hareketleri simüle eden InternetLiveStats.com'un çeşitli internet şirketlerinin kamuya açık yıllık bilançolarını temel alan simülasyonlarına göre, Nisan 2016'da saniyede yaklaşık 7 bin X (Tweet) atılmakta; dünya çapında 54 bin Google araması yapılmakta; 120 bin YouTube videosu izlenmekte; 2,5 milyon e-posta gönderilmekte ve son olarak tüm bu hareketler sonucunda internetteki bir milyardan fazla web sitesine saniyede 34 bin gigabayt veri aktarılmaktadır (Polat, 2016: 411).

Dijital medya, geleneksel medya ile karşılaştırıldığında bir dizi belirgin farklılık taşır ve bu farklar, iletişim, içerik üretimi ve tüketimi alanlarında önemli değişikliklere yol açmıştır. Medya ve bilgi teknolojisinin yakınsaması, içerik ve veri unsurlarını birleştirmektedir ve bu sinerjik özelliği, "medya içeriğinin veri ile sayısallaştırılarak dijital bir nesneye dönüştürülmesi" olarak açıklanabilir (Polat, 2016: 419). Dijital medyanın en belirgin özelliklerinden biri de, kullanıcılar ile içerik arasındaki etkileşim ve geri bildirim mekanizmalarının daha güçlü olmasıdır. Geleneksel medya genellikle pasif bir izleyici deneyimi sunarken, dijital medya kullanıcılara içerikle etkileşimde bulunma ve geri bildirimde bulunma şansı vermektedir (Şekil 3).



**Şekil 3.** Geleneksel ve Dijital Medya Arasındaki Fark

<https://www.aramamotoru.com/wp-content/webp-express/webp-images/uploads/2021/02/geleneksel-medya-ile-dijital-medya-arasindaki-fark-1068x580.png.webp>

Dijital medya, metin, ses, görüntü ve video gibi farklı medya türlerini entegre etme yeteneği ile öne çıkar. Bu durum, daha zengin ve çeşitli içerik deneyimleri sağlamaktadır. Bunun yanında dijital medya, içeriğin anında ve geniş bir kitleye ulaştırılabilmesi açısından geleneksel medyadan ayrılmaktadır. İnternet aracılığıyla içeriğin hızlı bir şekilde yayılması, haberlerin, eğlence içeriklerinin ve bilgilerin anında paylaşılmasına olanak tanır. Dijital medya, kullanıcı profilleri ve veri analizi aracılığıyla içeriği kişiselleştirebilir ve hedef kitlelere özelleştirilmiş içerik sunabilmektedir. Bu durum, reklamcılık ve pazarlama stratejilerini daha etkili kılar. Dijital medya, akıllı telefonlar ve tabletler gibi mobil cihazlar aracılığıyla her an ve her yerden erişilebilirlik sağlamaktadır. Bu durum ise, içeriğin taşınabilirliğini artırır ve kullanıcıların mobil platformlarda etkileşimde bulunmasına olanak tanır. Dijital medya, interaktif reklam ve pazarlama kampanyalarını destekleme konusunda çok sayıda avantajlar sağlamaktadır. Kullanıcıların reklamlara tıklaması, içeriği paylaşması veya yorum yapması gibi etkileşimler, markaların daha etkili bir şekilde iletişim kurmalarına olanak tanır. Bu özellikler, dijital medyanın geleneksel medyadan ayrılan temel noktalarıdır ve günümüz iletişim ortamında önemli bir rol oynamaktadır. Bu değişiklikler, medya tüketim alışkanlıklarını, iş yapış süreçlerini, iletişim dinamiklerini, çalışma şekillerini ve içerik üretim süreçlerini büyük ölçüde etkilemiştir.

### 3. Dijital medyanın görsel tasarım süreçlerine etkisi

Günümüzde artık sadece basit bir faaliyet olmaktan çıkan tasarım, inovasyon aşamasındaki birçok ülke için rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejik bir araç haline gelmiştir. "Dünya Ekonomik Forumu" ve "Yönetim Geliştirme Enstitüsü" gibi ekonomik kuruluşlar, tasarımı rekabet gücünün en üst düzeyde tutulmasında önemli bir değişken olarak görmektedir (Selamet, 2012: 127).

Görsel tasarım dili veya görsel iletişim, günümüz global dünyasında farklı kültürlerden insanların yazıya ihtiyaç duymaksızın derdini anlatabilen evrensel bir iletişim şeklidir. Özellikle içinde olduğumuz dijital çağda, görsel tasarım, dil bariyerine takılmaksızın mesajını iletebilen çok güçlü bir iletişim haline gelmiştir. Dijital medyanın yükselişi, görsel tasarım süreçlerini temelde değiştirmiş ve geleneksel tasarım anlayışına dijital öğelerin entegre edilmesine olanak tanımıştır. Bilgisayar tabanlı tasarım araçlarının kullanımı, interaktif öğelerin eklenmesi ve çoklu ortamın entegrasyonu gibi dijital medyanın sunduğu avantajlar, görsel tasarım alanında yeni olanaklar yaratmıştır.

Günümüzde elektronik ortam grafik tasarımın yaygın olarak kullanıldığı bir uygulama alanıdır. Baskıda çözülebilen birçok grafik tasarım ürününün dijital olarak üretilme ve çevrimiçi olarak yayınlama seçeneği vardır, bu da kâğıt ve dolayısıyla orman ürünü tüketimini gerçekten azaltmaktadır.



Reklam ve tanıtımda kâğıdın yerini alabilecek araçlar; bilgisayarlar, video ekranları, televizyonlar, cep telefonları, video oynatıcılar (CD-DVD oynatıcılar gibi), elektronik reklam panoları gibi elektronik cihazlardır (Selamet, 2012: 134).

Dijital medya, tasarımcılara daha hızlı ve esnek bir çalışma ortamı sağlar. Geleneksel kâğıt üzerinde yapılan tasarımların yanı sıra, dijital ortamda yapılan tasarımların daha kolay düzenlenebilir olması ve proje süreçlerini hızlandırması, görsel tasarım alanındaki yenilikleri desteklemiştir. Ayrıca, interaktif tasarımın önemli bir unsuru olan kullanıcı deneyimi (UX) tasarımı da dijital medyanın etkisi altında büyük gelişme göstermiştir. Kullanıcıların web siteleri, mobil uygulamalar ve diğer dijital platformlarda rahatlıkla gezinebilmeleri ve etkileşimde bulunabilmeleri, görsel tasarımcıları kullanıcı dostu ve çekici tasarımlar oluşturmaya teşvik etmiştir. Sonuç olarak, dijital medya görsel tasarım süreçlerini daha erişilebilir, etkileşimli ve dinamik hale getirerek tasarımcıların yaratıcılıklarını artırmış ve kullanıcılarla daha derin bir etkileşim kurmalarına olanak sağlamaktadır.

### **3.1. Dijital Medyanın Sunduğu Yeni Tasarım Araçları ve Teknolojiler**

Dijital medyanın hızlı gelişimi, tasarım dünyasına bir dizi yenilikçi araç ve teknoloji getirmiştir. Dijital sanat, dijital medya ile sanatın birleşimidir; genellikle bilgisayarın rol oynadığı bir sanat formudur. Bu işlem sırasında bilgisayar; geleneksel anlamda kullanışlı bir araçtan, yaratıcı konuma kadar gelişimin her aşamasında etkili şekilde kullanılmaktadır (Akten, 2008: 6). Teknolojik unsurlar, tasarımcıların yaratıcılıklarını daha verimli bir şekilde ifade etmelerine ve çeşitli projelerde daha etkili çalışmalarına olanak tanımaktadır.

**Augmented Reality (Artırılmış Gerçeklik - AR):** Dijital medyanın en yenilikçi öğelerinden biri, artırılmış gerçeklik teknolojisi olarak öne çıkar. AR, gerçek dünyayı dijital içeriklerle birleştirerek interaktif ve zengin deneyimler sağlamaktadır. Kullanılan teknolojiye göre artırılmış gerçeklik uygulamaları iki gruba ayrılabilir: “optik teknolojiler” ve “video tabanlı teknolojiler”. İki teknoloji arasındaki temel fark, gerçek ve sanal dünyaların bütünleştirilmesiyle oluşturulan sahnenin nerede görüntülendiğidir. Optik sistemlerde bütünleşik sahne gerçek dünyada gözlük aracılığıyla görülürken, video tabanlı sistemlerde bütünleşik sahne bilgisayar/tablet/cep telefonunda görülmektedir (İçten, Bal 2017: 112). Tasarımcılar, AR'yi kullanarak fiziksel dünyada etkileşimli ve görsel olarak çarpıcı içerikler oluşturabilirler (Şekil 4).



