

Dijital Çağda Grafik Tasarım Portfolyolarının Dönüşümü

Leman Üstündağ¹

Özet

Portfolyo, günümüz koşullarında hemen hemen her bireyin iş başvurusu vb. süreçlerde sunulmak üzere hazırlaması gereken belge veya evraklar kategorisinde yer almaktadır. Tasarımcılar için bir sunum aracı olarak portfolyolar, mesleki yeterliliklerini, üretimlerini gösteren ve yeni kariyer fırsatları için kapı açan oldukça önemli bir araç olarak görülmektedir. İçinde bulunduğumuz çağda kurum ve kuruluşların ihtiyaçları gelenekselden dijitale değişip dönüşürken, tasarımcılar da bu değişime teknolojinin sağladığı imkânlar doğrultusunda entegre olmaktadır. Bu değişim ve dönüşüm süreci sonucunda tasarımcılar, kendilerini ifade ederken geleneksel portfolyo formlarının ötesine geçerek dijital ortamlara yönelmiş ve çalışmalarını çok daha yaratıcı ve çeşitli sunum biçimleriyle ortaya koyma imkânı elde etmiştir. Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde kurum ve kuruluşların işleyiş biçimleri, iletişim stratejileri ve değerlendirme kriterleri önemli ölçüde dönüşüme uğramıştır. Geleneksel, basılı ve statik sunum araçlarının yerini; erişilebilirlik, etkileşim ve kullanıcı deneyimi odaklı dijital platformlar almaktadır. Bu araştırmada veri toplama aracı olarak doküman inceleme kullanılmış olup, portfolyo tasarımının tanımı, süreci ve dönüşümü hakkında literatür taraması yapılmıştır. Portfolyo tasarımlarının etkili ve güçlü biçimde sunulabilmesi için yeni nesil etkileşimli tasarım yaklaşımlarının önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, çağın gerekliliklerine uyum sağlayan yenilikçi sunum formatlarının tasarımcılar için neden stratejik bir gereklilik hâline geldiği tartışılmaktadır.

1 Öğr. Gör, Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, lustundag@bandirma.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4858-4960>

1. Dijital Çağda Grafik Tasarım Uygulamaları

Grafik tasarım, tarihsel sürecinde mağara duvarlarına yapılan resimlerden, el yazmalarına, matbaanın icadından sanayi devrimine kadar birçok teknolojik, toplumsal, sosyo-kültürel değişim, gelişim sürecinden geçerek bugüne ulaşan görsel bir iletişim aracıdır. Bu süreçte grafik tasarım teknik, teknolojik anlamda geliştiği kadar kavramsal olarak gelişim göstermiştir. Grafik tasarımın kökenleri incelendiğinde illüstrasyon, tipografi, baskı ve fotoğraf gibi unsurların geleneksel tanım özelliklerini barındırdığı ve 1990'ların başına kadar bozulmadan bu sınırlar içerisinde devam ettiğinden bahsedilmektedir (Harland, 2011, s.22). 1990'ların sonlarından 2000'lerin ortalarına kadar geçen süreç ise grafik tasarım açısından bir "Altın Çağ" olarak değerlendirilmektedir (Kanmaz, ve Pehlivan, 2024, s.33). Teknolojideki ilerlemeler, internetin yaygınlaşması grafik tasarımın gücünü, etki alanını küresel boyutlarda genişletmiştir. Dijital ortamdaki yaygınlaşma grafik tasarımın üretim biçimlerini değiştirmekle kalmamış, yeni etkileşim kanalları oluşturmuştur. Günümüzde grafik tasarımın kullanıldığı alanlar; internet reklamları, posterler, billboardlar ve dev ekranları, etkileşimli tasarımlar, kitap, ambalaj, videolar, 3D modellemeler, sergileme ve fuar grafikleri, medya ve sosyal medyalar, fotoğraf, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik platformları, yapay zeka platformları ve daha birçok alanda kullanılmaktadır. Grafik tasarım uygulamalarında etkileşim kavramının son yıllarda önem kazandığı yapılan araştırmalar sonucunda gözlemlenmektedir. Nitekim bilgisayar ve mobil cihazlar, çoklu ortam medyalarının günlük hayatımızda yer alması, kullanıcıların deneyimleri ile yönlendirilen arayüz tasarımlarına olan ihtiyacı doğurmuştur. Bilhassa sesli komut, dokunmatik ekran ve haptik arayüzlerin yaygın hale gelmesi kullanıcıların tasarım ilişkisini etkileşiminin köklü olarak değiştirmiştir (Nater, 2019, s. 59). Günümüz grafik tasarımcılarının dijital arayüzleri tasarlamakla kalmayıp, işlevsel, sürdürülebilir kullanıcı odaklı deneyim tasarımı anlayışına sahip olmaları gerekmektedir.

