

TASARIM MESLEKLERİNDE HAZIRLANAN PORTFOLYOLARA AİT ÖZELLİKLERİN BELİRLENEREK DEĞERLENDİRİLMESİ

Mehmet Sinan YUM^{1*}

^{1*}*İstanbul Ticaret Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü, İstanbul, Türkiye, sinanyum@gmail.com ORCID: 0000-0002-0869-2967*

Özet

Tasarımcı adaylarının ve profesyonellerin özellikle mesleki arayışlarında kullandıkları tasarım portfolyoları, farklı kurum, işveren ve stüdyolara yönelik hazırlanan belgelerdir. Portfolyo tasarımı, renk, biçim, tipografi ve görsel kullanımına dayanan bir görsel iletişim yöntemidir. Mesleki ifade biçimlerine uygun olarak hazırlanan portfolyo belgelerinde öğrenciler eğitimlerini, becerilerini ve uzmanlıklarını görselleştirirler (Goldsby ve Fazal, 2001: 607-616; DiMarco, 2005). Portfolyolar profesyonellerin ve öğrencilerin kendilerini sektörde konumlandırmalarına olanak vermektedir. Kalitatif bir araştırma olan çalışmanın ana hipotezi 'Portfolyo belgeleri, tasarımcıların sahip olduğu mesleki farklılıklara bağlı bireysel vizyonun açıklanmasına imkan verebilir' şeklindedir. Bu amaçla çalışmada yazarın farklı kurumlarda, Endüstriyel Tasarım, İç Mimarlık ile Gemi ve Yat Tasarımı bölümlerinde gerçekleştirmiş olduğu portfolyo tasarımı dersine ait üretimler sunulmakta, sunulan çalışmalar oluşturulan literatür ölçütlerine göre farklılıkların ve benzerliklerin tespiti amacıyla değerlendirilmektedir. Tasarım sektörü ile akademik alan arasında ilişkiler kuran çalışmada sunulan örneklerin açıklanmasıyla, tasarım eğitiminde mesleki eğilimlerin portfolyo belgelerine yansıtılmasına yönelik kazanımlar sağlanması hedeflenmektedir.

Anahtar kelimeler: Kurumsal Kimlik, Tasarım, Eğitim, Grafik, Portfolyo

DETERMINING AND EVALUATING THE QUALITIES OF PORTFOLIOS USED IN DESIGN PROFESSIONS

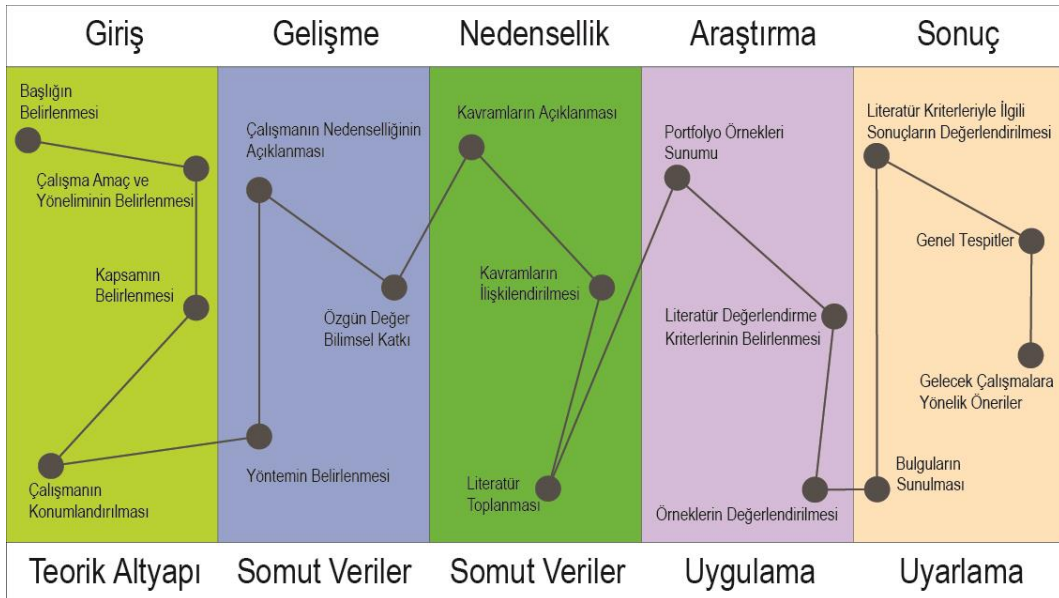
Abstract

Design portfolios used by designer candidates and professionals especially for professional inquiries, are documents prepared for various institutions, employers and studios. In educational life, students visualize their educative background, skills and expertise through portfolio documents (Goldsby & Fazal, 2001: 607-616; DiMarco, 2005). The main hypothesis of the qualitative research can be explained as, 'Portfolio documents may allow the explanation of individual vision and skill sets due to education centered differences of designers'. The results of the portfolio design course carried out by the author in different institutions and Industrial Design, Interior Architecture and Ship and Yacht Design departments are presented and are evaluated in order to determine the differences and similarities according to the established literature criteria. The study establishes relevant relations between the design sector and the academic field, aiming to provide guidelines and hints to designer candidates and professionals by explaining the principles of portfolio design.

Keywords: Corporate Identity, Design, Education, Graphics, Portfolio

1. GİRİŞ

Görsel tasarım, iletişimin temelidir. Sözel iletişimin dile getiremediği konuları ve duyguları grafik sanatlar açıklayabilir. Bir tasarıma bakarak onu okumak neredeyse imkansızdır, zira iki işlem birbirinden tamamıyla farklı algılar yaratabilir. Dil ile ifadenin gücüne katkı sağlayan, görsel ifadedir. 2000 yıl önce başlayan tipografi bilimi bugün 200,000 yazı tipine ulaşmıştır. Her yazı tipi birbirinden farklı duygular tetikleyerek iletişim kurarlar. Yazı ve görselin görselin birlikte kullanılması, günlük hayatta basılı ve dijital olarak her türlü iletişimin altyapısını oluşturmaktadır. Dijital tasarım döneminde bazı uygulama ve kurallar değişse de, üretimin yarattığı etki aynıdır; duygu ve düşüncüyü tetikleyen tasarımlar oluşturmaktır. Teknolojik gelişimle birlikte iletişim şekilleri değişim geçirmekte, bireylerin kendilerini ifade biçimleri ve anlatımlar farklılaşmaktadır. Özellikle dijital dünyanın sunduğu olanakların yaygınlaşması ve herkes tarafından erişilebilir olması, birçok bilginin geleneksel yöntemlerin yanı sıra yeni grafik yazılımlar ekseninde hazırlanması sonucunu doğurmuştur. Bu yaklaşımlarla tasarım mesleğinin eğitimini almış kişilerin özellikle iş arayışlarında kullanılmak üzere tasarladıkları portfolyolar, işverenlere yönelik hazırlanan bir belgedir. Portfolyo tasarımı tipografi ve renk kullanımına dayanan bir grafik tasarım yöntemidir. Farklı tasarım disiplinlerinde benzer kurallara dayanan yöntemin hedefinde, tasarımcının kendi yaratıcı vizyonunu yansıtmaya arzusu bulunur. Çağdaş tasarım yaklaşımlarına uygun portfolyo belgelerinin tasarlanması, öğrenci ve profesyonellerin sektörde kendilerini ifade etmelerine imkan vermektedir. Portfolyo tasarımının birincil amacı, işverenlere başvuru yapılan pozisyon ile ilgili ne kadar ciddi ve detaylı bir araştırma yapıldığının gösterilmesidir. Düzenli ve profesyonel bir portfolyo, diğer adaylardan farklılaşmanın en etkin yoludur. Portfolyolarda sunulan temel içerik, bir fikrin zaman içindeki gelişimini hiyerarşik biçimde anlatan görseller ve metinlerdir. Öğrenci ve yeni mezunların portfolyoları sıklıkla okul çalışmalarından ibarettir. Bu durumda önemli başarıların ve becerilerin vurgulanması gereklidir. Estetik gücü olan portfolyoların sıradan olanlara göre her zaman daha fazla çekiciliği bulunur. Bu çekicilik işi almak veya alamamak arasındaki ince çizgiyi oluşturabilir. Portfolyo giriş bölümünde yer alan kişisel felsefe ve mesleki vizyonla ilgili açıklamalar, işverenlerin başvuru yapan adayla ilgili fikir oluşturmalarına imkan sağlayabilir. Araştırma portfolyo dersi süreç, sonuç, gözlem ve bulgularına dayanan kalitatif bir çalışmadır. Bu amaçla sunulan veriler literatür temelli olarak ölçütlere bağlı bir şekilde değerlendirilmekte ve bulgular çalışmanın hedeflerine uygun biçimde açıklanmaktadır. Çalışmanın gelişimine ait metodolojik yapı Şekil 1'de sunulmaktadır.



Şekil 1. Metodolojik strüktür

Çalışmanın giriş bölümü teorik altyapıyı oluşturmada, başlığın belirlenmesi, amacın ve kapsamın açıklanması ve çalışmanın konumlandırılmasını kapsamaktadır. Bu hedefle çalışma, tasarım disiplinleri odağında tasarlanan öğrenci portfolyolarının incelenmesiyle üretimlerin aralarında bulunan benzerliklerin ve farklılıkların tespit edilmesini öngörmektedir. Araştırmanın somut verilere dayanan gelişme bölümünde çalışmanın nedenselliği açıklanmaktadır. Nedensellik özellikleri çalışmanın özgün değerini oluşturarak akademik ve profesyonel alanlar arasında ilişki kurmaktadır. Bu amaçla portfolyo tasarımında mesleki

yaklaşımların etkilerinin belirlenmesiyle, örgün eğitim çıktılarının profesyonel alana uyumunun sağlanması hedeflenmektedir. Çalışmanın nedensellik bölümü somut verilere dayanmaktadır ve temel kavramların literatürle ilişki içinde açıklanmasını ve ilişkilendirilmesini kapsamaktadır. Bölümde örnek projelerin sunulması için gerekli olan destekliyi literatür kavramlarla bütünleşik olarak açıklanmaktadır. Araştırmanın uygulama bölümünde örnek portfolyo tasarımı projeleri tasarım disiplinlerine göre sunulmaktadır. Bölümün devamında literatür temelli kavramlardan oluşturulan değerlendirme ölçütleri açıklanarak sunulan örnekler incelenmektedir. Son bölüm olan sonuç kısmında literatür değerlendirme işlemiyle ilgili bulgular açıklanarak çalışmayla ilgili genel tespitler paylaşmakta ve gelecek çalışmalara yönelik önerilerde bulunmaktadır.

