

## PORTFOLYO TASARIM SÜRECİ AŞAMALARINA YÖNELİK BİR ÖNERİ

•Doç. Müge Caferoğlu\*

### ÖZET

Tasarımcılar, portfolyolarını genellikle mesleki yeterliklerini görünür kılmak, yaratıcı üretimlerini sergilemek ve kariyer olanaklarını geliştirmek amacıyla bir sunum aracı olarak oluştururlar. Grafik tasarımcıların portfolyo oluşturma sürecine başlamadan önce, hedeflerini netleştiren ve tasarım aşamalarını planlama olanağı sağlayan bir yol haritasına ihtiyaç duydukları düşünülmektedir. Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak doküman inceleme yöntemi kullanılmış olup, portfolyonun tanımı ve önemi, portfolyo düzenleme stratejileri ve süreci, portfolyo tasarımında dikkat edilmesi gereken temel unsurlar hakkında literatür taraması yapılmıştır. Bu araştırma, tasarımcıların çalışmalarını etkili bir biçimde sunmalarına yönelik portfolyo oluşturma süreçlerine rehberlik etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, portfolyo tasarım süreci aşamalarına yönelik bir öneri sunmaktadır. Portfolyo tasarım süreci: öz değerlendirme, amaç ve hedef kitle belirleme, portfolyo türüne karar verme, özgeçmiş hazırlama, iş seçimi ve düzenlenmesi, ana konsepti oluşturma ve portfolyo sunumu olarak yedi başlık altında incelenmiştir. Bu bağlamda, çalışmada önerilen portfolyo tasarım sürecinin, tasarımcıların mesleki yeterliklerini sistemli ve etkili bir biçimde yansıtan, hedef odaklı ve nitelikli portfolyolar geliştirmelerine katkı sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Portfolyo, Grafik Tasarım, Tasarım, Sunum.

\* Bursa Uludağ Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü, mcaferoglu@uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1224-5721

## A SUGGESTION FOR THE STAGES OF THE PORTFOLIO DESIGN PROCESS

•Assoc. Prof. Müge Caferoğlu\*

### ABSTRACT

*Designers often create their portfolios as a presentation tool to make their professional competencies visible, to showcase their creative production and to enhance their career prospects. It is thought that graphic designers need a road map that clarifies their goals and enables them to plan the design stages before starting the portfolio creation process. In this study, the document analysis method was used as a data collection tool and a literature review was conducted on the definition and importance of the portfolio, portfolio organization strategies and process and the basic elements that should be considered in portfolio design. This research aims to provide guidance for designers in effectively presenting their work through the portfolio development process. The research offers suggestions for the stages of the portfolio design process. The portfolio design process is examined under seven main headings: self-assessment, determining the purpose and target audience, deciding on the portfolio type, preparing a résumé, selecting and organizing works, creating the main concept and presenting the portfolio. In this context, it was concluded that the portfolio design process proposed in this study will contribute to the development of goal-oriented and qualified portfolios that systematically and effectively reflect the professional competencies of designers.*

**Keywords:** Portfolio, Graphic Design, Design, Presentation.

\* Bursa Uludağ University Faculty of Fine Arts Graphic Design Department, mcaferoglu@uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1224-5721

## 1. GİRİŞ

Portfolyo, bir tasarımcının yeteneklerini, hedeflerini ve görsel tasarım kimliğini içeren, belirli bir konsept çerçevesinde özenle ve anlaşılır bir şekilde hazırlanmış önemli bir tanıtım aracıdır. Portfolyo, grafik tasarımcının ve diğer tüm tasarım alanlarında tasarımcıların hem kariyerlerinin başlangıcında hem de bir zaman içinde birikmiş çalışmalarını sergileyen bir ortam olma işlevi görmektedir. Geleneksel portfolyolar, genellikle fiziksel formda, dosyalar ve klasörler içinde sunulurken, dijital portfolyolar teknolojinin sunduğu esneklikle çok daha farklı ve yaratıcı bir şekilde sunulmaktadır.

Portfolyo tasarımı, tasarımcının mesleki performansını, kişisel gelişimini ve kariyer başarısını sistematik ve bütüncül bir yaklaşımla yansıtmayı amaçlayan, ilgili çalışmaların bilinçli ve seçici biçimde derlenmesi sürecidir. Mümkün olduğu ölçüde özel ve seçkin işlerin tercih edilerek, sıralı şekilde içeriğe eklenmesi sonucunda elde edilen portfolyo belgesi, kişinin mevcut becerilerinin ve gelecekteki performansının kanıtıdır (Yum, 2020, s.18). Tasarımcının portfolyo hazırlama sürecinde odaklanması gereken en temel unsurlardan biri, mesleki kimliğini özgün ve tutarlı bir biçimde yansıtacak güçlü bir konsept geliştirme çabası olmalıdır. Bu konsept, tasarımcının yaratıcı vizyonunu ve profesyonel duruşunu açıkça ortaya koyarak, portfolyonun hem estetik hem de işlevsel açıdan tutarlılığını sağlamalıdır. Bu bağlamda, portfolyo tasarımı da yalnızca görsel bir sunum değil, aynı zamanda tasarımcının problem çözme yaklaşımını, düşünsel süreçlerini ve anlatı kurma becerisini yansıtan bütünsel bir iletişim aracı olarak değerlendirilebilir.

Tasarım sürecinde anlatı, çeşitli parçalardan oluşan bir yapıdadır; bu parçaların hangilerinin seçileceği ve nasıl düzenleneceği ise sunumu gerçekleştiren tasarımcının sorumluluğundadır. Tasarımcı, bu unsurları hedef kitlenin ilgisini çekecek ve anlamlı bulacağı şekilde yapılandırmalıdır. Aristoteles, bir oyunun ya da anlatının temel olarak iki ana bölümden oluştuğunu belirtir: “düğüm” ve “çözüm”. Bu yaklaşım, tasarım sunumuna da uyarlanabilir. Tasarım bağlamında bu iki bölüm; tasarımcıya sunulan problem ve bu problemin nasıl çözüldüğünü ortaya koyan tasarım süreci olarak değerlendirilebilir. Tasarımcının, yürüttüğü süreci bir anlatı olarak kurgularken “düğüm” ve “çözüm” ekseninde ele alması, sunumun etkileyciliğini ve izleyiciyle kurduğu etkileşimi artırır. Bu doğrultuda tasarımcının kendisine şu soruları sorması gerekir: Problem nedir? Hangi öngörülerde bulundum? Bu problemi nasıl çözüme ulaştırdım? Ardından, bu unsurların nasıl bir araya gelerek çözümü oluşturduğunu açıklayan bütüncül bir yolculuk şeklinde süreci sunmalıdır (Nottingham ve Stout, 2021: 51). Portfolyo tasarımı, grafik tasarımcının kendini tanıtmaya ihtiyacından doğan ve çözüm arayışlarını içeren bir süreç olarak değerlendirilebilir. Bu süreç, tasarımcının diğer projelerdeki düşünme biçimini, kullandığı yöntemleri ve karşılaştığı sorunlara ürettiği çözümleri bütüncül ve somut bir biçimde ortaya koyar.

Bu araştırmada, nitel bir yaklaşımla literatür tarama ve doküman inceleme yöntemi kullanılarak bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, portfolyonun tanımı ve önemi, portfolyo düzenleme stratejileri ve süreci, portfolyo tasarımında dikkat edilmesi gereken temel unsurlara dair ulusal ve uluslararası akademik kaynaklar, sanat yazıları ve tasarımcılara ait web siteleri incelenmiştir. Portfolyo tasarımlarına ilişkin görsel materyaller ve metinler tasarımcılara ait web siteleri, çevrimiçi portfolyo siteleri ve çeşitli kitap kaynaklarından elde edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiş; tasarımcıların portfolyo tasarımında kullandıkları ifade biçimleri üzerinden yorumlanmıştır. Araştırmada “Bir portfolyo tasarım sürecine başlarken tasarımcının izlemesi gereken yol haritası nasıl olmalıdır?” sorusuyla yola çıkılarak şu sorulara cevap vermeye çalışılmıştır. Portfolyo tasarımında öz değerlendirme nasıl yapılır? Portfolyo tasarımında amaç nasıl belirlenir ve hedef kitlenin ilgisini çekmek için portfolyo nasıl düzenlenmelidir? Portfolyo türleri nelerdir ve karar verme aşamasını hangi etmenler belirler? Portfolyo tasarımında özgeçmiş nasıl hazırlanmalıdır? Portfolyo tasarımında, sunulan çalışmaların seçilmesi, sıralaması ve düzenlenmesi nasıl yapılmalıdır? Portfolyo tasarımında ana konsept oluşturulurken nelere dikkat edilmelidir? Portfolyo sunumu nasıl olmalıdır? Araştırmada bu sorulara yanıt aranırken, grafik tasarımcıların portfolyo tasarım sürecine başlangıç aşamasında takip etmeleri gereken sistematik adımlar belirlenmiş ve sürecin etkin planlanması ile yönetilmesine yönelik aşamalı ve bütüncül bir tasarım süreci önerisi geliştirilmiştir.

