

TÜRKİYE'DEKİ GRAFİK TASARIMCI PORTFOLYOLARINA AİT GÜNCEL KULLANIM TERCİHLERİNİN BELİRLENMESİ

Cem Kara

Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi, cmkr78(AT)gmail.com

ÖZ

Anahtar kelimeler:
Grafik Tasarım,
Portfolyo Tasarımı,
Grafik Tasarımcı
Portfolyosu,
Dijital Portfolyo,
Basılı Portfolyo

Grafik tasarımcı portfolyolarındaki çalışmalar üzerinde birer birer incelemeler yapıp, yaratıcı süreç izlenirken aslında tasarımcının potansiyeli hakkında ipuçları aranmaktadır. Tasarımcı da portfolyo aracılığıyla üretimlerini biriktirip, gelişim sürecini izlemekte ve kişisel özelliklerini ortaya koyacak spesifik sunumlar hazırlayarak, çalışma veya eğitim olanaklarını arttırmaya çalışmaktadır. Özetle, portfolyo tasarımcıya ait yaratıcı kimliğin bir özeti olarak görülebilir. Günümüzde yaşanan yoğun rekabet ortamı içinde bu yaratıcı özetin güncel bir dille tasarlanmış olmasına ve nasıl sunulduğuna daha fazla önem verilmektedir. Bugün, tüm alanlarda olduğu gibi tasarım alanlarında da yoğun olarak teknoloji eksenli çözümlerin arandığı bir dönem yaşanmaktadır. Bu gerçek, grafik tasarım ve dolayısıyla portfolyo tasarımında dijital olanakların yoğun kullanımı olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital olanakların artması portfolyo tasarımlarının geleneksel yada yeni medya alanlarında kullanılmalarının avantaj ve dezavantajlarının karşılaştırılmasını gündeme getirmiştir. Acaba, tasarımcı portfolyosunda güncel dili kullanmak adına dijital olanakları değerlendirmek zorunda mı kalmaktadır? Geleneksel alanlar geçerliliğini korumamakta mıdır? Bu çalışma, portfolyo tasarımındaki güncel bilgileri derlemeyerek, portfolyo tasarımındaki uygulama çeşitlerini kıyaslayarak bu soruların cevabını aramayı ve taranan global ölçekli bilgilerin ülkemizdeki yansımalarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla grafik tasarım eğitmenleri ve sektördeki grafik tasarımcılara yönelik bir anket hazırlanmış ve elde edilen verilerin analizleri ile ülkemizdeki grafik tasarımcı portfolyolarının güncel kullanım tercihleri ve uygulama alanları hakkında özet bir görüş ortaya konulmuştur.

DETERMINING PREFERENCES OF THE CURRENT USE OF GRAPHIC DESIGNER PORTFOLIOS IN TURKEY

ABSTRACT

Keywords:
Graphic Design,
Portfolio Design,
Graphic Designer
Portfolio,
Printed Portfolio,
Digital Portfolio

Even as one by one examinations are done or creative process is monitored on works in graphic designer portfolios, in fact, the clues about the designer's potential are sought. The designer also collects their works through the portfolio and monitors the development process and reveals his / her personal characteristics by preparing specific presentations that will follow the development process. In summary, the portfolio can be seen as a summary of the creative identity of the designer. In today's intense competitive environment, more emphasis is given to how, in what form, how much this creative summary is presented or whether it is presented in a current language. Today, as in all fields, there is a period of intense technology-oriented solutions in the fields of design. This fact reveals itself as a variety of digital facilities and it's intense use of course in the field of graphic design and portfolio design. These results suggest the comparison of the advantages and disadvantages of using portfolio designs in traditional or new media areas. Does the designer have to evaluate the possibilities in digital areas for the current language? Does the traditional areas keep their validity? This study aims to find out the answers of these questions by comparing the fields of using in the portfolio design and to determine the reflections of the scanned global scale information in our country. For this purpose, a questionnaire was prepared for the graphic designers in the field of education and the sector and the analysis of the obtained data and a summary view about the current usage preferences and practice areas of the graphic designer portfolios in our country were put forward.

Giriş

Bir grafik tasarımcının alanında çalışma olanaklarını çoğaltması için ilk koşul etkili bir portfolyo tasarlamaktan geçer. Görünür olmak için yapabileceklerin doğru anlatılması, tasarımcının kendisini iyi bir şekilde sunması gereklidir. Çakır, Phornirunlit'den yaptığı bir alıntıda portfolyoyu şu şekilde tanımlar;

Portfolyo, kendinizi en iyi şekilde ifade etmek için bir girişiminizdir. Olası müşteri ve işverenlerin, basılı dokümanlar, slaytlar ve düzenlemelerin sınıflandırılmasıyla; sizin yeteneklerinizi, potansiyelinizi, tarzınızı, çalışma yönteminizi, onların tamamlanmasını istedikleri bir projeye ya da doldurmak istedikleri bir konum için uygun olup olmadığınızı anlamaya, ölçmeye çalışacakları bir sunum ögesidir (Çakır, 2009: 21).

Grafik tasarımcı portfolyoları işe alımlarda ve lisansüstü programlara kabul aşamasında sıklıkla kullanılır. Ayrıca serbest tasarımcı olarak kendi tanıtımını yapmak, benzer üretim yapan tasarımcılarla iletişime geçmek ve takipçi kitlelerini genişletmek için de benzer sunumlardan yararlanılır. Bir portfolyo tasarımı içeriğindeki çalışmaların özgünlüğü, çarpıcılığı, etkileyciliği veya örnek teşkil etmesi, kısacası görsel anlatım dilinin detayları ile dikkatimizi çeker. Fakat belki de daha önemlisi aslında portfolyo içeriğin bir özü gibi değerlendirilebilecek olan “yapılabilecekler” konusunda da yaratacağı öngörüdür.

İşlevsel olarak kabul edilebilecek bir portfolyo sadece içeriğin etkili bir şekilde düzenlenmesi ile gerçekleştirilemez. Aynı zamanda çalışmalarınızla uyumlu olduğunuzu düşündüğünüz hedefteki kurumun yaklaşımlarının iyi analiz edilip bu analize göre düzenlenmiş olması gerekmektedir. Taylor, bu konuda şunları söylemektedir;

Daha genel ya da değişik bir iş bile arasanız, portfolyonuzu potansiyel işverenlerin ihtiyaçlarına göre şekillendirmenin yolları vardır. Kurgusal bir tasarım kimliği sergileyip sergilememek için ya da bir iş ilanına cevap verip vermemek için şirketin yaklaşımı ve yaptıkları iş hakkında bir şeyler bilmek gerekir. Aksi takdirde neden sizi işe almadıklarıyla ilgili sebepler bulmak zor olabilir. Ortak bir zemin bulmak, kendinizi etkili bir şekilde satmanın önemli bir kısmıdır” (Taylor, 2010:18).

