



## Sosyal Mesaj İçeren Konularda Etkileşimli “Google Doodle”

### *Interactive “Google Doodle” on Topics With Social Messages*

Arş. Gör. Gamze BAL<sup>1</sup>, Doç. Dr. Tutku Dilem ALPASLAN<sup>2</sup>

#### Öz

Bu araştırmada, dünyaca tanınmış arama motoru Google’ın, Google Doodle tasarımlarının geçmişten günümüze tarihsel süreci, tasarımların yıllara göre konu ve teknikler bakımından dağılımının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma (<https://www.google.com/doodles>) sitesinde yer alan çalışmaların başlangıcından 2021 yılına kadar olan sürecin tamamı alınmıştır. Tasarımlar “Doğum Günü”, “Özel Günler”, “Bağımsızlık Günü”, “Milli Günler ve Bayramlar”, “Uluslararası Oyunlar”, “Kutlamalar”, “Yıl Dönümü”, “Sosyal Mesaj İçeren Konular”, “Google Doodle Oyunları”, “Mevsimler ve Gökyüzü Olayları” olmak üzere toplam 10 konu başlığı altında toplanmıştır. Sosyal mesaj içeren konular ise, “Dünya Su Günü”, “Dünya Günü”, “Dünya Kadınlar Günü”, “Ağaç Dikme Günü” ve “Covid-19 Salgını” olmak üzere beş başlık altında incelenmiştir. Google Doodle tasarım teknikleri sabit, hareketli ve etkileşimli olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Etkileşimli tasarım teknikleri ise, slayt, video, tıklama/sürükleme ve oyun olmak üzere dört gruba ayrılarak incelenmiştir. 1998-2021 yılları arasında tasarlanan tüm Google Doodle tasarımları yıllara göre, konu ve tasarım teknikleri bakımından incelenerek elde edilen veriler doğrultusunda tablolar oluşturulmuştur. Google Doodle tasarım konularından en çok “Doğum Günü” içerikli tasarımlar yapılırken, en az tasarım yapılan ise, “Sosyal Mesaj” içerikli konulardan oluşmaktadır. Google Doodle tasarım teknikleri bakımından en çok sabit doodle tekniği yapılırken, en az etkileşimli doodle tasarım tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın uygulama çalışması, “21 Eylül Alzheimer Günü” konusu ile sınırlandırılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Google doodle, logo, doodle sanatı, etkileşimli tasarım

**Makale Türü:** Araştırma

#### Abstract

This study aims to examine the historical process of the world-renowned search engine Google's Google Doodle studies from past to present, and the distribution of designs in terms of subjects and techniques over the years. The whole process from the beginning of the studies on the website (<https://www.google.com/doodles>) to from 2021 years was taken in the research. Designs have been gathered under a total of 10 topics including: “Birthday”, “Special Days”, “Independence Day”, “National Days and Holidays”, “International Games”, “Celebrations”, “Anniversary”, “Social Message Topics”, “Google Doodle Games”, “Seasons and Sky Events”. Google Doodle design techniques were divided into three groups still, animated and interactive. Interactive design techniques, on the other hand, were divided into four groups slide, video, click/drag and game. All Google Doodle designs created between 1998 and 2021 were examined in terms of subject and design techniques, and then tables were created in line with the data obtained. Of the Google Doodle design changes, the “Birthday” content is the most sustained, while the least designed is the “Social Message” content. In terms of Google Doodle design techniques, the fixed doodle technique was used most, while the least applied one was the interactive doodle design technique. The application study of this study was limited to the topic “21 September Alzheimer's Day”.

**Keywords:** Google doodle, logo, doodle art, interactive design

\*Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırladığı “Sosyal Mesaj İçeren Konularda Etkileşimli Google Doodle” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>1</sup> Bitlis Eren Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü, gamzebal30@gmail.com.

<sup>2</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, tutku.alpaslan@hbv.edu.tr.

**Paper Type:** Research

## **Giriş**

Teknolojik gelişmelerle artan iletişim kanalları, marka, kurum ve kuruluşların sürekli değişen ve gelişen çağa uyum sağlamasını gerektirmektedir. Her türlü bilgi ve görselin dijital ortamda yerini aldığı bu çağda dijital ortama uyumlu tasarımlar ve yenilikçi yaklaşımları zorunlu kılmaktadır. Bu gerekliliklerden biri de görsel anlatım biçimi olan logonun sabit (statik) tasarımlarının yerini dijital mecralara uygun dinamik logo tasarımlarının yerini almasıdır. Dünyanın en çok kullanıcı sayısına sahip Google arama motoru da bu teknolojik yeniliklere logo değişimleriyle ayak uyduran en iyi örneklerden biri olduğunu söylemek mümkündür. Google, milyonlarca bilgiyi içerisinde barındıran zengin bir arama motoru olmasının yanında, Google Doodle adını verdiği logo tasarımlarıyla da adından çokça söz ettirmeyi başarmaktadır. Google’ın orijinal logosunun yanında, belirlediği konulara özel olarak logosu üzerinde yaptığı değişikliklerle dinamik logo tasarımları ortaya koymaktadır. Böylece logosunu yaşayan, hareket eden ve dokunup etkileşim kurabileceğimiz bir tasarım yapısına dönüştürmektedir. Kullanıcı Google’ın web sitesine bir konu hakkında arama yapmak için girdiğinde eş zamanlı olarak sürekli yenilenen tasarımlarla da karşılaşmaktadır. Toplumda merak uyandırma ve takip etme isteği uyandıran bu durum aslında Google’ın sadece bir arama motoru olmadığını, hedef kitle ile iletişimi sağlayan güçlü bir platform oluşturduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada yapılan araştırmalar kapsamında öncelikle 1998 yılından bu yana yayınlanan bütün tasarımlar Google Doodle’ın “<https://www.google.com/doodles>” site arşivinde incelenmiştir. Sonrasında tasarımlar yıl, konu ve tasarım tekniklerine göre sınıflandırılarak başlıklara ayrılmıştır. Google’ın Google Doodle arşiv sitesindeki tasarımlar incelenerek elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan tablolar incelenerek açıklamalarda bulunulmuştur. Bu çalışmanın evreni, Google Doodle tasarımlarının başlangıç tarihi olan 1998 yılından 2021 yılına kadar olan sürecin tamamını kapsamaktadır. Google Doodle tasarımlarıyla dünyanın hemen hemen her kesimindeki bireye ulaşabilme gücüne sahip olması nedeniyle toplumda farkındalık oluşturmak amacıyla “Sosyal Mesaj” verebilecek bir konu üzerinden seçilerek, “21 Eylül Dünya Alzheimer Günü” olarak belirlenmiştir. Uygulama tasarımları iki sabit, iki hareketli ve iki etkileşimli olmak üzere toplam altı adet Google Doodle tasarım yapılmıştır.

## **1. Dijital Ortam ile Uyumlu Logo Tasarımı**

Latince ‘logos’ kelimesi Türkçede logo kelimesine karşılık gelmektedir. “Logolar, bir kurum, ürün veya hizmeti tanıtmak amacıyla tipografik harflerden oluşturulan sözcüklerin marka veya amblem özelliği taşıyan simgeler şekline dönüşmüş biçimleridir” (Teker, 2009, s. 90). Dolayısıyla logo, kurumun markasına attığı imza, markanın özelliklerini tanıtan bir tasarım olarak tanımlanabilir. Bir kurum hizmet ya da ürünü anlatan sayfalarca yazılmış yazının ya da görsellerin, tipografik ve çizgisel formlara dökülerek az sözle, çok şey anlatma yoludur.

Masaüstü yayıncılığın hayatımıza girmesiyle tasarım için geliştirilen Adobe Photoshop, Adobe İllüstratör gibi programlar, grafik tasarım alanına çok büyük katkılar sağlamıştır. Dolayısıyla logoların geleneksel yöntemlerin dışında dijital ortam ile uyumlu logo tasarımları da üretilmektedir. Kullanıldığı mecraya paralel olarak logolar sabit formda yani statik olabildikleri gibi devinim içinde hareketli de olabilmektedir. Logolar tasarım yaklaşımına bağlı olarak durağan, dinamik ve benzer tarzlara sahip olabilmektedir. Bununla birlikte logo etkileşimli bir yapıya da dönüşebilmektedir.

“Statik logo, adından da anlaşılacağı üzere genellikle basılı mecralarda kullanılan değişken olmayan ve tekrar etmeyen logo tasarımlarıdır” (Uzuntaş & Yazar, 2017, s. 101). Dinamik logolar statik logoların ötesinde değişebilen ve farklı biçimlerde kullanılabilen görsel temsil araçlarıdır. Bir başka deyişle dinamik logolar belirli bir düzen içinde birden fazla biçimi,

renği, ya da deseni olan logolardır. Bir markanın hikâyesini izleyiciye en iyi aktarmanın yollarında birinin hareketli logo, olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü tasarımcı hikâyeyi anlatma yolunda ne kadar esnek olursa, hikâyede anlatılmak istenen mesaj hedef kitleye daha rahat aktarılabilir (Lélis & Kreutz, 2019, s. 2). Etkileşimli logo, dinamik ve hareketli logo ile aynı değişim ve yenilikleri ek olarak logo üzerindeki buton, görseller vb. yönlendirme tuşları bulunmaktadır. Etkileşimli tasarımın sunduğu olanaklar belirli bir çerçevede oluşturulmaktadır. Bunlar; kullanıcının uygulamaya müdahale edebilmeli ve kullanıcının zaman geçirebileceği ölçüde tasarlanmalıdır. Kullanıcıya uygulamada belli sınırlar çerçevesinde özgür olma kontrolü verilmeli ve uygulama hedef kitleye hitap etmelidir (Sims, 1999, s. 259). Dolayısıyla amaç hedef kitlenin en kullanışlı ve ilgi çekici bir etkileşimli tasarım deneyimini sağlamak olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca her tasarımda olduğu gibi etkileşimli tasarımı oluştururken, belirli ilkeler ışığında ilerlemek daha estetik ve ilgi çekici tasarımlar ortaya koymamıza yardımcı olacaktır.