Dijital çağın hızla değişen dinamikleri ve kurum ile kuruluşların dönüşen ihtiyaçları doğrultusunda, tasarımcıların üretim biçimleri ve kendilerini ifade etme şekillerini de önemli ölçüde evrilmiştir. Günümüzde tasarımcıların yalnızca nitelikli işler üretmeleri yeterli olmamakta; bu üretimleri etkili, yenilikçi ve deneyim odaklı olacak şekilde sunabilmeleri de en az üretim kadar değer kazanmaktadır. Bu nedenle tasarımcıların, yeteneklerini sunarken ve profesyonel başvurular yaparken klasik sunum anlayışının ötesine geçmeleri gerekmektedir. Yum benzer şekilde dijital dünyanın sunduğu imkânların yaygın hale gelmesiyle iletişim şekillerinin değişim geçirdiği ve bireylerin kendilerini ifade biçimlerinin ve anlatımlarının da farklılaştığını ifade etmektedir (Yum, 2020, s.11). Yeni nesil, etkileşimli ve kullanıcı deneyimini merkeze alan portfolyo tasarımları; hem tasarımcının teknik ve yaratıcı kapasitesini ortaya

koymakta hem de dijital çağın beklentilerine uyum sağladığını göstermektedir. Kısacası, günümüz tasarım dünyasında rekabet avantajı elde edebilmek için üretim kadar sunum biçimi de stratejik bir önem taşımakta; bu doğrultuda etkileşimli, dinamik ve özgün portfolyo formatlarına duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır.

2. Geleneksel Portfolyodan Dijitale Geçiş

Portfolyolar tasarımcıların, grafik tasarımcıların bilgi, beceri ve yeteneklerini gösteren önemli bir sunum aracıdır. Kişilerin mevcut potansiyellerini ortaya koyarken gelecekteki performanslarının da bir göstergesi konumundadır. Benzer bir ifadeyle tasarımcının mesleki performans durumu, kariyer başarısı ve kişisel gelişimini bütüncül ve sistematik bir şekilde göstermeyi amaçlayan, çalışmaların bilinçli seçiminden oluşan bir süreç, aynı zamanda mevcut beceri ve performansını gösteren bir kanıt olduğu ifade edilmektedir (Yum, 2020, s.18). Portfolyo tasarımlarını inceleyen müşteri veya bir iş yeri yetkilisi rekabet ortamında birden fazla portfolyo sunumu incelediği için tasarımcılar için rekabet ortamında diğerlerinden ayırt edilebilmek oldukça önemlidir. Linton benzer şekilde portfolyonun rekabet edilenlerden ayrılması için çarpıcı bir etkiye sahip olması, portfolyonuzu inceleyenlerin aklındaki soruları da açıkça yanıtlaması gerektiğini ifade etmektedir (Linton, 1996, s.26). Bunun yanı sıra Turgut'a göre ise portfolyo sunulduğu kişilerin aklında kalmalı ve kişileri etkilemelidir (Turgut, 2003, s.63). Portfolyolar günümüzde basılı ve sayısal olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Basılı olan geleneksel portfolyolar dosya, klasör vb. şekillerde sunulurken sayısal olan dijital portfolyolar teknolojinin sunduğu imkânlar doğrultusunda CD, PDF, internet gibi ortamlarda yaratıcı bir formda sunulmaktadır. Benzer şekilde Eisenman, tasarım portfolyolarını geçmişte genellikle çalışmaların taşınmasını ve sunulmasını sağlayan bir çanta ya da kutu olarak tanımlarken, günümüzde portfolyoların PDF dosyaları, CD'ler, web siteleri ve hareketli portfolyolar gibi çeşitli dijital ortamlarda da sunulabildiğini ifade etmektedir. (Eisenman, 2006, s.27). Basılı portfolyo üretimi dijitale göre daha farklıdır. Genel olarak kitapçık format türünde ve koruyucu bir kutu ile birlikte. Yüz yüze görüşmelerde tercih edilmesinden dolayı baskıya dair üretim kabiliyetlerini de göstermektedir. Güncellenmesinin pratik olmaması, sınırlı sayıda insan ile iletişime geçmesi, maliyetli olması dezavantajlarından. Görsel 1. Basılı portfolyolara örnek olarak incelenebilir.