## 2. PORTFOLYONUN TANIMI VE ÖNEMİ

Portfolyo kavramı, tasarım alanında hem tarihsel kökenleri hem de işlevsel boyutları açısından farklı disiplinler ve akademisyenler tarafından çeşitli açılardan tanımlanmakta ve yorumlanmaktadır. Bu bağlamda, literatürde portfolyonun kökeni, tasarımcının mesleki sunumundaki önemi ve içerik düzenleme stratejileri üzerine ortaya konan farklı görüşler aşağıda incelenmiştir.

Demir (2022), portfolyonun kelime kökeninin, 18. yüzyılda kullanılan İtalyanca portafoglio'den, yani “taşımak” ve “sayfa” kelimelerinin birleşiminden geldiğini söylemektedir. Paula Scher'den yeni mezun bir öğrenciye kadar dünyada her tasarımcının kişisel markalaşma sürecinde portfolyoya ihtiyaç duyduğunu belirten Demir, portfolyo, onu inceleyen hedef kitleye (işveren, potansiyel müşteri ya da işveren, jüri üyesi) tasarımcının yaptıklarını ve yapabileceklerini anlattığı bir ortam olduğunu vurgulamaktadır.

Ambrose ve Harris (2012), bir tasarımcının ürettiği en iyi çalışmaların bir seçkisi olan portfolyonun, tasarımcının hüner ve kabiliyetlerini müşteri adaylarına tanıtmak

amacıyla kullanıldığını ve bir portfolyonun etkisinin, sunuş biçimine ve sergilenen işle-  
rin seçimine bağlı olduğunu belirtir. Wigan (2019), portfolyoyu; tasarımcının çalışmalarını sergileyen ve müşterinin dikkatini çekmeye yönelik, sürekli olarak güncellenen  
görsel seçkisi olarak tanımlamaktadır. Wigan, anlatı akışına uygun ilerleyen ve müşteri-  
lerin dikkatini çekecek belirli çalışmaların seçilerek düzenlenmesinin önemli bir süreç  
olduğunu belirtmektedir. Nottingham ve Stout (2021) ise portfolyoyu, dikkatlice küra-  
törlüğü yapılmış ve tasarımcının becerisini en iyi şekilde temsil etmek için düzenlenmiş,  
tasarımcının çalışmalarının bir koleksiyonu olarak tanımlamakta ve portfolyoların tasa-  
rımcıların potansiyel işverenlere ne yapabileceklerini gösterebilecekleri tek yol oldu-  
ğunu belirtmektedir.

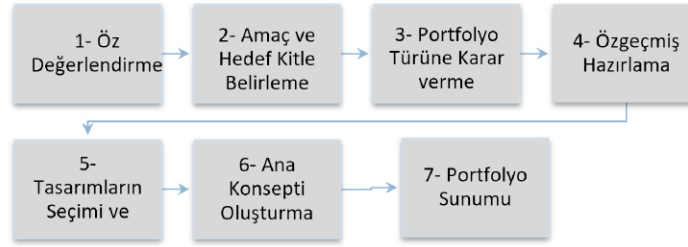
Portfolyo, bir tasarımcının kariyer yolculuğu için tasarım alanındaki tüm yeteneklerini  
kendine özgü bakış açısıyla ortaya koyduğu bir belge niteliği taşımaktadır. Tasarımcılar,  
projelere kendi özgün bakış açıları ve yöntemleri doğrultusunda yaklaşmakta; bu bi-  
reysel yaklaşımlar, portfolyolarda tasarımcının ayırt edici niteliğini ortaya koymaktadır.  
Özetle, portfolyo; tasarımcının problem çözme yaklaşımını, tasarım felsefesini ve biçim-  
sel tercihlerini yansıtan, mesleki kimliğini en etkili biçimde ortaya koyan bütünlüklü bir  
seçki olarak tanımlanabilir.

Bir tasarımcıyı en çok zorlayan noktalardan birinin, kendi için ve kendini anlatacak bir  
tasarım yapmak olduğunu vurgulayan Demir (2022), her portfolyonun, o tasarımcının  
karakterini ve görsel dilini yansıtan bir tasarım tarzına sahip olması gerektiğini belirt-  
mektedir. Yum (2020), tasarım portfolyosunun tasarımcının hem kişisel hem de profes-  
yonel çalışmalarını pratik bir formatta derlemesinden oluştuğunu belirtmektedir. Yum,  
portfolyolarda kullanılan renklerin birlikteliğinin, estetik tipografinin, düzenli akışın ve  
yüksek kaliteli görsellerin yardımıyla gelecekteki müşterileri veya işverenleri ikna etme-  
nin yanı sıra sunulan özgün projelerle, birçok kişiden ayrışmayı sağlayan kişisel marka  
belgeleri olduğunu vurgulamaktadır.

Tasarım öğrencilerinin istihdama dönüşüm yolculuğunda, neyi teslim etmeleri, neyi  
bilmeleri ve neye sahip olmaları gerektiğini ayırt edemedikleri takdirde belirsizleşebi-  
bilir. Bu bağlamda, mezunların profesyonel kariyerlerine başlamaları için hazırlanmaları,  
işverenler tarafından şirketlerine uyum sağlamak için ilan edilen profesyonel nitelikleri  
sergileyen iyi belgelenmiş ve organize edilmiş basılı portfolyo veya dijital portfolyo ge-  
rektirir (Zakaria vd., 2021: 3). Tasarım öğrencilerinin kariyerlerine doğru bir başlangıç  
yapabilmesi için, hem hangi becerilere sahip olduklarını hem de profesyonel iş dünya-  
sında ne tür niteliklere ihtiyaç duyduklarını açıkça belirtmeleri önemlidir.

### 3. PORTFOLYO TASARIM SÜRECİ

Portfolyo tasarım süreci, genellikle başlangıç aşamasında nasıl bir yol izleneceğine dair belirsizlikler içeren karmaşık bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte tasarımcılar için rehber niteliğinde bir çerçeve sunmak amacıyla, Görsel 1’de belirtilen tasarım süreci şeması önerilmektedir. Bu öneride portfolyo tasarım süreci, tasarımcının öz değerlendirme yapmasıyla başlar. Ardından amaç ve hedef kitleyi belirlemek, portfolyonun içeriğini ve sunum şeklini doğrudan etkiler. Üçüncü adımda, tasarımcı portfolyonun türüne karar vererek, çalışmalarını nasıl sunulacağını planlar. Özgeçmiş hazırlamak, tasarımcının profesyonel geçmişini ve becerilerini özetlerken, portfolyoda sergilenecek işleri seçmek ve düzenlemek, izleyicilerin en iyi seçilmiş çalışmalarını akıcı bir şekilde yer almasını kapsamaktadır. Ana konsepti oluşturmak, portfolyonun tutarlı bir tema ve stile sahip olmasını sağlar. Portfolyoyu etkili bir şekilde sunmak, izleyiciler üzerinde kalıcı bir etki bırakır ve tasarımcının profesyonel hedeflerine yardımcı olur.



Görsel 1. Portfolyo tasarım süreci stratejisi

#### 3.1. Öz Değerlendirme

Öz değerlendirme, tasarımcının becerileri, ihtiyaçları ve hedefleri hakkında daha derinlemesine düşünmesini sağlamak için önemli bir araçtır. Öz değerlendirme, tasarımcının güçlü yönlerini ve gelişim alanlarını daha iyi analiz etmesine olanak tanır ve böylece kariyer hedeflerine ulaşabilmesi için stratejik adımlar atmasına yardımcı olur. Bu değerlendirme süreci, uygun bir portfolyo oluşturulmasına katkı sağlamakla birlikte, tasarımcının bir mülakatta kendi yetkinlikleri ve projeleri hakkında etkili bir şekilde iletişim kurma yeteneğini de geliştirir.