Görsel, işitsel (ses) ya da metin olarak sunulan içeriğin sade ve öz bir anlatım kullanılması, hedef kitleye verilmek istenilen mesajı kolay bir şekilde algılamasını sağlayacaktır (Pettersson, 2002, s. 50). Denge ilkesi, oluşturulan tasarımda monotonluktan uzak, karşıt ve benzer unsurların kullanılarak kompozisyonda birlik ve düzenin sağlarken (Kara, 2016, s. 13), tasarımda görsel bütünlük ve düzen ile izleyici de olumlu bir etki bırakmak için uyum ilkesi doğrultusunda tasarımlar oluşturulmaktadır. Orantı ilkesi “bir bütünün parçaları ya da birer birim olarak algılanan iki ya da daha fazla görsel öğe arasındaki bütünlük ilişkisi olarak tanımlayabilme” olanağı sağlarken (Baştan, 2009, s. 231), iki ya da daha fazla parçanın bir araya gelerek kompozisyonda oluşturduğu uyum için benzerlik ilkesinden yararlanır (Tunalı, 1989, s. 217). Ayrıca kompozisyonu oluşturan öğelerin birlik ve bütünlük sağlaması adına, tasarımda benzerlik ve devamlılıktan yararlanır. Tasarımda kullanılacak parçaların önem derecesini belirlemek amacıyla vurgu sıralamasına görsel hiyerarşi ilkesi de büyük öneme sahipken, kompozisyonu oluşturan öğelerin arası derinlik algısı, nesnelerin konumunu belirleme, uzaklık mesafesini algılama ve nesnenin etrafında dolaşma eylemini gerçekleştirmemizi sağlamaktadır (Baştan, 2009, s. 269). Dolayısıyla hedef kitlenin en kullanışlı ve ilgi çekici bir etkileşimli tasarım deneyimini sağlamak amaçlanmaktadır. Her tasarımda olduğu gibi etkileşimli tasarımı oluştururken, belirli ilkeler ışığında ilerlemek amaca uygun tasarımlar ortaya konulmasına katkı sağlayacağını söylemek mümkündür.

Hareketli grafiklerde ya da animasyon tasarım ilkelerine bakıldığında, nesnelerin yüzeyle teması, şeklin formunu etkilerken, beklenti ilkesi, bir sonraki sahneye geçmeden önce nesnenin eyleme hazırlanmasıdır. Bir nesne ya da karakteri oluşturan parçaların hareketinin ana kütleye bağlı olarak takip etme ve üst üste binme durumu oluşturduğunu söylemek mümkün iken, zamanlama ilkesiyle, nesne ya da karakterlerin hareketlerinin izleyici tarafından algılanma süresini etkilemektedir. İkincil hareket ilkesine göre, bir nesnenin duvara atıldığında çarpıp geri gelmesi, bir nesne serbest halindeyken itildiğinde ileri doğru hareket etmesidir. Animasyonda nesne ve karakter tasarımında kullanılan abartı yöntemi, izleyicinin ilgi ve dikkatini çekmek amacıyla yararlanılmaktadır. Yavaşlama ve ivmeleme ilkesine, arabanın ani fren ile durması durumunda arabanın öne doğru gidip gelme hareketini gözlemlemek örnek gösterilebilir. Sahneleme (staging), kompozisyonu oluşturan başkarakterin ya da nesnenin ön plana alınarak vurgu yapılması, yan karakter ya da nesnelerin arka plana yerleştirilerek sahnedan uzaklaştırılması durumudur. Tasarımı oluşturan yaylar (arcs) ilkesi, animasyonda karakterlerin mekanik bir ilerleme, dönme gibi hareketlerin önüne geçmek ve izleyicide gerçekçi algı oluşturma için tasarımlar belirli bir yay çizerek hazırlanmaktadır. Dosdoğru animasyon yönteminde tasarımcı için yaratıcılık ön planda olduğu doğaçlama olarak gerçekleşen bir teknik iken, pozdan poza yönteminde ise, tasarımcı kurguyu baştan oluşturarak kontrolü sağlamaktadır. Cazibe (appeal), oluşturulan tasarımın izleyicinin dikkatini çekmek amacıyla kullanılan bir hareketli tasarım ilkelerindedir.

Gestalt kelime anlamıyla "biçim", "tamamlama", "bütünleştirme"dir (Feder, 2006, s. 20-21). Bundan dolayı Gestalt terimi, insanların nesnelere bir bütün halinde algılama ve bir grup halinde değerlendirmesi olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla Google Doodle tasarımlarında tipografi ve resimleme yönteminin bir arada kullanıldığı sabit (statik) logo tasarımları Gestalt ilkelerine göre değerlendirilmiştir. Etkileşimli tasarım ilkeleri ile benzerlik taşıyan Gestalt kuramı ilkelerinin başında şekil-zemin ilişkisi, yakınlık, benzerlik, tamamlama, devamlılık ve basitlik sabit tasarım ilkeleri olarak belirtmek mümkündür (Erişti vd. 2013'ten akt. Yağmur, 2014, s. 152).

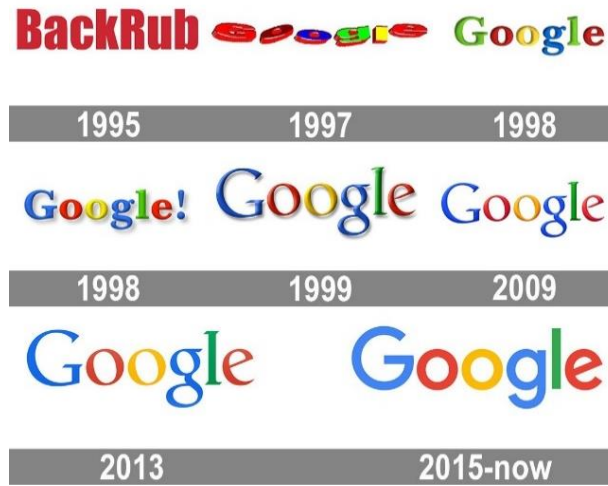
Google Doodle etkileşimli tasarımlarının incelemeleri doğrultusunda; kullanıcı tasarlanan logo ile etkileşime girebileceği, etkileşimli arayüz tasarımı, hareketli grafikler, ses, müzik, slayt, video, oyun kullanıcıyı yönlendiren butonlar ve klavye tuşlarından yararlandığı gözlemlenmiştir. Tüm bu bilgiler doğrultusunda, Google Doodle logo arşivinde bulunan etkileşimli, hareketli ve sabit tasarım ilkeleri konu ve yıllara göre dağılımı açısından incelemelerde bulunulacaktır.

## 1.2. Google'ın Logo Arşivi “Google Doodle”

Google, 1998 yılında bilgiye daha kolay erişim sağlanması amacıyla kurulan uluslararası bir arama motorudur. Dünyanın en çok ziyaret edilen arama motorlarından biri olan Google, 4 Eylül 1998 yılında Larry Page ve Sergey Brin tarafından şirketin merkezi Amerika'nın Kaliforniya eyaletinde kurulmuştur (Vise & Malseed, 2006, s. 30). 1997 yılına girildiğinde Brin, Page ve Motwani, ilk kez adını “web sayfalarından gelen ya da gerideki bağlantılardan” anlamına gelen "BackRub" adında henüz geliştirme aşamasında olan anlaşılması kolay bir arama motoru geliştirmişlerdir. İlk adı BackRub olan Google'ın 20 yılda yaklaşık olarak 500 milyar doların üzerinde piyasa değeri ile dünyadaki tanınmış şirketler arasına girmeyi başarmıştır (Shmueli, 2017, s. 18).

1997 yılının sonlarına doğru Brin ve Page geliştirdikleri BackRub arama motorunun adını değiştirme kararı almışlardır. Google isim yaratım sürecinde, matematiksel Googol terimi esin kaynağı olmuştur. Googol, matematiksel ifade olarak yüz sıfırdan oluşan bir sayıdır. Bu büyük sayının kısaca yazımı 10100 şeklinde ifade edilmektedir (Şekil 1), (Sapet, 2012, s. 34).

Şekil 1. Google Arama Motoru Logosunun Tarihsel Değişimi.



Kaynak: <http://blog.bilgiyazan.com.tr/googlein-tarihcesi/>

Google arşiv sitesinde, doodle'ın konu içeriğini “Doodle'lar, tatil günlerini ve yıl dönümlerini kutlamak, ünlü sanatçıları, kâşifleri ve bilim insanlarını anmak amacıyla Google logosunda yapılan eğlenceli, şaşırtıcı ve bazen de spontane değişikliklerdir” olarak tanımlamaktadır (Google Doodles, 2023). Ryan ise, “özel günleri işaretlemek için kullanılan

Google logosunun yaratıcı varyasyonları” olarak tanımlamıştır (Ryan, 2015, s. 79). TDK (2023) göre, karalama kelimesini; “üstünde düzeltmeler yapılan, temize çekilmemiş yazı taslağı, müsvedde” olarak tanımlamaktadır. Sharpe göre, karalamalar, “siyah beyaz veya renkli, organik veya geometrik formda, anlamlı, gevşek hareket eden çizgiler, tekrar eden desenler, ayrıntılı şekiller ve basit görüntülerle sanat formları oluşturarak zihindeki düşünceyi harekete geçiren sınırsız çizim aktivitesidir” (Sharpe, 2017, s. 9-10). Doodle alfabelerden, işaret ve sembollerden oluşan eğlenceli ve kuralsız bir anlatım biçiminin dışavurum hali olduğu söylenebilir.

Google arama motoru, şirket logosu üzerine bukalemunvari aptığı değişim ve dönüşüm ile kullanıcıların dikkatini çekmeyi başararak milyonların beğenisini aldığı söylemek mümkündür. Google Doodle ilk kez 1998 yılında Burning Man (Yanan Adam) Festivali'ni kutlamak için tasarlanmıştır. İlk animasyon özelliği bulunan Google Doodle tasarımı 2010 yılında, 367. doğum günü anısına Sör Isaac Newton için yapılırken, 30. yıldönümü için hazırlanan Pac-Man'in ise, Google'ın ilk interaktif (etkileşimli) doodle'dir. Google Doodle fikri ilk olarak Nevada'da düzenlenen “Yanan Adam (Burning Man)” adlı festivali ile ortaya çıkmıştır (Şekil 2). Festivale katılan Larry Page ve Sergey Brin Google arama sitesinin çökmesi durumunda kullanıcılara bilgi vermek adına bir doodle tasarlanmıştır. Google'ın ilk doodle fikri olma özelliği taşıyan tasarımı, 1998 yılında logodaki ikinci “o” harfinin arka planına yerleştirilen basit ve esprili bir figürden oluşmaktadır (Elali, Keiser & Odag, 2012, s. 188-189). Tasarlanan doodle'in yoğun ilgi ve beğeni görmesi yeni doodle tasarımlarını da beraberinde getirmiştir. İlk olarak D. Hwang, Google'ın Doodle sorumlusu olarak göreve başlamasıyla düzenli olarak doodle tasarımları yayınlanmaya başlanmıştır. 1998 yılında, ilk deneme çalışmasıyla ortaya çıkan doodle fikri, 2010 yılında Pac-Man 30. yıl kutlaması ve Isaac Newton'u anmak için hazırlanan doodle tasarımlarına yenileri eklenmiştir (Balaban & Çelik, 2020, s. 423). Böylece, Google'ın kurumsal logosunun yerini varyasyonları almaya başlamıştır. Gece yarısı (her ülkenin yerel saatine göre) yayınlanan doodle'lar bir ya da birden fazla ülkede gösterime girebilmektedir. 24 saati dolduğunda doodle tasarımları Google'ın Doodle arşivi internet sitesinde görüntülenmektedir. 2008'den bu yana tüm karalamalar hakkında veriler “Google Doodle'ları” adlı sitede toplanmıştır. Arşivde her doodle için açıklamaların, eskiz çalışmalarının yer aldığı bilgiler içermektedir. Bu bilgilerin bazılarında ulaşabilmekle birlikte sitede erişime açık olmayan, gizli bilgiler de yer almaktadır (Shmueli, 2017, s. 41).