Görüldüğü üzere günümüzde portfolyo, sadece çalışmaların etkili bir şekilde sunulması için tasarlanan bir ürün değil aynı zamanda hedef kitlenin de düşünüldüğü, kişisel bir öngörünün destekleneceği özel anlatımları da içeren önemli bir tasarım ürünüdür artık. Bu bakımdan portfolyolar işlevleri açısından yeniden değerlendirilmelidirler. Diğer taraftan içeriğin hedef kitleye uygun biçimlendirilmesin ya-

nında portfolyonuz hızla gelişen teknolojik unsurlar ve tasarım eğilimleri açısından da günümüz için yetersiz kalabilir ve güncellenmesi gerekebilir. Portfolyonun güncellenmesi basit anlamda gücünü yitirdiğini düşündüğünüz veya tasarım dilinize artık uymayan çalışmalarınızı çıkartarak yerine yeni uygulamaları eklemek şeklinde açıklanabilir. Fakat aynı zamanda portfolyonun kendisine ait tasarımının da güncel tasarım anlayışlarına göre yeniden şekillendirilmesi, günün eğilimlerine göre güncellenmesi ya da yeni uygulama tekniklerinde uyarlanması anlamına da gelebilir. Bu noktada bazı sorular sorulabilir? Portfolyom günün tasarım dili ile uyumlu mu? Portfolyo tasarlamak, oluşturmak, sunmak ya da daha büyük bir kitleye ulaşabilmek için teknolojik olanakları yeterince kullanabiliyor muyum? ya da kullanmalı mıyım? Hangi medya daha güncel?

Yöntem

Portfolyo tasarımı konusunda güncel gelişmelerin değerlendirilmesi, Türkiye’deki grafik tasarımcı portfolyolarının kullanım sıklığının ve yöntemlerinin belirlenmesi bu çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu amaçla veri toplama aracı olarak grafik tasarımcılara yönelik bir anket uygulanmıştır. Katılımcıların bizzat bulundukları portfolyo sunumları ile ilgili deneyimlerinin bir özetini çıkarmayı hedefleyen anket, çoktan seçmeli sorulardan oluşmaktadır. Anket soruları, küresel düzeyde olmak üzere alana ait güncel gelişmeler ve uygulama mecraları derlendikten sonra belirlenmiştir. Anket formu, Google Doc ile elektronik ortamda oluşturulmuş, akademisyenlere ve sektörde çalışan grafik tasarımcılara e-posta ve sosyal medya yoluyla gönderilmiştir. Form aynı zamanda GMK (Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu) desteğiyle kurumun dijital bülteninde yayınlanmış ve üyelerine iletilmiştir. Anket sonucunda elde edilen verilerin yüzde frekans analizleri yapılmıştır. Analizler, araştırma kapsamında elde edilen bulgularla anket cevapların karşılaştırması ve sonuçların değerlendirilmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Portfolyo tasarımıdaki küresel gelişmelerle ülkemizdeki mevcut durumun kıyaslanması açısından çalışma sonucunda elde edilecek sonuçların değerlendirilmesi ayrıca önem taşımaktadır. Tasarım eğilimlerinin kapsam dışında tutulması ile birlikte özellikle geleneksel bir yöntem gibi algılanan basılı portfolyolar ile dijital portfolyoların kullanım tercihleri arasında bir karşılaştırma yaparak güncel medya seçiminin hangisi olduğunu göstermek hedeflenmiştir. Bunun yanı sıra grafik tasarımcı portfolyosu oluşturulmasının neden gerekli olduğunun öğrenci ve yeni mezunlara gösterilmesi, çalışma ile hedeflenen bir diğer sonuçtur.

Bulgular ve Yorum

3.1. Portfolyo Tasarımındaki Yeni Gelişmeler ve Uygulama Alanları

Teknolojik gelişmeler, tasarım problemlerine getirilecek yeni çözüm arayışları, beklentiler ve sürekli gelişen yeni medyanın kendine özgü olanak ya da kısıtlamaları gibi çeşitli etkenlerle tasarımda moda olan eğilim devamlı bir değişim gösterir. Bununla birlikte eğilimlere göre yapılacak tasarım uyarlamaları halihazırdaki çağdaş anlatım diline kendiliğinden bir uyum gösterecektir. Diğer bir deyiş ile demode ya da sıradanlaşmış tasarım anlayışlarından bir süreliğine uzaklaşmış olunacaktır. Bu noktada, moda kelimesinin anlamı içinde yer alan kısa süreli olma anlamındaki dezavantajdan çok, tasarım alanında güncel olanı takip etme anlamındaki avantajından bahsedilmelidir. Giriş bölümünde de altı çizildiği üzere Portfolyo, görsel çalışmaların sıradan bir şekilde belgelendiği bir medya yerine, belirli kaygılarla kurgulanan bir tasarım ürünü haline dönüşmüştür. Bugün, özellikle yaygın olarak kullanılan dijital ortam için ortaya çıkmış bazı tasarım eğilimleri ve basılı ortamdaki yansımaları dikkatimizi çekmektedir.

Çalışmalar arasında kullanılan abartılı boşluklar, her bir çalışmanın aslında ayrı birer başlık olduğu etkisini uyanıdır. Boşluk, sayfa genelinde hakim tasarım ögesi olarak kendisini gösterir. Bir başka eğilimde güçlü, büyük puntolu bir tipografi kullanımı giriş sayfaları için etkili birer görsel olarak öne çıkmaktadır. Tipografi konusunda öncelik olan okunurluktan çok akılda kalıcılıktan dolayı yapıldığı hissedilir. Geleneksel web sitesi anlayışında sayfalar arasında dolaşma problemlerine (içeriğin eksik aktarılabilmesi gibi) tek sayfalık portfolyolar (sayfanın aşağıya ya da sağa doğru kaydırılması) alternatif bir tasarım eğilimidir. Bununla birlikte tek sayfalık portfolyolarda teknolojinin sunduğu imkanlarla görsellerin imlece duyarlı bir şekilde kendi içinde ya da genel olarak harekete geçtiği interaktif etkileşimler izlenmeye başlanmıştır. Görsellerin ağırlıklı olarak modüler ızgara sistemiyle yerleştirilmeleri en belirgin eğilimler arasındadır. (Bununla birlikte çağın minimal kurgu yaklaşımının yanında görsellerle oluşturulmuş etkili kolaj sayfa düzenlemeleri de izlenmektedir.) Genel tasarım eğilimi olarak beliren minimize anlayış bir taraftan da odak noktasını içeriğe doğru yöneltilmektedir. Estetik kaygılarla yapılan monokrom ya da yalın renk anlayışı ise kaliteyi çağrıştıracak niteliktedir.

Günümüzde teknolojik ve toplumsal gelişmeler nedeniyle sanat ve tasarım alanlarında kesişmeler ve hatta iç içe

geçmeler yaşanmaktadır. Yaratıcı kimse anlatım diline uygun her türlü üretim tekniğini sanat ya da tasarım probleminin çözümü için kullanmaktadır. Bu gelişim yaratıcı kimsenin ilgi alanlarının arttırdığı gibi alanın da kapsamının genişlemesine sebep olmaktadır. Bugün bir grafik tasarımcıdan klasik anlamda sadece basılı yüzeyler için çözümler getirmesini bekleyemeyiz. Grafik tasarımcının üretim sahası animasyondan oyun tasarımı içindeki etkileşimli alana, bina üzerine hareketli görüntü giydirmekten üç boyutlu modellemeye kadar geniş bir yeni medyalar sahasına yayılmıştır. Eskiden portfolyo ile ek olarak verilen bir CD, dar kapsamlı dijital işleri sunmak için oldukça yeniyken, artık bilgisayarlardan CD sürücülerin kaldırılmaya başlanması yerini bulut depolama yöntemlerine bırakması bile nasıl bir dijitalleşme içinde olduğumuzun göstergesidir. Basılı ya da dijital portfolyo oluşturma içerik ya da hedef kullanıcıyla da ilgili olduğunu kabul etmekle birlikte, bu noktada en çok sorulan sorunun acaba hangi uygulama alanı? olduğu anlaşılmaktadır.