Demir (2022), portfolyo tasarımında doğru yol haritasını oluşturabilmek için tasarımcının kendine belirtilen on temel soruyu sorabileceğini ve bu temel soruların cevaplarının tasarımın başlangıç aşamasında yönlendirici olacağını belirtmiştir: Ben kimim? Ben nasıl bir tasarımcıyım? Beni nasıl bir tasarım dili ifade eder? Hangi kavramlar beni yansıtır? Hangi renk skalası beni ifade eder? Hangi fontlar beni ifade eder? Bu portfolyomu nasıl bir hedef kitle inceleyecek? Portfolyomu kime sunacağım? Bu anlamda odak

noktam ve sınırlarım ne? Portfolyomu akademik bir jüri için mi yoksa profesyonel bir iş görüşmesi odaklı mı hazırlamalıyım? Yurtiçinde ve yurtdışında da sunuşlarda kullanacak mıyım? Kaç farklı dilde hazırlamalıyım? Uzmanlaştığım özel bir alan var mı? Bu özel alan için bir portfolyo geliştirmeli miyim? Ya da bu özel alan için geniş bir bölüm mü ayırmalıyım? (Demir, 2022: 15). Bu sorulara tasarımcı, üzerinde düşünerek objektif olarak yanıt aramalıdır. Öz değerlendirme, portfolyo tasarım sürecinde yol gösterici olup, tasarımcıya bütüncül bir bakış açısı sunabilir.

Myers (2009), öz değerlendirmenin tasarımcının kendinde gördüğü veya başkalarının onda gördüğü özellikleri ortaya çıkartacağını belirtmektedir. Yazar, tasarımcının mümkün olduğunca gerçekçi ve dürüst olmaya çalışmasını ve hemen yapılabilecek bazı değişiklikler olduğunu, diğer değişikliklerin ise uygulanması için biraz pratik ve başkalarından yardım gerektirebileceğini kabul edilmesi gerektiğini belirterek şu soruları önermektedir: Ne yapmak istediğinize dair net bir fikriniz var mı? Hangi büyüklükte bir şirkette çalışmak istediğinizi biliyor musunuz? Bölgenizde iş büyümesi olasılığı nedir? Alanınızda herhangi bir özel eğilimin farkında mısınız? Teknoloji bilginiz size rekabet avantajı sağlıyor mu? Nasıl? Ek eğitim, istediğiniz işi bulmanıza yardımcı olur mu? Taşınmak iş beklentilerinizi artırır mı? Alandaki bilginizi geliştirmede hangi engellerle karşılaşıyorsunuz? Myers'in öz değerlendirme soruları daha çok kariyer odaklı olup, hedef kitleyi belirleme ve kişinin alanında kendini değerlendirmesine yönlendiren sorulardır. Bu sorular, Demir'in ayrıntılı sorularına eklenerek kapsamlı bir öz değerlendirme sonucuna ulaşılabilir. Bazı kaynaklarda çok daha kapsamlı öz değerlendirme formlarına ulaşmak mümkündür. Tasarımcının portfolyosunu oluştururken, öz değerlendirme yaparak kendini ve tasarım yaklaşımını ortaya koyması önemlidir.

### 3.2. Portfolyo Tasarımında Amaç ve Hedef Kitle Belirleme

Portfolyo, içeriği ve amacı bakımından tasarımcının kariyer aşamasına ve profesyonel hedeflerine göre farklı işlevler üstlenir. Öğrenciler açısından portfolyo, öğrenme sürecinde kendini tanıma, yetkinliklerini geliştirme ve mesleki kimliğini inşa etme aracı olarak değerlendirilebilir. Kariyerinin başında olan bireyler için ise, meslek alanında gerçekleştirdikleri denemeleri ve bu süreçte gösterdikleri gelişimi ortaya koyan bir belgeleme ve ifade ortamı işlevi görür. Kariyerlerinde belirli bir olgunluk düzeyine ulaşmış profesyonel tasarımcılar, portfolyolarını; gerçekleştirdikleri projeleri, elde ettikleri mesleki başarıları ve yayımladıkları çalışmalarını sistemli bir biçimde sunmak amacıyla kullanmaktadırlar. Profesyonel tasarımcıların portfolyoları, genellikle tasarımcının yeteneklerini ve tasarım yaklaşımını göstermek için daha özenle seçilmiş, tamamlanmış ve başarılı işlerden oluşur.

Tasarımcı kendi kendini tanıtmaya yaklaşımını belirlerken, öncelikle portfolyo aracılığıyla neyi amaçladığını netleştirmelidir. Genel olarak portfolyo kullanımının temel amacı, yeni iş fırsatları elde etmek ve sürdürülebilir bir iş akışı oluşturmaktır. Alınan işlerin büyük bir kısmının, düzenli müşterilere dönüşen ve tasarımcıya tekrar iş veren kişilerden gelmesi idealdir. Ancak, tasarımcı tanıtımını nasıl yapacağına karar vermeden önce, tam olarak kime hitap ettiğini belirlemesi gerekir (Reese, 2008: 102). Portfolyo aracılığıyla kariyer planlaması yapmayı tercih eden bir grafik tasarımcının, mesleki alandaki farklı uzmanlık alanlarına hakim olması, bu alanlardaki beceri ve yetkinliklerini nasıl geliştireceğini araştırması önemlidir. Bu bağlamda, tasarımcının pazarlama, dijital medya ve görsel iletişim gibi alanlardaki sektörel gelişmeleri takip etmesi ve güncel trendler hakkında bilgi sahibi olması önemlidir.

### 3.3. Portfolyo Türüne Karar verme

Bir önceki aşamada belirlenen amaç ve hedef kitle seçimi portfolyo tasarım sürecine yön vermektedir. Bu doğrultuda, portfolyonun basılı biçimde mi yoksa dijital formatta mı sunulacağına; yani somutluk ve taşınabilirlik gibi avantajlara mı, yoksa interaktiflik ve geniş erişilebilirlik gibi olanaklara mı öncelik verileceğine karar verilir. Dolayısıyla, belirlenen amaçlar ve hedefler, yalnızca görsel tasarımın biçimini değil, aynı zamanda içeriğin en etkili şekilde hangi platformlarda sunulacağını da belirler.

Portfolyo, uzun zamandır kendi başına bir proje olmuştur ve tasarımcıların kariyer hedeflerine ilerlerken kendini tanıtmaya aracı olarak gördükleri için üzerinde çok fazla düşündükleri bir şeydir (Scolere, 2019, s: 1895). Fiziksel olarak basılmış portfolyolar, profesyonelce ciltlenmiş kitaplardır ve sunulan çalışmaları, dokunsal ve uygulamalı bir biçimde temsil eden kişisel ve önemli parçaları içermektedir (Yum, 2020: 58). Kelly (2020), grafik tasarımda, üretilen işlerin büyük bir kısmının fiziksel parçalardan oluştuğunu ve bu parçaların genellikle etkileşimli ve dokunsal olduklarını belirtmektedir. Kelly, grafik tasarım alanında kurgu ve işçilik gibi becerilerin sergilenmesi açısından fiziksel parçaların hazırlanmasında ustalaşmanın önemine vurgu yapmaktadır. Ayrıca, fiziksel portfolyoların potansiyel işverenlere bu becerileri göstermek için dijital portfolyolardan daha etkili bir araç olduğunu ifade etmektedir. (Kelly, 2020: 1).



Görsel 2. Troy Menard Portfolyo Tasarımı (Klo Portfolios, t.y.)

Görsel 2’de tasarımcı Troy Menard’ın özel kılıfıyla birlikte tasarlayıp üretmiş olduğu basılı bir portfolyo örneği yer almaktadır. Portfolyo tasarımında ağırlıklı olarak kullanılan siyah ve gri tonları, modern ve estetik bir görüntü sunarken, portfolyonun kurumsal bir hedef kitleye yönelik tasarlandığını düşündürmektedir. Kullanılan malzemenin kalitesi, sunulan içeriğe verilen önemi ve profesyonel yaklaşımı yansıtmaktadır. ‘Troy Menard’ isminin hem kapakta hem de iç dosya kısmında yinelenmesi, bireysel markalaşma stratejisinin bir unsuru olarak algılanabilir ve hedef kitlenin zihninde kalıcılık oluşturmak için etkili bir yöntem olabilir.



**Görsel 3.** Raul Pasco Portfolyo Tasarımı (Gendelman, 2025)

Gendelman, portfolyoda yer alan tasarımlar hakkında bir hikâye anlatıldığında, izleyicide beklenmedik ve şaşırtıcı bir etki yaratarak, bu tasarımların daha akılda kalıcı olabileceğini ifade etmektedir (Gendelman, 2025). Görsel 3’te yer alan tasarımcı Raul Pasco’nun sarı rengin hakim olduğu portfolyosu dışarıdan bakıldığında sade bir izlenim uyandırmaktadır. Ancak, izleyiciler portfolyoyu incelediklerinde üç boyutlu pop-up bir robotla karşılaşarak beklenmedik bir deneyim yaşarlar. Potansiyel müşterilerin ve işverenlerin belleğinde kalan asıl unsur, bu türden spontane ve etkileşimli öğelerdir. Basılı portfolyoları özgün kılan bu tür tasarım unsurları, izleyicinin zihninde daha kalıcı bir etki bırakmaktadır.