**Şekil 4.** Artırılmış Gerçeklik

<https://vrturu.com/wp-content/uploads/2018/05/m%C3%B6.jpeg>

**Virtual Reality (Sanal Gerçeklik - VR):** Sanal gerçeklik, katılımcılarına gerçeklik hissi veren ve bilgisayarların oluşturduğu dinamik bir ortamla etkileşime girmelerini sağlayan bir simülasyon modelidir (Bayraktar, Kaleli 2007: 2). VR teknolojisi, kullanıcıları tamamen farklı bir dijital ortama taşıyan bir diğer önemli gelişmedir. Tasarımcılar, sanal gerçeklik sayesinde kullanıcılara daha derinlemesine ve etkileyici deneyimler sunabilirler. Özellikle oyun, eğitim ve simülasyon alanlarında VR'in etkisi oldukça büyük olmuştur.

**3D Tasarım ve Yazılımlar:** Dijital medya, tasarımcılara üç boyutlu (3D) tasarım yetenekleri sunan çeşitli yazılımların kullanımını sağlamıştır. Geçmişte sadece uzmanlar için geliştirilen 3 boyutlu tasarım yazılımları artık her kesime hitap edebilecek çeşitliliktedir. Dolayısıyla, bazılarını kullanmak için sadece temel bilgisayar becerilerine sahip olmak yeterlidir (Hebebe ve Hebebe 2021: 29). Bu yazılımlar, nesnelere, karakterlere ve sahneleri daha detaylı bir şekilde modelleme ve animasyon oluşturma imkanı vermektedir.

**Artificial Intelligence (Yapay Zeka - AI):** Yapay zeka; insan zekasını taklit edebilmek için insan gibi düşünebilme, anlamlandırma, genelleme yapabilme, tecrübeleriyle öğrenebilme gibi özellikleri bir bilgisayara ya da makineye kazandırabilmektir (Yılmaz, 2021: 1). Yapay zeka, tasarım süreçlerine akıllı ve otomatize edilmiş çözümler getirmiştir. Özellikle tasarım önerileri, içerik oluşturma ve kişiselleştirilmiş deneyimlerde AI'nin kullanımı, tasarımcılara zaman kazandırarak daha verimli çalışmalarını sağlamaktadır.

**Responsive Design (Duyarlı Tasarım):** Dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, tasarımcılar mobil cihazlara uyumlu ve farklı ekran boyutlarına duyarlı tasarımlar oluşturma ihtiyacıyla karşılaşmıştır. Esneklik ve uyarlanabilirlik için bir web sitesi tasarlamaya Duyarlı Web Tasarımı denmektedir. Bir web sitesini esnek, uyarlanabilir ve üstün kullanıcı deneyimi sağlayacak şekilde optimize etmeye odaklanan bir yol izlemektedir. Bir web sitesini en iyi şekilde geliştirmekte, mümkün olan görüntüleme deneyimi, azaltılmış içerik okuma ve gezinme çeşitli cihazlarda ekran boyutlarından

bağımsız olarak kaydırma ve yeniden boyutlandırma sağlamaktadır. Bu yaklaşım, basit ve ekran boyutu, platform ve oryantasyona bağlı olarak kullanıcının davranışına ve ortamına yanıt veren bir tasarıma yol açmaktadır (Aryal, 2014: 2). Bu bağlamda, responsive design, tasarımların farklı cihazlarda tutarlı ve etkili bir şekilde görüntülenmesini sağlamaktadır.

**UI/UX Tasarım Araçları:** Kullanıcı deneyimi genel olarak bir kullanıcının akıllı cihazlar veya web siteleri gibi etkileşimli tasarımlarla etkileşime girmesi sırasında ve sonrasında yaşadığı deneyimler kümesi olarak özetlenebilir. Kullanıcı deneyimini oluşturan bileşenler, bu süreçte vaat edilen faydalar, bu faydalara ulaşıp ulaşılmadığı, erişim sürecinin ne kadar kolay olduğu ve kullanıcının bu interaktif süreç boyunca ve süreç sonunda yaşadığı deneyimlerin toplamıdır (Tuzcu, 2019: 16). Kullanıcı ara yüzü (UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarımında kullanılan araçlar, dijital medyanın gelişimiyle birlikte daha kullanıcı dostu ve etkileyici deneyimler sunmaya odaklanmıştır. Bu araçlar, tasarımcılara interaktif ve kullanıcı odaklı tasarımlar oluşturmak için çeşitli seçenekler sunmaktadır.

Bu yeni tasarım araçları ve teknolojiler, dijital medyanın evrimi ile birlikte ortaya çıkmış ve tasarımcılara daha önce mümkün olmayan yaratıcı imkanlar sunmuştur. Yaratıcı düşünce tasarımın en önemli itici unsurudur. Dijital dünyanın yeni teknolojileri tasarım dünyasını daha dinamik ve ilgi çekici hale getirmiştir.

### 3.2. Dijital Platformlarda Görsel Tasarımın Hızı ve Anlık Etkileşimi

Dijital platformlarda görsel tasarım, hız ve anlık etkileşim açısından önemli bir dönüşüm yaşamıştır. Geleneksel medyadan farklı olarak, dijital platformlar tasarım süreçlerini hızlandırmış ve kullanıcılarla anlık etkileşim olanağını artırmıştır. Örneğin; dijital öncesi çağda animasyon filmi veya eseri yapmak oldukça zordu. Film sektöründe binlerce çizimden üretilen animasyonlar artık "bilgisayar destekli betimleme" diye bilinen grafik programları ile çok daha kolay ve hızlı bir şekilde üretilebilmektedir (Sağlamtimur, 2010: 225). Dijital dünyanın kullanıcılarla kurduğu görsel etkileşim şekilleri şu şekildedir:

**Hızlı İterasyonlar:** Dijital tasarım süreçleri, hızlı iterasyonları destekler. Tasarımcılar, dijital araçlar sayesinde tasarımlarını kolayca düzeltebilir, güncelleyebilir ve test edebilir. Bu da tasarım süreçlerinin daha esnek ve dinamik olmasını sağlamıştır. Geleneksel pazarlamada üretici ile tüketici arasında tek yönlü bir iletişim vardır; dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte çift yönlü ve sürekli iletişim ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla dijital pazarlama sayesinde tüketicilere çok daha kısa sürede, daha düşük maliyetlerle ve doğrudan iletişim şeklinde ulaşmak mümkün hale gelmiştir (Türkay, 2022: 87).

**Anlık Geri Bildirim:** Dijital platformlarda kullanıcılar, görsel tasarımlara hızlı bir şekilde geri bildirim sağlayabilirler. Sosyal medya ve çevrimiçi platformlar, tasarımcıların eserlerini anında paylaşma ve kullanıcıların görüşlerini alabilme imkanı sunar. Bu geri bildirim döngüsü, tasarımların geliştirilmesini hızlandırmaktadır. Geri bildirim, tasarım tamamlandıktan sonra kullanıcının tasarımla etkileşime girmesi ve tasarımcıyı hatalar veya eksiklikler konusunda bilgilendirmesi sürecidir (Akgün, 2023: 49).

**Hızlı Dağıtım:** Dijital platformlar, tasarımların hızlı bir şekilde dağıtılmasını sağlar. Web siteleri, mobil uygulamalar veya diğer dijital ortamlar üzerinden tasarımların anında erişilebilir olması, hedef kitleyle hızlı bir etkileşim kurma fırsatı sunmaktadır. Geçmişte sabırlı, geleneksel diye tabir ettiğimiz insan, bugün daha heyecanlı, eğlenceli, hızlı ve marjinal olanı tercih ediyor. Dijital platformların kullanıcılarına sunduğu heyecan verici, eğlenceli ve işlevsel dünyada bu enerjik ve renkli yapının kullanıcıları etkilediği söylenebilir (Keskin ve Meral 2022: 390).