Basılı ve dijital portfolyoların karşılaştırıldığı ve www.howdesign.com sitesinde yer alan bir yazıda Blake şu konuya dikkati çekmektedir;

Teknoloji, yaratıcılıkla ilgili sektörleri geliştirmeye ve etkilemeye devam ederken, birçok tasarımcı ve diğer profesyoneller kendilerini bir ikileme buldu. Yeni teknolojiyi ve avantajlarını benimsemek için yerleşik gelenekleri bırakacaklar mı? Yoksa eski yollar en iyisi mi? Cevabı kolay olan bir soru değil. Bu tür bir karar verirken içerik doğrudan oyuna etki eder. Basılı ve Dijitalin her ikisinin de kendine özgü nitelikleri, avantajları ve birinin diğerinden daha uygun olduğu senaryolar vardır (Blake 2016).

Yine aynı konu üzerine Cornell Üniversitesi'nin blog sayfasında Wang, birden fazla portfolyo seçeneği hakkındaki görüşünü şu şekilde dile getirmektedir;

Basılı portfolyolar, yıllardır iş sunmanın standart yöntemi olmuştur, ancak dijital çağ, tasarımcıların internet de kullanmalarını vurgulamaktadır. Herkesin portfolyonuzu nasıl görmek istediği konusunda farklı bir tercihi olacaktır, bu yüzden çalışmanızı sunmak için çok sayıda iyi kurgulanmış ve tamamlanmış seçeneğe sahip olmak önemlidir (Wang 2016).

İş olanakları ya da diğer üretim fırsatları arasından doğru olana ulaşabilmek için, günümüzde farklı medyalarda portfolyo uyarlaması yapmanın, yaygın bir görüş olduğu anlaşılmaktadır. Kitap formatında üretilmiş basılı bir portfolyo ile birlikte kişisel bir web sayfası hazırlamak ve sosyal medya ya da online ortak platformları da profil oluşturmak en doğru seçenekler arasında olabilir.

3.1.1. Basılı Portfolyolar

Dijital portfolyolar ilk kullanılmaya başladığında tasarımcısını farklı göstermekteydi. Ancak dijital portfolyoların olabildiğince yaygınlaştığı ve hemen her bir tasarımcıya ait bir web sitesi ya da en azından sosyal medyada bir profil oluşturulmaya başladığı bugün basılı portfolyoların kullanımı için belki de en önemli avantaj yüz yüze yapılacak olan görüşmelerde yaratacağı etkidir. Demir bu konuyu açıklarken Shaughnessy e ait “müşterilerin, tasarımcılarla görüşmek, konuşmak ve bizzat onların yanında çalışmalarını inceleme isteklerinin, günümüzde tasarımcılar için fiziksel portfolyoyu zorunlu kıldığı” ile ilgili görüşüne yer vermiştir (Demir, 2014: 81-82). Belki bir dijital olanakları kullanmaktan daha fazla bir bütçeye sahip olmanız gerekebilir ama özellikle kitap formatında üretilecek başarılı bir portfolyo tasarımı ile tasarımcının, çalışmalarına ya da alanına ne kadar önem verdiği konusunda olumlu bir öngörü de oluşacaktır. Eisenman basılı portfolyolar içinde özellikle kitap formatında hazırlanan sunumlardaki etki üzerine bir başka ifadeyle de şunları dile getirmektedir;

Geleneksel tasarım portfolyoları bir sonraki göreve hazır bir tasarımcı mesajı verirken, kitap portfolyo yaklaşımı oldukça etkileyici ve sofistike görünebilir. Tasarımcı kendisini çalışmasının ve tasarımlarının yaratıcısı gibi sunar. Diğer bir deyişle kitap sunumlar tasarımcıları standart problemleri çözmek için tasarım işi arayandan çok bir sanatçı gibi gözükmelerini sağlamaktadır (Eisenman, 2008: 18).

Basılı portfolyonun yaratacağı etki hissedilebilir olmasından kaynaklanmaktadır. Orijinal bir çalışmada kullanılan kağıt, çeşitli dokusal alanlar ve diğer üretim yöntemleri dijital ortamdan verilemeyecek artı değerlerdir. Bu durum aynı şekilde portfolyo tasarımının bizzat kendisi için de geçerlidir.

Yaşadığımız çağ dijital bir çağdır. Geleneksel anlamdaki basılı portfolyolar bu açıdan demode olarak algılanabilir. Ancak basılı portfolyolar için daha fazla kontrol sağlama olanağız bulunmaktadır. Örneğin bir web portfolyo sitesi için internetin kullanımı, ekran üzerindeki teknik detaylar, istemsiz reklam ya da yanlış yönlendirmeler ve tasarım dışındaki teknik konulara hakim olamamak gibi kontrolün sizin dışınızda olduğu durumlar bulunur. Basılı portfolyolarda her bir aşamayı belirleme özgürlüğü hala tasarımcının elindedir. Dijital tasarımla uğraşan kişilerin neden basılı portfolyoya sahip olmasına değinilen ve www.creativebloq.com sitesinde yer alan bir blog yazısında kontrol konusu şu şekilde dile getirilmektedir;

Bir web sitesinde potansiyel müşterileriniz rastgele sırayla linklere tıklamakta veya onları sizin portfolyonuzdan uzaklaştıracak olan linklere tıklamakta özgürdür. Bu, en iyi çalışmanızı göstermenizi zorlaştırır, çünkü müşterinizin web sitenizi görüntüleme biçimini veya ilk olarak hangi tasarımlara baktığını kolayca kontrol edemezsiniz. Fiziksel bir portfolyoda daha büyük bir kontrol derecesine sahip olursunuz. Çünkü kitapta doğal olarak bir başlangıç, orta ve son vardır (Creative, 2014).

3.1.2. Dijital Portfolyolar

Dijital portfolyolar basılı olanlara göre daha fazla kişiye ulaşılma olanağı sunarlar. Teknolojik olanakların genişlemesi, çeşitli pratik uygulamaların geliştirilmesi sonucunda daha fazla kişiye ulaşılabilir olmaya başlaması ve maliyet açısından da uygun koşulların oluşmasıyla dijital portfolyolara yönelimi artmıştır. Broeck, www.medium.com sitesindeki Portfolyo Prensipleri dizindeki bir yazısında dijital portfolyonun yaygınlaşması nedenini şu şekilde açıklamaktadır;

Eskiden bir portfolyo, durağan bir çalışma koleksiyonundan başka bir şey değildi. Bir düzine kadar kopya basıp bunları şirketlere gönderirdiniz. O zamanlar için mantıklı olabilir. Günümüzde, portfolyonuz bir iş kolundan daha fazlası olmalıdır. Web'in erişilebilirliği ve boyutu size büyük bir fırsat sunuyor. İçeriğinizi milyarlarca kişiye aktarmanızı sağlar. Potansiyel hedef kitlemeniz çok büyüktür. ...Web'i kullanarak portfolyonuzu insanları çekmek için bir platform olarak kullanabilirsiniz. Kariyerinizi artırabilecek insanları çekebilirsiniz (Broeck 2015).

Dijital portfolyoları basılı portfolyolarla kıyasladığımızda bir diğer önemli ayrım, hızlı ve esnek olmalarıdır. Dijital portfolyolarda çalışmalarınızı kitlelerle kolay ve hızlı bir şekilde paylaşma olanaklarınız vardır. Aynı şekilde çalışmalarınız üzerinde yine aynı hızda geri dönüş alabilirsiniz. Bir web sitesi, bulut depolama alanı, ortak online platformlar, sosyal medya ya da e-posta ile gönderilmiş bir dosya veya link, tüm bunlar dijital ortamın portfolyo konusundaki çeşitliliğini göstermektedir. Ayrıca kolay güncellenebilir olmaları ve daha fazla veriyi saklayabilmeleri artı avantajlar arasındadır.