Şekil 2. İlk Google Doodle, “Burning Man” (Yanan Adam) Festivali.



Kaynak: <https://www.google.com/doodles/burning-man-festival?hl=tr>

## 2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Google Doodle'in 1998 (başlangıç) - 2021 yılları arasındaki tasarımlarının yıllara göre konu ve tasarım tekniklerinin dağılımının incelenmesi bu araştırmanın temel amacıdır. Ayrıca Google'ın “Sosyal Mesaj” içeren konulardaki tasarımların konu ve teknik bakımından yıllara göre dağılımını incelenmesi bakımından alt amaçları kapsamaktadır.

Araştırmanın önemi, konu itibarıyla güncel ve hemen hemen herkes tarafından bilinen bir durum olması nedeniyle literatüre sağlayacağı katkı bakımından birincil öneme sahiptir. Google'ın Doodle, konularına bakıldığında, “Sosyal Mesaj” içeren tasarımlara çok az yer verilmesinden dolayı “21 Eylül Dünya Alzheimer Günü” konusu ile ilgili tasarlanan doodle'lar Google'a öneri niteliği taşıması ikincil öneme sahiptir.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırma Modeli

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan durum analizi (çalışması) yapılmıştır. Lincoln ve Denzin’e göre nitel araştırma; araştırdığı konuya yorumlayıcı ve doğal olarak yaklaşan ve birden fazla metotta odaklanan araştırmadır (Lincoln & Denzin, 1998).

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Google Doodle tasarımı ilk kez 1998 yılında tasarlanmıştır. 2022 yılında yapılan bu araştırmada, Google Doodle arşiv sitesinde (<https://www.google.com/doodles>) yer alan 1998-2021 yılları arasında yapılmış bütün çalışmalar yıl, konu tasarım teknikleri adı altında gruplara ayrılarak incelenmiştir.

#### 3.3. Verilerin Toplama Tekniği

Bu araştırmada, Google Doodle’ın 1998-2021 yılları arasındaki yapmış olduğu tasarımlar incelenerek elde edilen veriler doğrultusunda tablolar oluşturulmuştur. Başlangıcından günümüze 1998-2021 yılları Google Doodle tasarımlarında yer alan konu ve tasarım teknikleri, bu konu ve tasarım tekniklerinin yıllara göre dağılımı ve “Sosyal Mesaj” içerikli tasarım konularının yıllara göre dağılımı olmak üzere dört başlık altında veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler tablolar haline getirilmiş, verilerden çıkarılan anlamlar yorumlanmaya çalışılmıştır.

#### 3.4. Verilerin Analizi

Google Doodle, incelendiğinde, “Sosyal Mesaj” konulu tasarımlara çok az yer verildiği tespit edilmiştir. Bu bulgular doğrultusunda araştırmacı tarafından 21 Eylül tarihi “Dünya Alzheimer Günü” konulu Google Doodle tasarım tekniklerinden iki sabit, iki hareketli ve iki etkileşimli olmak üzere toplam altı uygulama yapılmıştır.

### 4. Bulgular

Araştırma verileri 1998-2021 yılları arasında yayınlanmış Google Doodle tasarımları ile sınırlandırılmıştır. Veriler <https://www.google.com/doodles> sitesinden alınmıştır. Yıllara göre konu ve tasarım teknikleri bakımından incelenerek elde edilen sayısal veriler kullanılmıştır. Konular doğum günü, bağımsızlık günü, milli günler, yıl dönümü, kutlamalar, mevsimler ve gökyüzü olayları, Google Doodle oyunları, uluslararası oyunlar, özel günler ve sosyal mesaj içeren konular olmak üzere 10 başlık altında toplanmıştır. Başlık ve kapsadığı konular bakımından “Doğum Günü”, “Bağımsızlık Günü”, “Yıl Dönümü”, “Milli Günler” (milli günler, milli bayramlar, çocuk bayramı, cumhuriyet bayramı, bağımsızlık bayramı), kutlamalar (festival, karnaval, bastille günü, cadılar bayramı...), “Mevsimler ve Gökyüzü Olayları” (gün dönümü, sonbahar, kış, ilkbahar, yaz, gökyüzü olayları), “Google Doodle Oyunları” (Google Doodle oyunları, Google Doodle maç günü), “Uluslararası Oyunlar” (olimpiyat oyunları, dünya kupası, şampiyonluk oyunları, UEFA maçları), “Özel Günler” (anneler günü, babalar günü, büyükbaba ve büyükanne günü, ebeveyn günü, kızlar günü, sevgililer günü, yaşlılara saygı günü, okul günü, öğretmenler günü, yılbaşı(yeni yıl) günü, anayasa günü, seçim günü, tatil günü, keşif günü, gaziler günü), “Sosyal Mesaj İçeren Konular” (dünya günü, dünya su günü, kadınlar günü, ağaç dikme günü, Covid – 19 salgınıyla mücadele günü) olarak konu ve alt konu içeriklerinden oluşmaktadır. Başlıklar, Google Doodle’ın başlangıç tarihi olan 1998’den 2021 yılına kadar olan tasarımların konularına göre oluşturulmuştur. 1998-2021 yılları arasında tasarlanan konu içeriklerine göre belirlenmiştir. Her bir konuya özel tablolar oluşturulmuştur. Tablolar konuların yıllara göre dağılımı ve tasarım tekniklerinin (sabit, hareketli, etkileşimli) yıllara göre dağılımı olarak hazırlanmıştır. Etkileşimli tasarımlar ise slayt, video, tıklama/sürükleme özelliği, oyun olarak dört tasarım tekniği ayrılmıştır.

Sosyal mesaj içerikli konular ile ilgili 1998-2021 yılları arasında tasarlanan tüm konular belirlenerek yıllara göre alt konu ve tasarım teknikleri bakımından incelenmiştir. Ayrıca 1998-

2021 yılları arasında sosyal mesaj içerikli konu başlıkları “Dünya Su Günü”, “Dünya Günü”, “Dünya Kadınlar Günü”, “Ağaç Dikme Günü”, ve “Covid - 19 Salgını” olarak belirlenmiştir. Sosyal mesaj içerikli konu başlığına özel tablo ve grafikler oluşturularak değerlendirilmelerde bulunulmuştur.

1998-2021 yılları arasında “Doğum Günü”, “Özel Günler”, “Bağımsızlık Günü”, “Milli Günler ve Bayramlar”, “Uluslararası Oyunlar”, “Kutlamalar”, “Yıl Dönümü”, “Sosyal Mesaj İçeren Konular”, “Google Doodle Oyunları”, “Mevsimler ve Gökyüzü Olayları” konularında araştırma verileri sonucunda toplam Google 4000’e yakın doodle tasarım incelenmiştir. 1998 - 2021 tarihleri ile sınırlandırılan bu çalışmada, tasarımların konulara göre dağılımına bakıldığında, en çok tercih edilen konular, “Doğum Günü” (1379), “Özel Günler” (844) iken, en az tercih edilen konular “Sosyal Mesaj İçeren Konular” (101), “Google Doodle Oyunları” (79) “Mevsimler ve Gökyüzü Olayları” (63)’dir. Bu tasarımlardan 2921 tane sabit tasarım, 812 tane hareketli tasarım yapılırken, etkileşimli tasarım teknikleri toplam 248 etkileşim tasarımdan oluşmaktadır (Google Doodles, 2023), (Tablo 1). Tablo verileri doğrultusunda Google, 1998-2021 yılları arasındaki doodle tasarım tekniklerinin tasarımında en çok sabit doodle kullanıldığı sonucuna varılmıştır. Sabit doodle tasarımlarından sonra ise, sırasıyla, hareketli ve etkileşimli doodle tasarımları tercih ettiği görülmektedir.

Tablo 1. Google Doodle’ın 1998-2021 yılları arasındaki konu ve tasarım teknikleri.

Yıl	Konu	Google Doodle Tasarım Teknikleri							
		Sabit	Hareketli	Etkileşimli				Toplam	(%)
				Slayt	Video	Tık-Sür	Oyun		
1998-2021	Doğum Günü	1202	124	15	24	4	9	1379	%35
1998-2021	Özel Günler	549	208	1	3	32	41	834	%21
1998-2021	Bağımsızlık Günü	312	122	0	0	0	0	434	%11
1998-2021	Milli Günler ve Bayramlar	316	40	0	0	0	0	356	%9
1998-2021	Uluslararası Oyunlar	164	138	20	9	2	13	346	%9
1998-2021	Kutlamalar	222	18	0	1	0	1	242	%6
1998-2021	Yıl Dönümü	104	36	2	6	0	0	148	%4
1998-2021	Mevsimler ve Gökyüzü Olayları	18	42	1	2	0	0	63	%1
1998-2021	Google Doodle Oyunları	13	27	0	20	0	19	79	%2
1998-2021	Sosyal Mesaj İçeren Konular	21	57	3	6	3	11	101	%2
	Tekniğe göre yüzde dağılımı	%73	%21	%1	%1	%6	%6		

Tablo incelendiğinde, en çok doodle tasarımının %11 ile 2018 yılında, en az doodle tasarımı ise, %1 oranla 2004, 2005, 2007 yıllarında yapıldığı görülmüştür. En fazla doodle 422 tasarımla 2018 yılında, en az doodle ise; iki tasarım ile 1998 ve 1999 yılları arasında yapılmıştır. Genel rakamları incelendiğinde, Google Doodle tasarımlarının yıllar içerisinde istikrarlı bir artış olduğu görülmektedir. 2006, 2015 ve 2018 yıllarında ise, diğer yıllara göre doodle tasarımlarında ani artış olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca en çok tasarımın “Doğum Günü” konusu 157 doodle ile 2013 yılında tasarlanmıştır (Tablo 2). (Google Doodles, 2023).

Tablo 2. 1998-2021 yılları arasındaki Google Doodle konularının yıllara göre dağılımı.