Görsel 1. Basılı Portfolyo Örneği Erişim: 02.03.2026

Kaynak: <https://bjsprinting.com/product/portfolio/>

Görsel 1 incelendiğinde bu tür portfolyolar, günümüzün hızla değişen ve dijitalleşen profesyonel ortamlarında çeşitli sınırlılıklar barındırdığı görülmektedir. Öncelikle fiziksel portfolyoların taşınma, saklanma ve sunum ortamına uygun şekilde pratiklik olarak hazırlanma bakımından çeşitli zorlukları bulunmaktadır. Özellikle çok sayıda proje, çalışma içeren kapsamlı portfolyolar hem hacimsel hem de ağırlık açısından kullanıcıya ek yük getirebilmekte ve sunum sürecini zaman zaman zorlaştırabilmektedir. Buna ek olarak, basılı portfolyoların güncellenmesi önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarımcıların üretim süreçleri aktif bir yapıya sahip olduğundan, yeni çalışmaların eklenmesi veya mevcut çalışmaların yeniden düzenlenmesi gibi durumlar sıklıkla gerekmektedir. Ancak fiziksel portfolyolarda yapılmak istenen her güncelleme, yeniden baskı süreci, sayfa düzenleme ve materyal üretimi gibi süreçleri gerektirmekte; bu durum hem zaman kaybına hem de ek mali yüklerle

yol açmaktadır. Yüksek kaliteli baskı, kâğıt seçimi, ciltleme ve sunum dosyaları gibi unsurlar önemli maliyetler oluşturabilmekte; özellikle portfolyonun sık aralıklarla güncellenmesi gerektiğinde bu maliyetler daha da artmaktadır. Dolayısıyla geleneksel basılı portfolyo formatlarının, tasarımcının sürekli gelişen üretim sürecini güncel ve esnek bir biçimde yansıtmak konusunda sınırlı yapıları bulunmaktadır. Konuya ekonomik açıdan bakıldığında da basılı portfolyoların sürdürülebilir bir çözüm olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, günümüz tasarım pratiklerinde fiziksel portfolyoların yerini giderek daha esnek, erişilebilir ve ekonomik çözümler sunan dijital portfolyo formatlarının aldığı gözlemlenmektedir. Dijital portfolyolar, tasarımcıların çalışmalarını kolaylıkla güncelleyebilmesine, farklı platformlarda hızlı biçimde paylaşabilmesine ve geniş kitlelere ulaşabilmesine olanak tanıyarak çağın gereksinimlerine daha uygun bir sunum modeli ortaya koymaktadır.

Sayısal portfolyolar internet ortamındaki sunum sayfaları, CD, PDF'ler (Web, Instagram, Dribbble , Behence vb.) olarak özetlenebilmektedir. Bu tür portfolyoların iki tane önemli avantajı erişim ve güncellenmenin kolay olması, kişiselleştirilebilmektedir (Demir, 2022, s.13). Örnek olarak **Görsel 3** incelenebilir.



Görsel 2. Paula Nobleza isimli tasarımcıya ait Behance PDF Portfolyo Örneği

Erişim: 03.03.2026 Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/147167763/Graphic-Design-Portfolio-For-Interactive-PDF>

PDF portfolyolar basılı olanların aksine, güncellenmesi, belirli bir hedef izleyiciye göre düzenlenmesi, uyarlanması daha kolaydır (Yum, 2020, s.63). Modern çağın gerekliliği olarak artık tasarımcılar güncel ve etkili iletişim için portfolyolarını elektronik ortama taşımaktadır. Dijital medyanın sunduğu esnek imkânlar, çoklu ortamlar sayesinde tasarımcılar; çizim, fotoğraf, metin,