Dijital portfolyolar ile basılı portfolyoların karşılaştırıldığı bir başka blog yazısında dijital portfolyoların çalışmalarınızı sergileme konusunda sunduğu esnek yapı anlatıldıktan sonra diğer avantajlar şu şekilde özetlenmektedir;

Bir web portfolyoya sahip olmanın ikinci büyük faydası, her zaman yanınızda olmasıdır. Cebiniz bir akıllı telefonu taşımak için yeterince büyükse cebinize bile sığar. Yani işinizi birisine göstermek istediğinizde, telefonunuzu alabilir ya da daha iyisi, bağlantıyı paylaşabilirsiniz. Platformlardan birinde sahip olduğunuz en bü-

yük avantaj ise, bir topluluğun parçası olmanızdır. Başkalarından ilham alırsınız ve başkalarına ilham verirsiniz. Ayrıca yöntem keşfetmeniz için harika bir yoldur (Jani 2017).

Aynı yazı, çalışmalarınızı farklı bir yapı içinde tutmanın aslında kişisel web sayfasında sağlayacağınız tam kontrolden uzak olduğunu da olumsuz bir özellik olarak söylemektedir. Bu noktada dijital portfolyolarda sık karşılaşılan bir sorun olarak kopyalama karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu konuda Öz, Tomaiuolo'dan yaptığı bir alıntıda şuna dikkati çekmiştir;

Web'deki görüntülerle ilgili en önemli sorun fikri mülkiyet (patent) dir. ...Eğer insanlar belgelerini, seslerini, dosyalarını ve grafiklerini gönderiyorlarsa ve Web'in herkese, kamuya, demokratik bir ortam olduğuna inanıyorlarsa, bunların paylaşımalarının kaçınılmaz olduğunu kabul etmelidir (Öz, 2003: 35-36).

Dijital uygulama alanlarının da bazı dezavantajları elbette bulunmaktadır. Dijital imkanlar her ne kadar klasik yöntemlere öykünerek her geçen gün inanılmaz bir yol katederler de hala birbirine benzeşme eğilimindedirler. Bir diğer dezavantaj ise sunum sırasında kullanılacak olan ekranın boyutu ile ilgilidir. Portfolyo sunumunu küçük bir ekrandan yapmak, "10 inçlik bir ekran etrafında toplanan üç kişi ideal bir durum değildir, sadece görüşmeciler işinizi görmek için mücadele etmeyecekler ve aynı zamanda karmaşıklık da olacak, görüşmeden ayrıldıklarında da ilgilerini kaybedecek gibi görünür" (Orchard 2017).

3.1.2.1. Sosyal Medyanın Kullanımı

Günümüzde tasarımcılar için sosyal medya, profesyonel yaşamın ayrılmaz, hatta olmazsa olmaz bir parçası haline dönüşmüştür. Bu yeni medya içinde yer almayan bir tasarımcı için güncellik veya tanınırlık kavramı tartışılabilir hale gelmiştir. Çünkü sosyal medya tasarımcıya başka bir mecraanın sağlayamayacağı kadar geniş iletişim olanağı sunar. Sosyal medyada oluşturulacak bir profil, çalışmalarınızı potansiyel takipçileriniz ile kısa süreler içinde paylaşp yorum alabilme veya bir başka tasarımcının çalışmasına yorum yapabilme gibi belirgin bir avantajı ortaya koymaktadır. Küresel bir terim olarak kullanılan ortaya çıkan hashtag (etiket) kullanımı sosyal medyanın istenilen içeriğe ulaşabilmek için geliştirdiği en yaygın, belki de en etkili yeniliğidir. Takipçi sayısındaki artış elbette tek başına yeterli bir gösterge olmamakla birlikte çalışmalarınızın devamlılığındaki tetikleyici bir unsura, hatta motivasyona dahi dönüşebilir.

Sosyal medya da gayri resmi bir portfolyo ortamı olarak kullanılmaktadır. Daha hızlı bir tüketim mekanizmasına

sahip olan sosyal medya ortamı kısa süreli paylaşımlarla aslında halihazırdaki üretkenliğin en iyi delillerindendir. Bununla birlikte görünürlüğün, takipçiler ve etiketler (hashtag) ile olabildiğince geniş anlamda kullanıldığı bir alandır.

Sosyal medya sayesinde iletişim olanaklarının bu derece artması, grafik tasarımcılar için özellikle yeni iş olanakları anlamına gelmektedir. Fakat aynı zamanda daha büyük bir rekabet ortamının oluşmasına da sebep olmaktadır. Rekabet elbette gelişim için olumlu bir unsurdur. Ancak bununla birlikte kalite ya da özgünlük açısından tartışılacak çok sayıda çalışmanın aynı havuzda birikmesine de sebep olur. Tasarımcının bu ortam içinden çıkma çabası sosyal medya için dezavantaj olarak görülebilir. Bununla birlikte bir tasarımcı sosyal medya dilinin bir gerekliliği olarak mümkün olduğunca etkin bir profil izlenimi göstermesi gerekmektedir. Bu durum daha fazla çalışmanın sıklıkla paylaşılması olarak ifade edilebilir ki zamanın kullanılması açısından olumsuz bir özellik olarak tanımlanabilir. Özsavaş, sosyal medyanın olumsuz yönleri üzerine hazırladığı bir yazıda şu şekilde özet yapmaktadır;

Öğrenciler ve genç tasarımcılar sosyal medya aracılığıyla ulaşım sağladıkları bilgileri, görselleri doğruluk süzgecinden geçirememektedir. Bu durum tasarım kültüründe bozulma, yineleme, esinlenme ve hatta kopyalama gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Birçok sosyal medya uygulaması ile genişleyen iletişim ağları sınır tanımayan bir iletişim sağlamaktadır. Bu yolla yapılan paylaşımlar eş zamanlı olarak dünyanın her yerinde tasarım için kültürlerarası bir etkileşim gerçekleştirir. Olumlu olduğu kadar olumsuz etkileri de olan bu etkileşim görsel tasarım alanlarında, tasarımı yaratma sürecindeki kültür, algı ve eğitimde önemli yer tutmaktadır. Bir akım, dönem modası, farklı kültürlerin birbirine yansımaları gibi bir ulaşım sağlanırken, tasarım alanlarında kendini tekrar eden bir popüler kültür oluşumuna neden olmak gibi olumsuz sonuçlar da doğurabildiği açıktır (Özsavaş, 2017: 373).

Tüm bu özelliklerle sosyal medya aslında gayri resmi bir portfolyo olarak görülebilir. Çoğu tasarımcı bu nedenlerle sosyal medya üzerinden yaptığı bir paylaşıma ait linki, portfolyolarının asıl kaynağı olana bir web portfolyo sitesine yönlendirmek için kullanmaktadır.