Goldsby ve Fazal (2001: 607-616), öğrenci portfolyolarının, öğrenme becerilerinin ve uzmanlıkların görselleştirilmesi amacıyla kullanılmasından bahseder. Bu sebeple portfolyolar, öğrencilerin becerilerinin, uzmanlıklarının ve eğitimlerinin açıklanma amacıyla hazırlanır (DiMarco, 2005). Portfolyolar fiziksel veya dijital olarak kullanılan belgelerdir. Portfolyolar, kişisel değerlendirme ve iletişim açısından yeni medyumdur. Tasarımcıların temel disiplinlerinde bağımsız olarak kullanılmaları bir zorunluluk haline gelen elektronik portfolyolar, Sanders (2000: 11-18) tarafından ifade edildiği şekilde geleneksel portfolyoların hiçbir zaman sahip olamayacağı bir güce sahiptir. Mücadele dolu bir sektörde birçok firmaya ve stüdyoya erişim sağlayan dijital platformlar, tasarımcının becerilerini portfolyo aracılığıyla belgelemesi için farklı olanaklar sunarlar. Portfolyolar kariyer boyunca yaşanan değişimin kanıtlarıdır. Sektörel nesnel kurallara dayalı öznel bir üretim olan portfolyo tasarımı, mesleki yaratıcılığın, üretkenliğin ve vizyonun gösterilmesini sağlayan belgelerdir. Düzenli olarak trendlerin ve taleplerin takip edilerek belgelerin yenilenmesi, tasarımcının güncelliğini koruyan bir niteliktir. Bu amaçla tasarımcıya ait arşivden seçilen işlerin, portfolyonun sağladığı bütünlük çatısı altında düzenlenmesi gerekir. Küresel olarak birçok üniversitede bulunan portfolyo tasarımı dersleri, tüm öğrencilerin ortak ölçütlere göre değerlendirilmesini ve imkan vermektedir. Tasarımcıyla ilgili olarak, referans mektupları, not dökümleri ve diplomaların üzerinde bir değerlendirme ölçütü sağlayan portfolyo, tasarımla metodolojisiyle ilgili yaklaşımı, yöntemi ve süreci gösterir. Tasarlanan portfolyo belgesi, harcanan vakit, seçilen işler ve profesyonel hedefler doğrultusunda iletişim ve pazarlamaya yönelik bir değerdir. Dijital platformların oluşturduğu geniş meslek havuzu sayesinde tasarımcılar, kariyerleri adına profesyonel yeni fırsatların oluşmasına imkan sağlayabilirler. Kariyer boyunca portfolyo belgesinde yapılan güncelleme ve düzenlemeler, tasarımcının öğrenmeye devam etmesi için büyük bir fırsattır. Portfolyolar tasarımcıya iletişimsel ve stratejik fırsatlar sunan belgelerdir. Paulson vd. (1991: 60-63), 90'lı yıllarda yaptıkları çalışma ve uygulamalar sonucunda portfolyoyu, kişiyle ilgili birikimleri öykü biçiminde anlatan bir belge olarak tanımlamaktadır. Portfolyo tasarımı, öğrenciye ait performans, kişisel gelişim ve mesleki başarının yansıtılması hedefiyle çalışmaların derlenmesidir. Mümkün olduğu ölçüde özel ve seçkin işlerin tercih edilerek, sıralı şekilde içeriğe eklenmesi sonucunda elde edilen portfolyo belgesi, kişinin mevcut becerilerinin ve vadedilen performansının kanıtıdır. Portfolyo belgesinde farklı dönemlerde yapılan değişken nitelikli işlerin, kurumsal kimlik çatısı altında birleştirilmesi gerekmektedir. Tüm projelerin benzer anlatım biçimlerine uygun ve süreklilik içinde sunulması, okuyucunun algısını ve ilgisini etkileyen değerlerdir. Anlatıma yönelik strateji açısından bütünleşik olarak algılanan belgeler, portfolyonun değerlendirilmesi için gereken ölçütleri sunmaktadır (Moya ve O'Malley, 1994: 13-36). Portfolyoların bireysel tercihlere göre farklı stratejik anlatımlar sunması, tasarımcının yaratmak istediği duygunun kişiselleştirilmesiyle ilgilidir. Portfolyo belgeleri farklı amaçlara yönelik olarak farklı şekillerde hazırlanabilirler, yapılan işlerin belgelenmesi, proje süreçlerinin anlatılması, bireysel özellikler ve ilgi alanlarıyla ilgili örnekler sunulmasını kapsar. Etkili portfolyo belgeleri, bahsi geçen tüm özellikleri bir arada barındıran üretimlerdir. Portfolyoların en önemli görevlerinin başında, kişinin mesleki gelişiminin kanıtlanarak, görsel ve metinlerle desteklenmesi bulunmaktadır. Mesleki eğilime ve eğitimi alınan tasarım disiplinine göre hazırlanan portfolyolar, bazı anlatımsal farklılıklar gösterebilir de, kurumsal kimlik çatısı altında yapılması gereken sunum stratejileri benzerdir. Bu amaçla kişisel bilgi, yetenek ve becerinin belgelenmesi, özgün bir deneyim sunulmasına imkan sağlamaktadır. Portfolyo belgesi, tasarımcının kişiliğinin, becerilerinin, vizyonunun, tecrübelerinin, mesleki misyonunun ve ilgi alanlarının tanıtılmasına yönelik tek belgedir. Özgün bir portfolyo, yaratıcı özgeçmiş ve tasarımcı yeteneklerinin sergilenmesiyle beceri artışını ve kişisel gelişim hikayesini belgeleyen bir kanıttır. Dijital portfolyolar, baskı portfolyoların elektronik biçimleridir. Biçimsel olarak genellikle basılı formatta hazırlanan portfolyo, teknolojik gelişme, web tabanlı uygulamaların artması ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması sonucunda sıklıkla dijital olarak hazırlanmaktadır. Bu durumun nedeni, fiziksel portfolyo sunumunun her zaman pratik olmaması sebebiyle web üzerinden sunum yapılabilmesinin sağladığı kolaylıktır. Portfolyo belgesi, sunulan kişi tarafından aday ile ilgili olarak en doğru değerlendirme ve profesyonel konumlandırmanın yapılabilmesi için gereklidir. Ortak

ölçü standartlarıyla oluşturulan portfolyolar, bireysel düzenlemelerle kişiselleştirilerek, işveren nezdinde empati kurulabilmesi hedefiyle tasarlanan ürünlerdir. Portfolyolar, mesleki deneyimler dışında bulunan tecrübeleri de kapsmalıdır, zira herhangi bir konuda geçmişte edinilen deneyim, mevcut bir iş başvurusunda avantaj sağlayabilir.

2.1. Portfolyo Tasarımı Hedefleri ve Aşamaları

Tasarlanan bireysel kurumsal kimlik, tasarımcı kimliğinin yansıtıldığı bir markadır. Bu marka, tasarımcının duruşunu, prensiplerini, vizyonunu ve vaatlerini çevreleyen bir etiket olarak algılanmaktadır. Bu sebepten dolayı portfolyolar, kişisel beceri ve beğenileri yansıtarak hedef kitleye uygun bir anlatımda tasarlanmalıdır. Başvurularda adaylardan en büyük beklenti, adayın işverenin kurumuyla ilgili bilgi sahibi olarak başvuru yapmasıdır. İşverenler tesadüfen görüşmeye gelinmiş duygusu veren bir kişiyle çalışmayı tercih etmeyebilirler. Etkileyici bir portfolyonun yanı sıra uygun giyim ve formel ama içten konuşma biçimi, işverende güven duygusu oluşturabilir. En iyi işlerin mezuniyet sonrasında tekrar elden geçirilerek sunulması, sunulan her türlü belgenin düzenli olması ve en önemlisi profesyonel tavır, başvuruların olumlu sonuçlanmasını sağlayabilecek niteliklerdir. İşlevsel bir portfolyo belgesinin tasarlanması için bazı önerilerde bulunulması mümkündür.

- a) Etkili giriş yapılması:** Açık bir dille kişisel bilgilerin sunulması, okuyucuya kişiyle ilgili konumlandırma sağlayabilir. Cv benzeri bilgileri takiben, kişilikle ilgili ipuçlarının ilgi alanları ve geçmiş deneyimler aracılığıyla verilmesi, okuyucunun empati kurmasına yardımcı olabilmektedir. Sunulan bilginin özgün biçimde aktarılarak diğer adaylardan farklılaşılması önem taşır. Hedef, diğer tasarımcılar ile aradaki farklılığın ortaya konulmasıyla oluşturulacak ilgi, heyecan ve güvendir.
- b) Hedeflerin açıklanması:** Giriş bölümünde bulunan 'Hakkında' sayfasında açıklanan kişisel vizyon portfolyonun en değerli bölümüdür. Sıklıkla portfolyo inceleyen işverenlerin ilgilerinin genelde ilk sayfalarda olması, bu içeriğin önemini vurgulamaktadır.
- c) İş seçimi:** Portfolyo tasarımında amaç etkili bir belge oluşturmaktır. Bu sebeple önemli olan, kişinin derslerinde başarılı olduğu hocalar ve güvenilen meslektaşlar tarafından tasdiklenen işlerinin seçilerek portfolyoya dahil edilmesidir. Doğru seçilen işler potansiyel patron, ortak veya müşteriye güven aşılayarak profesyonel ilişkiye adım atılmasını sağlaması mümkündür. Bu sebeple kaliteli iş sayısının artırılarak, portfolyoya konulan işlerle ilgili etkili bir seçim ve eleme işleminin yapılması gerekmektedir. Proje kirliliği oluşturmadan baştan sona ilgiyle incelenen bir portfolyonun tasarlanması, görüşmelerle ilgili olumlu sonuçlar alınmasına imkan verebilmektedir.
- d) Görsel olarak çarpıcı bir portfolyo hazırlanması:** Boş bir sayfa olarak değerlendirilebilecek portfolyoların kişinin eğilimlerine ve hedeflerine odaklı bir anlatımının olması gerekir. Birçok başvuru sonucunda sayısız portfolyo incelemiş olan işverenlere akılda kalıcı, görsel kalite olarak temiz ve özgün bir portfolyo sunulması şarttır. Estetik özellikleri gelişkin bir portfolyo, işlerin algılanmasını kolaylaştırmanın yanı sıra işlerin kalitesinin de artmasına yardımcı olabilmektedir.

Sunulan öneriler yazar tarafından yaptırılmış olan portfolyo tasarım ve uygulamalarına ait bulgulardır. Danielson ve Abrutyn (1997), portfolyo tasarım süreci ve adımlarını aşağıdaki şekilde ifade etmektedir.

- a) Toplama:** Portfolyonun hedef kitlesi toplanan içeriği belirlemektedir.
- b) Seçim:** Mesleki beklentilere uygun içerik, toplanan ve derlenen tüm veri arasından seçilmelidir.
- c) Düşünme:** Her içeriğin belirli bir düşünce ve stratejiyle ele alınması gerekmektedir.
- d) Yansıtma:** Kişisel vizyon ve mesleki kariyer hedeflerinin belgenin tümünde yansıtılması gerekmektedir.