Yıl	Google Doodle Tasarım Konuları										Toplam	Yüzde
	Doğum Gün.	Özel Gün.	Bağ. Günü	Milli Gün. ve Bayr.	Uluslar. Oyun	Kutlamalar	Yıl Dön.	G.D. Oyunları	Mev. ve Gök.	Sosyal Mesaj		
1998	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	2	%0
1999	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	2	%0
2000	-	4	-	-	1	12	-	-	-	-	17	%0
2001	1	3	-	2	2	2	-	-	-	1	11	%0
2002	3	2	-	1	6	3	-	1	-	1	17	%0
2003	4	3	1	4	1	3	-	-	-	1	17	%0
2004	2	5	0	4	1	16	-	-	-	1	30	%1
2005	3	5	2	2	1	3	-	-	-	3	20	%1
2006	4	3	3	4	32	17	-	1	-	1	65	%2
2007	2	6	4	6	11	5	-	1	-	1	36	%1
2008	21	12	18	7	3	28	2	1	-	1	93	%2
2009	43	16	17	15	3	9	4	2	1	2	110	%3
2010	66	20	20	22	5	38	2	1	-	2	173	%4
2011	105	19	34	19	3	13	2	1	1	3	200	%5
2012	118	30	40	18	1	6	4	1	1	3	222	%6
2013	157	26	36	21	2	8	11	1	1	4	267	%7
2014	113	50	33	32	66	11	20	1	6	2	334	%8
2015	81	75	21	31	18	10	25	7	8	3	279	%7
2016	102	80	16	38	10	11	26	19	5	2	309	%8
2017	121	95	17	43	21	9	16	1	5	2	330	%8



<b>2018</b>	147	96	42	31	49	12	14	20	9	2	422	%11
<b>2019</b>	112	110	37	26	58	8	15	1	6	2	375	%9
<b>2020</b>	80	92	41	14	33	8	4	1	10	26	309	%8
<b>2021</b>	94	82	50	16	18	7	3	19	10	38	337	%8

1998-2021 yılları arasında Google Doodle tasarım tekniklerinin yıllara göre dağılımı Tablo 3'te yer almaktadır. Bu dağılıma bakıldığında, 2913 tasarım ile sabit doodle'a daha çok yer verilmiştir. Hareketli tasarım tekniği ile toplamda 698 doodle ve etkileşimli tasarım tekniği ile toplamda 339 doodle oluşmaktadır. Google'ın sabit doodle tasarımına en çok, 2018 yılında 249 tasarımla yer verilirken, hareketli doodle tekniği kullanılarak 2018 yılında toplam 124 tasarım yapılmıştır. Etkileşimli doodle tekniği ise, en çok 2020 yılında 39 tasarımdan oluşmaktadır. Etkileşimli tasarım tekniklerinden en fazla doodle slayt özellikli etkileşimli tasarımlar 17 doodle ile 2018 yılında, video özellikli etkileşimli tasarımlar 29 doodle ve 2018 yılında, tıklama / sürüklenme özelliğine sahip tasarımlar ise, 2018 yılında 30 tasarımla karşımıza çıkmaktadır. Etkileşimli oyun tasarımları ise, en çok 2020 yılında 39 doodle'dan oluşmaktadır. Dolayısıyla en çok tasarımın 2018 yılına ait olmakla birlikte toplamda 422 doodle'a %8 oranla yer verildiği tablo verilerinde görmek mümkündür. En az doodle ise, 1999 yılında tasarlanmış bir sabit doodle tasarımından oluşmaktadır.

Tablo 3. 1998-2021 yılları arasındaki Google Doodle tasarım tekniklerinin yıllara göre dağılımı.

Yıl	Google Doodle Tasarım Teknikleri							Toplam	Yüzde (%)
	Sabit	Hareketli	Etkileşimli						
			Slayt	Video	Tık/Sür	Oyun			
<b>1998</b>	3	-	-	-	-	-	3	%0	
<b>1999</b>	1	-	-	-	-	-	1	%0	
<b>2000</b>	17	-	-	-	-	-	17	%1	
<b>2001</b>	11	-	-	-	-	-	11	%0	
<b>2002</b>	17	-	-	-	-	-	17	%1	
<b>2003</b>	17	-	-	-	-	-	17	%1	
<b>2004</b>	29	-	-	-	-	-	30	%1	
<b>2005</b>	20	-	-	-	-	-	20	%1	
<b>2006</b>	64	-	-	-	-	-	64	%2	
<b>2007</b>	36	-	-	-	-	-	36	%1	
<b>2008</b>	103	-	-	-	-	-	103	%4	
<b>2009</b>	112	-	-	-	-	-	112	%4	
<b>2010</b>	173	2	-	1	-	1	176	%6	
<b>2011</b>	189	5	1	3	1	1	200	%6	
<b>2012</b>	212	5	1	1	-	2	221	%7	

2013	237	17	-	6	5	3	268	%8
2014	233	87	1	4	3	1	329	%8
2015	198	73	-	3	1	4	279	%7
2016	219	80	2	5	-	3	309	%7
2017	186	60	10	5	-	7	268	%6
2018	249	124	17	29	1	2	422	%8
2019	215	87	5	7	30	3	347	%7
2020	187	77	3	4	-	39	310	%6
2021	203	80	2	4	-	29	318	%7

Google Doodle’ın temelleri 1998 yılında sabit doodle tasarımı ile atılmıştır. Hareketli ve etkileşimli doodle tasarımları ise 2010 yıllarında Google Doodle tasarımlarında etkisi göstermeye başlamaktadır. 1998 yılında ilk üç sabit doodle tasarımı ile başlamıştır. Bu tasarımlardan ilki 30 Ağustos 1998 “Yanan Adam Festivali” için özel tasarlanmıştır. Daha sonra aynı yıl 29 Ekim 1998’de “Google Beta” özel tasarlanırken, 26 Kasım 1998 tarihinde ise, “Şükran Günü” için özel doodle tasarımlarıyla Google Doodle’ın temelleri atılmıştır. 2010 yılında iki tasarımla hareketli Google Doodle tasarımlarının ilk tasarımlardır. İlk hareketli tasarım 4 Ocak 2010 yılında “Sör Isaac Newton’ın 367. Doğum Günü” için tasarlanmıştır. Aynı yıl 15 Ağustos 2010 tarihinde “Hindistan Bağımsızlık Günü” özel hareketli doodle oluşturulmuştur. İlk etkileşimli tasarımlar ise, 21 Mayıs 2010 Pac-Man yıl dönümü için oyun tekniği ile tasarlanırken, aynı yıl 8 Ekim 2010 tarihinde “John Lennon’ın 70. Doğum Günü”ne özel video tekniği kullanılarak etkileşimli doodle tasarlanmıştır. (Tablo 3), (Google Doodles, 2023).

1998-2021 yılları arasında toplam 3982 Google Doodle tasarımı incelenmiştir. Google Doodle tasarım konuları yıllara göre incelendiğinde, “Doğum Günü” konulu doodle en çok 2018 yılında toplam 147 tasarım, “Özel Günler” konulu doodle en çok 2019 yılında toplam 110 tasarım, “Bağımsızlık Günü” konulu doodle en çok 2021 yılında toplam 50 tasarım, “Milli Günler ve Bayramlar” konulu doodle en çok 2016 yılında toplam 43 tasarım, “Uluslararası Oyunlar” konulu doodle en çok 2014 yılında toplam 66 tasarım, “Kutlamalar” konulu doodle en çok 2010 yılında toplam 38 tasarım, “Yıl Dönümü” konulu doodle en çok 2016 yılında toplam 26 tasarım, “Google Doodle Oyunları” konulu doodle en çok 2018 yılında toplam 20 tasarım, “Mevsimler ve Gökyüzü Olayları” konulu doodle en çok 2019 ve 2020 yıllarında toplam 10 tasarım, “Sosyal Mesaj” içeren konularda doodle en çok 2021 yıllarında toplam 38 tasarımla karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca 1998-2021 yılları arasında Google Doodle tasarımlarının yıllara göre yüzdeler oranlarına bakıldığında, en çok doodle %11 oranla 2018 yılında, en az tasarımın ise, %1 oranla 2004, 2005 ve 2007 yıllarında tasarlanmıştır.

Elde edilen veriler doğrultusunda Google Doodle tasarım tekniklerinden en çok sabit doodle yer verilirken, konu olarak ise en çok “Doğum Günü” konulu tasarımlar oluşturulduğu sonucuna varılmıştır. En az yer verilen konu ise, “Mevsimler ve Gökyüzü Olayları”, “Google Doodle Oyunları”, “Sosyal Mesaj İçerikli” konular, tasarım tekniği bakımından en az etkileşimli doodle tasarım tekniklerinden tıklama /sürükleme özelliğine sahip tasarımlara yer verilmiştir. En çok Google Doodle tasarımı 2018 yılında yapılırken, en az tasarım 1998 ve 1999 yıllarında yapılmıştır. Google Doodle tasarım tekniklerinden biri olan hareketli tasarım ise, %21 oranla sabit doodle’den sonra en çok kullanılan tasarım tekniği olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca 1998-2021 yılları arasında “Bağımsızlık Günü” ve “Milli Günler ve Bayramlar” konulu etkileşimli doodle tasarımlarına yer verilmediği görülmüştür (Tablo 2), (Tablo 3).

1998-2021 yılları arasında Google Doodle’ın “Sosyal Mesaj” konulu ilk doodle çalışması “Dünya Günü” ne özel olarak 2001 yılında yapılmıştır. “Sosyal Mesaj” içerikli tasarımların dağılımı için Tablo 4, genel olarak “bir” ya da “sıfır” tasarımın yapıldığı görülmekle birlikte 2020 ve 2021 yılları arasında doodle tasarımlarında belirgin bir artış görülmektedir. Bu tasarımlardaki belirgin artış, “Covid-19 Salgını” konulu Google Doodle tasarımlarıdır. 2020, 2021 ve günümüzde halen varlığını sürdürmeye devam eden Covid-19 salgınının etkilerini azaltmak, toplumu bilinçlendirmek ve farkındalık oluşturmak amaçlı Google Doodle tasarımlarını tüm dünya ile paylaşmıştır.

Google, 1998 yılından bu yana 2001-2021 yılları arasında “Sosyal Mesaj” içerikli beş konu ile ilgili toplamda 101 doodle tasarımı yaptığı gözlemlenmiştir. 2001-2020 yılları arasında “Dünya Günü” konulu toplamda 20 doodle, 2005 yılında “Dünya Su Günü” konulu bir doodle, 2005-2021 yılları arasında “Dünya Kadınlar Günü” konulu toplamda 15 doodle, 2010-2015 yılları arasında “Ağaç Dikme Günü” konulu toplamda beş doodle tasarımı, 2020-2021 yılları arasında “Covid-19 Salgını” konulu 61 doodle yayınladığı tespit edilmiştir. 2001-2021 yılları arasında sosyal mesaj içerikli doodle tasarımları incelendiğinde, ilk hareketsiz doodle tasarımı 2005 yılında “Dünya Su Günü” için tasarlanmıştır. İlk hareketli grafik içeren doodle 2012 yılında “Dünya Günü” için oluşturulurken, ilk etkileşimli doodle tasarımı ise, 2016 yılında “Dünya Kadınlar Günü” için tasarlanmıştır (Google Doodles, 2023), (Tablo 4).

Tablo 4. 1998-2021 yılları arasındaki Google Doodle “Sosyal Mesaj” içerikli tasarım konularının yıllara göre dağılımı.