3.2. Grafik Tasarımcı Portfolyolarına Ait Güncel Kullanım Tercihlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Anket Çalışması

06 – 21 Aralık 2018 tarihleri arasında, internet ortamı üzerinden gerçekleştirilen ve Türkiye'deki grafik tasarımcı portfolyolarının kullanım sıklığının ve yöntemlerinin belirlenmesi amacını taşıyan ankete, öğretim elemanı veya grafik tasarımcı olarak sektörde çalışan, 19 ile 60 yaş arası toplam 74

kişi katılmıştır. Katılımcıların % 76'si (56 kişi) 25 ile 41, geriye kalan %24'ü de (18 kişi) 19 ile 23 ve 43 ile 60 yaş aralığındadır. İş pozisyonu açısından %30 (22 kişi öğretim elemanı, 1 kişi araştırma görevlisi) oranında öğretim elemanı, %49 (19 kişi sanat yönetmeni, 10, kişi grafik tasarımcı, 1 kişi kurucu ortak, 1 kişi tasarım biriminde yönetici, 1 kişi kurucu - tasarımcı, 2 kişi arayüz tasarımcısı, 1 kişi tasarım şirketinde kurucu ortak) oranında grafik tasarımcı, %13 oranında serbest grafik tasarımcı (10 kişi), %7 (4 stajyer, 1 öğrenci) oranında öğrenci ya da mezun bilgisi alınmış, 1 kişi ise (%1) çalışmadığını ifade etmiştir. Katılımcılara daha önce bir portfolyo incelemesi ya da sunumuna katılıp katılmadıkları sorulduğunda da % 85 (63 kişi) evet, %15 (11 kişi) hayır cevabına ulaşılmıştır.

Anket, portfolyo tasarımı konusunda güncel gelişmelerin taranması neticesinde belirlenen ve başlıksız olarak katılımcılara sunulan 4 bölüm ve 24 sorudan (Genel sorular, basılı portfolyo ile ilgili sorular, dijital portfolyo ve sosyal medya ile ilgili sorular ve karşılaştırma soruları) oluşmaktadır.

3.2.1. Portfolyo Tasarımı İle İlgili Genel Anket Soruları

Tablo 1. de %36 “çok fazla” ve %45 oranındaki “ortalama” cevabından, ülkemizde bir tasarımcı adayının seçiminde portfolyo kullanımının önemli bir unsur olarak ele alındığı sonucu çıkartılabilir. Ayrıca bu soruda bir katılımcı diğer sekmesinde; tasarımcının çalışırken değerlendirilmesi gerektiğine ve portfolyolardaki kopyalama konusuna dikkati çekmiştir.

Değişken	N	%
Sizce ülkemizde bir tasarımcı adayı için portfolyo ile seçilme oranı nedir?	Çok fazla	27 % 36
	Ortalama	33 % 45
	Az	11 % 15
	Çok Az	1 % 1
	Diğer	2 % 3

Tablo 1. Portfolyo ile seçilme oranı.

Tablo 2. de %32 oranındaki katılımcı yüz yüze yapılacak basılı bir portfolyo sunumunu önemserken, %30 oranındaki katılımcı e-posta ile gönderilmiş bir PDF dosya incelemeyi ve %22 oranındaki katılımcı da yine e-posta ile gönderilmiş bir linkteki çalışmaları incelemeyi tercih etmektedir. Her iki inceleme şeklindeki oranların yüksekliğine bakıldığında hem yüz yüze sunumun hem de interaktif bir sunumun önemsenmediği anlaşılmaktadır. Ayrıca diğer sekmesinde verilen ve her iki inceleme yönteminin de bir arada kullanılması yönündeki görüşler bu analizi desteklemektedir.

Değişken	N	%
Bir başkasına ait portfolyoyu nasıl incelemek istersiniz?	Yüz yüze bir sunumda basılı olarak	24 % 32
	e-mail ile gönderilmiş bir PDF portfolyo ya da sunumu şeklinde	22 % 30
	Posta yoluyla gönderilmiş basılı bir portfolyo olarak	2 % 3
	e-mail ile gönderilmiş bir web linki olarak	16 % 22
	Diğer	10 % 14

Tablo 2. Portfolyo inceleme yöntemi.

Tablo 3. de % 51 gibi yüksek bir oranla, spesifik alanda işler içeren bir portfolyo incelemesinin tercih edildiği görülmektedir. Ancak gerek genel portfolyo incelemesi oranı, gerek diğer sekmesi ve gerekse kararsızlar da düşünüldüğünde incelemenin hedef kitle ve amaca göre de değişiklik gösterebileceği anlaşılabılır.

Değişken	N	%
Özel bir alanda uzmanlaşmayı gösteren bir portfolyo mu yoksa genel bir portfolyo mu incelemeyi tercih edersiniz?	Özel bir alanda uzmanlaşmayı gösteren bir portfolyo	38 % 51
	Genel portfolyo	17 % 23
	Kararsızım	8 % 8
	Diğer	11 % 11

Tablo 3. Portfolyo incelemesinde içeriğin önemi.

Tablo 4. de %59 oranında portfolyo sahibinin de ayrıca sunum yapması gerektiği ile ilgili bir sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, tablo 2. deki analizi destekler niteliktedir.

Değişken	N	%
Sizce portfolyo tek başına yeterli olur mu, yoksa portfolyo sahibinin de ayrıca sunum yapması gerekir mi?	Portfolyo tek başına yeterlidir	19 % 26
	Portfolyo sahibinin ayrıca sunum yapması gerekir	44 % 59
	Kararsızım	7 % 9
	Diğer	4 % 5

Tablo 4. Portfolyo incelemesinde içeriğin önemi.

Tablo 5. bir portfolyoda yer alması gereken çalışma sayısı ile ilgili görüşlere yer vermektedir. Tablo verilerinde %38'lik bir oranda 10-15 adet ve %28'lik bir oranda da 15-20 adet çalışma olması görüşü ağırlıktadır. Görüldüğü üzere portfolyo sahibinin çalışmaları arasında belirli bir sayıda seçki yapması gerektiği bu konudaki yaygın görüşü destekler niteliktedir.

Değişken	N	%
Sizce verimli bir sunum için bir portfolyoda yer alması gereken iş sayısı ne kadar olmalıdır?	5 - 10 adet	13 % 18
	10 - 15 adet	28 % 38
	15 - 20 adet	21 % 28
	20 - 30 adet	6 % 8
	Diğer	6 % 8

Tablo 5. Portfolyodaki iş adedi.

Tablo 6.'daki verilerden de anlaşılabacağı üzere katılımcıların çoğunluğu (%78'ü) portfolyonun artık bir tasarım ürünü olarak değerlendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Anketin bu sorusuna diğer sekmesinde cevap veren iki katılımcı portfolyonun zaten uzun zamandır batılı ülkelerde bir tase-

rım ürünü gibi ele alındığının da altını çizdiği görülmüştür.

Değişken	N	%
Günümüzde portfolyo, klasik anlamda sadece çalışmaların sunulduğu bir araç olmaktan çıkıp, hedef kitleyi etkilemek için düzenlenen bir tasarım ürünü haline dönüşmüştür. Bu yargıya katılıyor musunuz?		
Katılıyorum	58	% 78
Katılmıyorum	7	% 9
Kararsızım	7	% 9
Diğer	2	% 3

Tablo 6. Bir tasarım ürünü olarak portfolyo.

3.2.2. Basılı Portfolyolarla İlgili Anket Soruları

Tablo 7. de, %54'lük oran dikkate alındığında, portfolyodaki çalışmalara ait orijinal üretimlerin de gösterilmesi, sunum için ek bir avantaja dönüşeceği düşünülebilir. Ancak ankette yer alan diğer bazı sorularda olduğu gibi bu noktada da portfolyo içeriğinin aslında önem taşıdığı belirtilmektedir. Ayrıca portfolyo incelemesinin ağırlıklı olarak orijinal çalışmalardan oluşacak olmasının da yorucu bir incelemeye sebep olacağı dile getirilmiştir.

Değişken	N	%
Portfolyo sunumu sırasında çalışmaların orijinal hallerinin de gösterilmesi (basılı tasarım ürünleri veya özgün çalışmalar) ek bir avantaj sağlar mı?		
Evet sağlar	40	% 54
Hayır sağlamaz	20	% 27
Kararsızım	9	% 12
Diğer	5	% 7

Tablo 7. Çalışmaların orijinal hallerinin gösterilmesi.