Görsel 4. Alper Yıldırım Portfolyo Tasarımı (Gendelman, 2025)

Portfolyo tasarımı, çalışmalarını etkili bir şekilde sunabildiği sürece farklı biçimlerde olabilir. Bu nedenle portfolyonun yapısı, tasarımcının üretim tarzına ve ifade biçimine uyum sağlamalıdır. Basılı bir portfolyo tasarımcının düşüncelerini ve sanatsal kimliğini yansıtan bir biçimde hazırlanmalıdır. (Gendelman, 2025). Görsel 4'te yer alan tasarımcı Alper Yıldırım'ın portfolyosu, klasik kitap tarzı bir formdan uzak büyük boyutlu tek bir kağıt üzerinde katlama yöntemiyle tasarlanmıştır. Mimar olan Yıldırım'ın bu sunum biçimini tercih etmesi, müşterilerinin genellikle planlar, çizimler gibi büyük formatlı basılı materyallerle çalışma alışkanlıkları dikkate alındığında, mesleki pratiğiyle uyumlu ve anlamlı bir tercih olmuştur.

Baron (2010), portfolyo beklentilerinin, tasarımcının göstermeyi planladığı işin niteliğine ve onu kimin görmesini istediğine bağlı olarak değişeceğini belirtmektedir. Baron, dijital portfolyoların yaygın olduğu mesleklerde bile bazı işverenler veya müşterilerin, dijital versiyona ek olarak basılı çalışmalarını görmek isteyebileceklerini vurgulamaktadır. Ayrıca, galeriler ve okul başvurularında geleneksel portfolyolara hâlâ ihtiyaç duyulabileceğini belirtmektedir. Basılı portfolyolar önemini kaybetmeyecek ve her zaman geçerliliğini sürdürecektir. Özenle hazırlanmış basılı bir portfolyo, sadece geleneksel sunumlarda değil, aynı zamanda dijital ortamlar, web tasarımı ve diğer görsel iletişim platformlarında kullanılacak çalışmalar için de önemli bir rehber işlevi görme potansiyeli taşır.

Basılı portfolyoda tasarımcının kişisel markasını oluşturabilmek için öncelikle etkili bir iletişim stratejisi ve içerik geliştirilmesi, ardından bu stratejiye uygun grafik tasarımlar hazırlanması önemlidir. Sosyal medya portfolyolarında uygulamalar, hedef kitleyi daha dar bir şekilde belirleme ve seçme imkanı sunar (Kaptan, 2021: 333). Web portfolyolarında hedef kitle genellikle belirsizdir, çünkü içerik geniş bir kullanıcı kitlesine hitap edebilir.

Basılı portfolyoların aksine PDF portfolyoların güncellenmesi ve belirli bir hedef kitleye göre düzenlenmesi veya uyarlaması oldukça kolaydır. PDF portfolyolar, e-posta veya dosya paylaşımı yoluyla dağıtımı etkin erişim ve dağıtım imkânı sunar. Ekonomik açıdan maliyeti bulunmayan dijital portfolyolar, depolama, yıpranma ve baskı süreçlerinde karşılaşılabilecek sorunların yaşanmasını önlemektedir (Yum, 2020: 62). Görsel 5’te Naomi Umezu’nun dijital tasarım portfolyosu yer almaktadır. Tasarımcının hem dijital portfolyo tasarımı hem de web tasarımı hepsi ortak bir tema ve renk paletiyle konsept halinde birlik yaratarak dikkatlice düzenlenmiştir. “PORTFOLIO 2019/2020” ibaresi, kronolojik bir çerçeve sunarak seçtiği projelerin zaman dilimini netleştirmektedir. Kullanılan kısaltmalar (AI, PS, ID, PR, 3D, AE), tasarımcının kullanmakta olduğu yazılımlardaki yeterlik becerilerini temsil etmektedir. Tasarımcının çeşitli disiplinlerde gerçekleştirdiği çalışmalarında illüstrasyon alanında uzmanlaştığı gözlemlenmektedir.



Görsel 5. Naomi Umezu, “Dijital Portfolyo”, (Umezu,2020).

Demir (2022), sayısal portfolyoları; CD’ler, PDF’ler ve internet ortamındaki sunum siteleri olarak (web siteleri, Dribbble, Behance, Instagram vb.) özetlemektedir. Demir, sayısal portfolyoların yüksek erişim sağlayabilmeleri ve güncellenmenin kolay olmasının iki önemli avantajı olduğunu belirtmektedir. Demir, web sitelerinin basılı portfolyonun devamı gibi de düşünülerek karar verilen tasarım konseptinin her ikisinde de aynı şekilde devam ederse bütünlük sağlanacağını vurgulamaktadır (Demir, 2022: 13). Dijital portfolyolar, tasarımcıların içeriklerini görsel olarak zenginleştirme, etkileşimli öğeler ekleme ve kullanıcı dostu tasarımlar oluşturma gibi avantajlar sağlar. Ayrıca, tasarımcılar dijital portfolyoları üzerinden çalışmalarını hızlıca güncelleyebilir ve zamanla gelişen becerilerini yansıtabilirler. Dijital portfolyoların sosyal medya platformları ve diğer ağlarla çevrimiçi ortamlara entegrasyonu, iş arayışında olan tasarımcılara yeni profesyonel fırsatlar sunmakta ve kariyer gelişimlerini destekleyici bir rol üstlenmektedir.

### 3.4. Özgeçmiş Hazırlama

Özgeçmiş, işverene kişiyi neden işe alması gerektiğini maddeler halinde sıralayan belgedir. Kişinin mesleği hakkındaki bilgisini belirler ve işverene geçmişi hakkında iyi bir genel bakış sunar. Buna ek olarak, özgeçmiş kişinin hedeflerini ortaya koyar ve başarılarını vurgular. Bu nedenle, özgeçmiş kişinin deneyimini yansıtmalı ve kimlik bilgilerini belirlemelidir (Myers, 2009: 32). Özgeçmiş, kişisel deneyimler ve becerilerin sunulduğu bir ortam olarak başvurulmuş işe, sektöre ve tasarımcının kişisel tarzınıza uygun bir şekilde düzenlenmiş olması gerekir. İlk izlenimler, genellikle tasarımla şekillenir. Hangi bilgilerin vurgulandığı, hangi öğelerin ön plana çıktığı ve genel estetik algı, tasarımcının ne kadar detay odaklı ve profesyonel biri olduğunu ortaya koyar. Özgeçmişte kullanılan fontlar, renkler, başlıklar, boşluklar ve bölümler arasındaki denge gibi tasarımsal öğeler, sadece görsel bir etki yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda içeriklerin kolayca anlaşılmasını ve okunmasını sağlar.

Planlama, iyi tasarlanmış bir özgeçmişin anahtarıdır, bu nedenle başarılı bir özgeçmiş oluşturmak için öncelikle formata karar verilmelidir. Özgeçmiş hazırlarken iki yaygın format bulunur: kronolojik ve işlevsel. Kronolojik özgeçmiş, iş deneyimlerini ters tarih sırasına göre düzenler ve güçlü bir iş geçmişine sahip olan bireyler için uygundur. Bu format, kariyer gelişimini açık ve net bir şekilde ortaya koyar. Ancak, deneyimsiz kişilerde veya iş geçmişinde boşluk olanlarda zayıf izlenim bırakabilir. İşlevsel özgeçmiş ise becerilere ve yeteneklere odaklanır, deneyim eksikliklerini gizler ve kariyer değişikliği yapan ya da deneyimi az olan kişiler için daha uygun olabilir. Ancak, bu format işverenlere iş geçmişini net göstermez ve daha az yaygın kullanılır (Myers, 2009: 32). Tasarımcı belirli bir alanda uzmanlaşmış ve tutarlı bir iş geçmişine sahipse, kronolojik özgeçmiş daha ideal bir seçenektir. Hangi formatın seçileceği, tasarımcının kişisel kariyer geçmişi, uzmanlık alanı, başvurduğu pozisyon ve sektöre bağlı olarak değişiklik gösterecektir. Tasarımcılar, özgeçmişlerini kendilerine özgü bir görsel dille oluşturmayı tercih ederler. Bir özgeçmişin, portfolyo ile olan uyumuna dikkat edilmelidir.

### 3.5. Tasarımların Seçimi ve Düzenlenmesi

#### 3.5.1. Tasarımların seçimi

Tasarımların seçimi, tasarımcının portfolyosunda hangi çalışmaların yer alacağı konusunda önemli bir karar sürecini içerir. Portfolyoda yer alan her çalışmanın, tasarımcının gelişim sürecindeki önemli bir dönüm noktasını veya tasarım yaklaşımındaki bir evrimi temsil etmesi beklenir. Portfolyoda iyi olmayan işlerin bulunması, tasarımcının potansiyelini doğru bir şekilde yansıtmaz ve profesyonel görünmesine engel olur. Bu nedenle, iş eleme sürecinde yalnızca tasarımcının stilini, teknik becerilerini ve yaratıcı vizyonunu

en iyi şekilde ortaya koyan başarılı projelere yer verilmesi önemlidir.