Yıl	Konular					Toplam
	Dünya Günü	Dünya Su Günü	Dünya Kadınlar Günü	Ağaç Dikme Günü	Covid-19 Salgını	
1998	-	-	-	-	-	0
1999	-	-	-	-	-	0
2000	-	-	-	-	-	0
2001	1	-	-	-	-	1
2002	1	-	-	-	-	1
2003	1	-	-	-	-	1
2004	1	-	-	-	-	1
2005	1	1	1	1	-	4
2006	1	-	1	-	-	2
2007	1	-	1	-	-	2
2008	1	-	1	-	-	2
2009	1	-	1	-	-	2
2010	1	-	1	1	-	3
2011	1	-	1	1	-	3
2012	1	-	1	1	-	3
2013	1	-	1	1	-	3
2014	1	-	1	-	-	2
2015	1	-	1	1	-	3
2016	1	-	1	-	-	2

2017	1	-	1	-	-	2
2018	1	-	1	-	-	2
2019	1	-	1	-	-	2
2020	1	-	1	-	25	27
2021	1	-	1	-	36	38

## 5. Alzheimer Günü’ne Yönelik Tasarlanan Google Doodle Uygulamaları

“Bunama ya da demans, günlük yaşamın her zamanki gibi sürdürülmesini engelleyen ilerleyici unutkanlıkla karakterize, kronik bir beyin hastalığıdır” (Işık, 2017: 7). Hafıza sorunlarına yol açan demans hastalığının bir türü Alzheimer hastalığıdır. Alzheimer, beyin hafıza, düşünce ve dili denetleyen bölümlerinde davranışsal bozukluklara neden olması ile birlikte beyin sinir hücrelerini bozması durumunda ortaya çıkabilmektedir (Bellenir, 2008: 3). Bu hastalığının ilerleme süreci üç evrede görülebilir. Birinci evrede hastalığın belirtileri az gösterdiği için bireyin kendisi ve çevresi tarafından fark edilmeyebilir. Örneğin, yakın geçmişte yaşadığı olaylarla ilgili hafıza kaybı, daha önce gittiği mekânları tanıma ve konuşurken kelime bulma güçlüğü gibi belirtiler gösterebilmektedir. İkinci evrede günlük yaşam kalitesini etkileyecek aktiviteleri yerini getirmede güçlük yaşayabilmektedir. Bunlar, hafıza problemleri, konuşma sorunlarının artması, yön kaybı gibi belirtilerdir. Çevresindeki insanların yardımına bağımlı olduğu üçüncü evrede ise, yakınlarını tanımada zorluk, temel yaşam aktivitelerini unutma (yürüme, tuvalete çıkma...) gibi belirgin bir seviyede hastanın davranışlarına yansımaktadır (Alzheimer Vakfı, 2006). Dolayısıyla Alzheimer hastalığı çoğunlukla belirtilerini yavaş yavaş göstermekte ve zaman ilerledikçe hastanın günlük yaşam kalitesini etkileyerek, hayatî bir sorun haline gelmesine neden olabilmektedir (Nalçakan, 2018: 3).

1994 yılında, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), toplumda farkındalık yaratmak, tıp bilimi açısından Alzheimer hastalığının gelişimine yönelik tedavi edici gelişmelere teşvik ve ayrıca mevcut bakım imkânlarının iyileştirilmesi amacıyla 21 Eylül tarihi “Dünya Alzheimer Günü” olarak kabul edilmiştir (Öztürk, 2016). Araştırmalar, 2021 yılında yaklaşık 60 milyon demans hastası olacağı ve bu sayının 2030 yılında 46.8 milyona ulaşacağı 2050 yılında ise, 131.5 milyonu bulması beklendiği belirtilmektedir (Alzheimer’s Association, 1906). Dolayısıyla tasarım konusu, tüm dünyada önemli sağlık sorunlarından biri haline gelmiş ve uzmanlar tarafından gelecek içinde önemli sorunlar teşkil edeceği öngörülen güncelliğini ve önemini koruyan bir konu olan Alzheimer hastalığı olarak belirlenmiştir.

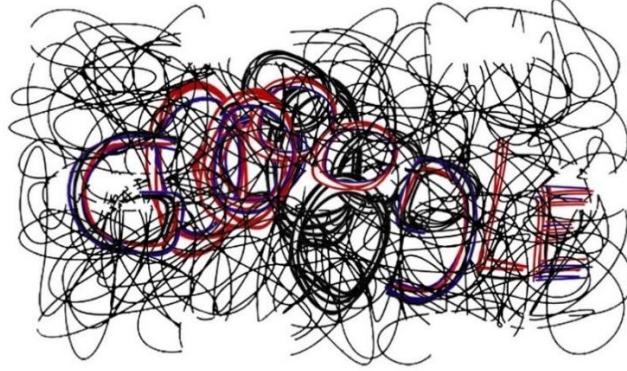
### 5.1. Sabit Google Doodle

Alzheimer hastaları yaptıkları bir eylemi unutmalarından dolayı, tekrarlama ihtiyacı duymaktadır. Bu durum sorulan sorunun yineleyerek sorması, yemek yediğini unutulmasıyla tekrar yemek yeme istemesi ve ilacını içtiğini unutarak tekrar ilaç alması gibi tehlikeli durumları doğurabilmektedir (Nalçakan, 2018: 3). Bu durumdan hareketle Şekil 3’te uygulama çalışmasında, Alzheimer hastalığı, tekrarlı dikey, yatay ve dairesel ve gelişmiş çizgi karalama çizgilerden oluşan tipografik harf tasarımları oluşturularak ifade edilmiştir. Tekrarlı çizgilerin kesişmesi ve tekrar zayıflaması ile bilgilerin hatırlanıp tekrar unutma hali yansıtılmıştır. Tekrarlı çizgi düzeni kırılarak karmaşık bir görüntü oluşturularak, Alzheimer hastaları için bazı durumların tehlikeli bir hal alabileceği farkındalığına varılması istenmiştir. Unutkanlığın verdiği değişken ruh hali çizgisel formlara kalın ve ince çizgiler kullanılarak ifade edilmiştir. Herhangi bir tedavisi mümkün olmaması şu an için Alzheimer hastaları ve hasta yakınlarının sonsuz bir döngünün içinde oldukları anlatılmak istenmiştir.

Beyindeki hücre bağlantıları gibi, bilgiler arası bağın kopmasıyla başlayan unutkanlık hastalığının en önemli belirtilerindendir. Bağlantıların kopması hikâyeler ve anıların içeriğinde bazı

bölümlerin unutulması ile başlamakta ve ilerleyen zamanlarda hatırlanamaz duruma gelebilmektedir. Örneğin, hastanın eşini tanımaması, yabancı biri olarak görmesi durumu bir süre sonra eşini olduğunu hatırlaması ve tekrar unutması, tanıdığı bir başka kişi ile karıştırması şeklinde devam edebilir (Barlas ve Nevin, 2008, s. 106-108). Sabit (statik) olarak tasarlanan Google Doodle logosu için çizgisel bir Google yazısı tasarlanmıştır. Tek bir hat ile yazılmış çizgisel Google tasarımı yerine tekrarlı çizgilere yer verilmiştir. Noktaların birleşmesi beyin hücrelerindeki bağlantıların kopması ve tekrar bütünlük sağlayamaması ya da bilgiler arası yanlış bağlantı kurulmasıyla oluşan soruna değinilmiştir (Şekil 3).

Şekil 3. Sabit Google Doodle Tasarımı



“Alzheimer Günü” konulu sabit Google Doodle için eğlenceli ve alt mesajlar içeren tasarım denenmiştir. Tasarım Alzheimer hastalığını ifade eden çeşitli doodle eskiz karalamalarından yola çıkılarak oluşturulmuştur. Google’ın ilk harfinde beyinde bulunan hücrelerin çeşitli sebeplerden dolayı değişiklikler meydana gelmesi sonucunda, Alzheimer hastalığının beyin kontrolünü eline alması durumu anlatılmak istenmiştir. Karakter hücre, Google’ın G harfini sırtladığı beyinde var olan bilgileri yok etme girişiminde bulunduğu anlatılmıştır. Beyin ise, kendindeki değişiklikleri fark etmeye başladığı için panik halinde kaçma durum hali ifade edilmiştir. Google yazısının genelinde bulunan siyah noktalar hastalığın yayılması bütün beyne sıçrama durumu anlatılmak istenmiştir. Google’ın ikinci ve üçüncü harfi olan “O” “O” ise, hikâyenin başkarakterleri olarak resmedilmiştir. Karakterlerin kıyafetleri Google harflerinin renklerine göre boyanmıştır. Sol tarafta Alzheimer hastalığı geçiren birey, sağ tarafta ise bakımını üstlenen bir bireyin karakteri oluşturulmuştur. Hastanın bakımı ile ilgilenen kişinin Alzheimer hastası bireyi devasa kalın ancak şefkatli, güçlü ve güven verici kollarıyla sıkıca sarıldığı görülmektedir. Alzheimer hastasının korumasız, saf ve çekingen yüz ifadesi ve fiziksel duruşuna yansıtılmış, bakımını üstlenen bireyin, hastamızı bir çocuk gibi koruyup, kolladığı hissettirmeye çalışılmıştır. Hastalığı ana karakteri hücrenin karakterlerimizi bir birine bağlaması hasta ve hasta yakınına birbirine bağımlı hal getirdiği durumu anlatılmıştır. Alzheimer hastalığı geçiren birey saçlarında beyin formundaki tokenin artık beyin yapması gereken işlevleri yerine getirmediği ifade edilirken hemen altına yerleştirilen renkli çiçekler hayatın her koşulda devam ettiği ve her zaman bir umudun olduğu vurgulanmak istenmiştir. Yine aynı şekilde hastanın bakımını üstlenen kişi olarak resmedilen karakterin saçlarında yer alan çiçekler, daha küçük ve yarım olarak resmedilmiştir. Devamlılık gösteren noktalar hastanın bir şeyi unutup tekrarlaması, bilgileri unutup tekrar hatırlaması gibi durum hali ifade edilmiştir. Google’ın son harfi olan “E” beyin yapısını değişikliğe yol açan hücrelerin hastayı ele geçirdiği yavaş yavaş ilerleyen bu hastalığın artık son evrelerine geldiğini gösterilmektedir. Uzmanlar sağlıklı beslenme, kitap okuma, bulmaca çözme, egzersiz yapma gibi aktivitelerin Alzheimer hastalığına yakalanma riskini düşürdüğünü ortaya koymaktadır. Bu yüzden hastalık genetik bir faktör yoksa beyin tembelleştirici durum ve hareketlerden kaçınmanın hastalığa yakalanma riskini düşürdüğüne dair bir umut olduğu ifade etmektedirler (Şekil 4).