**Canlı Yayın ve Akışlar:** Canlı yayınlar ve akışlar, dijital medyanın tasarım süreçlerine canlılık katar. Tasarımcılar, ürettikleri içeriği canlı olarak paylaşabilir ve izleyicilerle etkileşimde bulunabilirler. Bu da tasarım süreçlerini daha sosyal ve anlık kılmaktadır. Grafik tasarım programları, YouTube'a her gün eklenen tasarım kanallarında çeşitli video ve içeriklerle öne çıkmaktadır. Her programın onlarca fonksiyona sahip olması ve farklı özelliklerinin olması YouTube videolarının çeşitliliğini arttırmıştır. Her özelliğin ayrı videolarda açıklanması, konuya daha net bir genel bakış da sağlamaktadır (Avcı ve Üstün 2022: 50).

**Kullanıcı Deneyimi (UX) Öncelikleri:** Dijital tasarım, kullanıcı deneyimine odaklanma konusunda daha fazla esneklik sunar. Anlık etkileşimler, kullanıcı deneyimini geliştirmek için tasarımcılara daha fazla fırsat tanımaktadır. Özellikle kullanıcı geri bildirimlerine dayalı olarak tasarımın anlık olarak iyileştirilmesi mümkündür. Web siteleri, kullanıcıların kendi ortamlarında bulunduğu karmaşık bir sistemi temsil eder. Web sayfalarının yoğun içeriğini yönetmek ve kullanıcının hedeflerine engelsiz ulaşmasını sağlamak için kullanıcı deneyiminin iyi tasarlanması gerekir (Ercan ve Tiryakioğlu 2020: 275). Dijital platformlardaki bu hız ve anlık etkileşim özellikleri, tasarımcıların yaratıcı süreçlerini hızlandırmalarına ve kullanıcılarla daha yakın, hızlı etkileşimler kurmalarına olanak tanımaktadır. Bu da tasarım dünyasını daha dinamik ve etkileşimli hale getirmiştir.

### 3.3. Kullanıcı Deneyimi Tasarımının Dijital Medya İçindeki Önemi

Kullanıcı deneyimi tasarımı (UX), dijital medyanın önemli bir unsurudur ve kullanıcıların bir platformu veya ürünü nasıl deneyimlediğini etkileme açısından kritik bir rol oynar. Kullanıcı deneyimi tasarımının dijital medyadaki önemi, kullanıcıların memnuniyetini, etkileşimleri ve bağlılığını artırarak başarılı bir dijital varlık oluşturmayı amaçlar. Kullanıcı deneyimi kısaca kişinin bir hizmete veya ürüne

verdiği duygusal tepki olarak tanımlanır. Kullanıcıların ürünü kullanırken her açıdan olumlu ya da olumsuz sonuçlar aldığı bir süreç olarak da açıklanabilir (Türkmenoğlu, Atalar 2020: 1042).

Kullanıcı deneyimi tasarımı, kullanıcıların bir platformu veya uygulamayı kullanırken hissettikleri memnuniyeti etkiler. İyi bir UX tasarımı, kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun, kullanımı kolay ve etkili bir deneyim sunarak kullanıcı memnuniyetini artırır. Memnun kullanıcılar genellikle sadık kullanıcılara dönüşürler. Dijital medya içindeki başarılı tasarımlar, kullanıcılarla etkileşim kurmayı ve kullanıcıların istedikleri bilgilere veya işlemlere hızlı bir şekilde erişmelerini sağlamayı hedefler. Kullanıcı deneyimi tasarımı, bu etkileşimleri optimize ederek kullanıcılar için kolay ve sezgisel bir deneyim sunmaktadır. UX tasarımcıları buldukları konum nedeniyle spesifik bir tasarım oluşturmazlar. Ancak günümüzde kullanıcı deneyimini ilk sıraya koyan tasarımcılar, etkileşimli kullanıcı arayüzü tasarımı kavramını uzun süredir şekillendiren estetik, renk ve tipografi gibi unsurları iç içe geçirdikleri için belirli kullanıcı arayüzü tasarımcılarına fayda sağlayan çalışmalar oluşturabilmektedirler (Yazar ve Akpınar 2022: 103).

Kullanıcı deneyimi tasarımı, bir markanın dijital varlığının oluşturulmasında önemli bir rol oynar. Kullanıcılar, bir platformu kullanırken yaşadıkları deneyimler aracılığıyla markanın genel imajını ve algısını oluştururlar. Başarılı bir UX tasarımı, olumlu bir marka imajının oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Örneğin; müşterilerin yemek siparişi uygulamalarını kullanırken nelerden etkilendiklerini benimsemek ve müşteri memnuniyeti ile marka imajını etkileyen faktörleri anlamak, işletmelerin rekabette bir adım önde olmasını sağlayacaktır (Süzer ve Kirişçi 2023: 252).

Dijital medyadaki bir hedef genellikle kullanıcıların belirli bir eylemi gerçekleştirmesidir, örneğin bir ürün satın almak veya bir formu doldurmak gibi. Kullanıcı deneyimi (UX) tasarımı, bu dönüşüm oranlarını artırmak için kullanılabilirlik konusuna odaklanır, böylece kullanıcılar istedikleri eylemi hızlı ve hatasız bir şekilde gerçekleştirebilirler. Dijital medyada rekabetin yoğun olduğu ortamlarda, iyi bir kullanıcı deneyimi tasarımı rekabet avantajı sağlamaktadır. Kullanıcılar, çeşitli seçenekler arasında genellikle en iyi kullanıcı deneyimini sunan platformları tercih etmektedirler.

Sonuç olarak, kullanıcı deneyimi tasarımı, dijital medyada başarılı bir varlık oluşturmak ve sürdürmek için kritik bir unsurdur. Kullanıcı odaklı tasarım prensipleri, kullanıcıların beklentilerini anlamak ve onlara tatmin edici bir deneyim sunmak için önemlidir. Bu da hem kullanıcı memnuniyetini artırır hem de uzun vadeli başarı için temel bir yapı oluşturur.

#### 4. Görsel tasarımın dijital platformlara adaptasyonu

Görsel tasarımın dijital platformlara adaptasyonu, teknolojik ilerlemeler ve dijital medyanın yaygınlaşmasıyla önemli bir evrim geçirmiştir. Dijital platformlar, görsel tasarımcılara yeni olanaklar sunarak kullanıcılarla daha etkileşimli ve çekici deneyimler oluşturma fırsatı tanımıştır. Canva isimli tasarım sayfasında logo, infografik, davetiye, afiş, web sitesi arayüzü, video gibi görsel tasarıma ait çok fazla içerik bulunmaktadır (Kohen, 2023; 263).

Geleneksel tasarımın sınırlarını aşan dijital adaptasyon, öncelikle interaktif tasarımın önemini vurgular. Dijital medya, kullanıcıların içerikle etkileşimde bulunma beklentisini beraberinde getirir. Görsel tasarımcılar, bu etkileşimi destekleyen animasyonlar, geçiş efektleri ve interaktif öğeler ekleyerek kullanıcı deneyimini zenginleştirebilirler. Ayrıca, responsive design (duyarlı tasarım) görsel tasarımın dijital platformlara adapte edilmesinde kritik bir rol oynar. Farklı ekran boyutlarına ve cihazlara uyumlu tasarımlar oluşturmak, kullanıcıların her platformda tutarlı ve etkili bir deneyim yaşamasını sağlamaktadır. Günümüzde dijital tasarım kavramını anlamak için tarihsel süreç içerisinde bilgisayarın tasarıma nasıl dahil olduğuna bakmakta fayda var. 1970'li yılların başından itibaren hızla gelişen bilişim teknolojisi, ilk gününden günümüze kadar pek çok yapısal değişime uğramıştır. İlk olarak tek boyutlu metin tabanlı kullanıcı arayüzleri yerini iki boyutlu görsel ve grafiksel uygulamalara bırakmıştır (Varlı, 2013: 19). Dijital platformlar, görsel tasarımcılara anlık güncelleme ve paylaşım imkânı sunar. Sosyal medya, web siteleri veya diğer dijital kanallar aracılığıyla içeriklerin hızlı bir şekilde yayılması, tasarımcıların eserlerini geniş bir kitleye anında ulaştırabilmelerine olanak tanımaktadır.