Portfolyo tasarımında en önemli değer, sunulan içeriğin, portfolyonun toplam algısını artıracak şekilde bütünleşik bir mesaj sağlamasıdır. Gelişigüzel içerikler, bozuk dil kullanımı, gereksiz anlatımlar ve ilgisiz görsel elemanların bir araya gelmesiyle oluşan portfolyolar, güven duygusu oluşturamazlar. Portfolyo tasarım süreçlerinde belirli aşamaların sırayla ele alınması, tasarlanan ürünün verimini belirler. Ivers ve Barron (1998), portfolyo proje gelişimini inceleme, karar verme, planlama, tasarlama, geliştirme, uygulama ve değerlendirme olarak ele almaktadır. Bu amaçla portfolyo belgesinin etkisini artırmak hedefiyle projelerin aşamalara uygun stratejik şekillerde anlatımı mümkündür.

3. PORTFOLYO TİPLERİ

Bölümde portfolyo tipleri ve özellikleri sunulmaktadır. Portfolyoların tasarımcı tercihlerine, mesleki hedeflere ve işverenlere erişim stratejilerine göre farklı şekillerde hazırlanması mümkündür.

3.1. Fiziksel Portfolyolar

Fiziksel olarak basılmış portfolyolar, profesyonelce ciltlenmiş kitaplardır ve tasarımcıların üretimlerini uygulamalı bir şekilde temsil ederler. Basılı portfolyonun oluşturulması için harcanan zaman, çaba, tasarım, para ve sabır, adayın tasarımcı kimliği hakkında çok şey ifade etmektedir. Bu sebeple iş görüşmesinde masaya koyulan portfolyonun fiziksel algısı, toplantıya başlangıç tonunun belirlenmesine destek olabilmektedir. Fiziksel portfolyolar, hedeflenen iş için özel olarak tasarlanmış, değişikliklere karşı kısıtlamaları olan ürünlerdir. Baskıya verilen bir portfolyoda tespit edilen hataların düzeltilmesi, baskının tekrarlanması gerektirir. Farklı projelerden oluşan içeriklerin derlenerek fiziksel bir kılıf, kutu veya çanta benzeri taşıma aparatında konulması, içeriğin korunmasının yanı sıra işlevsel ve estetik bir çözüm sunulmasına imkan vermektedir. Şekil 2'de görüldüğü gibi işlevsellik ile alternatif malzeme kullanımlarının getirdiği çözümler, tasarımcının beceri seviyesini göstermektedir.



Şekil 2. Fiziksel portfolyo örneği

Fiziksel portfolyoların kullanım kolaylığı, iş görüşmelerinde yaygın olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Basılı portfolyo oluşturulması, kağıt, baskı ve mizanpaj tasarımı dünyasına ilişkin düşünceleri, çabayı ve bilgiyi gösterir. Herhangi bir portfolyo formatında olduğu şekilde, baskı için tasarım yapmanın dezavantajları vardır. Portfolyo belgesine yerleştirilen çalışmaların dijital olmaması sebebiyle, baskı portfolyoların güncellenmesi uzun sürebilmektedir. Ekonomik açıdan birden fazla baskı portfolyonun üretilmesi pahalı olabilir. Basılı portfolyonun tasarım kalitesi yüksek olsa da kitabın veya çantanın kendisi kırılabilir. Zaman içinde yıpranan bir portfolyonun sunulması tasarımcıyı olumsuz bir şekilde yansıtabilmektedir. Portfolyo belgesi belirli bir sürece yayılarak hazırlanan bir belgedir, zaman içinde revizyonlar yapılması, çalışmanın daha objektif niteliklere sahip olmasını sağlayabilir.

3.2. Dijital Portfolyolar

Kavut (2019: 63-71), kurgusal anlatımlarda teknolojik etkinin fazla öne çıkmayacak biçimde kullanılmasından bahsetmektedir. Tasarımcılar tarafından en sık kullanılan portfolyo tipi, internet başvurularında kullanılan PDF dijital belgelerdir. PDF portfolyolar üretimi ve paylaşımı kolay belgelerdir, birçok alanda kullanılan PDF dosya uzantısı, birçok yazılım tarafından desteklenen bir belge tipidir. Sadece tercih edilen projelerin dijital portfolyolarda sunulması, detaylı proje belgelerinin yüzyüze görüşme esnasında fiziksel portfolyo aracılığıyla sunulmasına imkan verir. Bu durumun 2 farklı sebebi bulunmaktadır. İlk nedeni dijital portfolyonun bir fragman niteliğinde merak uyandırmasıyla görüşmeye davet sağlanması, ikinci sebep ise, portfolyodaki işlerin korunmasıyla ilgilidir. Zira bazı firmalar etik dışı bir şekilde, tasarım yaratıcılığına erişim amacıyla iş görüşmesi yapmaktan kaçınarak, sadece internet başvurusu kabul etmekte ve adayı görüşmeye çağırılmamaktadır. Dijital portfolyoların farklı grafik düzende üretilmesi mümkündür (Şekil 3).



Şekil 3. Dijital portfolyo, Adobe Animate.

Multimedya yazarlığının son yıllardaki artışı sonucunda online çalışan web tabanlı yazılımlarda yükseliş yaşanmaktadır. Tasarımı hazır şablon kullanımlarına devreden sistemler, kullanıcıların basit kişiselleştirme özellikleriyle özgün web siteleri, dijital sayfalar ve sunumlar vaat etmektedir. Dijital portfolyoları oluşturan görsel belgelerin jpeg, bmp, eps, tiff, targa gibi formatlarda kaydedilebilmesi, tasarımcı olmayan kullanıcıların bile akıllı telefon, tablet ve dijital kameralarla üretimde bulunmasına imkan vermektedir. Dosyaların yüklenme ve indirilme hızlarının önem taşıdığı bir dönemde, açılmayacak kadar büyük görsellerden oluşan dijital portfolyo hazırlanması tercih edilmemelidir. Görsel bir dosyanın veya metin yüklü bir Word dosyasının PDF olarak kaydedilmesi, kolay transfer edilebilmesini sağlar. PDF dosyaların optimizasyon seçenekleri, tarayıcı destekleri ve boyutları, reklamcılık, fotoğraf ve tasarım gibi birçok sektör ve alanda kullanılmasına imkan vermektedir. Basılı portfolyoların aksine PDF portfolyoların güncellenmesi ve belirli bir hedef kitleye göre düzenlenmesi veya uyarlanması oldukça kolaydır. PDF portfolyolar, e-posta veya dosya paylaşımı yoluyla dağıtımı yüksek pratiklik sunar. Ağ güvenliği açısından değerlendirildiğinde kullanışlı bir format olan PDF dosyalar, farklı cihazlarda kolaylıkla görüntülenebilir belgelerdir. Ekonomik açıdan maliyeti bulunmayan dijital portfolyolar, depolama, yıpranma ve baskı süreçlerinde karşılaşılabilecek sorunların yaşanmasını önlemektedir. Etkileşim özellikleri bulunmayan PDF dosyalarda kullanılabilen aktif linkler, belirli web sayfalarına yönlendirme yapabilirler. Birçok optimizasyon seçeneği sunan PDF'ler görüntü sıkıştırma özelliklerine sahiptir. Bu konuda en büyük risk, yüksek sıkıştırmanın getirdiği pikselleşme ve görselin kalitesinin bozulma riskidir.

3.3. Web ve Etkileşimli Portfolyolar

Çağdaş iletişim biçimlerinde yükselen etkileşimli portfolyoların sunduğu dolaşım, hem basit hem de karmaşık bir işlemdir. Dijital ve etkileşimli portfolyoların, elektronik belgelerle ilgili deneyimli kullanıcıların yanı sıra deneyimi olmayan kullanıcılar için de tasarlanması gerekir. Karmaşık etkileşimli belgeler, kullanıcıların ilgisini kaybetme riski taşıyabilirler, bu sebeple bu uygulamalarda görsel ve metinsel önermeler ve uygun bir tipografiyle kullanım kolaylaştırılmalıdır. Tasarım sektörünün iletişim odaklı doğası gereği yaratıcı portfolyolar, çevrimiçi platformlarda yayınlanmaları sonucunda yüksek sayıda kişiye ulaşmaktadır. Erişilebilirlik ekseninde birçok olanak sunan web siteleri, tipografiden illüstrasyona kadar birçok farklı projenin dijital olarak üretilebilmesine ve bu içeriklerin portfolyo belgesinde derlenerek sunulmasına imkan vermektedir. PDF, etkileşimli veya web portfolyolarının aynı anda birden fazla kişi tarafından görüntülenebilmesi, adayın firmalara erişimini kolaylaştırmaktadır. Greenberg (2004: 28-37), etkileşimli veya dijital-elektronik portfolyoları üç farklı sınıfta gruplamaktadır.

- Vitrin portfolyosu: Portfolyonun projeler yapıldıktan sonra düzenlenmesi.
- Yapılandırılmış portfolyo: Henüz yapılmamış işlere uygun portfolyo ön düzenlemesi.
- Öğrenme portfolyosu: Portfolyo düzenlemesinin işler yapıldıkça ilerlemesi.

Üç yaklaşımında içeriğe bağlı olarak belirli faydaları ve katkıları mevcuttur, portfolyonun tasarımcının tercihlerine göre geliştirilmesi mümkündür. Tasarımcının okul hayatında veya kariyerinde ürettiği tüm işlerle ilgili detaylı bilgiyi canlı tutacak özgün anlatımlar gerçekleştirilmesi, portfolyo inceleme sürecinde bazı detayların akılda kalması sonucunu doğurmaktadır. Tasarımcının kariyer beklentisine uygun düşecek şekilde portfolyo belgesinde kullanılan içeriğin değerlendirilmesi, sınıflandırılması ve düzenlenmesi gerekmektedir.

Problem çözme becerilerinin her projede ayrı ayrı gösterilmesi, tasarımcının analiz ve çözümleme yeteneklerini açıklayabilir. Web siteleri veya birçok farklı portfolyoya erişim sağlayan portalların avantajları dezavantajlarından fazladır. Siteler sundukları görünüm, gezinme, güncelleme özellikleri ve imkanlarıyla bireysel ihtiyaçlara göre uyarlanabilir. Seçilen veya tasarlanan temaya uygun olarak yerleştirilen portfolyolar, görsel olarak yüksek kalite sunarlar. Geri bildirimler ve site trafiği hakkında istatistiksel bilgi sunan siteler, tasarımcının ve portfolyonun güncel kalmasını sağlamaktadır. Web sitelerinin kolay erişimi ve paylaşılma kolaylığı, işverenlere işlerin gösterilmesi ve sektörde yayılması için gereken pratikliğe sahiptir. Fiziksel portfolyolar gibi kaybolma veya yıpranma riski olmaksızın web adreslerinin tarayıcılarda kayıt edilmesi, ihtiyaç duyulduğu zaman tekrardan sitenin ziyaret edilmesinin önünü açmaktadır. Web sitelerinin dezavantajları arasında bağlantı gereksinimi, alan adı ve hosting için ücret ödenmesi gibi konular bulunmaktadır. Birçok farklı beceri ve maliyette bulunan web editör yazılımları arasından uygun olarak seçilerek, deneme sürümüyle sitenin görüntüsü ve performansı test edilebilmektedir.