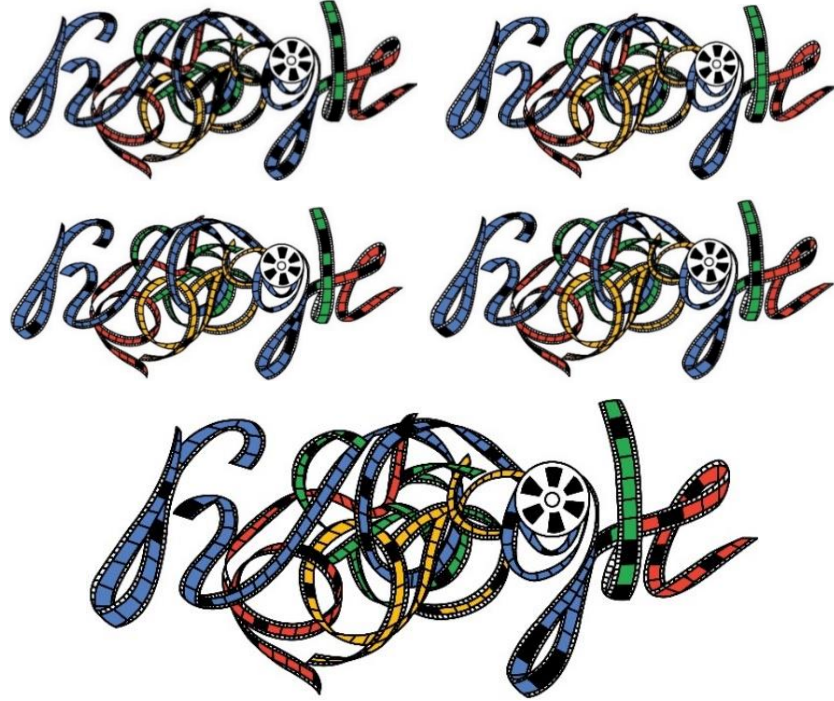
Şekil 4. Sabit Google Doodle Tasarımı



## 5.2. Hareketli Google Doodle Tasarımları

Fotoğrafların baskı ortamına aktarmak için makine içinde yer alan film ruloları haznesinden çıkarılarak karanlık odalarda çeşitli pozlama işlemlerinden geçmesi sonucunda fotoğraflar basılı hale gelmektedir. Bu işlemler sırasında yapılan hatalar ya da film rulusunun ışık görmesi sonucunda resimlerde yanmalar ve kararmalar meydana gelmekteydi. Bu tarz hatalar sonucunda hatıra amacıyla çekindiğimiz fotoğrafların bir kısmını kullanılamaz hale gelmekteydi. Bu durum Alzheimer hastalarının yaşadığı sorunlarla ilişkilendirilerek tasarıma aktarılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla anıların yer aldığı film şeritleri, baskı ortamına aktarılmasında yaşanan sorunlar anıların unutulması, karışmasına vurgu yaparken, siyah renklerle bilgilerin tamamen hafızadan silinmesi geçmişteki anı ve gelecek arasındaki köprünün kopması anlatılmak istenmiştir. Bellek (hafıza), geçmişi ya da anlık olarak deneyimlenen herhangi bir durumun depolanması ve hatırlanmak istemesi durumunda bilginin geri çağırılması sürecine yardımcı olmaktadır (Matsumoto, 2009, s. 303). Bu süreci konu alan tasarımda yer alan renkli bölümler ise, anıların hala taze, hastanın bilgilerde herhangi bir hasar veya unutulma söz konusu olmadığı dile getirilmek istenmiştir. Tasarımdaki siyah lekeler Google’ın son harflerine doğru yaşanan artış artık hastalığın ileri seviyeye ulaştığı, hastalık belirtilerinin üst seviyeye ulaştığı tasarıma yansıtılmaya çalışılmıştır. Bu durum Google yazısının “G” harfinde belirli bir düzende devam ederken, film şeridinden oluşturulan “o” ve “o” harfinde yaşanan kopmalar, bozulmalar ve karışıklık, Alzheimer hastasının anılar arası bağlantıları hatırlayamaması durumundan kaynaklı yaşadığı karmaşa ve kaos tasarımda ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu durum beyin hücreleri arasındaki bağlantılara benzetmek mümkündür. Google’ın “o” ve “o” harfinde yaşanan durum aslında hastalığın ilerleyişinin hızlanmasından kaynaklı beyinde yaşanan hasarlar kişinin yaşadığı duygu durumu tasarıma harflere aktarılmaya çalışılmıştır. Film rulusunun sarıldığı halka “g” harfiyle bütünlük sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Film rulosu ile ilişkilendirilerek tasarlanan “g” harfi anıların çıkış noktası, hikâyenin bütünü oluşturulan ana kaynağı olduğunu söylenebilir. Beyin içinde yaşanan karmaşanın sakinleştiği “g” harfi devamında gelen “l” ve “e” harfleri ile hasta için hayatın anlamsızlığı ve boşluk hissi durum hali anlatılmak istenmiştir (Şekil 5).

Şekil 5. Hareketli Google Doodle Tasarımı Ekran Görüntüleri.



Alzheimer hastalığı geçmişten günümüze sağlık sorunları arasında güncelliğini korumaktadır. Hastalığın kesin bir çözümü bulunamamakla birlikte ilerlemesini yavaşlatması adına kullanılan ilaçlar ile tedavi yöntemi gerçekleştirilmektedir. Sinsi bir şekilde çeşitli belirtilerle kendini gösterse de kişi bunu yorgunluk, dalgınlık, uykusuzluk gibi nedenlere bağlayabilmektedir. Örneğin, insanlar önemli tarihleri, buluşma saatlerini not defteri, not kâğıtları ya da küçük yapışkanlı kâğıtlara not etmektedirler. Ancak unutkanlık ileri boyutta bir hastalığa yani Alzheimer'a dönüştüğünde ise, alınan notlar git gide artmaktadır. Bu yöntem ileri seviye bir hasta için çözüm yolu olmaktan çıkmaktadır.

Hasta ve hasta bakımını üstlenen bireyin yaşamlarının büyük bir çoğunluğunu evde geçirmek durumunda kalmaktadır. Ev içerisinde hastanın günlük ihtiyacımız olan bilgileri unuttuğu noktada notlar hastanın hayatını bir nebze de olsa kolaylaştırmaktadır. Örneğin, ışığı düğmeye basarak aç, evin kapısını dolabın üzerinde bulunan anahtarla aç, suyunu iç, ilacımı iç gibi birtakım notlar ile Alzheimer hastasını yönlendirici ve hatırlatıcı kısa net bilgiler içeren not kâğıtları kullanılmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda Alzheimer konulu hareketli Google Doodle tasarımında oluşturulan kompozisyon Google'ın orijinal logosu üzerinde not kâğıtlarının düzenlemesi ile oluşturulmuştur. Her bir not kâğıdı Alzheimer hastasına bir ışık olduğu için renkli not kâğıtları kullanımı tercih edilmiştir. Doodle çalışmasında kâğıtların üzerine karalama şeklinde notlar ve bazı çizimler yerleştirilmiştir (Şekil 6).



Şekil 6. Hareketli Google Doodle Tasarımı Ekran Görüntüleri



### 5.3. Etkileşimli Google Doodle Tasarımları

Kullanıcının web sayfasını açtığı anda belirli belirsiz açık tonda bir Google yazısı karşılayacaktır. Harf içinde yer alan renklerin beyaz ve kahve ton aralığı seçilmesinin nedeni, Alzheimer hastasının bilgileri unutulması beyaz renk ile ifade edilmek istenirken, kullanılan kahve tonlar ise, bunalım, kargaşa, kaos ve belirsizliği temsil etmektedir. Google yazısını sarmalayan mor kurdele Alzheimer hastalığını ifade eden evrensel bir sembol kullanılmıştır. Mor kurdele ile “21 Eylül Dünya Alzheimer Günü” konusuna vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Kurdele, Google yazısının ilk harflerinde daha fazla dolanarak ve harfleri birbirine adeta bağlayarak bağımsız ve özgür bir biçimde kullanılmaya çalışılırken, diğer harflerde bağımlı bir tasarım ifade edilmiştir. Dolayısıyla tasarımda hastalığın başlangıcında bireyin kısmen özgürlüğü ve zamanla hastalığın ilerlemesiyle bakıma ve ilgiyi muhtaç haline gelme durumu anlatıma yansıtılmıştır.

Etkileşimli tasarım tekniği tasarlanan Google Doodle, kullanıcı mouse (fare) ile logonun üzerine yönelmesi ve tıklamasıyla tasarlanan logonun renk tonları daha belirgin bir duruma geçtiği gözlemlenecektir. Bu tasarımla kullanıcının hemen hemen her gün sorgulama yaptığı arama motorundaki renkli tasarımlar ve açık tonlarda bir Google yazısı ile hatıraların silinmesi ile ilişkili bir hastalık olmasına vurgu yapılarak kullanıcının dikkatini çekmek amaçlanmıştır. Açık tonda tasarlanan Google yazısının merak eden kullanıcı mouse (fare) ile üzerine gelip tıklayınca renklerinin netleşmesi ile aslında Alzheimer hastalarının unutulmaması, yok sayılmaması ile ilgili kullanıcıya sosyal mesaj verilmek suretiyle toplumda farkındalık yaratılmak istenmiştir. Açık tonda tasarımla kullanıcıyı karşılayan Google arama motoru, toplumun her bireyi bu hastaları yok saymalar bile aslında oradalar bir tık kadar uzağımızda oldukları noktasında mesaj gönderilmek istenmiştir.



Etkileşimli doodle tasarım tekniklerinden oyun ve tıklama/sürüklenme özelliklerinden yararlanılmıştır. Oyun tasarımı, (Github.com/WebDevSimplified/Mix-Or-Match) sitesinde yer alan kodlar Microsoft Visual Code programına aktarılarak üzerinde değişiklik ve düzenlemeler yapılarak oluşturulmuştur. Fare imleci ile Google logosu üzerine gelindiğinde 21 Eylül Dünya Alzheimer Günü bilgisi verilmektedir (Şekil 9). Logoya bir kere tıkladığında logo belirgin hale gelmekte (Şekil 7), (Şekil 8) ve bir saniye bekledikten sonra kullanıcıyı Alzheimer konulu web sitesi bağlantısına yönlendirmektedir. Kullanıcı ilgili sitelere tıklayarak veya videolar izleyerek konu hakkında bilgi edinilmesi sağlanmıştır.

Şekil 7. Etkileşimli Google Doodle Tasarımı, Opaklık Seviyesi Düşük.



Şekil 8. Etkileşimli Google Doodle Tasarımı, Opaklık Seviyesi %100.



Etkileşimli Google Doodle tasarım tekniklerinden oyun içeriğine sahip bir uygulama oluşturulmuştur. Logo tasarımında orijinal logo harflerinin kullanımının yanında “o” harfinden esinlenilip, eklemeler yapılarak kartlar üzerine yerleştirilmiştir. Oyunun ana teması olan hafıza kartları Google logosunun üzerine en etkili algılanacak şekilde yerleştirilmiştir. Kullanıcı tıklamaya yönlendirecek olan oynat (play) butonu logo üzerinde bulunmakla birlikte oynat butonu “Alzheimer Günü” temsilen mor renk kullanılmıştır (Şekil 10). Yer imlecini logonun üzerine sürükleyen kullanıcı “21 Eylül Dünya Alzheimer Günü” bilgi kutusuyla karşılaşmaktadır (Şekil 11). Günün anlam ve önemine dair kısa bir bilgi alan kullanıcı, oynat butonuna tıklayarak oyunu açabilmektedir. Toplam 16 kartın yer aldığı oyunda kullanıcıdan sekiz kartın eşlerini bulması beklenmektedir. Oyun kullanıcı butona tıkladığı anda sol üst köşede 100 saniyelik süre geriye doğru saymaya başlamaktadır. Kullanıcıdan 100 saniye içerisinde eşleştirmeyi tamamlanması gerekmektedir. Ayrıca sol üst köşede yer alan flips (açma) deneme sayısını göstermektedir. Oyun verilen süre içerisinde bitirilmediği takdirde sonlanmaktadır. Kullanıcının oyunu tekrar oynaması için yeniden başlat butonuna tıklaması gerekmektedir.