Ambrose ve Harris (2012), sunulan iş miktarı son derece önemli olduğunu altını çizmekte ve tasarımcıların çeşitliliği korurken en iyi çalışmalarını ayrıştıran ‘Ockham Usturası’ ilkesine başvurmakta, çok fazla çalışma yollamaya eğiliminde olduklarını belirtmektedirler. On dördüncü yüzyılda yaşamış İngiliz mantıkçı ve rahip Ockham Wiliam tarafından ortaya sürülmüş ve yöntembilimsel indirgemeciliğin temelini oluşturan bu ilkeye göre, gerçekten gerekli olmayan unsurlar, daha basit bir üretim amacıyla geri planda tutulmalıdır (Ambrose ve Harris, 2012: 147). Demir (2022), Ockham Usturası’nın asıl etkisini portfolyo tasarımı gibi eleme yapma zorunluluğu gerektiren konularda gösterdiğini belirtmektedir. Ayrıca yazar, tasarımcının hem kendini ifade ettiği portfolyo tasarımında hem de genel tasarım anlayışındaki seçki oluşturma, eleyebilme ve sadeleştirebilme yetisinin amatörlük ve profesyonellik arasındaki farkı imlediğini vurgulamaktadır.

Reese (2008), portfolyoda bulunması gereken ideal sayfa sayısının muhtemelen 20 ile 40 arasında değişeceğini, 20 sayfanın özellikle yeni başlayan biri için biraz az görünebileceğini, ancak kalite tutarlılığı sağlanırsa yeterli olabileceğini belirtmektedir. Reese, portfolyonun 40 sayfayı aşma durumunda tekrara düşebileceğini veya gereğinden fazla uzun ve yorucu hale gelerek izleyicinin ilgisini kaybetmesine yol açabileceğinin altını çizmektedir. Ambrose ve Harris (2012), bir basılı ürün, bir web sitesi ve bir de kimlik çalışması içeren, beş ila on parça arasında bir seçki, belirli bir tutku ve özgüven hissi aktarmak için yeterli olduğunu belirtmektedirler. Portfolyo tasarımında, tasarımcının bilgi, beceri ve yeteneklerini etkili bir şekilde sergileyebilmesi adına belirli bir sayıdaki işin yer alması gerektiği, literatürde yaygın bir görüş olarak öne çıkmaktadır. Yüksek sayıda işin portfolyoda bulunması, işin kalitesini düşürebilir ve tasarımcının yeteneklerini gizleyerek her bir işin derinlemesine değerlendirilmesini zorlaştırabilir. Bir portfolyoda ortalama 20 ile 30 arası iyi kalitede tasarım örneği bulunması, tasarımcının profesyonel yetkinliklerini doğru bir biçimde sunabilmesi için yeterli gözükmektedir. Tasarımcıların portfolyolarında yer alan işlerin sayısını arttırmaktansa, her bir işin özgünlüğü, yaratıcılığı ve teknik mükemmeliyeti üzerine odaklanmaları, profesyonel kimliklerini daha güçlü bir şekilde ortaya koymalarını sağlar.

Myers (2009), tasarımcının portfolyosundaki her bir parçaya bakarak tasarımcının çalışmalarını daha iyi anlama ve değerlendirmesine yardımcı olması için aşağıdaki değerlendirme listesini bir kılavuz olarak kullanılmasını önermektedir.

-Tablo 1. Tasarım değerlendirme listesi (Myers, 2009, s.26)

| Tasarım Ögesi  | ortalama                        | iyi   | mükemmel  |
|--|---------------------------------|---|---|
| Proje görsel olarak heyecan verici mi?               | Yazı tipine ihtiyaç duyuyor mu? | Görseller ve yazı tipi eserin amacını destekliyor mu? | Renk, tasarımı geliştiriyor mu?                                   |
| Tasarım ilkelerini etkili bir şekilde kullanıyor mu? | Tutarlı bir sunum var mı?       | Tasarım orijinal mi?                                  | Görseller ve yazı tipi seçimleri nihai tasarımı iyileştiriyor mu? |
| Sanatçının amacını iletiyor mu?                      | Her şeyden çok fazla var mı?    | Girişimler odaklanmış ve rasyonel mi?                 | Tasarım konusunda gelişmiş bir bilgi gösteriyor mu?               |
| İyi bir tasarım mı?                                  | Portfolyoya dahil edilmeli mi?  | Geliştirilebilir mi?                                  | “En iyisi” mi ve ilk sırada görünmeli mi?                         |

Myers'in iş seçerken kullanılmasını önerdiği tablo 1'deki bu yaklaşım, bir tasarımın kalitesini değerlendirmek için çeşitli kriterleri özetlemektedir. Tasarımın başarılı olup olmadığı, görsel çekiciliği, kullanılan yazı tiplerinin ve görsellerin mesajı ne kadar desteklediği, renklerin amaca hizmet edip etmediği gibi öğelerle belirlenir. Ayrıca, tasarımın tutarlı, özgün ve odaklanmış olup olmadığı da değerlendirilir. Tasarımda kullanılan ilkeler (örneğin denge, kontrast) etkili bir şekilde uygulanmalı, tasarımcıların gelişmiş bilgi ve becerileri yansıtılmalıdır. Son olarak, tasarımın portfolyoya dahil edilip edilmemesi gerektiği ve geliştirilebilecek alanlar da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu tablo, tasarımın çeşitli yönlerini değerlendirerek güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesine yardımcı olabilir.

Bir grafik tasarımcının portfolyosuna dahil ettiği tasarımların belirli bir bağlam içerisinde nasıl ve nerede kullanıldığını göstermesi, portfolyo sunumunun niteliğini ve anlatım gücünü önemli ölçüde artıracaktır. Tasarımcının yıllara yayılan tasarım sürecinde arşivlemesini planlı bir şekilde yapması gerekmektedir. Tasarım dosyasında, tasarımın orijinal hali, varsa mockup uygulamaları veya profesyonel fotoğraf çekimleri, ayrı bir Word dosyasında çalışmanın tüm künye bilgilerinin yer alması, üzerinden zaman geçmiş olsa da çalışmaya ait bilgilerin unutulmamasını sağlayacak ve portfolyo sürecine başlandığında tasarımcının işini oldukça kolaylaştacaktır.

### 3.5.2. Tasarımların düzenlemesi

Portfolyo, algılanabilir bir görsel anlayış ürünü olmalıdır. Portfolyodaki içeriklerinin doğru bir şekilde sıralanması, işin çeşitliliğini ve kapsamını net bir şekilde ortaya koyarken, çalışmalarını değerlendiren kişilerin de içeriğe kolayca erişmesini sağlar.

Portfolyo kitapçığını tasarlarırken, işleri basitten karmaşığa, küçükten büyüğe doğru sıralamak en doğru yaklaşımdır. Başlangıç olarak logo tasarımlarından başlayıp, hareketli grafikler ve video çalışmalarına doğru bir ilerleme yolu izlenebilir (Demir, 2022, s.21). Portfolyo düzenleme ve iş seçim sürecinde bir diğer dikkat edilmesi gereken nokta da hedef kitlenin beklentilerini göz önünde bulundurmadır.

Her portfolyonun benzersiz bir görünümü ve hissi olması gerektiğini belirten Myers (2009), tasarımcının özel becerilerini ve yeteneklerini yansıtmının yanı sıra, potansiyel işverene yeteneklerinin kapsamını da göstermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Myers, bir tasarımcının portfolyosunda sergilemeyi seçebileceği başka ne olursa olsun, her zaman eklenmesi gereken bir dizi öğe olduğunu belirterek bu öğeleri şu şekilde sıralamıştır: Özgeçmiş, ödüller, profesyonel üyelikler, tavsiye mektupları, ön yazı, kartvizit, çalışmalarınızın önemli örnekleri, sanatçının beyanı, portfolyo dosyası (Myers, 2009: 31). Myers'in içerik düzeni için önerdiği bu sıralama genel bir şablon olup tasarımcının ihtiyacına ve yeteneklerine göre farklılık gösterecektir. Portfolyo tasarımında içerik düzenlemesi, izleyicinin tasarımcıyı ve çalışmalarını daha iyi anlayabilmesi için stratejik bir yaklaşımdır.



Görsel 6. Roxane Dasi portfolyo içerik sayfası tasarımı (Dasi, t.y.).

