

# Bilgilendirme tasarımı ve gelişen dünyadaki yeri

## *Information design in the developing world*

Tuçcan Güler 

<sup>1</sup> Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, Türkiye, e-mail: [tugcan.guler@deu.edu.tr](mailto:tugcan.guler@deu.edu.tr)

### Öz

Bilgi, insanın dünyaya en önemli katkılarından biri olarak uygarlığın gelişimine paralel şekilde kapsamını artırmıştır. Geçmişte yalnızca seçkinlerin sahip olabildiği bilgi önce sanayi devrimi ardından iletişim ve bilişim teknolojilerinin gelişimiyle herkesin her an ulaşabileceği bir noktaya gelmiştir. Ancak bütün bu olumlu gelişmelere karşın iletişim kanallarında yaşanan bilgi bombardımanı nedeniyle doğru ve yanlış içerik yan yana yer alarak karmaşaya neden olmaktadır. Bilgilendirme tasarımı bu sorunla başa çıkmak amacıyla doğruluğundan emin olduğu içerikleri okuyucunun kolay anlayabileceği tasarımlara dönüştürür. Veriden tasarlanmış ürüne giderken nesnellik ve doğruluktan ayrılmayan bir iletişim tasarımı hedefler. Bunun için bilimsel bakış açısıyla bulabileceği tüm verileri toplar ve gerçeğe ulaştıktan sonra insanların anlayabilmesi için görselleştirir. Bilgilendirme tasarımı, henüz bir tasarım disiplini olarak adlandırılmadığı zamanlarda da gelişen dünyanın sorunlarını çözmeye çalışmıştır. Gelecekte de çözmeye devam edecektir.

**Anahtar kelimeler:** Bilgilendirme Tasarımı, İletişim Tasarımı, Bilgi Bombardımanı.

**Citation/Atf:** GÜLER, T. (2024). Bilgilendirme tasarımı ve gelişen dünyadaki yeri. *Journal of Arts*. 7(3): 135-147, DOI: 10.31566/arts.2456

**Corresponding Author/ Sorumlu Yazar:**  
Tuğcan Güler  
E-mail: [tugcan.guler@deu.edu.tr](mailto:tugcan.guler@deu.edu.tr)



Bu çalışma, Creative Commons Atif 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.  
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

## Abstract

Information, as one of the most important contributions of man to the world, has increased its scope in parallel with the development of civilization. Information, which was previously only available to the elite, has reached a point where everyone can access it at any time, first with the industrial revolution and then with the development of communication and information technologies. However, despite all these positive developments, due to the information bombardment experienced in communication channels, correct and incorrect content are placed side by side, causing confusion. To cope with this problem, information design transforms content that it is sure of its accuracy into designs that the reader can easily understand. It aims for a communication design that does not deviate from objectivity and accuracy while going from data to designed product. To this end, it collects all the data it can find with a scientific perspective and visualizes it for people to understand after reaching the truth. Information design has tried to solve the problems of the developing world even when it was not yet called a design discipline. It will continue to solve them in the future.

**Keywords:** Information Design, Communication Design, Information Bombardment.

## 1. GİRİŞ

Bilgi, insana ait uygarlığın kalıcı göstergelerindedir. Bilgiye sahip olmak uygarlığı oluşturan birikime de sahip olmak anlamına gelir. Tarihin her döneminde önemini hissettiren bilgi, eğitim ve teknolojinin artmasıyla çoğalıp yaygınlaşarak yokluk döneminden çokluk dönemine geçiş yapmıştır. Geçmişte yokluğu insanlığa sorun olan bilgi, günümüzde kitle iletişim araçlarından yayılan bombardıman nedeniyle çokluğuyla sorun olmaya başlamıştır. Ancak insanlık her zaman olduğu gibi bu soruna da çözüm bulma arayışına girmiş ve bilgilendirme tasarımını ortaya çıkartmıştır. Bilgilendirme tasarımı her gün katlanarak artan bilginin insanlık tarafından anlaşılmasına büyük katkı sağlamaktadır (Wurmann, 2001: 15).

## 2. VERİ, BİLGİ VE YAYGINLAŞMASI

### 2.1. Bilgiye Giden Yolda Veri

Veriler, henüz anlam ya da bağlam sağlayacak şekilde analiz edilmemiş ya da yorumlanmamış ham, işlenmemiş materyaldir. Veriler sayılar, metinler, resimler ve daha fazlası dahil olmak üzere birçok başlık altında toplanabilir.

Bilgi ise veri işlendikten sonra elde edilen dökümdür. Bilgi, verileri analiz etmenin, yorumlamanın ve bunlardan yorum çıkarmanın sonucudur.

Veri ile bilgi arasındaki temel fark, verinin ham, analiz edilmemiş malzeme olması, bilginin ise anlamlı, bağlam yaratan işlenmiş ve analiz edilmiş veri olmasıdır. Veriler kendi başına anlamsız görünürken bilgi, onun önemini anlamamıza olanak tanıyan bir bağlam ya da bakış açısı sağlar. Dolayısıyla içerik oluşturma sürecinde veri başlangıç noktasıyken bilgi bu sürecin bitiş noktasıdır. Bu birliktelik birinin diğerine bayrak devri şeklinde olabileceği gibi iki takımın beraber çalışması şeklinde de gerçekleşebilir.