3.4. Online, Etkileşimli ve Sosyal Mecra Portfolyolar

Elektronik portfolyolar, dijital teknolojiler aracılığıyla farklı formatlarda üretilerek derlenen içerikleri sunan belgelerdir. Dijital içeriklerin güncellenmesi, fiziksel portfolyo içeriklerine göre daha kolaydır, zira dijital güncellemede matbaa ve üretimle ilgili süreçlere gerek duyulmaz. En yaygın masaüstü etkileşimli portfolyo tasarımı yazılımlarından birisi de Adobe Animate'dir. Masaüstü yazılımların yanı sıra Wix gibi siteler esnek yapılarıyla kişiselleştirme adına birçok olanak sunmaktadır. Alan adı satın almak istemeyen tasarımcılar için Behance, Portfoliobox veya Carbonmade gibi siteler, kişisel portfolyoları ücret ödenmeden paylaşabilecek mecralardır. Sitede kullanılan görsel ve hareketli elemanların müzik ile zenginleştirilerek kullanıcı deneyimi ekseninde belirli dokunuşlarda bulunulması, sunulan kullanıcı deneyimini artırmaktadır. Sitenin sosyal medya hesapları ile ilişkilendirilmesi, bu hesaplar aracılığıyla farklı potansiyel müşterilere erişilmesine imkan vermektedir. Kontrol ve navigasyon özelliği taşıyan etkileşimli portfolyolar, web tabanlı, uygulama biçiminde veya usb'den yönetilen dijital sunumlardır. Gün geçtikçe artan sosyal medya kullanımı, tasarımcıların portfolyolarını sanal mecra da paylaşarak bireysel deneyimlerini daha fazla kişiye ulaştırmalarına sebep olmaktadır. Kullanıcıların yarattığı içerikler, firmalar tarafından gözlemlenerek farklı alanlarda değerlendirilmektedir. Gartner (2012), kullanıcıların %40'ının online olanaklardan faydalanarak ürün ve hizmet arayışında olduğunu ifade eder. Herhangi bir konuyla ilgili kullanıcı yorumları ve haberlerin takip edilmesi, kullanıcıların web kaynaklı onaya ihtiyaç ve güven duyduklarını göstermektedir. Son derece değerli kaynaklar haline gelen web değerlendirmeleri, yeni ürün ve strateji geliştirme araştırmalarında güncel olarak kullanılmaktadır. Tasarımcılar açısından başvuru sürecinde firmaların vizyonlarının, beğenilerinin (Rogers vd. 2011) ve beklentilerinin incelenerek başvuru stratejilerinin belirlenmesi ve şekillenmesi için yapılan online araştırmalar, önemli bir gereksinim haline gelmiştir. Seva vd. (2007: 723-731), yeni ürün geliştirme aşamasında referans alınacak önemli etkenlerin başında kullanıcı duyguları olduğunu ifade eder. Portfolyo tasarımı açısından online sunumları inceleyen kişilerin başvuru yapılan birey veya kurumlar olduğu gerçeğiyle, hazırlanan belgelerin kişisel tonlara ve başvuru yapılan kurumların beğenilerine uygun olması beklenir. Tasarımda empatinin gücünü ortaya koyan bu yaklaşım, firmalara adayın aranacak tasarımcı olmasıyla ilgili güven vermektedir.

3.5. Portfolyo Anlatım Biçimleri

Tasarımla ilgili disiplinlerde, portfolyo anlatımları alınan eğitime bağlı olarak farklı eğilimler gösterebilmektedir. Genel olarak eğitim içerikleri, mesleki kurallar ve eğitmen üsluplarından etkilenen öğrenciler, becerilerini birikimleriyle birleştirerek özgün portfolyolar aracılığıyla kendilerini ifade ederler. Portfolyo belgesine ait görsel niteliklerin, içerik anlatım biçimleriyle uyumlu olması gerekmektedir. Bu amaçla, mesleki anlatım biçimlerinin yanı sıra metinsel anlatım yöntemleri bulunur. Anlatım biçimleri tanımı, içeriğin sunulmasıyla ilgili olarak tercih edilen düzeni ifade ederek, kullanıcı deneyimi açısından inceleyen kişinin algısını etkilemektedir. İçeriğin düzenlenerek sayfa içerisine yerleştirilmesi için kullanılan yöntemler liste biçiminde sunulmaktadır.

- Lineer Anlatım: Zaman çizelgesi biçiminde anlatımlar, CV'de bulunan eğitim, tecrübe gibi alanların kronolojik anlatımı için fiziksel ve PDF sunumlarda kullanılmaktadır. Bu anlatım tipinde belge numaralandırması, antet ve lejand gibi elemanlar, belgede bulunan konunun algılanması ve referans sağlanması açısından önem taşımaktadır.

- b) Karışık Anlatım: Projelerin anlatımında kronolojik anlatımdan ziyade projenin gücüne bağlı olarak kişisel tercihlere göre bir sıralama kullanılabilir. Okul portfolyolarında genel olarak en son yapılan proje ilk olarak sunulmakta, diğer projeler fikirlerin değerine bağlı olarak sıralanmaktadır.
- c) Dairesel Anlatım: Etkileşimli portfolyo anlatımlarında tercih edilen dairesele anlatım, ileri - geri fonksiyonlarının yanı sıra menüler aracılığıyla yönetilen etkileşim, dijital mecrada sıklıkla kullanılan bir tekniktir. Sanal ortamlarda dolaşımda kolaylık sağlayan anlatım biçimi, kullanıcıların sistem içinde kaybolmasının engellenmesi için her konumda ana sayfaya dönüş işlevi sunar.

Anlatım biçimi, portfolyoya etki eden tasarım disiplini eğilimleri, içerik ve tasarımcının hedefleri doğrultusunda seçilmektedir. Tasarımcılar, portfolyolarını yayınlayacakları mecraya göre değişiklik gösteren farklı platformlar için farklı anlatım tekniklerini tercih edebilirler.

4. PORTFOLYO TASARIM AŞAMALARI VE ELEMENLARI

Portfolyo tasarımı farklı aşamalara dayanan bir süreçtir ve tasarıma başlayan kişinin karar aşamasında hangi programları hangi ağırlıklarda kullanacağı, ne kadar zaman ayrılması ve nereden başlanması gerektiği gibi cevaplaması gereken bazı sorular vardır. En sık kullanılan yazılımların rasterize tabanlı, vektör tabanlı ve mizanpaj programları olması, bu programlara hakimiyetin önemini vurgulamaktadır. Özgün bir portfolyoya sahip olunması için geriye kalan en önemli değer, kişisel tasarım gücüdür. Portfolyo tasarımı sunum teknikleriyle ilişkili bir yöntemdir. Tasarımla ilişkili her meslek grubunun kendine has sunum stratejileri ve prensipleri mevcuttur. Bunun nedeni radikal biçimde farklılaşmadan, mesleki standardizasyona erişilerek projelerde görevli her grubun algılayabileceği belgeler oluşturulmalıdır.

4.1. Portfolyo Sayfa Özellikleri

Portfolyo tasarımında oluşturulan dosya, ideal olarak 15 sayfalık bir belgedir. Dahil edilen proje sayısına ve her projenin detayına bağlı olarak A4 veya A3 boyutunda üretilen fiziksel portfolyolar, mümkün olan en direkt şekilde okuyucuyu bilgilendirirler. Dijital portfolyoların bilgi mimari şemasının farklı olması nedeniyle, portfolyo dolaşım kuralları etkileşimle ilişkili bir konudur. Bu bağlamda fiziksel portfolyolarda kullanılan sayfalar listelenmektedir.

- a) Kapak: Farklı malzeme ve üretim teknikleriyle üretilen kapaklar, logo, isim ve portfolyo ibaresi içermelidir. Yaratıcılığın görselleştirilmesinde büyük önemi bulunan kapak, okuyucunun ilgisini tetiklemenin yanı sıra kurumsal kimlik hataları sebebiyle, olumsuz etki de yaratabilir. Kapak tasarımı okuyucu açısından büyük önem taşır, zira kapağın algısal gücü ile içeriğin gücünün örtüşmesi gerekmektedir.
- b) Biyografi: Portfolyonun iç sayfasında bulunan biyografi bölümü, cv bilgilerinin yanı sıra tasarımcının hayatı ve vizyonu ile ilgili kısa bir açıklama sunmalıdır. Sözel olarak ifade edilmesi gereken birçok bilginin bu bölümde etkileyici bir biçimde düzenlenerek sunulması, görüşmeye olumlu bir başlangıç yapılmasını sağlamaktadır. Cv kısmında tasarımcının fotoğrafı yer alabilir, infografikler biçiminde eğitim geçmişi, yazılım becerisi ve kariyer bilgisi verilebilir.
- c) İçindekiler: Sayfa, portfolyoda yer alan içerikle ilgili okuyucuya ön bilgi sağlar. Okuyucu, tercihe göre vakit kaybetmeden istediği sayfaya geçebilir. Bu sayfada proje isimlerinin yanlarına yerleştirilebilecek ufak görsel ve piktogramlar, sayfanın daha cazip gözükmesini sağlayabilir.
- d) Projeler: Proje sayfalarında en az 3 adet olmak üzere farklı seviyede proje, aynı kalite ve anlatım şekliyle sunulmalıdır. Amaç, tasarımcının düşünce biçimi ve tasarım yaklaşımı hakkında bilgi sağlanmasıdır. Projelerin gelişim süreçleri, kullanıcı ilişkileri, üretim detayları gibi konularda hiyerarşik bilgi sunulması, konunun daha kolay anlaşılmasına imkan verir. Her projeye ayrılan alanın en az iki sayfa olması ve sayfaların okulda yapılan proje paftalarından bağımsız şekilde tekrardan düzenlenmesi, portfolyonun değerini artırır. Hiyerarşik anlatıma bağlı biçimde projenin açıklanması, fikir aşamasından itibaren geçirilen süreci belgeler.
- e) İlgi Alanları: Aynı okuldan, aynı eğitimi ve benzer projeleri tamamlayarak mezun olan adayların birbirinden ayrışabilmeleri için en geçerli stratejilerin başında, bireyin kendi hayatından kesitler sunması gelmektedir. Bunun en kolay yolu okul dışında geçirilen sürelerde katılan faaliyetler, yapılan geziler gibi bilgilerin paylaşılmasıdır. Tercihe göre görsel ve metinsel olarak ilgi alanları hakkında bilgi verilmesi, başvuru yapılan kurumun kararını kolaylaştırmanın yanı sıra adayın diğer adaylardan ayrışmasına imkan vermektedir.

Sunulan içeriklerin gerek görüldüğü durumlarda tekrardan düzenlenebilmesi veya değiştirilebilmesi, portfolyonun güncelliğini koruması adına bir gerekliliktir. Okul eğitimlerinin ortak nitelikleri, belirli bir

standardizasyona erişilmesi adına önem taşısa da, iş görüşmelerinde temel hedef başvuru yapan tasarımcının diğer adaylarda ayrılarak tercih edilen kişi olmasıdır.