Görsel 6'da Roxane Dasi'nin içerik sayfası tasarımı yer almaktadır. Tasarım sade ve anlaşılır bir şekilde içeriği net olarak yansıtmaktadır. Koyu renk zemin üzerinde yer alan turuncu renkli sayılar zıt bir görüntü yaratarak içeriğin akışını kolaylaştırmaktadır. Dasi,

sayfa tasarımında gereksiz süslemelerden kaçınmış ve her bir tasarım ögesini belirli bir amaca uygun yerleştirmiştir. İçeriğin doğru bir şekilde düzenlenmesi, izleyicinin portfolyodaki projeleri kolayca takip etmesini ve yaratıcı düşünme tarzını aktarmasını sağlayarak profesyonel bir izlenim yaratır.

Portfolyo içeriğinin düzenlenmesinde önemli noktalardan biri de her çalışmanın, projenin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacak önemli bilgileri içeren bir künyeye sahip olmasıdır. Varsa işverenin adı, projenin adı, üretildiği yılı, hangi amaçla üretildiği (afiş, kitap.. vs. tasarımı), varsa ekipteki kişileri isimleri, teknik, boyut, materyal gibi tüm bilgiler portfolyo boyunca standart bir yazı karakteri ve font büyüklüğünde tutarlı bir şekilde yer almalıdır. Portfolyo içeriğinde eğer kullanılacaksa bölümleri ayıran sayfalar, sayfa başlıkları, tasarım adları, proje açıklamaları gibi bilgiler her bir tasarımın arkasındaki süreci veya amacı açıklamaya yardımcı olabilir.

### 3.6. Ana Konsepti Oluşturma

Portfolyo tasarımında ana konseptin geliştirilmesi, her tasarımcının kendini ifade ettiği, özgün bir süreçtir. Tasarımcının yaratıcı vizyonu ve stil tercihleri ve bu süreçte belirleyici bir rol oynar. Bu bağlamda, portfolyonun boyutundan grid sistemine, renk paletinden font seçimine kadar her aşama, tasarımcının deneyimine, bireysel tercihlerine ve mesleki hedeflerine dayalı olarak şekillenir. Tasarımcılar, bu seçimleri yaparken her bir öğenin neyi amaçladığını ve nasıl bir etki yaratacağını göz önünde bulundurarak her kararın portfolyonun genel tutarlılığına ve görsel diline hizmet etmesini sağlamalıdır.

Portfolyonun ana konsepti, tüm işlerin bir arada sunulduğu özgün bir tasarım fikri olmalıdır. Akılda kalıcı ve özgün olması amaçlanan bu konsept, kapak, bölüm ayırıcı ara kapaklar, iç sayfalar, portfolyo kutusu, promosyon malzemeleri ve web sitesi tasarımı gibi tamamlayıcı unsurlarda tutarlı bir şekilde devam ederse, tasarımda bütünsel bir uyum sağlanabilir (Demir, 2022: 24).

Myers (2009), tasarımcının eğer kalabalığın arasından sıyrılmak istiyorsa, çalışmalarını yaratıcı ve özgün bir şekilde sergileyecek farklı bir konsept portfolyo tasarlayabileceğini söylemekte ve şunları eklemektedir. “Bir konsept portfolyo, hem sanatı hem de sunumu tematik olarak bir araya getirir. Genellikle sıfırdan oluşturulan bu benzersiz sistem, tasarımcının yaratıcı vizyonunu tam olarak sergilemesi için özgürlük tanır. Başarmaya çalıştığınız şey, portfolyoyu olası işverene sunduğunuz andan itibaren başlayan bütün bir kimlik sistemidir.” Myers, hangi yöntemler kullanılırsa kullanılsın, konsept portfolyonun diğerlerine benzemeyeceğini vurgulamaktadır (Myers, 2009: 19).



**Görsel 7.** Sofija Stanković ve Teodora Stojković portfolyo tasarımı (Teyosh Studio, 2013).

TeYosh Studio'nun kurucuları olan Sofija Stanković ve Teodora Stojković, dört yıllık ortak çalışmalarının ardından yüksek lisans başvurusu yapmaya karar verdiklerinde portfolyo hazırlamanın en zorlu aşamalardan biri olduğunu belirtmişlerdir. Başvurularını bireysel olarak gerçekleştirecekleri için başlangıçta projeleri bölerek iki ayrı portfolyo oluşturmuşlardır. Ancak, tüm projelerin ortak üretime dayandığını fark ettiklerinde bu yöntemin yetersiz olduğunu düşünmüşlerdir. İş birliğindeki rollerini yeniden değerlendiren tasarımcılar, Sofija'yı fikir üretimindeki yönlendirici rolüyle 'beyin', Teodora'yı ise projelere anlam kazandırmadaki katkısıyla 'kalp' olarak tanımlamışlardır. Bu doğrultuda, her birinin katkısını yansıtan iki bölümden oluşan ortak bir portfolyo hazırlamışlardır. Portfolyo, 90 ila 300 g/m<sup>2</sup> arasında değişen beş farklı kâğıt türü kullanılarak hazırlanmış, iki bölümü 3 mm kalınlığında bir mukavva ile ayrılmıştır. Portfolyonun iki vida ile birleştirilmiştir. Tasarımda üç farklı yazı tipi kullanılmış ve portfolyoya bir afiş dahil edilmiştir. Toplamda 132 sayfadan oluşan çalışma, 28×22×2 cm boyutlarındadır (Teyosh Studio, 2013). Görsel 7'de yer alan portfolyo tasarımı incelendiğinde, iki farklı tasarımcının çalışmalarını içermesine rağmen bütünsel ve tutarlı bir görsel dil benimsendiği görülmektedir. Bölümleri birbirinden ayıran sayfalarda tipografik düzenlemelerin özenle kurgulandığı dikkat çekmektedir. Tasarımcıların ortak projeler aracılığıyla gerçekleştirdikleri bu portfolyo, profesyonel bir yaklaşım ve titiz bir işçilikle hazırlanmış olup, her iki tasarımcının da çok yönlü üretim potansiyelini yansıtmaktadır.

Basılı bir portfolyonun orijinal hali üretilmeden önce deneme baskısı yapılması oldukça önemlidir. Prototip, tasarım fikrinin teknik olarak uygulanabilirlik açısından denemesini ve fiziksel bir nesne olarak çalışıp çalışmayacağını görmeye yarar. Ürünün nasıl görüneceği hakkında fikir vermek için hazırlanan prototipin gerçekte kullanılacak malzemelerle üretilmesi gerekmez (Ambrose ve Harris, 2019: 22). Böylelikle olası hatalara karşı önlem alınmış olup olası maliyet sorunları en aza indirgenebilir. Bu noktada,

tasarımcı hem kendisi hem de çevresindeki kişilerle tasarımını kompozisyonundan, yazım hatalarına kadar en ince ayrıntısına kontrol etmesi gözden kaçabilecek hataların önlenmesi adına doğru bir karar olur. Prototip aşamasında yapılan incelemeler, tasarımın kalitesini doğrudan etkileyebilir ve olası maliyet sorunlarının önüne geçebilir.

### 3.7. Portfolyo Sunumu

Basılı bir portfolyonun sunumu, tasarımcının işlerini tanıtmak, anlatmak ve izleyiciyi etkilemek için gelinen son aşamadır. Sunumun süresi, içeriğin kapsamı ve izleyici kitleyle doğrudan ilişkilidir. İyi bir sunum, ne çok kısa ne de çok uzun olmalıdır; sunumun süresi, sunulan projelerin özelliklerine ve izleyicinin ilgisini sürdürebilmesine göre dengelenmelidir. İyi bir portfolyo sunumu, gereksiz detaylardan kaçınarak sadece en önemli noktaları vurgular. Sunum aşamasında tasarımcının, portfolyoda yer alan her bir çalışmasının sadece teknik yönlerini değil, aynı zamanda yaratıcı süreçlerini ve tasarımın arkasındaki düşünceyi de aktarabilmesi de oldukça önemlidir.

Reese (2008), portfolyo tasarımı açısından temel bir istek listesi oluşturulduğunda, portfolyonun aşağıdaki unsurları ortaya koyması gerektiğini belirtmektedir: Tasarımcının profesyonel ve dolayısıyla güvenilir olduğunu; kaliteli ve özgün görseller üretebildiğini; verilen brife uygun şekilde çalışabildiğini ve belirlenen teslim tarihlerine uyum sağlayabildiğini göstermelidir. Portfolyoya bakan kişinin bilinçaltında oluşması gereken temel anlayışın bu özellikler olduğunu vurgulayan Reese (2008), bunun üzerine yaratıcı kıvılcım ve özgünlüğün eklenmesi gerektiğini belirtmektedir (Reese, 2008: 32).