#### 4.1. Dijital platformlarda görsel tasarımın özellikleri

Dijital platformlarda görsel tasarım, çeşitli özelliklerle şekillenir ve bu özellikler, kullanıcı deneyimini etkileyerek dijital varlıkların etkileyici olmasını sağlar. Tasarımın en önemli özelliği interaktif olmasıdır. "Etkileşim" kelimesi kelimenin tam anlamıyla etki yoluyla iletişim anlamına gelmektedir. İnsanoğlu yaşamaya başladığı andan itibaren etkileşimli deneyimler oluşturmaya başlamıştır. İnteraktif tasarım, bilginin elde edilmesi için kullanıcı eylemi gerektiren bir sistem ise tarihte bunun pek çok örneğini bulmak mümkündür (Keş, Akyürek 2018: 96). Dijital platformlarda görsel tasarım, kullanıcılarla etkileşimde bulunma yeteneğiyle öne çıkar. Animasyonlar, geçiş efektleri ve interaktif öğeler, kullanıcıların içeriğe daha yakından bağlanmalarını sağlamaktadır. Geleneksel medyanın tasarım prensipleri, dijital medya tasarımları için de hemen hemen aynıdır. Bu bağlamda dijital bir tasarımda olması gereken sekiz tasarım prensibi şu şekildedir: Hizalama, tipografi, yakınlık ilişkisi, hiyerarşi, denge, renk ve kontrastlık, alan kullanımı, hikayeleme (Rand, 2014: 10). Bunlara ek olarak dijital ortama eklenecek diğer prensipler: Duyarlılık (responsive design),

minimalizm ve çoklu ortam entegrasyonudur. Bu özellikler, dijital platformlarda etkili görsel tasarımın temelini oluşturmakta ve kullanıcıların içerikle daha etkileşimli ve keyifli bir şekilde iletişim kurmalarına olanak tanımaktadır. Sanatta da sanatsal unsurlar özenle seçilerek sanatsal ilkelere göre düzenlenirler. Böylece çalışmalarda birlik oluşturulur. Birlik, bir sanat eserinin gerekli hedefidir. Birlik ve düzenin olduğu her yerde sanatsal unsurlar ve ilkeler bir arada çalışarak uyum ve bütünlüğü ortaya koyacaktır (Arıkan, 2011: 10).

## 4.2. Mobil Uyumluluk ve Responsive Design

Mobil uyumluluk ve responsive design, günümüz dijital ortamında kullanıcıların farklı cihazlardan erişim sağlamasını ve tutarlı bir deneyim yaşamasını sağlamak adına kritik öneme sahiptir. Mobil uyumluluk, bir web sitesi veya uygulamanın mobil cihazlara, özellikle de akıllı telefonlara ve tabletlere uygun bir şekilde tasarlanmasını ifade etmektedir. Mobil uyumlu tasarım, kullanıcıların içeriğe herhangi bir cihazdan sorunsuz ve etkili bir şekilde erişmelerine olanak tanır. Bu, mobil kullanıcıların artmasıyla birlikte, kullanıcı memnuniyetini ve erişilebilirliği artırmak adına önemlidir. Web sitesinde daha fazla kullanıcıya ulaşmak isteniyorsa ve kullanıcılar için web sitesine tablet ve akıllı telefonlardan erişim daha pratikse mobil uyumlu web uygulamalarını tercih edilmelidir (Keskin, Kılınç 2015: 86).

Responsive design ise bir web sitesinin veya uygulamanın farklı ekran boyutlarına otomatik olarak uyum sağlamasını ifade etmektedir. Bu tasarım yaklaşımı, CSS (Cascading Style Sheets) teknikleri ve özellikleri kullanarak, içeriği görüntüleme cihazının özelliklerine göre dinamik olarak ayarlar. Bu sayede, kullanıcılar farklı cihazlarda tutarlı bir deneyim yaşarlar. Örneğin, bir web sitesi responsive design kullanıyorsa, içerik masaüstü bilgisayar, tablet veya telefon gibi farklı ekran boyutlarına uyum sağlamaktadır. İnsanların her zaman ve her yerde kısa sürede bilgiye ulaşma isteği, mobil cihaz kullanıcılarının internete erişimi düşünülerek tasarlanmasını gerektirmektedir. Cep telefonu kullanımının hızla artması, web tasarımından ne beklendiğine dair geleneksel anlayışı değiştirdi ve web endüstrisini yeni yazılım ve donanım arayışına itmiştir. Esnek olmayan web tasarımı, duyarlı tasarım gibi yazılım ve uygulama gereksinimlerine ihtiyaç duymadığından, teknolojik gelişme sonucu ortaya çıkan farklı ekran boyutları, esnek tasarıma olan ihtiyacı değiştirdi ve bu, her türe uyum sağlayabilen "responsive web tasarımı" ile sonuçlanmıştır (Çatal, Kürşad 2016: 96). Mobil uyumluluk ve responsive design, günümüzde dijital içerik sunumu için temel bir gerekliliktir. Kullanıcıların herhangi bir cihazdan erişim sağlaması ve içeriğe kolayca ulaşabilmesi, kullanıcı memnuniyetini arttıran, SEO performansını olumlu etkileyen ve marka itibarını güçlendiren hususlardır. Bu nedenle, tasarım süreçlerinde mobil uyumluluk ve 'responsive design' prensiplerine odaklanmak, modern dijital ortamda başarılı bir varlık oluşturmanın önemli adımlarından biridir.

### 4.3. Sosyal Medyanın Görsel Tasarım Üzerindeki Etkisi

Sosyal medya, görsel tasarımı ön planda tutarak içeriklerin paylaşımını ve etkileşimini artıran bir platform olarak büyük bir etki yaratmıştır. Görsel tasarım, sosyal medyanın temel taşlarından biri haline gelmiş ve bu etkileşimli dijital ortamda markaların, bireylerin ve içerik oluşturucuların dikkatini çekmek için kritik bir araç haline gelmiştir. Sosyal medya tasarımı kavramını keşfetmek için tasarım sürecinin unsurlarına bir arada bakmak gerekir. Sosyal medyada tasarımın çeşitli uygulama alanları vardır. Tasarımlar farklı uygulama alanlarında adlandırılabilir; örneğin satış geliştirme stratejisine odaklanan tasarım çözümü, kurumsal kimlik tasarımı ve bileşenlerinin grafik tasarım uygulamaları, ses, senaryo, görüntü, hareket odaklı hareketli grafikler, interaktif kiosklar, web, televizyon, mobil uygulamalar, reklam animasyonları gibi çeşitli uygulama alanlarından bahsedilebilir (Danacıoğlu, 2023: 36).

Sosyal medya, kullanıcıların içeriği görsel olarak tüketme eğiliminde olduğu bir ortamdır. Görsel tasarım, ilk izlenimde kullanıcıları cezbetmek ve içeriğin paylaşılabilirliğini artırmak için önemlidir.

Sosyal medya platformları, markaların görsel kimliklerini oluşturmaları ve tanıtmaları için güçlü bir araçtır. Logo tasarımları, renk paletleri ve grafik öğeler marka imajını güçlendirir ve kullanıcıların markayı tanımalarına yardımcı olur.

Görsel tasarım, hikaye anlatımının güçlendirilmesinde kilit bir rol oynar. Grafikler, infografikler ve görsel öğelerle desteklenen içerikler, kullanıcılara bilgiyi daha çekici ve anlamlı bir şekilde sunma imkanı tanır.

Çekici görsel tasarımlar, kullanıcıların içeriği beğenmelerini, yorum yapmalarını ve paylaşmalarını teşvik eder. Bu etkileşim, içeriğin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar.

Sosyal medya platformları, video içerikleri ve canlı yayınları destekleyerek görsel tasarımın dinamik yönünü ön plana çıkarır. Markalar ve içerik oluşturucular, etkileyici videolar ve canlı yayınlarla kullanıcıları etkileşime geçmeye teşvik eder.

Görsel tasarım, duygusal bir bağ kurma konusunda önemli bir araçtır. Renk seçimleri, kompozisyonlar ve ifade edilen duygular, kullanıcıların içeriğe duygusal tepkiler vermesini sağlar.



Sonuç olarak, sosyal medyanın görsel tasarım üzerindeki etkisi, içeriklerin anlamını derinleştirirken aynı zamanda etkileşim ve paylaşılabirlik açısından kritik bir rol oynar. Görsel tasarımın dikkat çekici, etkileyici ve paylaşılabir olması, sosyal medya stratejilerinin başarısında önemli bir faktördür. Sosyal medya ve yeni sosyal olanaklar, farklı kompozisyon tasarım süreçlerinin geliştirilmesini gerektirmektedir. Tasarım süreçlerinde, sosyal medya ile bağlantının sürekliliği, iletişimin sürdürülebilirliği, yenilenebilirliği sayesinde bilgi izleme ve bilgi edinme sınırlarının ortadan kalktığı görülmektedir (Yavuz, 2019: 322).