4.2. Kurumsal Kimlik Tasarımı ve Elemanları

Kurumsal kimlik tasarımının sağladığı rehberlikle düzenlenen portfolyo içeriklerinin hangi tip projelerden oluşacağı, kapsamı ve hedefleri belirlenerek seçilmelidir (Valencia, 1990: 338-340). Bu işlemden tasarlanan kurumsal kimlik standartları, tüm tasarım uygulamalarının aynı dille açıklanmasına imkan vermektedir. Portfolyo tasarımında kullanılan arayüz standartlarının belirlenebilmesi hedefiyle, içeriğin yerleştirilmesinden önce yapılması gereken çalışma, bireysel veya firmaya ait kurumsal kimlik tasarımıdır. Blauw (1995), kurumsal kimliği bir firma veya bireyin kendisini hedef gruplara tanıtmak amacıyla izlediği görsel ve algısal yollar olarak çalışmasında farklı yerlerde ifade etmektedir. Kurumsal Kimlik tasarımı ve kullanımı, iletişim, algı ve tanıtımla ilgili 80'lerde yaygınlaşan stratejik bir gelişmedir. Firmaların birbirlerinden ayrılarak potansiyel hizmetleri ve prensiplerinin iletilmesi amacıyla kullanılan kurumsal kimlik, kurumun tonu, tavrı, sesi ve renginin ifade edilmesini sağlamaktadır. Bu özellikler doğru bir biçimde ifade edildiğinde firmaya büyük avantajlar katabilir. Tüzel kişilikleri temsil eden firmaların mevcut gerçeklerin yanı sıra tüketici algısını etkileme arzusu, geniş bir yelpazede yaratıcılık oluşmasına sebep olmaktadır. Markaya güven oluşması için önemli olan, direkt olarak algılanmayan özelliklerin tutarlı olması ve bütünlüğüdür.



Şekil 4. Kurumsal kimlik (Lambert, 1989).

Şekil 4'te Lambert (1989), tarafından tasarlanan görsel, buzdağı metaforu ile kurumsal kimliğin anatomisini açıklamaktadır. Tüketiciler tarafından algılanan nitelikler markaya ait isim, sembol, renk ve görsel stilden oluşmaktadır. Ancak markanın asıl iletişimsel tonunu ve güven veren niteliklerini yansıtan özellikleri, kurumsal olarak varlığını hissettirmesi, tüketiciler için yapılan yazılı iletişim, kurumsal yapı, firmanın duruşunu tanımlayan tavır ve stratejik ifadelerle dayanmaktadır. Firmanın stratejik duruşunu ifade eden nitelikler insan kaynakları, markalaşma ve kalite kontrol mekanizmalarının bütünleşik şekilde işlemesine bağlıdır. Markanın imajını oluşturan görsel algı ürünleri iletişimsel güçleriyle akılda kalıcılığı tetikleyen elemanlardır. Kurumsal kimlik tasarımı 3 farklı yapısal model olarak açıklanabilir: monolitik, onaylı ve markalı (Lambert, 1989). Monolitik model dominant bir isim, görsel stil ve kurumsal misyonu ifade etmektedir. Onaylı model, holdinglerde olduğu gibi markaya kurumsal kimliği oluşturan ve birleştiren niteliklerle kişilik katılmasıdır. Markalı model ise tüketici endüstrisinde kullanılan karmaşık bir yöntemdir. Bir firmanın pazarda yer alan birbiriyle ilişkisiz ürünlerinin aynı kurumsal çatı altında toplanmasını ifade etmektedir. Firmanın yapısına göre kurumsal kimliğin geleneksel elemanlarının yanı sıra yönlendirme, tabela, renk, malzeme tercihi ve hatta bitki seçimi gibi kararlar kurumsal algıyı etkileyen özelliklerdir. Kurumun başarılı olması için öncelikle çalışanların, temsil edilen prensipleri ve vizyonu algılayarak paylaşması gerekir. Monolitik modellerle ilgili algının diğerlerinden daha direkt olması, bu modelin yaygın olarak kullanılmasına sebep olmaktadır. Uluslararası firmaların küresel olarak hizmet vermeleri sebebiyle kurumsal algılarının farklı demografik özelliklerdeki tüketicilere uygun olarak geliştirilmesi gerekir. Kurumsal kimlik ile stratejik hedeflerin uyumu, firmaların tüketici gözünde güven duygusu oluşturmaya imkan sağlar. Grafik tasarım ürünü kurumsal kimlik elemanları kartvizit, antetli ve zarftan oluşur. Diğer ürünler kurumsal kimliğe eklenebilir. Ticari beklentisi olan her firma veya bireyin kurumsal felsefesini ürün veya hizmete tercüme etmesi gerekir. Bu amaçla marka ve kurumsal kimlik tasarımının sunduğu yaratıcı imkanlar, özgün iletişimsel

modeller geliştirilmesine imkan verir. Marka kimliği ile kurumsal kimlik arasında bazı ortak ve farklı noktalar bulunmaktadır. Kurumsal kimlik firmanın stratejik yönünü yansıtır. Geleneksel olarak kurumsal kimlik elemanları firma ismi, logo, renk, sembol ve kullanım standartlarıyla ilgili belgelerdir. Marka kimliği tasarımı ise firmanın bir ürün veya hizmeti pazarda konumlandırmasını ifade ederek, farklı deneyim ve beklentiden oluşan bir tasarım yaklaşımıdır. Marka kimliği kurumsal kimliğe göre daha esnek ve pazarlanabilir bir yapıya sahiptir. Bazı durumlarda kurumsal kimlik bir markaya dönüşebilir ve farklı ürün veya hizmetlerle direkt olarak ilişkilendirilebilir. Marka kimliğinin daha geniş bir tüketici sayısına ulaşması mümkündür. Aidiyet duygusu taşıyan bir kurumsal kimlik tasarlanması bireysel veya firmaya ait değerlerin, öz kaynakların, hedeflenen kişisel ve duygusal izlenimin anlaşılmasına bağlıdır. Müşteriler açısından gereken algının oluşturulması amacıyla, kurumsal kimliğin psikolojisiyle ilişkili etkilerinin analiz edilerek gerekli şekilde ele alınması gerekmektedir. Kişilerin mesleki becerilerini sunan portfolyolar, aynı firmaları temsil eden kurumsal kimliklerin olduğu gibi bir ölçme ve değerlendirme belgeleridir (Şekil 5).



Şekil 5. Kurumsal kimlik tasarımı örneği

Stratejik ve iletişimsel duruşu temsil eden kurumsal kimlikler, bireysel ve firmaların tüketici nezdinde algısını yönlendiren sanal ve fiziksel imgelerdir. Kurumsal kimlik tasarımının altyapısını oluşturan grafik sanatların gelişerek daha soyut kavramlar üstlenmesi (Schmidt, 1995), toplu veya bireysel duygu ile algının yönetilebileceği gerçeğini ortaya koymaktadır. Kurumsal kimliğin grafik tasarımla ifade edilmesinin getirdiği en büyük avantaj, güncellemelerin süreklilik içinde sunulmasının konforudur. Bu durum, grafik sanatlara gösterilen ilginin ve özgün tasarımların artmasına sebep olmaktadır. Kurumsal kimlik kavramının tüzel kişiliğe ait davranış, tutum ve sosyal algısıyla ilgisi bulunmaktadır ancak çalışmanın genel odağı konunun grafik tasarım ekseninde ele alınmasına yöneliktir. Etkili bir stratejiye uygun geliştirilen kurumsal kimliğin sektörel farkındalık, markasal aşinalık, ön deneyim ve kurumsal değerleri temsil etmesi beklenmektedir.

4.3. Özgeçmiş Belgesi

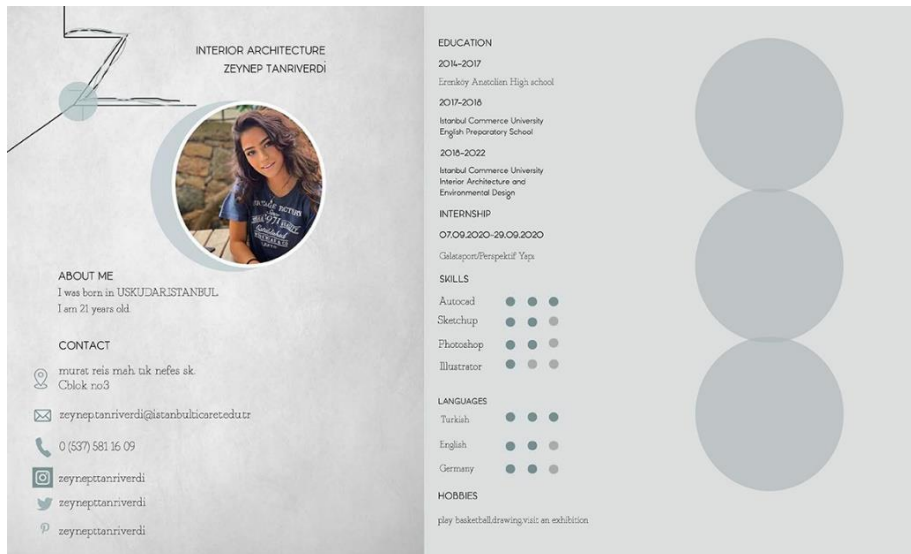
Özgeçmişler (Curriculum Vitae, CV), iş ve staj başvurularında ilk olarak gönderilen belgelerdir. Bu sebepten dolayı, portfolyo belgelerinde ve tüm belgelerle uyumlu kurumsal kimliğe uygun yaratıcı cv tasarlanması gerekmektedir. Başvuru yapılan kuruma cazip, bireysel özellikleri ve mesleki deneyimleri vurgulayan etkili bir belgenin yollanması, görüşmeye davet adına atılan büyük bir adımdır. Cv belgeleri mail veya posta yoluyla fiziksel veya dijital olarak yollanabilir. Başvuru yapan aday, kendi meslek grubunu ve bireysel eğilimlerini yansıtan yaratıcı cv yollayarak, firmanın kendisini portfolyo sunumuna davet etmesi için girişimde bulunmaktadır. Cv tasarımında bulunması gereken içerik kişisel veriler, eğitim, staj, profesyonel deneyimler ve ilgi alanları gibi bilgilerdir. Bazı durumlarda, hobi veya deneyim olarak sunulan en basit nitelik bile, firmanın adayı davet etmesini sağlayabilmektedir. Cv, başvuru mektubu ve kartvizitler, dijital sunum tekniklerinin gelişmesiyle hem fiziksel hem de sanal mecralarda iletişim sağlamaktadır. Tasarımcı tercih ettiği iletişim stratejileri doğrultusunda bir yol izleyerek, kişisel sunumunu başvuru yapılan kurumlarla paylaşır. İş başvuru girişimi uygun bir cv yazmakla başlar. Dikkat çekici bir cv yazmak her zaman yazım kurallarına uyulmasını ifade etmez, zira cv son derece kişisel ve değişken bir belgedir. Cv'lerin belirgin bir düzenleri ve

sayfa adetleri yoktur, bazı tasarımcılar metin ağırlıklı bir belge tercih ederken, bazıları ise görsel ve grafik elemanlarla dolu illüstratif bir belge tercih edebilir. Cv'lerde kullanılan mail adreslerinin adayın ciddiyet seviyesini gösterir nitelikte olması gerekmektedir. İlk izlenim son derece önemlidir, isim ve soyadından oluşan mail adresleri güven oluşmasına destek olabilmektedir. Cv'de yer alan hobilerin uzun metinler yerine piktogram kullanımıyla ifade edilmesi, güncel ve yaratıcı cv tasarım stratejileri arasındadır. Özet bir portfolyo niteliği taşıyan cv'ler, adayın görüşmeye davet edilmesi için işverene gerekli olan merak duygusunu ve işi yapabilme becerisini aktarması gerekir. Cv'de liste biçiminde sunulan başarılar ve hedefler, ancak portfolyoyla kanıtlanabilir ve bunun sonucunda firmayla ortak gelecek için profesyonel süreçler başlar.