Nottingham ve Stout (2021), hedef kitlenin ilgili kalmasını sağlamanın bir yolunun tasarımcıların çoğunlukla 'anlatı' dedikleri bir hikâye işlemek olduğunu belirtmektedirler. İnsanların hikayelere önem verip sevdiğini vurgulayan Nottingham ve Stout, tasarımcının hedef kitleye tasarım problemi ve çözümleriyle ilgili bağlantılı olayları sunarak işiyle ilgili bir hikâye anlatmalarını önermektedirler. Reese (2008), portfolyo ister 20 ister 40 sayfa olarak hazırlansın, içeriğin iyi bir tempoyla sunulması gerektiğini belirtmektedir. Bunun tamamen sezgisel bir karar olduğunu ve zamanla deneyim kazandıkça gelişen bir yetenek olduğunu da eklemektedir. Ayrıca Reese, portfolyoyu tempolu bir şekilde düzenlemenin, bir bütünlük sağlamak ve izleyicinin ilgisinin bir noktada dağıldığında, bu geçişleri bilinçli şekilde yönetmenin tasarımcının elinde olduğunu vurgulamaktadır (Reese, 2008: 32). Nottingham ve Stout'un önerdiği hikaye anlatımı yöntemi tasarımcı tarafından iyi kurgulanırsa ve Rees'e'nin bahsettiği bütünlük sağlayan tempolu anlatım şekli doğru şekilde yönetilirse etkileyici bir sunum için şartlar sağlanmış olacaktır.

İş görüşmeleri veya jüri sunumları sırasında kullanılan basılı ve dijital portfolyolar, bir bütünlük oluşturacak şekilde çeşitli devam eden parçaları vardır. Portfolyoya ek olarak

özgeçmiş, kartvizitler, CD, USB, hatırlatıcılar ve promosyon materyalleri gibi öğeler, tasarımcının yaratıcı çözümleriyle çeşitlendirilebilir. Bu parçalar, görüşme sırasında portfolyonun tamamlayıcısı olarak işlev görürken, sonrasında bırakılan promosyon malzemeleri ve hatırlatıcılar, tasarımcıyı ve yaptığı işleri akılda tutmayı sağlar. Bu sayede iletişim görüşme sonrası da devam eder (Demir, 2022, s.27). Dağ (2015), aynı şekilde kendini ve çalışmalarını tanıtmak isteyen tasarımcıların elinde bu amaca hizmet eden birçok ürün olduğunu belirtir. Yazar bunların, kartvizit, tanıtım kartları/kartpostalları, promosyon ürünleri, illüstrasyon yıllıklarında yer alan tasarımlar, web sitesi, blogu vb. olduğunu belirtir.



**Görsel 8.** Michal Kulesza portfolyo promosyon tasarımları (Bird., 2014)

Görsel 8'de Michal Kulesza'nın portfolyo tasarımının hatırlatıcı parçaları olan promosyon malzemeleri örneği yer almaktadır. Fotoğraf sanatçısı Kulesza, portfolyosunu destekleyici nitelikteki unsurlar olarak; konsept doğrultusunda oluşturduğu fotoğraflardan oluşan küçük boyutlu bir kitapçığı, CD kutu tasarımını ve kartvizit çalışmalarını, sunumuna tamamlayıcı ve hatırlatıcı parçalar olarak dahil etmiştir. Basılı portfolyonun dijital ortamda görüntülenebilmesi için varsa çevrimiçi portfolyoya bağlantı veren bir URL veya QR kod olması tekrar erişebilirlik adına iyi bir seçenek olacaktır.

## SONUÇ

İyi hazırlanmış bir portfolyo, grafik tasarımcının yaratıcılığını, yeteneklerini ve tasarım anlayışını etkili bir şekilde yansıtır. Portfolyo, üretilen tasarımların niteliği ve çeşitliliği hakkında kapsamlı bilgi sağlayarak, tasarımcının belirli bir projeye veya kuruma uygun olup olmadığını değerlendirme sürecinde önemli bir referans noktasıdır. Bu bağlamda, etkili bir portfolyo oluşturmak yalnızca bir sunum aracı hazırlamak değil, aynı zamanda tasarımcının kariyerine yön veren stratejik bir adım olarak değerlendirilmelidir.

Bu araştırma, portfolyo tasarım süreci aşamalarına yönelik bir öneri sunmaktadır. Portfolyo tasarım süreci: öz değerlendirme, amaç ve hedef kitle belirleme, portfolyo türüne karar verme, özgeçmiş hazırlama, iş seçimi ve düzenlenmesi, ana konsepti oluşturma ve portfolyo sunumu olarak yedi aşamada incelenmiştir.

Tasarımcı portfolyosunu oluştururken öz değerlendirme yapması, kendini ve tasarım yaklaşımını daha iyi analiz etmesine olanak tanıyarak kariyer hedeflerini belirlemede daha net olmasına yardımcı olabilir. Tasarımcının, kariyer hedefleri doğrultusunda uzmanlaşmak istediği alanı belirlemesi ve portfolyosunu sunacağı hedef kitleyi açık bir şekilde tanımlaması, etkili bir portfolyo tasarım sürecinin temel aşamalarından biridir. Bu süreç, tasarımcının profesyonel kimliğini ve uzmanlık alanını vurgulamak, aynı zamanda işlerini doğru hedef kitleye sunmak adına önemli bir role sahiptir. Etkili bir portfolyo sunumu için tasarımcının, portfolyosunu basılı mı yoksa dijital formatta mı hazırlayacağına, belirlediği sunum amacı ve ulaşmak istediği hedef kitle doğrultusunda karar vermesi gerekmektedir. Bu tercih, portfolyonun içeriğinin nasıl yapılandırılacağını, kullanılacak araçları ve sunum stratejilerini doğrudan etkilemektedir. İş başvurularında kişinin eğitim, iş deneyimi, becerileri ve diğer profesyonel yetkinliklerini özetleyerek, işe alım sürecinde değerlendirme yapılmasını sağlayan özgeçmiş, portfolyoda bulunması gereken önemli bölümlerden biridir. Tasarımcılar özgeçmiş oluştururken, klasik şablonları terk ederek portfolyolarında oluşturdukları ana konsept çerçevesinde özgün düzenleme önerileri getirebilirler. Portfolyoda yer alacak tasarımların seçimi ve düzenleme süreci, titizlikle yürütülmesi gereken ve zaman planlaması gerektiren önemli bir aşamadır. Öncelikle, bu aşama için grafik tasarımcının yıllar süren tasarım serüveninde iyi bir arşiv yapması gerekmektedir. Yapılan çalışmalar yıllara ve türlerine göre ayrılarak, tasarım dosyalarından, mockup çalışmalarına, fotoğraflarına ve tasarımların künye bilgilerine kadar her şey kayıt altına alınarak dosyalanmalıdır. En nitelikli çalışmaların özenle seçilmesi ve içeriğin doğru bir şekilde yapılandırılması, portfolyonun etkili olmasını sağlayacaktır. Portfolyoda yer alan çalışmalar birbirinden farklı nitelikler taşısa da, tutarlı bir konseptin benimsenmesi, tüm tasarımların bir bütünlük içinde sunulmasını sağlar. Dijital uyarlamaların tümünde tasarım konseptinin tutarlı bir biçimde sürdürülmesi, tasarımcının vizyonunu ve özgün yaklaşımını yansıtarak profesyonel kimliğini daha belirgin bir şekilde vurgular. Portfolyo sunumu da en az tasarım aşaması kadar önemlidir ve özenle planlanmalıdır. Gereksiz ayrıntılardan kaçınılmalı ve sunumun süresi iyi planlanmalıdır. Tasarımcı çalışmalarına tüm yönleriyle hakim olmalı ve olası gelebilecek sorulara karşı tutarlı ve profesyonel yanıtlar verebilmelidir. Portfolyo tasarımı tamamlandıktan sonra süreç devam eder. Bir portfolyo tasarımında, tasarımcı mevcut becerilerini ve tarzını yansıtacak şekilde düzenli olarak güncellemeler yapabilir; bu kapsamda eski veya yetersiz projeler çıkarılabilir, yeni ve daha uygun içerikler eklenebilir.

İnternet, tasarımcıların dünya çapında bağlantı kurmasını mümkün kılmıştır. Sosyal medya araçlarının etkin kullanımıyla tasarımcılar, kendilerini tanıtmaya ve tanınırlıklarını artırma imkânı bulmaktadır. Ayrıca, küresel ölçekte yapılan işleri takip ederek mesleki gelişimlerini sürdürebilmekte; sosyal medya ve dijital platformlarda eserlerini sergileyerek tasarım kimliklerini etkili biçimde tanıtabilmektedirler. Portfolyo, tüm dijital mecralarda işlev görececek bir görsel anlayışa göre tasarlanmalıdır.