#### **4.4. Dijital Medya Endüstrisindeki Yeni İş Modelleri**

Dijital medya endüstrisinde, teknolojik gelişmeler ve değişen tüketici alışkanlıkları, yeni ve yenilikçi iş modellerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu modeller, içerik üretimi, dağıtım ve tüketimi süreçlerinde önemli değişikliklere işaret eder. Dijital medya platformları, kültür endüstrisi için gerekli olan tüketim unsurunu destekleyen ve sanal ihtiyaçlar yaratan, kapitalizmin taşıyıcıları haline gelmiştir (Yurdakul, 2019: 52).

**Abonelik Tabanlı Modeller:** Dijital medya platformları, abonelik tabanlı modellere yönelerek kullanıcılara özel içeriklere erişim sunar. Video akış servisleri, müzik platformları ve diğer dijital içerik sağlayıcıları, abonelikler aracılığıyla sürdürülebilir gelir elde eder ve kullanıcılara reklamsız veya özel içeriklere erişim imkanı sunar.

**Freemium (Ücretsiz ve Premium):** Bu model, temel bir hizmetin ücretsiz olarak sunulduğu, ancak premium özelliklere veya içeriklere erişim için ödeme yapılması gereken bir yapıyı ifade eder. Uygulama mağazaları, oyun platformları ve diğer dijital hizmetler bu modeli benimseyerek geniş kullanıcı tabanlarına ulaşmayı ve ardından premium özelliklere geçişi teşvik etmeyi hedefler.

**Reklam Geliri Odaklı Modeller:** Birçok dijital medya platformu, içeriklerini ücretsiz sunarak reklam gelirleri üzerine odaklanır. Bu model, içeriği tüketen kullanıcılara reklamlar göstererek gelir elde eder. Sosyal medya platformları, çevrimiçi haber siteleri ve video paylaşım servisleri bu modeli benimseyerek geniş kitlelere ulaşır.

**E-ticaret Entegrasyonu:** Dijital medya içeriği ile e-ticaret arasında bir bağlantı kuran iş modelleri de giderek artmaktadır. Örneğin, içerik üzerinden doğrudan ürün satışı veya içerikle ilişkilendirilmiş e-ticaret platformları, kullanıcılara alışveriş deneyimini içeriğin içine entegre eder.

Kitle Kaynaklı Finansman (Crowdfunding): Dijital medya projeleri, kitle kaynaklı finansman platformları aracılığıyla destek alarak hayata geçirilebilir. Bu model, projelerin finansmanını toplamak için geniş bir çevrimiçi topluluğun katılımını sağlar ve proje sahiplerine doğrudan kitle desteği sağlar.

Bu yeni iş modelleri, dijital medya endüstrisinde geleneksel gelir kaynaklarına alternatifler sunarak sektörde rekabeti artırır. Dijital teknolojilerin hızla evrimi, işletmelerin esnek ve yenilikçi olmalarını gerektirirken, bu iş modelleri de bu değişime uyum sağlamak adına önemli bir role sahiptir.

#### **4.5. Freelance Tasarımcılar ve Dijital Medyanın Etkileşimi**

Freelance tasarımcılar, dijital medyanın hızla evrilen dünyasında önemli bir rol oynamakta ve çeşitli dijital platformlarda benzersiz becerilerini sergileyerek geniş bir müşteri tabanına ulaşma imkanına sahiptirler. Bağımsız çalışma modelinin temelini oluşturan ve bu olguyla doğrudan ilişkili olan “paylaşım ekonomisi”, “gig ekonomisi” gibi kavramlar dijital medya ve iletişimin gelişmesiyle birlikte gün geçtikçe daha fazla gündeme gelmektedir (Yıldız, 2022: 98).

Freelance tasarımcılar, kendi yeteneklerini sergilemek ve potansiyel müşterilere ulaşmak için çevrimiçi portföyler oluşturabilirler. Sosyal medya platformları, kişisel web siteleri ve tasarım portalları, tasarımcıların çalışmalarını göstererek kendilerini pazarlamalarına olanak tanır.

Dijital medya, freelance tasarımcılara geniş bir yelpazede proje ve uzmanlık alanları sunar. Grafik tasarım, web tasarımı, animasyon, UI/UX tasarımı gibi farklı disiplinlerde uzmanlaşarak tasarımcılar, çeşitli müşteri taleplerine cevap verebilir ve kendilerini farklılaştırabilirler.

Dijital medya, freelance tasarımcılar için uzaktan çalışma imkanı sunar. Bu, tasarımcıların coğrafi sınırları aşarak dünya çapındaki müşterilerle işbirliği yapmalarına olanak tanır. Küresel bir müşteri portföyü oluşturmak, tasarımcıların farklı kültürlerle etkileşime geçmelerine ve çeşitli projelerde yer almalarına olanak sağlar.

Dijital medya, freelance tasarımcılara çeşitli çevrimiçi topluluklara katılma ve iş fırsatlarına ulaşma şansı verir. Freelance platformları, tasarımcıların yeteneklerini sergileyerek potansiyel müşterilere ulaşmalarını sağlarken, çevrimiçi tasarım toplulukları da deneyim ve bilgi paylaşımına olanak tanır.

Dijital medya, freelance tasarımcılar için sürekli eğitim ve gelişim fırsatları sunar. Online kurslar, web seminerleri ve diğer dijital eğitim kaynakları, tasarımcıların yeni teknikleri öğrenmelerini ve becerilerini güncellemelerini sağlar.

Sonuç olarak, dijital medya freelance tasarımcılar için geniş bir oyun alanı sunar. Çevrimiçi varlık oluşturma, küresel müşterilere ulaşma, çeşitli projelerde yer alma ve sürekli olarak kendini geliştirme fırsatları, freelance tasarımcıların dijital medyanın dinamik ve hızla değişen ortamında başarılı olmalarına olanak tanır. İnsanların mekan ve zaman bakımından belirli bir yerde bulunmalarını gerektiren, şirket içi kurallar ve paylaşılan iş görevleri gibi faktörlerden dolayı "freelance" daha "özgür" bir alan olarak görülmektedir. Kendi iş planınızı, sosyal hayatınızı düzenleyebileceğiniz, kendi kararlarınızı verebileceğiniz bir iş yapısı olarak değerlendirilmektedir (Kayın, 2019: 54).

#### 4.6. Yeni Trendler ve Gelecekteki Olası Gelişmeler

Dijital medya, teknolojinin hızlı ilerlemesiyle birlikte sürekli evrilen bir alan olarak dikkat çekmektedir. Bu evrim, yeni iş olanaklarının ortaya çıkmasına ve sektördeki trendlerin değişmesine yol açmaktadır.

**Sanal ve Artırılmış Gerçeklik (VR ve AR):** Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri, dijital medyanın önemli bir parçası haline gelmektedir. VR ve AR, içerik üretimi, eğlence, eğitim ve pazarlama gibi birçok alanda yeni iş fırsatları sunmaktadır. Özellikle oyun endüstrisi, eğitim ve simülasyon uygulamaları bu alanda öne çıkan trendler arasındadır.

**E-ticaret ve Sosyal Ticaret:** Dijital medya, e-ticaret platformları üzerinden ürün ve hizmet satışına yönelik yeni iş olanakları sunmaktadır. Sosyal medya kanallarının bu ticaret süreçlerine entegre edilmesi, sosyal ticaret trendini güçlendirmekte ve dijital pazarlama stratejilerini etkilemektedir.

**Yapay Zekâ ve Otomasyon:** Dijital medya endüstrisindeki iş olanakları, yapay zekâ ve otomasyonun etkisiyle şekillenmektedir. Yapay zekâ tabanlı içerik üretimi, özelleştirilmiş reklamcılık ve müşteri deneyimi yönetimi gibi alanlarda yeni uygulamalar ortaya çıkmaktadır. Yapay zekanın günümüzde pek çok alanda kullanıldığı ve tıptan sosyolojiye, antropolojiden dilbilime, bilgisayar bilimlerinden psikolojiye kadar her alanda etkin bir yere sahip olduğu biliniyor. Son zamanlarda sanat alanında da yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Soyut kavramların bilgisayar ortamında dönüştürülmesi ve farklı izlenimler verilmesi dijital sanat alanında da ortaya çıktı. Yapay zekanın sunduğu olanaklarla yeni bakış açıları kazanmak, farklı disiplinlerden faydalanmak ve görünmeyeni

görünür kılmak mümkün oldu. Bilgisayar verilerini kullanarak kendi dijital sanat ortamlarını oluşturan sanatçılar birçok farklı eser ortaya çıkarmışlardır. Test alanı için yeni olanaklar yarattılar (Toprak, 2020: 50).