Tablo 8. deki %55'lik oran portfolyo oluştururken hazır sunum dosyaları yerine özel bir tasarıma yönelmek gerektiğini göstermektedir. Ancak tabloda bir diğer veri olarak %27'lik oran ile “basılı bir portfolyo hazırlamadım” cevabı dikkati çekmektedir.

Basılı portfolyo boyutları ile ilgili görüşleri özetleyen tablo 9. da A4 ölçüsü %36 gibi bir oranla (standart ya da yaygın kullanılan ölçülere uyum amaçlı görülebilir) en ağırlıklı görüştür. Bu tabloda ayrıca iki farklı veriye de özellikle dikkat etmek gerekir. İlki, tablo 8. deki veriyi de destekler nitelikte olan ve %31'lik bir orana sahip, “basılı kişisel bir portfolyo hazırlamadım” cevabı, ikincisi ise diğer sekmesi içinde yer alan ve ara ölçülerin de (25x25 cm, 16x23 cm, 23x25 cm, 17x24 cm, 30x30 cm gibi) aslında yoğun olarak kullanıldığının göstergesidir.

Değişken	N	%
Eğer siz de kişisel portfolyonuzu basılı olarak hazırladıysanız, özel yapım bir portfolyo tasarlamayı mı (kutu, kitap ve benzeri şekilde) yoksa standart sunum malzemelerini (dosya gibi) kullanmayı mı tercih etmişsiniz?		
Özel yapım bir portfolyo tasarladım	41	% 55
Standart sunum malzemelerini kullandım	12	% 16
Basılı bir kişisel portfolyo hazırlamadım	20	% 27
Diğer	1	% 1

Tablo 8. Özel yapım portfolyolar.

Değişken	N	%
Eğer kişisel bir basılı portfolyo hazırladıysanız, portfolyonuzun boyutu nasıldı?		
A4	27	% 36
A3	11	% 15
A3'den büyük	2	% 3
Basılı bir kişisel portfolyo hazırlamadım	23	% 31
Diğer	11	% 15

Tablo 9. Portfolyo boyutu.

Tablo 10. da yer alan %65'lik oran tablo 8. ve 9.'daki göstergeleri belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır. %65'lik oran ülkemizde basılı portfolyolara mesafeli yaklaşımı gösterdiği gibi basılı portfolyolar için güncelleme ile ilgili bir alışkanlığın bulunmadığını da ortaya koyabilir. Diğer sekmesi içinde yer alan “ihtiyaç halinde güncelleme” cevapları da analizi desteklemektedir.

Değişken	N	%
Belirli aralıklarla güncellediğiniz basılı bir portfolyonuz var mı?		
Var	23	% 31
Yok	48	% 65
Diğer	3	% 4

Tablo 10. Portfolyonun güncellenmesi.

Tablo 11. de veriler birbirine yakın olduğu gibi %47'lik oran basılı portfolyoların inceleme sonrası arşivlenmediğini göstermektedir. Basılı portfolyoların inceleme sonrasında saklanması ile ilgili yapılan bilgi taramasında basılı portfolyoların tekrar tekrar incelenmesi için daha pratik olduğu, aksine internet ortamındaki yoğun bilgi ve görsel yüklemesinden dolayı daha önce ziyaret edilen bir web portfolyo sitesine tekrar dönüşlerde sorunlar yaşanabileceği belirtilmiştir. Bu tespit, ülkemizde basılı portfolyo kullanımının belki de daha az tercih edilmesiyle açıklanabilir.

Değişken	N	%
Sunum sonrasında sizde kalan ve bir başkasına ait olan basılı portfolyoyu daha sonra tekrar incelemek üzere saklayıp, arşivliyor musunuz?		
Arşivliyorum	29	% 39
Arşivlemiyorum	35	% 47
Diğer	10	% 14

Tablo 11. Portfolyonun arşivlenmesi.

Tablo 12. de %46'lık veri görüşmelerde basılı portfolyo istemenin muhafazakar bir görüş olmayacağını söylemekle birlikte, %28'lik orandaki aksi görüş, kararsızlar ve diğer sekmesi içindeki özellikle “basılı portfolyo ve dijital çağ ilişkisi” üzerine olan yorumlar bu konuda kesin bir analiz yapmayı zorlaştırmaktadır. Bu noktada, %46'lık oran için, “basılı portfolyolar dijital uyarlamalarıyla birlikte kullanıldığı zaman daha etkili olacaktır” görüşünü desteklediği yorumu yapılabilir.

Değişken	N	%
Sizce tasarımcı ya da öğrenci adaylarından sunum yapması için basılı bir portfolyo istemek kurum için muhafazakar bir bakış açısı oluşturur mu?		
Oluşturur	21	% 28
Oluşturmaz	34	% 46
Kararsızım	15	% 20
Diğer	4	% 5

Tablo 12. Basılı portfolyonun güncelliği.

3.2.3. Dijital Portfolyolar ve Sosyal Medya ile İlgili Anket Soruları

Tablo 13. de yer alan %66 gibi yüksek bir oran ülke-mizde e-posta ile gönderilecek olan portfolyoların çoğunluk-la dikkate alınacağı yönündedir.

Değişken	N	%
Size e-mail ile gönderilen portfolyoları ne kadar dikkate alıyorsunuz?	Detaylı inceliyorum	49 % 66
	Özet şekilde gözden geçiriyorum	20 % 27
	Dikkate almıyorum	0 % 0
	Diğer	5 % 7

Tablo 13. e-posta ile gönderilen portfolyolar.

Tablo 14. de “orijinal çalışmaların dijital ortamdan gösterilmesi” konusunda katılımcıların %50’si “önemsen-me-yecek derecede bir değer kaybı olur” cevabına yöneldiği gö-rülmektedir. Bu veri ile portfolyoyu inceleyen kişi çalışmanın nihai sonucuyla ilgilenmekten çok, portfolyo sahibinin yap-a-bilecekleri hakkında bir öngörü oluşturabilmesi ile ilgilendiği sonucu çıkartılabilir.

Değişken	N	%
Bir portfolyo sunumunda orijinal çalışmaların dijital ortamdan gösterilmesi ne kadarlık bir değer kaybına sebep olur? (renk, boyut, kağıt, üretim yöntemleri v.b. gibi)	Değer kaybı çok olur	8 % 11
	Değer kaybı önemsenmeyecek düzeyde olur	37 % 50
	Değer kaybı olmaz	20 % 27
	Diğer	9 % 12

Tablo 14. Orijinal (basılı) çalışmaların dijital ortamdan gösterilmesi.

Tablo 15. de yer alan %43'lük orandaki “ortalama” ce-vabı ile %38 oranındaki “az” cevabı ülkemizde tasarımcı ve sanatçıların web portfolyo sitesi kurmak için daha az istekli olduklarını gösterebilir.

Değişken	N	%
Sizce ülkemizdeki tasarımcı veya sanatçıların kişisel bir web portfolyo sitesine sahip olma yüzdesi ne kadardır?	Çok fazla	5 % 7
	Ortalama	32 % 43
	Az	28 % 38
	Çok Az	8 % 11
	Diğer	1 % 1

Tablo 15. Sanatçı – tasarımcı web portfolyo siteleri.