Şekil 9. “Alzheimer Günü” Konulu Google Doodle Tasarımı Hakkında Bilgi Kutusu.



Şekil 10. Etkileşimli Google Doodle Uygulaması Logo Tasarımı

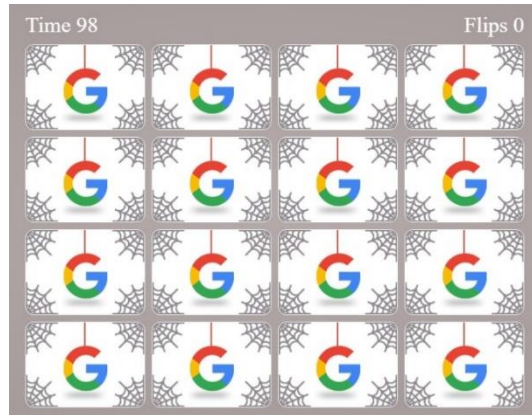


Şekil 11. “Alzheimer Günü” Konulu Google Doodle Tasarımı Hakkında Bilgi Kutusu.



Oyun kartlarının arka yüzü Google’ın baş harfinden oluşturduğu logo tasarımı kullanılmıştır. Logonun başına yerleştirilen düşey bir çizgi bulunmaktadır. Kullanıcı yer imlecini karta her götürüldüğünde logo aşağı-yukarı hareket etmekte ve kartın dört köşesinde bulunan desen de merkeze doğru yaklaşıp uzaklaşarak hareket etmektedir. Logo altına yerleştirilen gölge kullanıcı etkileşimine sahip hareket unsurunu daha da destekleyici hale getirmektedir. Kartın dört köşesine yerleştirilen desen ile 16 adet kartın yan yana dizilmesi sonucunda devamlılık sağlayan bir desen ortaya çıkmaktadır (Şekil 12).

Şekil 12. Etkileşimli Hafıza Oyunu Google Doodle Kart Tasarımları (Önyüzü).



Kartları eşleştirmeye çalışan kullanıcı, ilgili görsele her tıkladığında çevirme sesi efekti ile birlikte flips (açma) hanesi artış göstermektedir. Oyuna eklenen bu ses efekti kullanıcıda daha gerçekçi bir oyun deneyimi sağlaması amaçlanmıştır. Flips (açma), kaç hamlede oyunu bitirdiğine dair kullanıcıya skor sayısını vermektedir. Ayrıca oyun bitiminde bu durumu destekleyici ses efekti de oyunda mevcuttur. Oyunu tekrar oynamak isteyen kullanıcı butonuna tıklayarak suretiyle, uygulamayı sonsuz deneyimleme fırsatı bulunmakla beraber ayrıca her yeni oyunda açılışında kart sırası değişmektedir.

Kartların önyüzü mor ve beyaz renklerden oluşturulmuştur. Mor ve beyaz zemin renkleri üzerine “Alzheimer Günü” için hazırlanan çalışma, onları daha iyi anlamamızı sağlayarak kısa

kelime ve cümleler yerleştirilmiştir. Adobe After Effect programından yararlanılarak oluşturulan tipografiler anlamına da yansıtacak şekilde yakınlaşan, uzaklaşan, hareket halinde yanıp sönen, kaybolup ekrandan tekrar beliren, gölgeli yazı efektleri ve sonsuz bir döngü içinde tekrarlayan çeşitli yazılar oluşturulmuştur. Kartlarda kullanılan kelime ve cümleler “Beni unutma”, “Beni yalnız bırakma”, “Beni görmezden gelme”, “Unuturum”, “Bana hatırlat”, “Kaybolabilirim”, “Kaybolursam bilekliğin içine bak!”, “Tekrarlarım” ve “Çok soru sorarım” olmak üzere toplam sekiz adet kart tasarımı oluşturulmuştur. Tasarımda Alzheimer hastası olmayan bireyleri, Alzheimer hastaları ve hasta yakınlarını anlamaya yönelik kısa ve net mesajlar iletilmek istenmiştir. Her bir kartı açan kullanıcı uyarıcı yazılarla karşılaşmakta ve böylece beyine gönderilen sinyaller ile hafızada yer edinmek ve kullanıcıların Alzheimer hastaları ile empati kurması amaçlanmıştır.

“Beni unutma” ve “beni görmezden gelme” cümleleri ile önce ışık, gölge ve cümle içindeki kelimelerin tekrarına dayalı vurgu yapılırken, daha sonra cümle daha okunaklı bir şekilde kullanıcıya gösterilmektedir. Bu cümlelerle Alzheimer hastalarını yok saymamamız, unutmamamız gerektiği ve onları anlamamız gerektiği ile ilgili bilgiler verilerek toplumda farkındalık oluşturulmak istenmiştir. Bir diğer kelime kartımız olan “beni yalnız bırakma” cümlesi arkasına verilen titreyen gölge efekti hastanın yalnız kalmaktan korktuğu, yalnız kalması durumunda yaşamını tek başına idam ettiremeyeceği düşüncesi kullanıcıya hissettirilmek istenmiştir. “Bana hatırlat” kelime kartı ile Alzheimer hastalarının gün içinde yapması gerektiği şeylerin kâğıtlara not alınarak hastaya hatırlatılması ve her yapılan göreve bir tik atılması durumu anlatılmıştır. “Unuturum” kelime kartı ile kelimenin anlamına yönelik olarak bilgilerin kaybolarak hafızada karışıklığa yol açması durumu anlatılırken, hastalığın belirtileri tipografi tasarımına yansıtılmaya çalışılmıştır. “Kaybolabilirim” ve “Kaybolursam bilekliğimin içine bak!” ifadeleriyle ise, Alzheimer hastalarının kaybolması, bazen evin yolunu unutmaları veya habersiz bir şekilde tek başlarına dışarı çıkmaları durumunda başlarına gelmesi mümkün olduğu anlatılmak istenmiştir. Alzheimer hastalarının bilekliği, onların kimlik bilgilerinin, yakınlarının telefon numaralarının yer aldığından dolayı bu bilekliklerin hasta bireyler için hayati öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bundan dolayı, hafıza kartı oyununu oynayan hedef kitle, bu hastaların korunmaya muhtaç olduklarını ve yolunu kaybeden bir Alzheimer hastasıyla karşı karşıya kaldıklarında direk hastanın bilekliğine bakılması gerektiği yönünde bilgilendirme yapılmak istenmiştir. Bir diğer kelime kartımız “tekrarlarım” ifadesi sonsuz bir döngü içinde yazının tekrar etmesiyle oluşan bir tipografik tasarımdan oluşmaktadır. Alzheimer hastasının söylediği herhangi bir şeyi unutarak tekrar tekrar anlatması, bir kelimeyi defalarca söylemesi, yemek yediğini unutarak tekrar tekrar yemek yemesi şeklinde olacağı gibi ilaç içtiğini unutarak tekrar tekrar ilaç içmesi tehlikeli durumlara vurgu yapılmaya çalışılmıştır. Son olarak, “çok soru sorarım” kelime kartı ile Alzheimer hastasının tıpkı bir çocuk gibi merak içinde sorular sorma durumuna vurgu yapılmak istenmiştir. Bu durumda onları kırmadan, şefkatli ve koruyucu bir yaklaşımla sorularını kısa ve anlayabileceği bir şekilde sabırla cevaplandırmamız gerekmektedir (Şekil 13).

Şekil 13. Etkileşimli Hafıza Oyunu Google Doodle Kart Tasarımları (Arkayüzü).



### Sonuç ve Öneriler

Teknolojik gelişmeler her alanda olduğu gibi logo tasarımlarının ifade biçimlerini değiştirerek bambaşka noktalara varmasının yolunu açmıştır. Sosyal medya platformlarında hızlı bilgi akışı, akım ve trendler insanların yeni arayışlara girmesi ve durağan her türlü duruma duyarsızlaşmasına neden olmuştur. İletişim kanallarının teknolojik yeniliklere ayak uydurmasıyla birlikte artan mesaj yoğunluğu, yorgun ve dalgın izleyicinin dikkatini çekebilmek özellikle daha etkileyici ve heyecan uyandırıcı tasarımlarla mümkün olabilmektedir. Yaşanılan bu gelişmeler her alanda olduğu gibi kurumsal kimliğin en önemli ögesi olan logo tasarımlarını da etkilemiştir. Basılı mecralarda kullanılan görsel tasarımlar dijital iletişim kanallarının farklılaşmasıyla dijital ortamla uyumlu dinamik, hareketli, etkileşimli logo tasarımları, durağan logo tasarımlarının yerini almaya başlamıştır. Dolayısıyla markalar, günlük tüketilen özel logo tasarımları oluşturmakta bazı markalar ise, kurum kimliğini yansıtacak doğrultuda logosuna yenilikler getirerek marka imajını taze tutmaya çalışmaktadırlar. Dünyaca ünlü arama motoru olan Google markası da orijinal logosu üzerinde form, şekil, renk, tipografi gibi değişken unsurlar belirlenerek belirli oranda farklılık yarattığı gibi, değişkenlik sağlayacağı unsurlarda herhangi bir kısıtlama olmaksızın sınırsız bir şekilde logo versiyonları da oluşturmaktadır. Dolayısıyla dünyaca ünlü arama motoru şirketi, durağan ve değişmeyen logo tasarımları yerine, dünyadaki her ülke için günün anlam ve önemine yönelik Google Doodle tasarımları yapmaktadır.

Google Doodle tasarımlarının tarihsel sürecine bakıldığında, ilk yıllarda sabit tasarım tekniği kullanılarak doodle yapılırken, daha sonra hareketli ve etkileşimli tasarım tekniklerinden de yararlanılmaya başlanmıştır. 1998-2009 yılları arasında Google Doodle tasarımları sadece sabit doodle tekniği kullanılarak oluşturulmuştur. Tasarımlar tarihsel gelişim açısından, ilk tasarımlarda Google logosunda orijinal görüntüsü bozulmadan kullanılmasının yanında logoda deneysel tipografi tekniği kullanılarak kompozisyonlar oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Özellikle 1998-2009 yılları arasında yapılan doodle çalışmalarında tasarım fikri, kompozisyon, kullanılan tekniğin işlenmesi bakımından oldukça geri planda kalmış tasarımlar olduğu düşünülmektedir. Ancak 2010 yılı sonrasında yapılan tasarımlarda anlatım zenginliği ve farklı yaratıcı tasarımlar ortaya konulmaya başlanmıştır. Böylece Google Doodle tasarımları teknolojik gelişmeler doğrultusunda yıllara göre başarılı bir ivme kazanmıştır. Tasarımlar tekdüze, peş peşe tekrar hareketle oluşturulan, birbirine tekrar eden tasarım fikrinden uzaklaşarak dinamik, estetik, tasarım kaygısının ön planda olduğu bir anlayışına yönelmiştir. Google ilerleyen zamanlarda logo harflerinde renk yaratıcı deformasyonlarla harfin anatomik yapısı, uzantılar ve diğer harfler ile olan bağlantılarını, ilişkilerini zorlayan, logonun okunurluğu ve tanınabilirlik konusunda kaygı taşımadan özgün tasarımlar yapıldığı gözlemlenmiştir.