**Podcasting ve Sesli İçerik:** Podcasting, dijital medya içerisinde hızla popülerlik kazanmaktadır. Bu alandaki iş fırsatları, podcast üretimi, sesli reklamcılık ve sesli içerik pazarlaması gibi alanları kapsamaktadır. Sesli asistanlar ve sesli içerik platformları da gelecekteki önemli trendler arasında yer almaktadır.

**Veri Analitiği ve Büyük Veri:** Dijital medyanın sunduğu büyük veri imkanları, veri analitiği ve veri bilimi alanlarında iş olanaklarını artırmaktadır. İçgörülerin derinleştirilmesi, kişiselleştirilmiş içerik oluşturma ve reklam hedefleme gibi konularda veri analitiği kullanımı artarak devam etmektedir. Şirketler operasyonları boyunca sürekli yeni kararlar almak durumundadırlar. Ürün geliştirme, pazara giriş veya yeni bir alana yatırım yapma gibi tüm eylemler her zaman bir kararın sonucudur. Şirketler bu kararları belirli verilere dayanarak verirler. Bu nedenle yerleşik verilerin toplanması, yapılandırılması, analiz edilmesi ve raporlanması işletme operasyonları açısından stratejik öneme sahiptir (Girgin, 2019: 8).

Gelecekte dijital medyada beklenen gelişmeler, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte daha da çeşitlenecek gibi görünmektedir. Özellikle geniş bant genişlemesi, 5G teknolojisi, nesnelerin interneti (IoT) gibi faktörlerin etkisiyle dijital medya iş olanakları daha da genişleyebilir. Bu süreçte adaptasyon ve sürekli öğrenme, dijital medya profesyonelleri için önemli beceri ve tutumlar arasında bulunacaktır.

#### 4.7. Dijital Medya Üzerinde Başarılı Görsel Tasarım Adaptasyonları

##### **I LOVE NY Logosu:**

Proje: Grafik tasarımcı Milton Glaser tarafından 1977'de New York eyaletinin turizm kampanyası için tasarlanan ikonik "I LOVE NY" logosu. Başarı Öyküsü: Basitlik ve etkileyicilik açısından mükemmel bir örnek olan bu logo, zaman içinde New York'u temsil etmek için evrensel bir simge haline geldi (Resim 5).



**Şekil 5. I Love NewYork Logosu**

[https://static.independent.co.uk/2023/03/21/17/0\\_qME\\_9ndLowgvvYPZ.jpeg](https://static.independent.co.uk/2023/03/21/17/0_qME_9ndLowgvvYPZ.jpeg)

### **Obama "Hope" Posteri:**

Proje: Shepard Fairey tarafından Barack Obama'nın 2008 başkanlık kampanyası için tasarlanan "Hope" posteri. Başarı Öyküsü: Sade tasarımı ve güçlü mesajıyla bu poster, politik tasarımın etkileyici bir örneği olarak kabul edilir (Şekil 6).



**Şekil 6. Obama "Hope" Posteri**

[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/5/55/Barack\\_Obama\\_Hope\\_poster.jpg/220px-](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/5/55/Barack_Obama_Hope_poster.jpg/220px-)

[Barack Obama Hope poster.jpg](#)

### **Nike "Just Do It" Kampanyası:**

Proje: Wieden+Kennedy reklam ajansı tarafından tasarlanan ve 1988'de başlayan "Just Do It" kampanyası. Başarı Öyküsü: Basit, etkileyici ve motivasyon dolu mesajlarıyla Nike'ın marka imajını ve satışlarını güçlendiren ikonik bir kampanya (Şekil 7).



**Şekil 7. Nike "Just Do It" Kampanyası Logosu**

<https://www.pazarlamasyon.com/wp-content/uploads/2018/02/nike-just-do-it-1.jpg>

### **Apple iPod Reklamları:**

Proje: TBWA\Chiat\Day tarafından yaratılan renkli gölgelerle tanımlanan Apple iPod reklam kampanyası (Şekil 8). Başarı Öyküsü: Minimalist tasarımı ve canlı renk paletiyle dikkat çeken bu reklam kampanyası, iPod'un popülerliğini artırmada önemli bir rol oynadı.



**Şekil 8. Apple iPod Reklam Kampanyası**

<https://i.pinimg.com/736x/e9/96/2e/e9962e5c30545f0ad79999582a5818bb.jpg>

### **Coca-Cola "Share a Coke" Kampanyası:**

Proje: Dijital etiketleme ile kişiselleştirilmiş Coca-Cola şişeleri içeren küresel bir kampanya (Şekil 9). Başarı Öyküsü: Kullanıcıların adlarını şişelerde görmelerini sağlayarak tüketici etkileşimini artıran ve sosyal medyada büyük bir ilgi uyandıran başarılı bir kampanya.



**Şekil 9.** Coca-Cola "Share a Coke" Kampanyası

<https://cocacolaunited-old.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2015/05/Share-a-Coke-with-even-MORE.jpg>

### Google Doodle'lar:

Proje: Google'ın anlık etkinlikleri veya özel günleri kutlamak amacıyla ana sayfasına yerleştirdiği özel tasarımlar (Şekil 10). Başarı Öyküsü: Google Doodle'ları, yaratıcı tasarımlarıyla dünya genelinde milyonlarca insanın ilgisini çeken ve çeşitli konuları kutlamak için kullanılan etkili bir tasarım projesidir.



**Şekil 10.** Google Doodle'lar

<https://www.leblebitozu.com/wp-content/uploads/2015/02/cumhuriyet-bayram%C4%B1.jpg>

Bu örnekler, zaman içinde klasikleşmiş ve geniş kitleler tarafından tanınan görsel tasarım projeleridir. Her biri, tasarımın gücünü, etkileyciliğini ve marka bilincini artırmadaki önemini vurgulayan başarı öyküleridir.

### 4.8.Yaratıcı ve Etkili Dijital Kampanya Örnekleri

#### ALS Ice Bucket Challenge:

Kampanya: 2014'te Amyotrofik lateral skleroz (ALS) bilincini artırmak için başlatılan kampanya. Katılımcılar, üzerlerine buzlu su dökerek ve bunu sosyal medyada paylaşarak farkındalık yaratıyordu.

Başarı Öyküsü: Kampanya, sosyal medyada viral hale gelerek dünya çapında milyonlarca kişiye ulaştı ve ALS konusunda farkındalığı artırdı (Resim 11).



**Şekil 11.** ALS Ice Bucket Challenge

[https://www.als.org/sites/default/files/styles/hero\\_image\\_small/public/blog\\_files/blog-header-060519.png?h=e92c5d5c&itok=z45cH70p](https://www.als.org/sites/default/files/styles/hero_image_small/public/blog_files/blog-header-060519.png?h=e92c5d5c&itok=z45cH70p)

### **Old Spice "The Man Your Man Could Smell Like":**

Kampanya: Old Spice'in 2010 Super Bowl reklamından türetilen interaktif sosyal medya kampanyası. Aktör Isaiah Mustafa'nın rol aldığı interaktif videolar ve sosyal medya etkileşimi içeriyordu (Şekil12). Başarı Öyküsü: Kampanya, markanın genç tüketicilere ulaşmasını sağlayarak büyük bir başarı elde etti ve sosyal medyada geniş bir etki yarattı.



**Şekil 12.** Old Spice "The Man Your Man Could Smell Like"

[https://miro.medium.com/v2/resize:fit:555/1\\*C90fSvJw0MduRldJ0MeE0Q.jpeg](https://miro.medium.com/v2/resize:fit:555/1*C90fSvJw0MduRldJ0MeE0Q.jpeg)

### **Dollar Shave Club'un Lansman Videosu:**

Kampanya: 2012'de Dollar Shave Club'ın kurucu CEO'su Michael Dubin'in oynadığı düşük bütçeli, mizahi bir tanıtım videosu (Şekil 13). Başarı Öyküsü: Video, markanın hızla dikkat çekmesini sağladı ve sosyal medyada paylaşılarak milyonlarca izlenmeye ulaştı.