Değişken	N	%
Tasarımcı veya sanatçıların kişisel bir web portfolyo sitesi kurması mı, yoksa ortak online platformları (Behance gibi) kullanması mı daha etkilidir?	Kişisel bir web portfolyo sitesi kurmak daha fazla	33 % 45
	Ortak online platformları kullanmak daha fazla etkili olur	22 % 30
	Her ikisi de değil	1 % 1
	Kararsızım	5 % 7
	Diğer	13 % 18

Tablo 16. Web portfolyo siteleri ve ortak online platformlar.

Tablo 16. da web portfolyo siteleri ve ortak online platformlar arasında tercih karşılaştırması yapılmaktadır. %45’lik oran ile web portfolyo sitesi kurmak ağırlıklı görüş gibi gözüküyorsa da, %30’luk oran ile ortak online platform-da profil oluşturma ve %18 oranındaki diğer sekmesi içinde yer alan ağırlıklı “her ikisi de” görüşlerini de dikkate alarak,

veriler için tasarımcının birden fazla ortamı kullanması ge-rektiği ile ilgili görüşü desteklediği yorumu yapılabilir.

Tablo 17. de toplam %54’lük bir oran ile katılımcıların yarısından biraz fazlası ortak online platformları haftada en az birkaç kez kullandığı anlaşıyor. Geriye kalan katılımcıla-rın çoğunun ise daha seyrek kullandığı görülüyor. Bu veriler dikkate alındığında ülkemizde portfolyo oluşturmak için on-line ortak platformlar ağırlıklı olarak kullanıldığı görülmek-tedir.

Değişken	N	%
Ortak online platformları (Behance gibi) ne sıklıkla kullanıyorsunuz? (Güncelleme, diğer kullanıcılarla iletişime geçme ve inceleme gibi)	Her gün	18 % 24
	Haftada 1 veya 2 kez	22 % 30
	Ayda 1 veya 2 kez	17 % 23
	Çok seyrek	14 % 19
	Ortak online platformları kullanmıyorum	3 % 4

Tablo 17. Ortak online platformların kullanım sıklığı.

Tablo 18. de katılımcıların %80’i ortak online plat-formları kullansa da bir web portfolyo sitesine sahip olmanın yine de önemli olduğunun göstermektedirler. Bu noktada web portfolyo sitesi oluşturmayı bu oran ile tercih etmekteki temel sebebin kişisel web sitesine sahip olmak ile ortak plat-formlara katılmak arasındaki ayrıcalık konusunun etkili olup olmadığının araştırılması gerekmektedir.

Değişken	N	%
Ortak online platformlarda (Behance gibi) işlerinizi sergiliyorsanız bile yine de kişisel bir web portfolyo sitesi kurmak ister miydiniz?	Evet	59 % 80
	Hayır	5 % 7
	Kararsızım	8 % 11
	Ortak online platformları kullanmıyorum	2 % 3

Tablo 18. Kişisel web portfolyo sitesi kurmanın önemi.

Tablo 19. da katılımcılara ekran boyutu ve portfolyo sunumu arasındaki ilişki sorulmuş, %51’lik bir oran ile ekran boyutunun sunum için bir dezavantaj olmayacağı görüşü ağırlıklı görüş olarak ortaya çıkmıştır. Ancak bunun ile bir-likte özellikle diğer sekmesinde sunumun laptop gibi daha büyük ekranlarda olmasının daha uygun olacağı, bu tür bir sunuma göre portfolyonun hazırlanmış olması gerektiği ve hatta kaç kişiye sunum yapılacağının da önemli olduğu vur-gulanmıştır. Diğer oransal veriler ile birlikte bu tespitlere dikkat edildiğine ekrandan sunum yapılmasının olumsuz bir etki yaratmayacağı ancak bununla birlikte sunumun amatör yaklaşımdan uzak, profesyonel koşullarda hazırlanılmış ol-ması yönünde bir beklenti olduğu yorumu yapılabilir.

Değişken	N	%
Yüz yüze bir sunumda dijital ekranların boyutu portfolyonun incelenmesi için yeterli midir? (örn. iPad, Akıllı Telefon, Laptop v.b. gibi)	Evet	38 % 51
	Hayır	15 % 20
	Kararsızım	10 % 14
	Diğer	11 % 15

Tablo 19. Portfolyo sunumu ve ekran boyutu.

3.2.4. Karşılaştırmalı Anket Soruları

Tablo 20. deki soruda tasarım örnekleri ile ilgili araştırmalarda hangi kaynakların yaygın olarak tercih edildiği belirlenmeye çalışılmıştır. Veriler içinde %49'luk bir oran ile “dijital hem de basılı kaynaklar” cevabı ağırlıklı görüş olarak gözükmekle birlikte, %8'lik oran ile “basılı kaynaklar” cevabı daha çok dikkati çekmektedir. Ülkemizde tasarım örneklerinin incelenmesinde ağırlıklı olarak dijital kaynakların tercih edildiği anlaşılmaktadır.

Değişken	N	%
Örnek tasarım çalışmalarını dijital ortamdan mı yoksa basılı kaynaklardan mı incelemeyi tercih edersiniz?		
Dijital ortamdan	31	% 42
Basılı kaynaklardan	6	% 8
Kararsızım	1	% 1
Her ikisinde de	36	% 49
Diğer	0	% 0

Tablo 20. Dijital – basılı kaynak karşılaştırması.

Portfolyo sunumlarının dijital olarak yapılmasında bir değer kaybı olmayacağı önceki sorularda yaygın bir görüş olarak ortaya çıkmıştır. Ancak tablo 21’de yer alan grafik tasarım çalışmalarının fiziki ya da dijital bir sergide yer alması ile ilgili karşılaştırmalı sorudaki veriler farklı çıkmaktadır. Verilerinde ağırlıklı görüş %51’lik bir oran ile “her ikisi” cevabıdır. Hatta “dijital sergi” yalnızca %9 gibi bir oranda kalmaktadır. Bu katılımcılar adına çelişki yaratan bir durum mudur? Yoksa sergileme için başka etkin faktörler mi vardır? Bu noktada grafik tasarım çalışmalarının basılı olarak sergilenmesindeki etikler üzerine araştırma yapılması gerekmektedir.

Değişken	N	%
Sizce tasarım çalışmalarını fiziki bir sergi mi yoksa dijital bir sergi mi daha uygun olur?		
Fiziki bir sergi	23	% 31
Dijital bir sergi	7	% 9
Kararsızım	3	% 4
Her ikisi de	38	% 51
Diğer	3	% 4

Tablo 21. Dijital – fiziki sergi karşılaştırması.

Tablo 22. de dijital portfolyo ile basılı portfolyo incelemelerindeki süreler karşılaştırılmaktadır. Katılımcıların %62’si inceleme süreleri arasında bir farkın olacağı yönünde görüş bildirmiştir. Elbette ki basılı portfolyoların içeriğindeki örneklerin (özellikle orijinal çalışmaların olması halinde) üzerinde daha uzun süre incelenebilecek detaylar bulunabilir. Dijital ortam, bir öngörü oluşturmak için çok daha fazla çalışmanın incelenebileceği bir ortam olarak da görülebilir. Bu noktada tablo 21’e dönüp bir karşılaştırma daha yapılabilir. Dijital portfolyo incelemeleri hakkındaki olumlu görüşün aksine tasarım çalışmalarının fiziki sergilerde de gösterilmesi isteğinin altında, detayların da incelenecek olması yatabilmektedir.

Değişken	N	%
Sizce dijital portfolyo ile basılı portfolyoların inceleme süreleri arasında fark var mıdır?		
Var	46	% 62
Yok	21	% 28
Kararsızım	4	% 5
Diğer	3	% 4

Tablo 22. Dijital – basılı portfolyo inceleme süreleri.