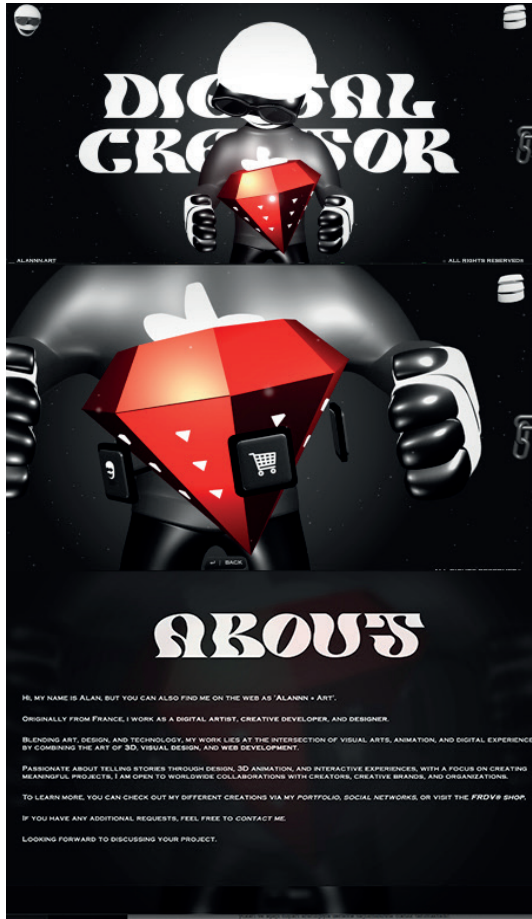
animasyon, video ve ses gibi unsurları sunabilme ve hatta etkileşimli olarak kullanabilme imkânı bulmuşlardır. Bu imkanlar tasarımcılara portfolyolarını hazırlarken, iç dünyalarını, bir bütün ve özgün olarak, zengin bir üslupla yansıtabilmelerine olanak sağlamıştır. (Kaya, 2014: s.8). İster basılı olsun ister dijital olsun portfolyo tasarımlarının hazırlanma süreçleri bulunmaktadır. Bu aşamalar karar verme, hedef-amaç belirleme, çalışmaların seçimi, portfolyo tasarımı, sunum ve değerlendirme olarak sıralanmaktadır (Uçar, 2018, s.16). Kişilerin portfolyoyu hazırlama sebebinin netleşmesi sürecin şekillenmesinde en temel aşamalardandır. Sonraki aşamada ise içeriğin bütünlüğü ve niteliği açısından portfolyoya dahil edilecek çalışmaların seçimi, bilinçli bir şekilde sıralanması, hedef kitle göz önünde bulundurularak hazırlanmalıdır.

3. Tasarım Portfolyolarında Yeni Nesil Yaklaşımlar

Günümüz dijital çağında sunum biçimlerinin çeşitlenmesi ve bu sunumların farklı teknolojik araçlar aracılığıyla kolaylıkla üretilebilmesi, portfolyo tasarımlarında yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımların araştırılmasını kaçınılmaz hâle getirmiştir. Tasarım üretimlerinin yalnızca içerik açısından değil, aynı zamanda sunum biçimi bakımından da farklılaşması gerekliliği, portfolyo tasarımı stratejik bir iletişim alanına dönüştürmektedir. Özellikle kurum ve müşteri beklentilerinin giderek daha özgün, dikkat çekici ve deneyim odaklı portfolyo sunumlarına yönelmesi, tasarımcıları bu alanda yeni ifade biçimleri ve yaratıcı sunum stratejileri geliştirmeye teşvik etmektedir. Bu bağlamda kullanıcı odaklı beklentiler, portfolyo tasarımlarının yalnızca bireysel becerilerin sergilendiği bir araç olma niteliğinin ötesine geçmesini sağlamaktadır. Güncel portfolyo anlayışı, tasarımcının üretim süreçlerini, düşünsel yaklaşımını ve problem çözme yöntemlerini kullanıcıyla etkileşim kurabilecek biçimde aktarabilen bütüncül bir yapı kazanmıştır. Böylece portfolyolar, yalnızca çalışmaların sergilendiği statik bir platform olmaktan çıkarak, izleyici ile tasarımcı arasında anlamlı bir iletişim ve deneyim alanı oluşturan interaktif sunum ortamlarına dönüşmektedir. Bu dönüşüm, portfolyo tasarımının hem görsel iletişim hem de kullanıcı deneyimi açısından yeniden ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