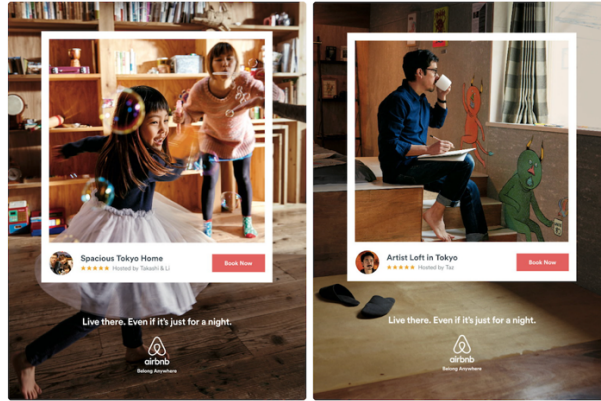


**Şekil 13. Dollar Shave Club**

<https://townsquare.media/site/157/files/2012/03/dollar.jpg?w=980&q=75>

### **Airbnb "Live There":**

Kampanya: Airbnb'in "Live There" kampanyası, yerel bir hava hissi yaratmayı amaçlayarak seyahat anlayışını değiştirmeyi hedefliyordu. Video içerikleri ve sosyal medya kampanyaları içeriyordu. Başarı Öyküsü: Kampanya, seyahat anlayışını kişisel ve yerel bir deneyime dönüştürme konusunda başarılı oldu (Resim 14).



**Şekil 14. Airbnb "Live There" Kampanyası**

<https://www.moxeemarketing.com/wp-content/uploads/2022/12/Airbnbs-22Dont-Go-There-Live-There22-campaign.png>

### **Always "Like a Girl":**

Kampanya: Always markasının başlattığı "Like a Girl" kampanyası, cinsiyet eşitliği konusunda farkındalık yaratmayı amaçlıyordu. Kısa film ve sosyal medya içerikleriyle desteklendi. Başarı Öyküsü: Kampanya, toplumsal cinsiyet stereotipleri konusundaki algıyı değiştirmeyi hedefleyerek geniş bir kitleye hitap etti ve önemli bir konuşma yarattı.



**Şekil 15.** Always "Like a Girl" Kampanyası

<https://beloved-brands.com/wp-content/uploads/2014/06/Always-advertising-scaled.jpg>

Bu örnek kampanyalar, yaratıcılık, etkileşim ve duygusal bağ kurma açısından öne çıkan dijital pazarlama stratejilerini içeriyor. Her biri, hedef kitleleriyle güçlü bir bağ kurarak büyük başarılar elde etmiş önemli kampanyalardır.

#### 4.9. Dijital Medyada Görsel Tasarımın Öncüleri ve Liderleri

Dijital medyada görsel tasarımın öncüleri ve liderleri, endüstrinin gelişimine büyük katkı sağlamış ve sektörde önemli etkiler yaratmış profesyonellerden oluşmaktadır. Ancak, bu alandaki liderler zaman içinde değişebilir ve yeni yetenekler yükseldikçe isimler güncellenebilir. İşte genel anlamda görsel tasarım dünyasında etkili olmuş bazı öncü isimlere örnekler:

##### **Saul Bass**

Katkıları: Saul Bass, modern marka kimliği tasarımının öncülerinden biridir. Film afişleri ve açılış jenerikleri konusundaki çalışmalarıyla tanınır. Logoları ve tasarımları, şirketlerin ve filmlerin tanınabilirliğini artırmıştır.

##### **Paul Rand**

Katkıları: Paul Rand, grafik tasarım dünyasının önemli figürlerinden biridir. IBM, UPS, Enron gibi büyük markaların logolarını tasarlamıştır. Basit, etkili ve anlamlı tasarımlarıyla tanınır. Rand çalışmalarında belli bir paradigmayı izlemiştir. Tüm tasarım süreçlerinde uyguladığı ilkeler sayesinde kendi içinde bütünsel ve uyumlu bir dil oluşturmuştur. Bu ilkeler sayesinde tasarımcının eserlerini gören bir izleyici, eserin Paul Rand tarafından tasarlandığını kolaylıkla anlayacaktır (Uncu, 2019: 1851).

##### **Milton Glaser**

Katkıları: Milton Glaser, "I LOVE NY" logosuyla ün kazanmıştır. Grafik tasarımın yanı sıra illüstrasyon ve kurumsal kimlik tasarımında da önemli işlere imza atmıştır.

##### **David Carson**

**CİLT/VOLUME: 12**

[dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder](http://dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder)

**SAYI/NUMBER: 2**

**HAZİRAN / JUNE 2024**

[dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder](http://dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder)

Katkıları: David Carson, "Ray Gun" dergisinin sanat yönetmenliğiyle alternatif grafik tasarımın öncülerinden biri olmuştur. Tipografiyi özgün ve deneysel bir şekilde kullanmasıyla bilinir.

#### **Massimo Vignelli**

Katkıları: Massimo Vignelli, minimalist tasarım anlayışıyla tanınan bir İtalyan tasarımcıdır. NYC metrosu haritası ve American Airlines logosu gibi işlere imza atmıştır.

#### **Stefan Sagmeister**

Katkıları: Stefan Sagmeister, özellikle müzik endüstrisine yönelik yaratıcı tasarımlarıyla tanınan bir tasarımcıdır. "Sagmeister & Walsh" tasarım stüdyosunun kurucusudur.

#### **Jessica Walsh**

Katkıları: Jessica Walsh, "Sagmeister & Walsh" stüdyosunun kurucu ortağıdır. Deneysel tasarım projeleri, marka kimliği ve dijital medya tasarımlarıyla dikkat çekmiştir.

#### **Yuko Shimizu**

Katkıları: Yuko Shimizu, özellikle illüstrasyon alanında başarılı bir tasarımcıdır. The New York Times, TIME ve Microsoft gibi büyük markalar için çalışmıştır.

Unutulmaması gereken bir nokta, dijital medya ve görsel tasarım alanında birçok yetenekli ve etkili profesyonelin bulunduğudır. Bu isimler, sadece birkaç örnektir ve sektörde pek çok farklı yetenekli tasarımcı bulunmaktadır.

## **5. Sonuç**

Bu çalışmada Dijital Medyanın görsel tasarım süreçlerine olan etkisi ortaya koyulmuştur. Bu bağlamda günümüzde dijital medyanın hızlı yükselişi, görsel tasarım süreçlerini derinden etkilemiş ve dönüştürmüştür. Teknolojik gelişmelerle birlikte, tasarımcılar artık sadece estetik kaygılarla değil, aynı zamanda dijital platformların dinamiklerini de göz önünde bulundurarak çalışmak zorundadırlar. Dijital medya, tasarımın daha etkileşimli, anlık ve kişiselleştirilmiş bir boyut kazanmasına olanak tanımıştır. Mobil cihazların yaygın kullanımı, sosyal medyanın yükselişi ve interaktif web tasarım trendleri, tasarımcıları, eserlerini geniş bir kitleyle paylaşırken aynı zamanda kullanıcı deneyimini en üst düzeye çıkarmaya teşvik etmektedir. Bu bağlamda, dijital medyanın görsel tasarım süreçlerine entegrasyonu, tasarımcıları daha yaratıcı, esnek ve hızlı bir şekilde çalışmaya yönlendirmiştir. İnternetin evrimiyle birlikte ortaya çıkan bu yeni tasarım paradigması, sanatın dijital çağda nasıl evrildiğine dair heyecan verici bir pencere sunmaktadır.

Araştırmanın bir diğer unsuru olan dijital tasarımların, dijital medyaya adaptasyonu, avantajları ve zorlukları hakkında şunlar söylenebilir: Adaptasyon, dijital medyanın sunduğu fırsatları değerlendirmek ve tasarım süreçlerini bu dinamik ortama entegre etmek adına kritik bir rol oynamaktadır. Avantajlarına

baktığımızda, tasarımcılar eserlerini daha geniş bir kitleye erişilebilir kılmaya, hızlı ve anlık geri bildirim alabilmek ve dijital platformların sunduğu yeni araçlarla daha yaratıcı olma imkanına sahiptirler. Ancak, bu avantajlarla birlikte adaptasyon sürecinde karşılaşılan zorluklar da göz ardı edilemez. Farklı ekran boyutlarına uyum sağlama, hızla değişen teknolojilere ayak uydurma ve çeşitli cihazlarda tutarlı bir deneyim sunma gibi teknik zorluklarla başa çıkmak, tasarımcıların karşılaştığı temel mücadeleler arasında yer almaktadır. Ayrıca, geleneksel tasarım paradigmasından dijital dünyanın gereksinimlerine geçiş yapmak da belirli bir öğrenme eğrisi gerektirmektedir. Bu bağlamda, tasarımcılar için başarı, adaptasyonun avantajlarını en iyi şekilde kullanabilme ve zorlukları yaratıcı çözümlerle aşabilme yeteneğine dayanmaktadır.