Şekil 6: Yaratıcı özgeçmiş örneği

Şekil 6'da görüldüğü üzere tasarımcılar tarafından en sık tercih edilen cv tipi kronolojik biçimdir. Kronolojik cv'ler en son tarihten başlayarak, geçmiş tarihlere doğru hiyerarşik bir düzenlemeyle eğitim, iş ve ünvanları liste olarak sunarlar. Firmaların tüm gereken deneyim bilgisini kolayca incelemesine imkan veren kronolojik belgeler, özellikle birçok yerde çalışmış olan tasarımcılar için uygun bir modeldir. Bu tip belgelerle ilgili en büyük sorun, tasarımcının potansiyelinin açıklanmasından ziyade neler yapmış olduğunun görülebilmesidir. Özellikle öğrenci ve yeni mezunların deneyiminin az olması nedeniyle, cv'nin zayıf algılanması karşılaşılan durumlardandır. Bu tip anlatım biçimi, zamanla profesyonel sorumluluğun artışı ve artan deneyimin açıklanması için en etkili yoldur. Diğer bir cv hazırlama şekli ise işlevsel anlatımdır. Bu tip belgeler, kronolojik sıra oluşturulmadan genel deneyimler üzerine yoğunlaşır. Öğrencilerin sıklıkla kullanmayı tercih ettiği yöntemin en etkili olduğu başvurular, staj başvurularıdır. Kronolojik anlatımın sunduğu düzene göre oldukça karışık olarak algılanabilecek işlevsel anlatım, başvuru yapılan kurumlar tarafından akıl karıştııcı olarak bulunabilmektedir. En etkili cv belgeleri 1-2 sayfalık hem kronolojik, hem de işlevsel bilgilerin bütünlük olarak sunulduğu yaratıcı belgelerdir (Şekil 7).



Şekil 7: Yaratıcı özgeçmiş örneği

Firmalar genellikle, geçmiş deneyimlerin ünvan, pozisyon ve tarihlerle açıklanmasına önem verir. Ters kronolojiye uygun şekilde yazılan deneyimler, mesleki yükseliş ve artan deneyimle ilgili bilgi sağlar. Örnek olarak tasarımcı olarak işe başlayan kişi, ürün ve grafik işler yapmanın yanı sıra teklif oluşturma, dijital işler veya şirket organizasyonlarında da görev almış olabilir. Deneyime katkı sağlayan tüm görevlerin listelenmesi, başvuru yapılan firmanın aday tanımasında ve kendi kurumunda konumlandırmasında fayda sağlayabilir. Yeni mezunların tutarlı bir eğitim süreci göstermeleri gerekir, belirli süredir piyasada çalışan tasarımcılardan ise çalıştıkları kurumlarda en az altı aydan başlayan sürelerde çalışmalarını beklenir. Sıklıkla iş değiştiren adaylar için kalıcı işlerde tutunmanın zor olması duygusu, tereddüte sebep olabilir. Temel eğitime destek niteliğinde bulunan kurs, seminer, çalıştay gibi faaliyetler, cv belgesi açısından son derece değerli bilgilerdir. Bu tip katılımlar, deneyim ve kariyere verilen değer göstergesi olarak işverenleri olumlu yönde etkileyebilirler.

5. TARTIŞMA

Tasarım eğitiminde verilen 'portfolyo tasarımı ve sunum teknikleri dersleri', staj ve iş başvurularını kolaylaştırma amacıyla portfolyo sunumu eğitimi sağlanan uygulamalardır. Mesleğin beklentilerine uygun şekilde bir vizyon oluşturulmasını sağlayan portfolyo belgeleri, tasarımcının portfolyo kalitesine bağlı olarak, kendisini firmalarla ilgili konumlandırmasına olanak sağlamasının yanı sıra aynı zamanda diğer adaylar arasında kıyaslama yapılmasına da imkan vermektedir. Tasarım disiplinleri ekseninde hazırlanan portfolyoların ayrıştırıcı özelliği, portfolyonun ilk bakışta hangi mesleği temsil ettiğiyle ilgili net bilgi sağlayabilmektedir.

5.1. Tasarım Disiplinlerinde Portfolyo Kullanımı

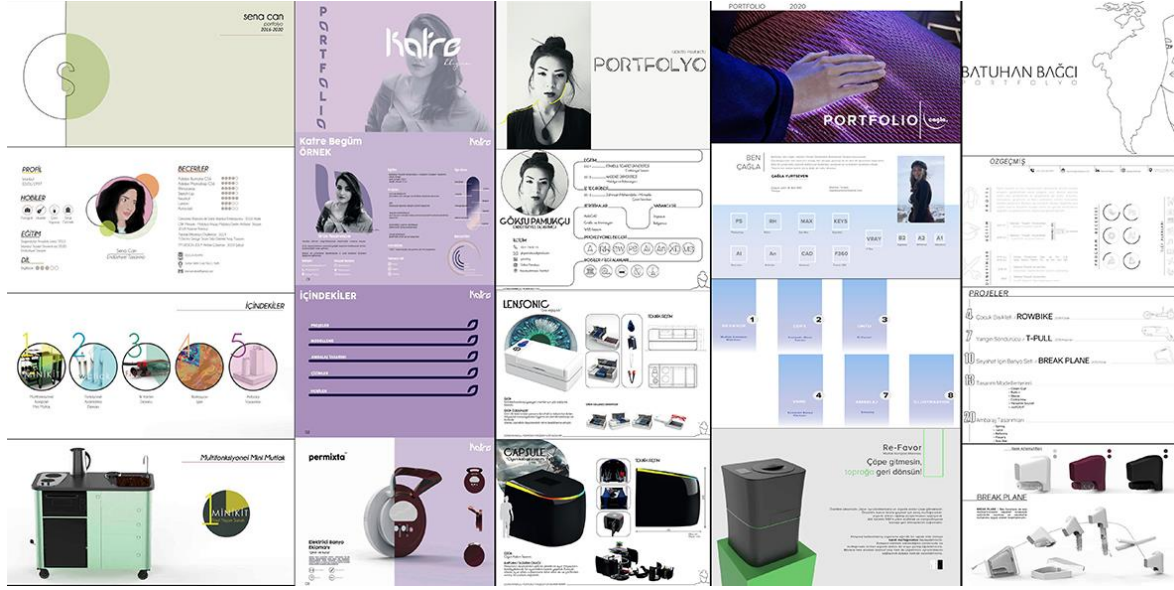
Portfolyo, tasarımla ilgili eğitim alınan anabilim dalından bağımsız olarak hazırlanan bir belgedir. Mimarlık ve tasarım alanlarıyla ilgili diploma sahibi tasarımcıların tercih ettikleri portfolyolar, farklı uygulamaların birarada kullanılması sonucunda oluşturulan kitap, broşür veya dijital dosya formatında olabilmektedir. Ağırlıklı olarak grafik tasarım ile endüstriyel tasarım ürünü olarak kabul edilen portfolyolar, mimarlık, iç mimarlık, plastik sanatlar, görsel iletişim tasarımı, moda tasarımı, tekstil tasarımı, çevre tasarımı, peyzaj tasarımı ve şehir bölge planlama öğrenci ve mezunları tarafından kullanılmaktadır. Tasarımla ilgili meslek gruplarına uygun biçimlerde ve farklı teknikler kullanılarak geliştirilen portfolyolarda, mesleki kurallar çerçevesinde kurgulanan içeriğin yanı sıra kişiselleştirme tercihleri, portfolyonun iletişimsel çizgisini belirleyen nitelikler arasındadır.

5.2. Tasarım Disiplinlerine göre Portfolyo Tasarımı Örnekleri

Bölümde, seçilen portfolyo örnekleri sunulmaktadır. Yazarın uzun süredir yönettiği derslerde yapılan üretimler arasından seçilen örnekler, farklı özelliklerde çalışmalardan tercih edilerek, kurumsal kimliğin tüm belgelerde algılanması hedefiyle kullanılmaktadır. Görseller kurumsal kimliğe uygun bütünlük anlatımın belirlenmesi için her portfolyonun ilk dört sayfasından oluşmaktadır. Sunulan projeler çalışmanın objektif bulgularına katkı sağlanması amacıyla sadece yazar tarafından yönetilen derslerden seçilmiştir. Bu sebeple örnekler İstanbul Ticaret Üniversitesi Endüstriyel Tasarım Bölümü, İstanbul Ticaret Üniversitesi İç Mimarlık Bölümü ve Maltepe Üniversitesi Gemi-Yat Tasarım Bölümü dersleri çıktılarını kapsamaktadır.