Dijital portfolyolar, tasarımcıların üretimlerini görsel olarak zenginleştirme, interaktif (etkileşimli) öğeler ve kullanıcı dostu tasarımlar ekleme, oluşturma konularında avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca, dijital portfolyoları tasarımcılar hızlıca güncelleyebilmekte ve zamanla gelişen becerileri ve yeteneklerini yansıtabilmektedirler. Ayrıca dijital portfolyoların çevrimiçi ortamlara entegrasyonu (sosyal medya platformları vb.) iş arayışında olan tasarımcılara yeni profesyonel imkânlar sunmakta ve kariyer gelişimlerini destekleyici bir rol üstlenmektedir (Caferoğlu, 2025, s.129). Türk Dil Kurumu'na göre interaktif etkileşimli demektir. Görsel iletişimde, çağdaş yaklaşım biçimi olarak bahsedilen

etkileşimli portfolyoların sayısı gün geçtikçe artmakta ve ifade biçimleri çeşitlenmektedir. Bu tür portfolyolar, yalnızca kullanıcıyı bilgilendirmeye yarayan bir anlayıştan ziyade kullanıcıyı sürece dahil ederek bir deneyim sunan, yönlendiren bir arayüz yapısına dönüştürmüştür. Etkileşimli portfolyolar her zaman kullanıcı deneyimi olan bireyler tarafından incelenmemektedir. Dijital ve etkileşimli portfolyo arayüzlerdeki etkileşim yapısının, deneyimli kullanıcılar kadar deneyimli olmayanlar için de tasarlanması gerekmektedir (Yum, 2020, s.63). Jones'e göre etkileşimlilik (interaktivite) üç şekilde gerçekleşmektedir. Kullanıcıdan-sisteme, kullanıcıdan-dokümana, kullanıcıdan-kullanıcıya olarak gerçekleşmektedir (Jones, 2003, s.243). Burada kullanıcıdan-kullanıcıya olan türde kastedilen etkileşimin kontrolü bilgisayar üzerinden eşit şartlarda her iki tarafta da gerçekleşmekte olduğudur. Görsel 3 etkileşimli portfolyo tasarımlarına örnek olarak incelenebilir.



Görsel 3. Alan isimli Fransız dijital sanatçıya ait etkileşimli portfolyo tasarımı örneği

Erişim: 04.03.2026 Kaynak: <https://alannn.art>

Fransız dijital sanatçı Alan'ın web sayfası incelendiğinde, fare hareketlerine göre yön değiştiren üç boyutlu modellenmiş bir karakter görülmektedir. Karakterin elinde bulunan elmasla etkileşime geçildiğinde (tıklanma yoluyla) elmas kendi eksenini etrafında döndürülmekte ve bu etkileşim aracılığıyla sanatçının hakkında bölümü, çalışmaları ve mağaza gibi farklı içeriklere erişim sağlanmaktadır.