Gelecekte dijital medyada beklenen gelişmeler ve trendler, tasarım dünyasını daha da derinlemesine etkileyecek gibi görünüyor. Yükselen teknolojilerin, özellikle artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi, görsel tasarımı daha üç boyutlu hale getireceği öngörülmektedir. Bu teknolojik gelişmeler, tasarımcılara eserlerini daha etkileyici ve etkileşimli bir şekilde sunma fırsatı verecek, ancak aynı zamanda yeni öğrenme eğrileri ve teknik zorluklar da beraberinde getirecektir. Ayrıca, yapay zeka ve otomasyonun ilerlemesiyle birlikte, tasarımcılar daha fazla veri analitiği kullanarak kişiselleştirilmiş içerikler oluşturabilecek ve kullanıcı deneyimini daha iyi anlayarak tasarımlarını optimize edebilecekler. Bu bağlamda, tasarımcılar, değişen dijital peyzajın gerektirdiği beceri setlerini geliştirmeye odaklanmalı ve gelecekteki tasarım trendlerine adaptasyon konusunda esnek bir tutum benimsemelidirler.

## KAYNAKÇA

- ARTAN, Çiğdem E. (2007). "Fotoğrafın Sanatsal Değerinin Ötesinde Kullanım Alanları Üzerine Bir Tartışma: Bilgi mi, Propaganda mı?", *Cogito* (52). Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- AKTEN, Z. E. (2008). *Gelişen teknolojilerin dijital sanat alanında oluşturduğu yeni temalar ve mimarlığa katkıları* (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- AK, H. A. (2013). Dijital sanat. *Akademik Bilişim*, 919-923.
- ARYAL, C. S. (2014). *Design Principles for Responsive Web*.
- AVCI, Yasin, & ÜSTÜN, C. Youtube Tasarım Kanallarının Bilgisayar Uygulamalı Grafik Tasarım Derslerine Etkisi: Designus Örneği. *STAR Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 48-64.
- ARIKAN, A. (2011). *Grafik tasarımda görsel algı*. Eğitim Yayınevi.
- AKGÜN, M. Ü. (2023). *Sosyal İçerik Platformlarının Web Site Arayüz Tasarımlarının Kullanıcılar*

*Açısından Kullanım Kolaylığı Sağlaması Yönünden İncelenmesi; Onedio ve BuzzFeed Sitelerinin Kullanım Analizi* (Doctoral dissertation).

- BAYRAKTAR, E., & Kaleli, F. (2007). Sanal gerçeklik ve uygulama alanları. *Akademik Bilişim*, 1(6).
- BENJAMIN, W. (1995). "Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı", Pasajlar. Çev: Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- ÇATAL, D., & KÜRŞAD, D. (2016). Duyarlı Web Tasarımı. *Art-E Sanat Dergisi*, 8(15), 95-109.
- DANACIOĞLU, G. (2023). *Türk sosyal medyasında grafik tasarımın rolü* (Master's thesis, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- ERCAN, M., & TİRYAKİOĞLU, F. (2020). *Hürriyet mobil haber sitesinin kullanıcı deneyim tasarımı bağlamında incelenmesi* (Doctoral dissertation, Karadeniz Technical University).
- GİRGİN, M. (2019). Pazarlama ve Veri Analitiği; Pazarlamanın Artan Önemi. *Uluslararası Bankacılık Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 1-29.
- HEBERCİ, M. T., & Maya Hebecci, G. (2021). Evaluation of 3D Design Applications in STEM Education. *International Society for Technology, Education, and Science*.
- İÇTEN, T., & BAL, G. (2017). Artırılmış Gerçeklik Üzerine Son Gelişmelerin ve Uygulamaların İncelenmesi. *Gazi University Journal of Science Part C: Design and Technology*, 5(2), 111-136.
- KARABOĞA, M. T. (2019). Dijital Medya Okuryazarlığında Anne ve Baba Eğitimi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 14(20), 2040-2073.
- KARAÇEPER, S. (2018). Dijital teknoloji ve grafik tasarımda yenilikler. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 4(8), 73-83.
- KAYIN, M. (2019). Gayri Maddi Emeğin Görünümleri:" Freelance Tasarımcılar". *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, (1), 42-59.
- KESKİN, Ö. Ü. B., & MERAL, Ö. Ü. G. (2022). DİJİTAL YAYINCILIK. *DİJİTALLEŞME*, 63.
- KEŞ, Y. & AKYÜREK, A. B. (2018). Teknoloji ile büyüyen yeni nesil için interaktif müzeler. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 4(2), 95-110.
- KESKİN, Y. D. & KILINÇ, A. G. (2015). Mobil öğrenme uygulamalarına yönelik geliştirme platformlarının karşılaştırılması ve örnek uygulamalar. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 68-90.
- KILIÇ, A., & ŞENER, N. (2022). Kamusal Alanda Sanatın Dijitalleşmesi ve Mekân Algısı. *STAR Sanat Ve Tasarım Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 187-197.
- KOÇYİĞİT, M. (2017). *Dijital halkla ilişkiler ve online kurumsal itibar yönetimi*. Eğitim Yayınevi.
- KOHEN, A. (2023). 12. Bölüm Zenginleştirilmiş İdeal Dijital Öğrenme Ortamları. *Cumhuriyetin 100. Yılında Eğitimde İdealler Üzerine*, 255.

UNCU, Gonca (2024). **Dijital Medyanın Görsel Tasarım Süreçlerini Dönüştürmesi ve Tasarımın Dijital Platformlara Adaptasyonu**. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 12 (2), 895-924.

- ÖZCAN, A. (2017). Dijital Medya Okuryazarlığı: Sorunlar, Uygulamalar ve Beklentiler. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 8(28), 55-66.
- ÖZDEMİR SÜZER, Ö., & KİRİŞÇİ, Ö. (2023). TASARIM FAKTÖRLERİNİN MARKA İMAJI VE MARKA AŞKINA ETKİSİ: YEMEK SİPARİŞİ UYGULAMALARI ÖRNEĞİ. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(33), 251-278.
- POLAT, İ. H. (2016). Dijital-Siber-Sosyal; Yeni Bir Medyadan Yeni Bir Yaşam Alanına Dönüşüm. *TRT Akademi*, 1(2), 408-424.
- RAND, Paul (2014). *Thoughts on design* (Last ed.). San Francisco: Chronicle Books.
- SAĞLAMTİMUR, Ö. Z. (2010). Dijital sanat. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt Eylül, 10(3), 213-237.
- SELAMET, S. (2012). Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım. *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Dergisi*, 8(15), 125-148.
- TOPRAK, A. (2020). Yapay zekâ Algoritmalarının dijital Enstalasyona Dönüşmesi. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (14), 47-59.
- TUZCU, T. İ. Kullanıcı Deneyiminin Arayüz Tasarımına Etkisi ve Bir Uygulama Önerisi.
- TÜRKAY, B. (2022). Turizmde Dijital Pazarlama İletişimi. *Turizm İletişiminde Yeni Yaklaşımlar*, 85.
- TÜRKMENOĞLU, H., & Atalar, D. (2020). Arayüz Tasarımında Kullanıcı Deneyimi Amaçlı Prototip Tasarımı.
- YURDAKUL, Ş. (2019). Kültür Endüstrilerinin Yaratılmasında Dijital Medyanın Rolü. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi* (14), 44-56.
- YILDIZ, S. (2022). Dijital Reklamcılık Uygulamaları Olarak Freelance Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(58), 97-122.
- YILMAZ, D. Ö. Ü. A. (2021). *Yapay zekâ*. Kodlab Yayın Dağıtım Yazılım Ltd. Şti..
- UNCU, G. (2019). Paul Rand ve Grafik Dili. *Electronic Turkish Studies*, 14(3).
- VARLI, E. (2013). *Geleneksel ve dijital tasarım yaklaşımlarının okunabilirliğinin incelenmesi* (Master's thesis, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü).
- YAVUZ, E. (2019). INSTAGRAM İÇERİK TASARIMLARININ GRAFİK TASARIM ÖGELERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 321-328.
- YAZAR, T., & AKPINAR, Y. (2022). MOBİL UYGULAMALARDA İNTERAKTİF SAYISAL ARAYÜZ TASARIMI VE BİR ETKİLEŞİMLİ SAYISAL ARAYÜZ APLİKASYON ÖRNEĞİ. *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 7(15), 101-125.

Yazarların çalışmaya katkı oranları eşittir.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.