5.2.1. Endüstriyel Tasarım Bölümü

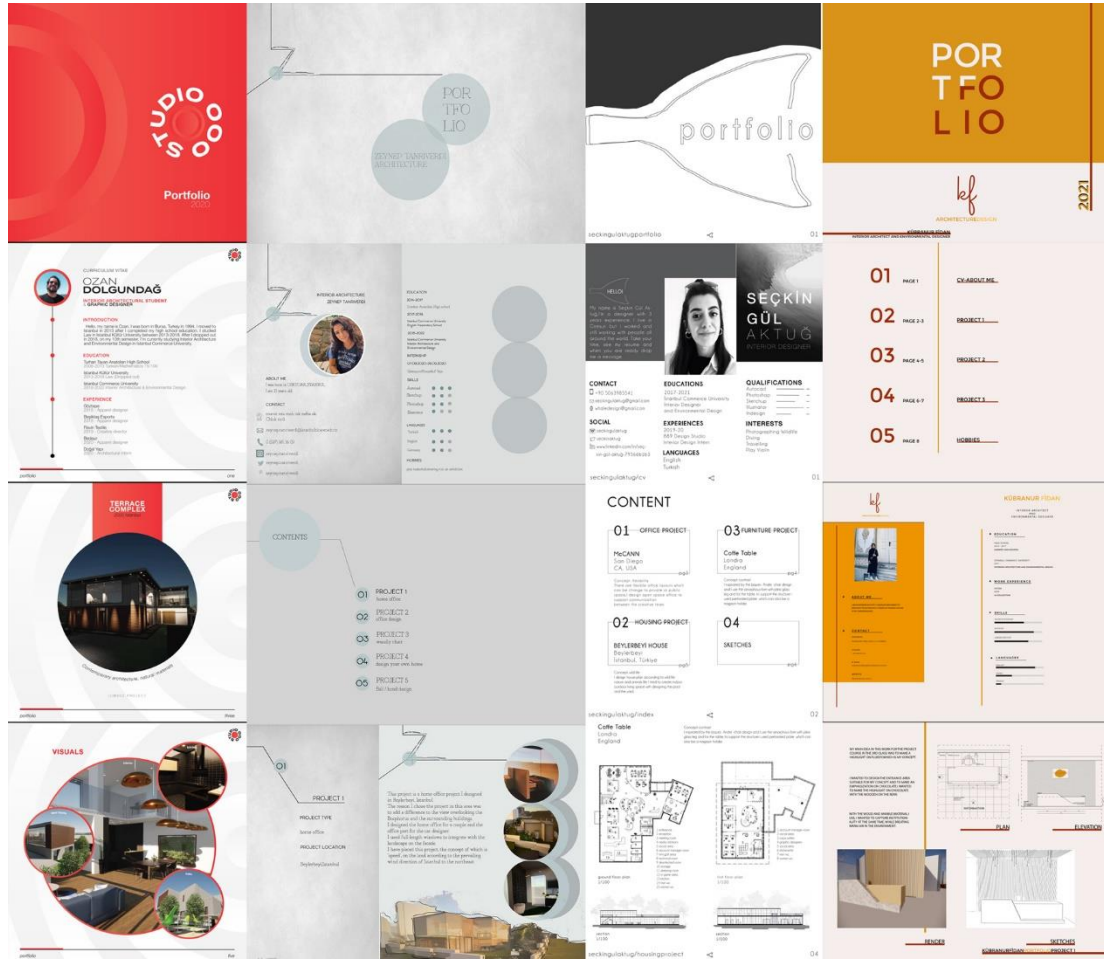
Bölümde 5 ayrı öğrenciye ait portfolyoların kapak, cv, içindkiler ve proje örnek sayfaları sunulmaktadır (Şekil 8).



Şekil 8. Kurumsal kimlik tasarımı örneği

5.2.2. İç Mimarlık Bölümü

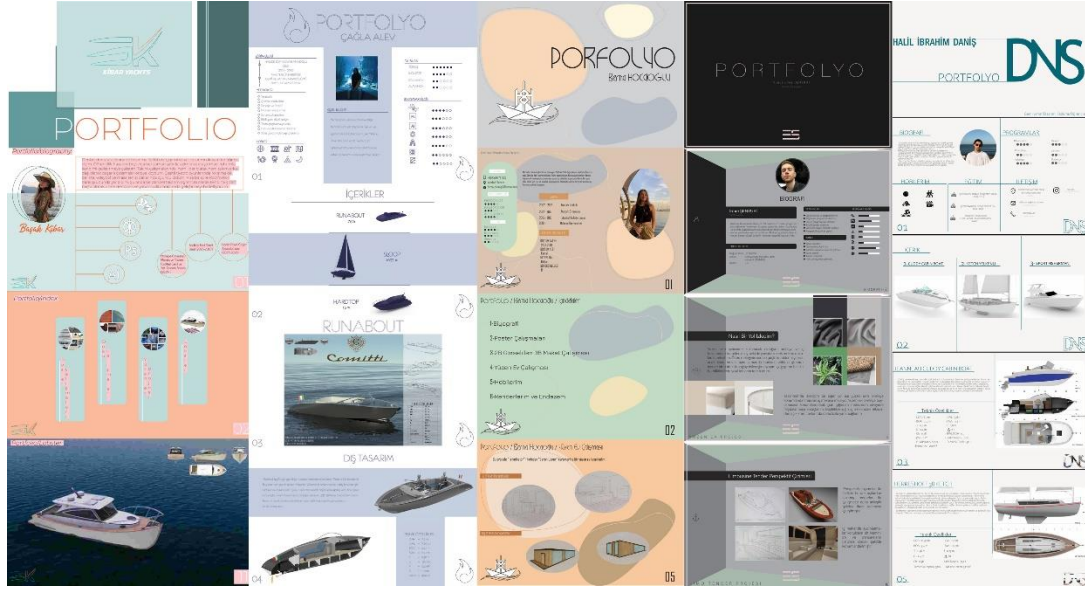
Şekil 9'da 4 ayrı öğrenciye ait portfolyoların kapak, cv, içindekiler ve proje örnek sayfaları sunulmaktadır.



Şekil 9: Kurumsal kimlik tasarımı örneği

5.2.3. Gemi ve Yat Tasarımı Bölümü

Şekil 10'da 5 farklı öğrenciye ait portfolyoların kapak, cv, içindekiler ve proje örnek sayfaları sunulmaktadır.



Şekil 10: Kurumsal kimlik tasarımı örneği

5.3. Portfolyoların Değerlendirilmeleri

Farklı tasarım bölümüne ait portfolyoların literatüre bağlı olarak değerlendirilmesi yapılmakta, bulgular bir sonraki bölümde açıklanmaktadır. Bu bağlamda yapılan değerlendirme, literatür ve tasarım disiplini ekseninde derlenen bilgidir seçilen kriterlerden oluşmaktadır.

Çizelge 1. Tasarım bölümleri değerlendirme tablosu

Bölüm	Endüstriyel Tasarım	İç Mimarlık	Gemi ve Yat Tasarımı
Proje Tipi	ürün	mimari	naval
Tasarım Eğilimi	kullanıcı deneyimi	mimarlık	gemi inşaat ve tasarım
İçerik Tipi	ürün	mekan	deniz taşıtı
Portfolyo Tipi	fiziksel, dijital	fiziksel	fiziksel
Anlatım Biçimi	karişik, dairesel	karişik	karişik
Görsel Özgünlük	k. deneyimi, render	teknik çizim, render	üretim çizimleri, render

Çizelge 1'de oluşturulan değerlendirme tablosu aracılığıyla seçilen kriterlere göre sunulan endüstriyel tasarım, iç mimarlık ve gemi-yat tasarımı bölümleri değerlendirilerek bölümler arasında bulunan benzerlik ve farklılıkların ortaya konulmasına çalışılmaktadır. Değerlendirme işlemi tüm bölümlerin ortak üretimi olan fiziksel portfolyolar için yapılmaktadır, sadece endüstriyel tasarım bölümünde dijital ve etkileşimli portfolyo tasarımı yapılmıştır.

5.4. Değerlendirme Sonuçları

Çalışmada açıklanan web portfolyoları (Danielson, Goldsby ve Fazal), sosyal medya portfolyoları (Gartner), dijital portfolyolar (Greenberg), multimedya portfolyoları (Ivers ve Barron) ve etkileşimli portfolyolar (Rogers vd., Seva) endüstriyel tasarım bölümü haricinde üretilmemesi nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Lambert tarafından açıklanan kurumsal kimlik ölçütlerine uygun olarak geliştirilen grafik marka kimlikleri çalışmada yer alan görsellerde sunulmaktadır. Portfolyo belgelerinin kapsamı Valencia tarafından açıklandığı şekilde mesleki eğilimlere göre farklılıklar göstermektedir. Endüstriyel tasarım bölümü öğrencileri dijital portfolyolarının yanı sıra fiziksel portfolyolarında da Rogers vd, Seva tarafından bahsedilen kullanıcı deneyimi odaklı bir anlatım tercih etmişlerdir. Çalışmada sunulan değerlendirme kriterlerinin genişletilmesi mümkündür, ancak çalışmanın hedefleri doğrultusunda, meslek, içerik ve görselleştirme yaklaşımlarının ortaya konulması araştırma bulguları açısından önem taşımaktadır. Araştırmanın sunulan literatür ekseninde ana odağı, portfolyo belgelerinin yaratıcı disiplinler açısından önemini vurgulanmasıdır. Portfolyo örneklerinin sağladığı bilgiler, kurumsal kimliğin tutarlı ve sürekli kullanımının oluşturduğu iletişimsel kuvveti ortaya koymaktadır. Farklı boyut, renk ve düzende hazırlanan portfolyolar, tasarımcıların özgün

yaklaşımları hakkında bilgi sağlayarak sürekli yenilik arayan bir sektörde gelişmelerine imkan verebilir. Dijital olarak hazırlanan portfolyoların yatay sayfalarından oluşması, ekran boyutlarının daha etkin kullanımına olanak sağlamaktadır. Nesnel bir tasarım yaklaşımıyla öznel anlatımlar taşıyan portfolyo belgeleri, tasarımcıların gelişmeleri için bir fırsattır. Portfolyo tasarımları, farklı tasarım disiplinlerinde değişken yaklaşımlarla yapılmakta, tasarlanan belgeler mesleki ifadeleri temsil etmektedir. Değerlendirilen tasarım disiplinlerinde kullanılan proje tipleri endüstriyel tasarımcılar açısından ürün odağında görsel detay ağırlıklı yapılan sunumlardır. İç mimarlık bölümünde mekansal projeler yapılması nedeniyle portfolyolar mimari bir yaklaşımı yansıtır. GYAT bölümünde yapılan projeler her türlü deniz aracını kapsar. Ürün tasarımına uygun proje yapılması, tasarlanan ürünün sağladığı kullanıcı deneyiminin açıklanmasını gerektirir. Mimarlık alanına uygun projeler tasarım hedeflerine uygun olarak geliştirilen mekansal işlevlerin açıklanmasını kapsamaktadır. GYAT bölümünde ise öğrenciler tasarımdan üretime kadar tüm hesapları yapılmış üretime hazır deniz araçlarının projelendirilmesini yaparlar. Portfolyo tipi açısından kullanıcı deneyimi tasarımının etkisi altında dijital ve etkileşimli portfolyolar tasarlayan endüstriyel tasarımcılar, aynı zaman iş görüşmelerinde kullanılmak üzere fiziksel portfolyolar hazırlar. İç mimarlık ve GYAT bölümü öğrencileri, hazırladıkları fiziksel portfolyolar ile iş görüşmelerinde becerileri ve deneyimleri konusunda bilgi sağlar. Anlatım biçimleri açısından endüstriyel tasarımcılar, etkileşimli portfolyolarında dairesel bir düzen kullanırlar. Etkileşimli butonlar sayesinde portfolyolarda dolaşım sağlanması, kullanıcı deneyimini artıran bir değerdir. Fiziksel portfolyolar tüm tasarım bölümlerinde karışık bir düzende projeleri sunmaktadır. Anlatımın karışık olmasının nedeni, tasarımcıların en iyi projelerinin portfolyoların ilk sayfalarında sunulma hedefleridir. Bölümler arasında portfolyo tasarımlarına ait mesleki ve stratejik bazı özgün değerler mevcuttur. Bu değerler kullanılan içeriğin mesleki ifadeler ve projelendirme tekniklerine dayanmasını ifade etmektedir. Endüstriyel tasarımcılar sıklıkla ürünlerin kullanıcı deneyimi değerlerinin açıklanmasını kapsayan ürün-kullanıcı paftaları hazırlarlar. Alınan 3 boyutlu renderlar, ürünlerin farklı açılardan görsel olarak sunumunu kapsamaktadır. İç mimarlık öğrencileri, projelerinde detay ve ölçek bilgisi barındıran teknik çizimler ile 3 boyutlu mekan renderlarından faydalanırlar. GYAT öğrencileri ise projelerinin güçlü teknik altyapısından dolayı sıklıkla mekanda insan kullanımı kapsamayan renderlar ve üretime yönelik teknik çizimlerden faydalanmaktadırlar. Portfolyo tasarımında kullanılan malzemeler değişken gösterebilir. Benzer şekilde farklı tipografik özelliklerden oluşan bireysel kurumsal kimlik tasarımları portfolyolarında farklı stratejilerle tasarımcıları temsil etmektedir.