Portfolyoda tasarımcının bir hikaye anlatarak duygusal bir etki yaratması, yeteneklerini sergilemesi ve aynı zamanda belirli bir alandaki uzmanlığını net bir şekilde ortaya koyması sayesinde, işverenin tasarımcının profesyonel kimliğini daha iyi anlamasını ve değerlendirmesini sağlar. Portfolyo, içerik düzenlemesinden işlerin kalitesine, üretim sürecindeki titizliğe kadar her aşamasıyla bütüncül bir yaklaşımla ele alınmalı ve tasarımcının profesyonel kimliğini en etkili şekilde yansıtmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Ambrose, G., Harris, P. (2019). *Grafik tasarımda tasarım fikri*. (A. Gülder, M. Taşçıoğlu Çev.). Literatür Yayınları. (2013)
- Ambrose, G., Harris, P. (2012). *Grafik tasarımın temelleri*. (M. E. Uslu, Çev.). Literatür Yayınları. (2009)
- Baron, C. L. (2010). *Designing a digital portfolio*. New Riders
- Bird, M. (2014, 16 Ekim). *What you should know about print portfolios*, Srlounge.com. 24 Şubat 2025 tarihinde <https://www.srlounge.com/print-portfolios/> adresinden erişilmiştir.
- Dağ, E. S. (2015). İllüstrasyonun ikinci altın çağı. Grafik Tasarım Yayınları.
- Dasi, R. (t.y.). Rapport de stage, buch layouts. Pinterest.com. 23 Şubat 2025 tarihinde <https://in.pinterest.com/pin/640144534570229503/> adresinden erişilmiştir.
- Demir, Ç. (2022). Görsel iletişim tasarımında portfolyo tasarımının önemi. Ö. Durmaz, M. Ertürk (ed). *Görsel iletişimi tasarlamak*. (s.10-33). Yem Yayın
- Demir, Ç., Öztürk Göçmen, P., Baş, M. (2024). *Markalama tasarımı*. Detay Yayıncılık. Gendelman, V. (2025, 25 Şubat). *10 tips for a first-class printed design portfolio*.
- Companyfolders.com. 20 Mayıs 2025 tarihinde <https://www.companyfolders.com/blog/graphic-design-print-portfolio-examples?epik=dj0yJnU9bnhJb0hM-M2w1OU14eVhBdV85UIRHSFM3c2ZYemZTbTgmcD0wJm49WmhXV-3pUZFPxdnNtVkotODljd25NUSZ0PUFBQUFB2dzUU5>
- Kaptan, S. (2021). Dijital portfolyolarda kimlik ve tasarım ilişkisi. *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 14(84): 321-334. <http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.49680>
- Kelly, N. (2020). Designing the artists' book how graphic design impacts the photographic portfolio. *The Spectrum: A Scholars Day Journal*. <https://soar.suny.edu/handle/20.500.12648/3495>
- Klo Portfolios (t.y.). Custom leather portfolio cases. *Flickr.com*. 18 Şubat 2024 tarihinde <https://www.flickr.com/photos/kloportfolios/32015930558/> adresinden erişilmiştir.

- Myers, D. R. (2009). *The graphic designer's guide to portfolio design*. John Wiley & Sons.
- Nottingham, A., Stout, J. (2021). *Grafik tasarım süreci, Tasarım okulunda nasıl başarılı olunur*. (B. Bayrak, çev.). Literatür Yayınları.
- Reese, D. (2008). *How to be an illustrator*. Laurence King Publishing House.
- Scolere, L. (2019). Brand yourself, design your future: Portfolio-building in the social media age. *New Media & Society*, 21(9) 1891-1909. <https://doi.org/10.1177/1461444819833066>
- Teyosh Studio (2013, 16 Kasım). *Heart&Brain portfolio*. Behance.net. 22.05.2025 tarihinde <https://www.behance.net/gallery/12164131/HEART-BRAIN-Portfolio> adresinden erişilmiştir.
- Umezu, N. (2020). Portfolio 2020. *Behance.net*. 18 Şubat 2024 tarihinde <https://www.behance.net/gallery/94853223/Portfolio-2020> adresinden erişilmiştir.
- Yum, M. S. (2020). *Yaratıcı disiplinler için portfolyo tasarımı, tasarımcılar için portfolyo belgesi oluşturma yöntemleri*. Akademi Titiz Yayınları
- Wigan, M. (2019). *Görsel illüstrasyon sözlüğü*. Literatür Yayınları.
- Zakaria, W. Z. W., Din, S. C., Kamaruddin, N., Anuar, R., Aziz, N. N. A. N., Abdullah, K. Z., Abdain, A. H. H., Othman, M. F. (2021, 25 August). *The value of digital portfolio on placing graphic design graduates from worker-to-work matches in online advertisement*. [Bildiri Sunumu]. Proceedings Of The 2nd International Conference On Design Industries & Creative Culture, Design Decoded, Kedah, Malaysia. DOI:10.4108/eai.24-8-2021.2315050
- Ambrose, G., Harris, P. (2019). Grafik tasarımda tasarım fikri. (A. Gülder, M. Taşçıoğlu Çev.). Literatür Yayınları. (2013)
- Ambrose, G., Harris, P. (2012). Grafik tasarımın temelleri. (M. E. Uslu, Çev.). Literatür Yayınları. (2009)
- Baron, C. L. (2010). *Designing a digital portfolio*. New Riders
- Bird, M. (2014, 16 Ekim). What you should know about print portfolios, Slrlounge.com. 24 Şubat 2025 tarihinde <https://www.slrlounge.com/print-portfolios/> adresinden erişilmiştir.
- Dağ, E. S. (2015). *İllüstrasyonun ikinci altın çağı*. Grafik Tasarım Yayınları.

- Dasi, R. (t.y.). Rapport de stage, buch layouts. Pinterest.com. 23 Şubat 2025 tarihinde <https://in.pinterest.com/pin/640144534570229503/> adresinden erişilmiştir.
- Demir, Ç. (2022). Görsel iletişim tasarımında portfolyo tasarımının önemi. Ö. Durmaz, M. Ertürk (ed). Görsel iletişimi tasarlamak. (s.10-33). Yem Yayın
- Demir, Ç., Öztürk Göçmen, P., Baş, M. (2024). Markalama tasarımı. Detay Yayıncılık.
- Gendelman, V. (2025, 25 Şubat). 10 tips for a first-class printed design portfolio. Companyfolders.com. 20 Mayıs 2025 tarihinde <https://www.companyfolders.com/blog/graphic-design-print-portfolio-examples?epik=dj0yJnU9bnhJb0hMM2w1OU14eVhBdV85UIRHSM3c2ZYemZTbTgmcD0wJm49WmhXV3pUZFpxdn-NtVkotODljd25NUSZ0PUFBQUFBR2dzUU5>
- Kaptan, S. (2021). Dijital portfolyolarda kimlik ve tasarım ilişkisi. Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies, 14(84): 321-334. <http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.49680>
- Kelly, N. (2020). Designing the artists' book how graphic design impacts the photographic portfolio. The Spectrum: A Scholars Day Journal. <https://soar.suny.edu/handle/20.500.12648/3495>
- Klo Portfolios (t.y.). Custom leather portfolio cases. Flickr.com. 18 Şubat 2024 tarihinde <https://www.flickr.com/photos/kloportfolios/32015930558/> adresinden erişilmiştir.
- Myers, D. R. (2009). The graphic designer's guide to portfolio design. John Wiley & Sons.
- Nottingham, A., Stout, J. (2021). Grafik tasarım süreci, Tasarım okulunda nasıl başarılı olunur. (B. Bayrak, çev.). Literatür Yayınları.
- Reese, D. (2008). How to be an illustrator. Laurence King Publishing House.
- Scolere, L. (2019). Brand yourself, design your future: Portfolio-building in the social media age. New Media & Society, 21(9) 1891-1909. <https://doi.org/10.1177/1461444819833066>
- Teyosh Studio (2013, 16 Kasım). Heart&Brain portfolio. Behance.net. 22.05.2025 tarihinde <https://www.behance.net/gallery/12164131/HEART-BRAIN-Portfolio> adresinden erişilmiştir.

- Umezu, N. (2020). Portfolio 2020. Behance.net. 18 Şubat 2024 tarihinde <https://www.behance.net/gallery/94853223/Portfolio-2020> adresinden erişilmiştir.
- Yum, M. S. (2020). Yaratıcı disiplinler için portfolyo tasarımı, tasarımcılar için portfolyo belgesi oluşturma yöntemleri. Akademi Titiz Yayınları
- Wigan, M. (2019). Görsel illüstrasyon sözlüğü. Literatür Yayınları.
- Zakaria, W. Z. W., Din, S. C., Kamaruddin, N., Anuar, R., Aziz, N. N. A. N., Abdullah, K. Z., Abdain, A. H. H., Othman, M. F. (2021, 25 August). The value of digital portfolio on placing graphic design graduates from worker-to-work matches in online advertisement. [Bildiri Sunumu]. Proceedings Of The 2nd International Conference On Design Industries & Creative Culture, Design Decoded, Kedah, Malaysia. DOI:10.4108/eai.24-8-2021.2315050