Chapman interaktif kavramını, diğer bileşik medya türlerinden ayıran en önemli özelliğın etkileşim ile kullanıcıya kontrol etme imkânından bahsetmektedir. Kullanıcı medyayı istediğı şekilde yönlendirerek, bilgi akışı üzerinde değişiklik yapma imkanına sahiptir. (Chapman, 2004: 15). Etkileşimli portfolyolarda bilginin akışı, organizasyonu, içeriğın doğru aktarılması oldukça önemli unsurlardır. Tercih edilen web ortamına göre tasarımcılar kendilerini en iyi ifade edebilecekleri yazılımları tercih etmektedirler. Bilinen en yaygın kullanılan masaüstü etkileşimli portfolyo tasarımı yazılımlarından biri Adobe Animate olarak öne çıkmaktadır. Masaüstü yazılımların yanı sıra Wix gibi web tabanlı platformlar da esnek yapıları sayesinde tasarımcılara portfolyolarını kişiselleştirebilmek adına çeşitli olanaklar sunmaktadır. Alan adı satın almak istemeyen tasarımcılar için Behance, Portfoliobox ve Carbonmade gibi platformlar, kişisel portfolyoların herhangi bir ücret ödemeden paylaşılabilceğı alternatif dijital mecralar arasında yer almaktadır. Portfolyo sitesinde kullanılan görsel ve hareketli öğelerin müzik ile desteklenmesi ve kullanıcı deneyimi odağında çeşitli etkileşimli dokunuşların eklenmesi, sunumun etkisini ve kullanıcı deneyiminin niteliğini artırmaktadır. Bunun yanı sıra portfolyo sitesinin sosyal medya hesaplarıyla ilişkilendirilmesi, tasarımcıların bu kanallar aracılığıyla daha geniş bir kitleye ve potansiyel müşterilere ulaşabilmesine olanak sağlamaktadır. Kontrol ve navigasyon özellikleri barındıran etkileşimli portfolyolar ise web tabanlı platformlar, uygulama formatları veya USB aracılığıyla çalıştırılabilen dijital sunum biçimleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Yum, 2021, s.34). Kullanıcıyı sürece dahil eden yeni nesil etkileşimli portfolyo tasarımı yaklaşımlardan bir tanesi de oyunlaştırma olduğı gözlemlenmektedir. Oyunlaştırmanın kullanıcı etkileşimini artırarak portfolyonun izlenme süresini uzatma işlevi olduğı gözlenmiştir. Bu sayede kullanıcıların içerikle daha fazla etkileşim kurduğı, sunumun daha akılda kalıcı ve dikkat çekici bir deneyime dönüştüğü görülmektedir. Bununla birlikte, geleneksel portfolyo sunumlarında bilgi aktarımı çoğunlukla statik ve tek yönlü bir yapı sergilerken, oyunlaştırma uygulamaları sayesinde kullanıcıların içerikle aktif biçimde etkileşime girebildiğı tespit edilmiştir. Bu durumun, kullanıcıların portfolyoyu keşfetme sürecini bir görev ya da eğlenceli bir deneyim hâline dönüştürdüğü ve böylece bilgi aktarımını daha etkili kıldığı değerlendirilmektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda konuya ilişkin çeşitli örnek araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Yapılan incelemeler

sonucunda tasarımcıların kişisel web sitelerinde oyunlaştırılmış portfolyo örneklerine rastlanmıştır. Söz konusu örneklerde kullanıcıların sayfa içerisinde gezinirken mini görevleri tamamladığı, belirli çalışmalarını keşfettiği veya bir anlatı kurgusu içerisinde yönlendirildiği oyunlaştırılmış portfolyo tasarımlarının yer aldığı görülmüştür. Bu tür tasarımlar hem kullanıcı deneyimini geliştirmeyi hem de tasarımcının yaratıcılığını etkileyici bir biçimde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca basit animasyonlarla desteklenen etkileşimli tasarım unsurları ya da kullanıcının seçimler yaparak içerik akışını yönlendirebildiği dinamik yapılar aracılığıyla, portfolyonun bireyselliğini ve özgünlüğünü vurgulayan bir sunum yaklaşımının benimsendiği anlaşılmaktadır (Yıldız ve Kırdal, 2025, s.316). **Görsel 4** oyunlaştırma kullanılan portfolyo tasarımlarına örnek olarak incelenebilir.



Görsel 4. Peter Oravec isimli sanatçıya ait oyunlaştırılmış portfolyo tasarımı örneği

Erişim: 04.03.2026 Kaynak: <https://peteroravec.com>

Görsel 4. Peter Oravec isimli sanatçının web sayfası incelendiğinde, kullanıcının bir oyun karakteri aracılığıyla şehir içinde dolaşarak ve belirli noktalarla etkileşime girerek bilgi edindiği bir yapı kurgulandığı görülmektedir.



Görsel 5. Ajibola isimli ürün tasarımcısına ait oyunlaştırılmış portfolyo tasarımı örneği

Erişim: 04.03.2026 Kaynak: <https://ajibolaa-o.com>

Görsel 5. incelendiğinde Ajibola isimli ürün tasarımcısının dergilerden filmlerden etkilenerek kurgu bir oyun ile portfolyosunu tasarladığı gözlemlenmektedir. Fare okyanus üzerinde sürüklenerek yavru köpeklerin kurtarılması üzerine bir kurgu ile oyun oynanmaktadır.