5.5. Genel Bulgular

Çalışma tartışma bölümünde endüstriyel tasarım, iç mimarlık ve gemi-yat tasarımı bölümleri portfolyolarının değerlendirilmesini kapsamaktadır. Ancak yazarın öznel gözlemleri sonucunda elde edilen bulgulara dayanarak diğer tasarım disiplinleriyle de ilgili çıkarımlarda bulunulması mümkündür. Sunulan araştırma ve farklı okullarda uzun yıllar yapılan eğitimler sonucunda tespit edilen etkilerin aşağıdaki şekilde listelenmesi mümkündür.

- Mimari ve iç mimarlık bölümü öğrencileri, teknik çizim ve Autocad benzeri yazılımların etkisiyle, daha lineer ve geometrik çizgiler taşıyan tasarımlar tercih etmektedirler. Grafik sanatlarla ilgili tipografi ve renk konularında deneyimsiz olan tasarımcıların doku ve malzeme kullanımı konusunda ise yetkinlikleri bulunmaktadır.
- Endüstriyel tasarım öğrencileri, becerilerini ifade etmek amacıyla ürün ve kullanıcı deneyimi odaklı tasarımlar tercih etmektedir. Tasarımcıların ürün arayüzü konusunda deneyime sahip olmaları, minimal ve işlevsel portfolyoların tasarlanmasına olanak vermektedir. Endüstriyel tasarımcı meslek grubu temel olarak, kullanıcı deneyimi odağında ürün ve sistem tasarlamaktadır. Üst düzey 3 boyutlu görselleştirme ve eskiz becerileriyle özgün portfolyo tasarımında başarı gösteren endüstriyel tasarımcılar, kullanılabilirlik ve dolaşım konusundaki uzmanlıkları nedeniyle etkileşim tasarımı için en uygun meslek grupları arasındadır. Mesleki proje anlatım biçimlerinde sürece verilen değer ve tasarıma yaklaşım yöntemlerinin detaylı olarak açıklanması ihtiyacı, endüstriyel tasarımcıların portfolyolarında gerekli olan özgünlüğü sağlamaktadır.
- Grafik tasarım öğrencileri, üstün tipografi ve renk bilgileriyle kurumsal kimlik ve dijital arayüz ekseninde tasarım yapmaktadır. Portfolyo tasarımına en üst düzeyde yatkın meslek grubudur. Grafik Tasarım meslek grubu, görsel ve metin kullanımıyla fikir iletişimi, stratejik ve pazarlama çözümleri sunar. 2 boyutlu projelerin yanı sıra ambalaj, yönlendirme ve etkileşimli projeler geliştiren grafikerler, markalaşma ve kurumsal kimlik konusunda uzman tasarımcılardır.
- Moda ve Tekstil Tasarımı öğrencileri, kumaş ve benzeri tekstil malzemelerinin farklı desenlerle birleşmesinin etkilerini tasarımlarında yansıtmaktadır. Bu meslek grubunda el becerisi ve el işçiliği

yoluyla, portfolyolar için üretilen kumaş kaplı portfolyo kapakları mevcuttur. Bu üretim, tasarımcıların mesleki eğilimleri ve becerileri hakkında bilgi sağlamaktadır.

- e) Dijital tasarım öğrencileri, bilgisayar, akıllı telefon ve tabletler için içerik üreten, teknolojik becerileri yüksek bir meslek grubudur. Portfolyolarını, teknolojik yazılımlarla, etkileşimli yöntemlere uygun olarak tasarlaması beklenen tasarımcılar, üretimlerinde çok katmanlı deneyim sunarlar. Etkileşim tasarımının sağladığı olanaklar gözönüne alındığında, portfolyoların sunduğu deneyimin, sunulan içerikteki projelerin değerini düşürmemesi gerekmektedir. Online teknolojilerin sağladığı imkanların beceri artırıcı özelliklerinin yanı sıra, dinamik faydaları bulunur. Sürekli değişen dijital mecrada düzenlenen belgelerin dönemsel beklentilere uygun olarak güncellenmesi ve yenilenmesi, tasarımcı açısından eğitici bir süreçtir.
- f) Gemi ve Yat Tasarımı: GYAT öğrencilerinin projelerinde gemi inşaat mühendisliği fakültesinden gelen uzman hocaların yönlendirmesiyle, üretime yönelik projelendirme ve 3 boyutlu çizim yöntemleri kullanılmaktadır.

Sunulan örnekler dışında sinema, set dekor kostüm, sanat yönetimi ve gastronomi bölümü mezunları da iş arayışlarında mesleki vizyonlarını portfolyolarıyla ortaya koyarlar.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Her tasarımcı için önemli olan, kendisi olmasıdır. Değeri olan tasarım, kişinin kendi yaratıcılığıyla projeye kattığı özgünlüktür. İş görüşmelerinde adayı diğer adaylardan ayıran en büyük değer kişinin kendisidir. Tasarımcının özgünlüğü, sektördeki herkesten ayrılmasına sebep olacak gerçek değerdir. Bu sebeple kişisel prensipleri sahiplenerek, görüşmelerde stratejik davranılması gerekir. Düşünülen herşeyin söylenmesine gerek olmayabilir ama düşünülen herşeyi söylemenin uygun bir yolu bulunur. Bazı firmalar tasarımcı veritabanı oluşturmak, sektör araştırması yapmak veya sayılı kişinin işe alınması hedefiyle yüksek sayıda adayla görüşme yapabilir. Yapılan başvuru sonucunda olumlu bir geri dönüşün yapılmadığı durumlar olabilir, bu durumlarda tasarımcı moralini bozmadan eksikliklerini belirlemeye çalışmalıdır. Eksiklikler tasarımcının geliştirmesi gereken yönleri ve becerileri ifade etmektedir. İş görüşmelerinde sunulan portfolyonun yanı sıra beden dili, üslup, fiziksel görünüş gibi etkenler sunum performansına etki eden niteliklerdir. Portfolyoya dahil edilen projelerin sayısından ziyade kalitesi, yani fikrî ve sunumsal özellikleri önem taşır. Tasarımcıların meslek tanımlarında bulunan özgünlük prensibiyle hareket edilerek, projelerin tekil kaliteleri portfolyonun tümünün kalitesini göstermektedir. Her ne kadar tasarımın sanat ile güçlü bir ilişkisi olsa da sunulan işin mantık çerçevesinde yorumlanabilecek bir işlevselliği olması gerekmektedir. Belirlenen sürelerde ve artan deneyim ile portfolyonun güncellenmesine imkan sağlayacak bir altyapı tasarlanması, gereken düzenlemelerin el oyalamayacak biçimde gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Görsel, içeriksel ve işlevsel kalitesi sürekli artırılarak bir sonra iş için destek sağlaması gereken portfolyolar, tasarımcının mesleki hakimiyetinin ve vizyonunun kanıtı belgelerdir. Yetenek ile profesyonel bakış arasında ilişki kurması beklenen portfolyolar, gelişen mesleki duruşa uygun olarak revize edilmeli, gerekli görüldüğü koşulda tamamen yenilenmelidir. Geliştirilen kurumsal kimliğe uygun tasarım yapılması, tasarımcının mesleki anlayışı hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Tasarım disiplinleri ve bireysel ifade biçimleri açısından farklılıklar taşıyan portfolyolar, tasarımcıya ait tüm eğitim, deneyim ve becerilerin toplamıdır, tasarımcının en değerli üretimidir. Gelecek araştırmalarda portfolyo kullanımının toplumsal etkileri, görüşme performansındaki etkisi ve dijital platformlardaki kullanım frekansları hakkında çalışılması planlanmaktadır.

KAYNAKLAR

- Blauw, Ed (1995). 'Corporate Image', 4th Edition, De Viergang, Amsterdam. In C.B.M. van Riel (ed.), Principles of Corporate Communication. London: Prentice- Hall.
- Danielson, C. ve Abrutyn, L. (1997). An Introduction to Using Portfolios in the Classroom. Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.
- Di Marco, John (2006). 'Web Portfolio Design and Applications'. Idea Group Inc. ISBN: 1591408563, 9781591408567.
- Gartner Research (2012). 'The Future of the Social Customer'.
- Goldsby, D. ve Fazal, M. (2001). 'Now That Your Students Have Created Web-based Digital Portfolios, How do You Evaluate Them?' Journal of Technology and Teacher Education 9(4): pp. 607–616.
- Greenberg, Gary (2004). The Digital Convergence: Extending the Portfolio Model. EDUCAUSE Review, vol. 39, no. 4 (July/August 2004): pp. 28–37.

- Ivers, K. ve Barron, A.E. (1998). *Multimedia Projects in Education*. Englewood, CO: Libraries Unlimited, Inc.
- Kavut, İsmail Emre (2019). 'Technological Effects in Fictional Spaces; Computer Games and Cinema Case', *International Journal of Advanced Research and Review, IJARR*, 4(11), 2019; pp. 63-71.
- Lambert, Andrew (1989). *Corporate Identity and Facilities Management*. Vol 7, No 12, December 1989.
- Moya, S. ve O' Malley, M. (1994). A Portfolio Assessment Model for ESL. *The Journal of Issues of Language Minority Students*.13(13), 13-36.
- Paulson, F.L., Paulson, P.R. ve Meyer, C.A. (1991). 'What Makes a Portfolio a Portfolio?', *Educational Leadership*, 48(5), pp. 60- 63.
- Rogers, Y., Sharp, H. ve Preece, J. (2011). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, Wiley Publishing.
- Sanders, Mark (2000). 'Web-based Portfolios for Technology Education: A Personal Case Study'. *Journal of Technology Studies*, 26(1), pp. 11-18.
- Schmidt, Klaus (1995). 'The Quest for Identity'. London: Cassell.
- Seva, R.R., Duh, H.B.L. ve Helander, M.G. (2007). The Marketing Implications of Affective Product Design, *Applied Ergonomics* 38 (6) (2007), pp. 723–731.
- Valencia, Sheila (1990). 'A Portfolio Approach to Classroom Assessment: The Why's, What's and How's'. *The Reading Teacher*, 43(4), pp. 338-340.