Tablo 23. de katılımcıların ağırlıklı görüşü %62’lik bir oran ile web portfolyo sitesi kurmanın basılı portfolyo hazırlamaya göre daha az maliyetli bir çalışma olduğu yönündedir.

Değişken	N	%
Maliyet açısından bir web portfolyo sitesi kurmayı mı yoksa basılı bir portfolyo tasarlamayı mı tercih ederdiniz?		
Bir web portfolyo sitesi kurmayı	46	% 62
Basılı bir portfolyo tasarlamayı	11	% 15
Fark etmez	11	% 15
Diğer	6	% 8

Tablo 23. Dijital – basılı portfolyo maliyet karşılaştırması.

Tablo 24. da gösterilen %43’lük “az” ve %26’lık “çok az” cevapları, ülkemizde basılı portfolyo ile birlikte dijital portfolyo sunumunun bir arada yapılmasının pek tercih edilmediği yönündeki analizi ortaya çıkarmaktadır.

Değişken	N	%
Günümüzde basılı ve dijital portfolyonun birlikte sunulma alışkanlığı ne kadardır?		
Çok fazla	4	% 5
Ortalama	15	% 20
Az	32	% 43
Çok az	19	% 26
Diğer	4	% 5

Tablo 24. Dijital ve basılı portfolyonun birlikte kullanımı.

4. Sonuç

Ülkemizde grafik tasarımcı portfolyolarının güncel kullanım tercihlerin belirlenmesi, dijital ve basılı portfolyolar arasındaki seçim kriterlerinin netleştirilmesi, işe alımlar ve lisansüstü programlara öğrenci kabullerinde portfolyo tasarımlardan beklentilerin ortaya konması amacıyla gerçekleştirilen anketin mezun öğrencilerin tutum ve davranışlarında pozitif etkiler yapması beklenmektedir. Bununla birlikte anket ile elde edilen sonuçlara belirli sınırlılıklar dahilinde ulaşıldığı da unutulmamalıdır. Herşeyden önce ülkemizdeki genel anlayışı belirlemeye çalışan anketin katılımcıları İstanbul ile sınırlı kalmıştır. Bu durumun çeşitli neden ve sonuçları vardır. İstanbul’un gerek nüfusu gerekse de tüm ülkeye yön veren, hacimce daha büyük sektörleri içermesi nedeniyle özet bir kimlik göstermesi beklenebilir. Diğer taraftan anketin bir diğer sınırlılığı katılımcıların ağırlıklı olarak sektörde bilinen kurumlarda, genç kuşaktan ve aktif biçimde çalışan bireylerden oluşmasına özen gösterilmiştir. Bu şekilde, güncel kullanım tercihleri ile ilgi verilerin daha da geçerli olacağı öngörülmüştür. Anketin en önemli sınırlılığı ise katılımcıların portfolyo incelemesi ile ilgili bir görüşme deneyimini yaşamış

olmasıdır. Anket kapsamında sorulan bir soru ile katılımcıların %85'inin bu deneyimi yaşadığı anlaşılmaktadır.

Bu tespitler ile birlikte, tüm analiz ve öneriler dikkate alındığında, yapılan çalışmada ortaya çıkan sonuçlar ise şu şekilde özetlenebilir;

- Anket sorularına verilen cevaplar üstüne yapılan analizler ile anketin öneriler bölümünde yer alan görüşler arasında kuvvetli benzerliklerin olduğu,

- Portfolyonun çalışma disiplini gösteren önemli bir araç olarak görüldüğü ve işe alımlarda olmazsa olmaz bir noktada kullanıldığı,

- Bugünün bir gerçeği olarak kabul edilen dijital çağın gerisinde kalmamak ve yerinde bir ifade ile çalışma hayatına 1-0 yenik başlamamak için sunumların basılı ortamdan dijital ortama kaydığı, bu nedenle de özellikle basılı portfolyo kullanımına mesafeli yaklaşıldığı,

- Bununla birlikte dijital ortamı oluşturan yoğun içerik ve hız gibi unsurlar beraberinde kopyalama gerçeğini de getirdiği, bu nedenle yüz yüze görüşmelerin en az dijital portfolyo incelemeleri kadar önemli olduğu,

- Sosyal medya ya da ortak online platformlarda portfolyo oluşturmayı daha fazla tercih etmekle birlikte özellikle kişisel web portfolyo sitesi oluşturulması gerekliliğinin ayrı bir yere konulduğu, ülkemizde sanatçı ya da tasarımcıların kişisel web portfolyo sitelerini ortalamanın altında kullandığı,

- Kişisel özellikleri öne çıkartacak şekilde biçimlendirilen, yalın bir anlatımda ancak bir tasarım ürünü gibi görülen ve fikrin öne çıktığı farklı bir sunum anlayışını gösteren, diğer taraftan içeriğin önüne geçmeyecek bir tasarım kaygısı güden, kalabalık olmayıp öz bir seçkiyi içeren ve güncel olan bir portfolyo beklendiği,

- Başarılı bir portfolyo oluşturmanın yanında, etkili bir sunum yapılması gerektiğinin de düşünüldüğü anlaşılmaktadır.

KAYNAKLAR

Çakır, Gamze. Grafik Sanatlar Eğitimi Açısından Portfolyo Tasarımı. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, 2009.

Demir, Çiğdem. "Portfolyo Tasarımı ve Portfolyo Tasarımı Ders Projeleri Üzerine Değerlendirmeler". Hacettepe

Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları (Mayıs 2014): 79-92.

Eisenman, Sara. Building Design Portfolios Innovative Concepts for Presenting Your Work. Massachusetts: Rockport Publishers, 2008.

Öz, Hatice. (2003) Kişisel Sunum Açısından Dijital Portfolyonun İncelenmesi ve Dijital Portfolyo Denemeleri. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 2003.

Taylor, Fig. How to Create a Portfolio & Get Hired A Guide for Graphic Designers & Illustrators Second Edition. London: Laurence King Publishing, 2010.

Uluçay, N. Özşavaş. "Görsel Tasarım Eğitiminde Sosyal Medyanın Kullanımı". Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, (Ekim 2017): 372 - 379.

İNTERNET KAYNAKLARI

Creative Bloq Staff, "8 reasons every digital designer should have a physical portfolio", creativebloq.com (blog) 15 Ocak 2014, <https://www.creativebloq.com/print-design/should-have-physical-portfolio-11410307>

Blake, Roberto. "Print Portfolio vs. Digital Portfolio: A Designer's Dilemma" howdesign.com (blog) 20 Kasım 2016, <https://www.howdesign.com/design-career/print-portfolio-vs-digital-portfolio-a-designers-dilemma/>

Broeck, V.D. Martijn. "Should You Design Your Portfolio For Web Or For Print?" medium.com (blog) 13 Aralık 2015, <https://medium.com/portfolio-principles/should-you-design-your-portfolio-for-web-or-for-print-5d7f0acd6330>

Orchard Creative & Recruitment, "Digital vs Print: How Should I Present My Portfolio?" orchard.co.uk/blog (blog) 28 Kasım 2017 <https://www.orchard.co.uk/blog/digital-vs-print-how-should-i-present-my-portfolio-16053.aspx>

Jani, "Portfolio website vs. portfolio book: which is preferred now?" blog.flipsnack.com (blog) 7 Eylül 2017 <https://blog.flipsnack.com/portfolio-website-vs-portfolio-book-which-is-preferred-now/>

Wang, Faith. "Digital or Print? and Other Design Portfolio Questions" blogs.cornell.edu (Blog) 17 Kasım 2016 <https://blogs.cornell.edu/hecec/2016/11/17/digital-or-print-and-other-design-portfolio-questions/>