Sonuç

Araştırma bulguları ve yapılan literatür incelemesi doğrultusunda, portfolyo tasarımlarının yalnızca tasarım ürünlerini sergileyen bir sunum aracı olmanın ötesine geçerek, tasarımcının düşünsel yaklaşımını, yaratıcı sürecini ve problem çözme becerilerini yansıtan önemli bir iletişim platformuna dönüştüğü görülmektedir. Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüz koşullarında, portfolyoların etkili ve güçlü biçimde sunulabilmesi için yeni nesil etkileşimli tasarım yaklaşımlarının giderek daha fazla önem kazandığı anlaşılmaktadır. Özellikle kullanıcı deneyimi odaklı, etkileşimli ve oyunlaştırma temelli portfolyo tasarımlarının, izleyicinin içerikle daha aktif bir ilişki kurmasını sağladığı ve sunum sürecini daha dikkat çekici hâle getirdiği görülmektedir. Bu tür yenilikçi sunum formatları, portfolyonun yalnızca görsel bir arşiv niteliğinde kalmasını engelleyerek kullanıcıyı sürece dahil eden dinamik bir deneyim alanı oluşturmaktadır. Böylece tasarımcılar, çalışmalarını daha etkili bir anlatı kurgusu içerisinde sunabilmekte ve izleyicinin portfolyo ile kurduğu etkileşim süresini artırabilmektedir. Sonuç olarak, çağın gerekliliklerine uyum sağlayan yenilikçi ve etkileşim temelli portfolyo sunumları, tasarımcıların profesyonel kimliklerini daha güçlü biçimde ifade edebilmeleri açısından stratejik bir gereklilik hâline gelmiştir. Bu doğrultuda yeni nesil dijital portfolyo yaklaşımlarının benimsenmesi, tasarımcıların rekabetçi profesyonel ortamda öne çıkmalarına, yaratıcı potansiyellerini daha görünür kılmalarına ve hedef kitleleriyle daha etkili bir iletişim kurmalarına önemli katkılar sağlamaktadır.

Kaynakça

- Caferoglu, M. (2025). Portfolyo Tasarım Süreci Aşamalarına Yönelik Bir Öneri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (15-Özel sayı), 119-143.
- Chapman, N. & Chapman, J. (2004). *Digital Multimedia*, England: John Wiley & Sons. Ltd.
- Eisenman, S. (2006). *Building design portfolios: Innovative concepts for presenting your work*. Rockport Publishers.
- Demir, Ç. (2022). Görsel İletişim Tasarımında Portfolyo Tasarımının Önemi, Durmaz, Ö. Ertürk, M. Görsel İletişimi Tasarlamak, (s.11-33) Yem Yayınları.
- Harland, R. (2011). The dimensions of graphic design and its spheres of influence. *Design Issues*, 27(1), 21-34.
- Jones, S. (2003). *Encyclopedia of New Media*, California: Sage Publication Inc.
- Kanmaz, Z. İ., & Pehlivan, S. (2024). “Dijital Dönüşüm Çağında Değişen Paradigma ve Grafik Tasarım Süreci”. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 33, 233–252.
- Kaya, K. (2014). Sanal Portfolyo Uygulamalarının İncelenmesi Ve Bir uygulama Örneği: DPÜ GSF Online Portfolyo Sitesi, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.
- Narter, Ç., 2019 İstanbul Ticaret Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, EÜTB, İstanbul, Online Journal of Art and Design volume 7, issue 2, April 2019
- Yum, M. S. (2021). *Yaratıcı disiplinler için portfolyo tasarımı*, Akademi Titiz Yayıncılık.
- Yum, M. S. (2021). Tasarım Mesleklerinde Hazırlanan Portfolyolara Ait Özelliklerin Belirlenerek Değerlendirilmesi. *Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 28-44.
- Yıldız, M., & Kırdal, F. (2025). Web Tasarımında Yaratıcı Çözümler: Oyunlaştırılmış Portfolyo Tasarımları. *Bodrum Journal of Art and Design*, 4(2), 304-324.
- Linton, H. (1996). *Portfolio Design*, W.W. Norton&Company, New York, 1996
- Turgut, Ş. (2023). Tasarım alanındaki interaktif portfolyoların incelenmesi, Yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Uçar, T.F. (2018). *Fotoğraf ve Video Geliştirme*, Anadolu Üniversitesi Yayınları