Google Doodle tasarım tekniklerine göre, 1998-2021 yılları arasındaki sabit, hareketli ve etkileşimli olmak üzere toplam 3982 doodle tasarımları incelenmiştir. Bu tasarımlarda kullanılan teknik/programlardaki etki kullanım dağılımı en çoktan en aza doğru sırasıyla, sabit, hareketli etkileşimli doodle gelişme göstermiştir. Etkileşimli tasarım tekniklerinde ise, en çok oyun ve video tasarımı tercih edilirken, en az slayt ve tıklama/sürükleme özelliğine sahip tasarım teknikleri kullanılmıştır. Yüzdeler oranına göre, Google Doodle tasarımlarının %75 oranla yarıdan fazlasını sabit doodle tasarımları oluşturmaktadır. En az yer verilen Google Doodle tasarım tekniği ise, etkileşimli doodle tekniklerinden tıklama / sürükleme özellikli ve slayt tekniği ile oluşturulurken, en çok oyun ve video özelliğine sahip tasarımlar yapıldığı görülmüştür.

Yıllara göre tasarım konuları ve tekniklere göre en belirgin artışlara bakıldığında, “Özel Günler” ve “Doğum Günü” konulu tasarımlarda düzenli artışlar olduğu görülmüştür. “Bağımsızlık Günü”, “Milli Günler ve Bayramlar” konulu tasarımlarda etkileşimli tasarım tekniğine yer verilmediği sonucuna varılmıştır. “Sosyal Mesaj” konulu hareketli doodle tasarımı 2019 yılına kadar hiç tasarım yapılmazken, 2020 ve 2021 yılında ise, en yüksek tasarım sayısına ulaşmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda en çok Google Doodle tasarımı 2018 yılında yapılırken, en az tasarım 1998 ve 1999 yıllarında yapılmıştır. Google Doodle tasarım tekniklerinden biri olan hareketli tasarım, sabit tasarımdan sonra Google tarafından en çok tercih edilen tasarım tekniği olmuştur. Dolayısıyla Google Doodle tasarım tekniklerinden en çok sabit doodle’a yer verilirken, konu olarak en çok “Doğum Günü” ile ilgili tasarımlar yapıldığı tespit edilmiştir. En az yer verilen konu ise, “Mevsimler ve Gökyüzü Olayları”, “Google Doodle Oyunlar”, “Sosyal Mesaj” içerikli konulardır.

Google’ın Doodle tasarımlarında “Sosyal Mesaj” içerikli ele aldığı konulara bakıldığında, sadece 2005 yılında “Dünya Su Günü” konusu ile ilgili doodle tasarlanırken, “Dünya Günü” ve Dünya Kadınlar Günü” konusu ile ilgili her yıl doodle yapıldığı görülmüştür. “Ağaç Dikme Günü” konusu yıllara göre belirli aralıklarla ele alınmıştır. 2020 yılından bu yana ise, “Covid- 19 Salgını” konulu doodle tasarımlarına yer verilmiştir. 1998-2019 yılları arasında “Sosyal Mesaj” konulu tasarımlarında yıllara göre, en fazla üç, en az bir tasarım ya da hiç tasarım yapılmamıştır. Google, “Sosyal Mesaj” içerikli tasarımları son iki yılda neredeyse iki katı bir artış yaşandığı gözlemlenmiştir. Bu artış “Sosyal Mesaj” içerikli konulardan biri olan “Covid - 19 Salgını” için tasarlanan farkındalık çalışmalarıyla kendini göstermiştir. “Sosyal Mesaj” içerikli konularda her ne kadar son yıllarda tasarım sayısında bir artış yaşanmış olsa da, Google’ın diğer konularına kıyasla toplumda farkındalık oluşturacak bu tarz konulara çok az yer verildiği sonucuna varılmıştır. Google’ın en çok ziyaret edilen arama motoru olması ve Google Doodle tasarımlarıyla dünyanın hemen hemen her kesimindeki bireye ulaşabilme gücüne sahip bir platform olması bakımından öneme sahiptir. Buna karşılık, toplumu bilinçlendirme ve sosyal farkındalık oluşturmak adına “Sosyal Mesaj” içerikli konulara tasarımlarında çok az yer verilmesi bakımından oldukça üzücüdür. Bundan dolayı araştırmanın uygulamasında yer verilen konu, toplumda farkındalık oluşturmak amacıyla “Sosyal Mesaj” verebilecek bir konu üzerinden seçilerek “21 Eylül Dünya Alzheimer Günü” olarak sınırlandırılmıştır.

Yapılan tasarımlar kullanıcıları kısa bir süre de günün anlam ve önemi hakkında bilgi edinmesi, empati kurması ve en önemlisi eğlenerek öğrenmesi ile Alzheimer özelinde toplumsal farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır. Alzheimer hastalarına ve hasta bakımını üstlenen bireylere moral olması adına çeşitli tasarımlar yapılmıştır. Tasarımlarda onlar bizleri unutsa da bizim onları unutmadığımızı yapılan tasarımlarla iletilmek istenmiştir. Bu tasarımlar ile aynı zamanda aile bireylerine ve hasta yakınlarına gönderilmek istenen mesaj ise, teknolojik gelişmeler doğrultusunda dünyadaki bilim insanlarının diğer önemli hastalıklarda olduğu gibi umut verici gelişmelerin yaşanacak olduğudur. Dolayısıyla uygulama aşamasında tasarlanan doodle’lar Google’a toplumda farkındalık oluşturmak amaçlı tasarımlara daha çok yer vermesi bakımından öneme sahiptir. Ayrıca “21 Eylül Dünya Alzheimer Günü” için tasarlanmış olan bazı çalışmalar Google’a öneri olarak sunulmuştur. Yapılan araştırma ile Google Doodle hakkında

elde edilen bilgilerin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca tasarlanan doodle’lar Google’ın web sitesinde yayınlaması amacıyla öneri niteliğinde olacaktır.

## Kaynakça

- Alzheimer’s Association. (1906). <https://www.alz.org/alzheimers-dementia/what-is-alzheimers> (Erişim tarihi: 01.02.2020).
- Alzheimer Vakfı (2006). *Alzheimer Hastalığı Destek Seti*. İstanbul: Alzheimer Vakfı Yayınları.
- Balaban, Y. & Çelik, İ. (2020). İnternet Başlangıcı ile Canlandırmada Yeni Anlatım Biçimleri; GIF ve Doodle Bağlamında Bir Araştırma. *Turkish Studies - Information Technologies and Applied Sciences*, 15(4), 417-430.
- Barlas, G. Ü., ve Nevin, O.(2008). Alzheimer Hastası ve Aileleri ile İletişim. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(4), 105-111.
- Baştan, S. (2009). *Kuramdan Uygulamaya Etkileşimli İletişim Tasarımı*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Bellenir, K. (2008). *Alzheimer Disease Sourcebook*. United States: Omnigraphics Inc.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y.S. (1998). *The landscape of qualitative research: Theories and issues*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Elali, L, Keiser, D. ve Odag, Ö. (2012). *Logomorphism and Liquid Logos: An Analysis of Google Doodles*, The Dialogue Imperative, Labcom: Portugal.
- Feder, B. (2006). *Gestalt Group Therapy: A Pratical Guide*. USA: CreateSpace Independent Publishing.
- Github, (2018). <https://github.com/WebDevSimplified/Mix-Or-Match> (Erişim tarihi: 18.03.2022).
- Google Doodle’s. (1998). <https://www.google.com/doodles> (Erişim tarihi:10.05.2023).
- Işık, A. T. (2017). *Demans (Bunama) – Bakıcı Tükenmişliği El Kitabı*. İzmir: Ortak Yayınları.
- Kara, M. (2016). Etkileşimli e-kitap uygulama tasarımı: Manas Destanı. Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Isparta.
- Lélis, C., ve Kreutz, E. A. (2019). Narrative dimensions for the design of contemporary visual identities, *International Association of Societies of Design Research Conference Design Revolutions 2019 (IASDR)*, Manchester.
- Matsumoto, D. (2009). *The Cambringe Dictionary of Psychology*. Newyork: Cambridge University Press.
- Nalçakan, Y. (2018). Derin öğrenme ile Alzheimer hastalığının teşhisi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi - Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Öztürk, Ş. (2016). <https://www.noroloji.org.tr/haber/195/dunya-alzheimer-gunu-saglikli-yaslanmak-hatiralarla-zenginlesmek-prof-dr-sere> (Erişim tarihi: 10.02.2022).
- Petterson, R. (2002). *Information Design: An Introduction*, John Benjamins Publishing Company. Amsterdam: John Benjamins Yayıncılık.
- Ryan, D. (2015). Google doodles: Evidence of how graphemes' colour, shape, size and position can interact to make writing multidimensional. *Writing Systems Research*, 7(1), 79-96.
- Sapet, K. (2012). *Google Founders: Larry Page And Sergey Brin (Business Leaders)*, Reynolds Incorporated. USA: Morgan Reynolds Publishing.

- Sharpe, J. (2017). *Doodle Art and Lettering with Joanne Sharpe: Inspiration and Techniques for Personal Expression*. Cincinnati, Ohio: North Light Books.
- Shmueli, B. (2017). Measuring the Effect of Cultural Adaptation on User Engagement: The Google Doodle Case. Master's Thesis. Taipei National University of the Arts, Çin Cumhuriyeti.
- Sims, R. (1999). Interactivity on stage: Strategies for learner- designer communication, *Australasian Journal of Educational Technology*. 15(3), 257-272.
- TDK. (1932). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 12.03.2022).
- Teker, U. (2009). *Grafik tasarım ve Reklam*. İstanbul: Yorum Sanat.
- Tunalı, İ. (1989). *Estetik*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Uzuntaş, H. ve Yazar, T. (2017). Dijital Çağdaki Yeni Eğilimler Bağlamında Yapılan Amblem/Logo Tasarım Trendleri, *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*. 2(2), 99-112.
- Vise, A. ve Malseed, M. (2006). *Google Hikâyesi* (çev. G. Köse). İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Yağmur, Ö. (2014). Minimal Sanatta Dan Flavin'i Gestalt Algı Kuramıyla Anlamlandırma. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*. Sayı 33, 149-161.

#### ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı:

Tarih:

No:

#### ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 60

2. yazar katkı oranı : % 40