### 2.2. Biriken Bilginin Yaygınlaşması

Bilgi, insan eliyle üretilmekte ve kayıt altına alınmaktadır. Bu nedenle bir yerde bilginin varlığından söz edebilmenin koşulu o bilginin sözlü ya da yazılı bir şekilde kayıt altına alınmış olmasıdır. Kayıt altına alınan bilgi tarih boyunca toplumların ilerlemesini ve gelişmesini sağlamıştır. Bilgiye sahip olmak bireylerin ve toplulukların başarısını belirleyen bir faktördür. Günümüz dünyasında bilgiye her zamankinden daha kolay erişilebilmektedir. Bununla birlikte bilgiye erişme ve onu kullanma yeteneği, kişisel ve toplumsal ilerleme için hayati öneme sahiptir (Kaya, Ündil, 2022: 108). Bilginin değeri yalnızca sahip olunması değil aynı zamanda yaratılması ve yayılmasındadır. Thomas Kuhn'un belirttiği gibi bilgi statik bir varlık değil, zaman içinde gelişen dinamik bir süreçtir (aktaran Çobanoğlu, 2000: 24).

Günümüz dünyasında dijital çağın yükselişi bilgiye erişimde belirgin kolaylıklar sağlarken bilgiye sahip olanlar, olmayanlara göre gözle görünür bir avantaj elde etmişlerdir (Binici, Akkaya, 2018: 11). Matbaanın icadıyla bilgi, çoğaltılma yoluyla yaygınlaşmaya başlamış, el yazması şeklinde tek ya da az sayıda bulunan değerli “eserler” yerini daha geniş bir kitlenin ulaşabileceği “yayınlarla” bırakmıştır. Sanayi devrimi de gerek üretim gerek yaşam üzerindeki dönüştürücü etkisiyle bilgi miktarının çoğalmasını ve bilgi üreticilerinin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bilgi birikiminin hızla çoğalması ve insanların bilgiye kolay ulaşabilmesi bunun sonucudur. Geçmişte yalnızca kütüphanelerde bulunabilecek miktarda içerik akıllı telefonlar ve internet sayesinde artık parmaklarımızın ucunda her an ulaşılabilir durumdadır (Görsel 1).

**Görsel 1.** Günümüzde akıllı telefon ve internet birikteliğiyle bilgi parmaklarımızın ucundadır.



**Kaynak:** [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/55/People\\_engaging\\_with\\_their\\_phones\\_on\\_the\\_Seoul\\_Metro\\_-\\_5166351572\\_4e33242d3e\\_o.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/55/People_engaging_with_their_phones_on_the_Seoul_Metro_-_5166351572_4e33242d3e_o.jpg)

Eski dünya ile yeni dünya karşılaştırıldığında en büyük farklardan birinin bilginin günümüzde serbestçe ve bol miktarda dolaşıyor olması söylenebilir.

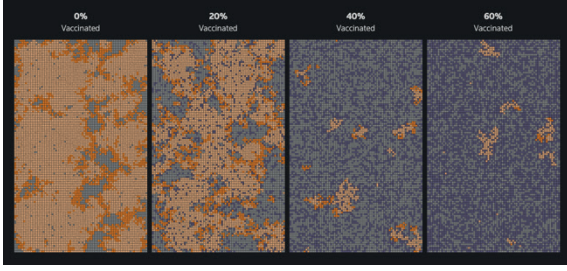
### 2.3. Bilginin Doğruluğu ve Güvenilirliği

Günümüz dünyasında bilgiye erişim sorun olmaktan çıkmıştır. Artık sorun bilgi kaynaklarının doğruluğu ve güvenilirliğidir. Şüphesiz tarihin her döneminde güvenilir olmayan bilgi kaynakları olmuştur. Ancak günümüzün sorunu kimi olaylarda yüzbinlerce bilgi kaynağının aynı anda bilgi üretmesidir. Bu kalabalıkta doğruyu bulmak ortamı dikkatlice okumak ve analiz et-

mekle mümkündür. Ne var ki uyarılar ve göstergeler dünyasında kimsenin buna vakti yoktur. Yanlış bilgi bireyler ve toplum üzerinde olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir. Bu nedenle bilgi kaynaklarının doğru ve güvenilir olmasını sağlamak büyük önem taşımaktadır. Geçmişte var olan “bilgi yeni petroldür” (URL 1) anlayışı kısa sürede yerini “bilgi yeni vatandır” (URL 2) yaklaşımına bırakmıştır. İletişim kanallarının çeşitliliği ve hızı yanlış bilginin ya da yapılan bir dezenformasyonun hızla yayılabilmesine neden olabilir. Pek çok insan doğruluğundan emin olmadığı bilgileri rahatlıkla paylaşmaktadır. Yasal önlemler yeterli olmamaktadır. Bu durum ister istemez ciddi sonuçlara yol açabilecek komplo teorilerinin, propagandanın ve yanlış bilgilerin yayılmasına yol açmaktadır. Bazı durumlarda yanlış bilgi, insanların verdiği yanlış kararlar sonucu kendilerine ya da başkalarına zarar vermesine neden olabilir.

Modern çağın ve modern insanın yarattığı bir sorun olan komplo teorileri günümüzde sosyal medya ve benzeri platformların denetimsiz ve seri iletişim olanakları sayesinde hızla yayılabilmektedir. Yakın zamanda yaşanan ve etkisi halen süren COVID-19 salgını sırasında virüs ve tedavileri hakkındaki yanlış bilgiler, insanların tehlikeli ilaçlar almasına ya da önemli ilaçları reddetmesine yol açmıştır (URL 3). Görsel 2’de Covid-19’a ilişkin bir dizi hareketli grafik çalışmanın bir örneği görülmektedir. Bu çalışmada salgında aşılmanın bağışıklık üzerindeki etkisi görselleştirilmiştir. Açık renkler hasta bireyleri ve koyu renkler ise hasta olmayan bireyleri göstermektedir. Soldan sağa sıfır aşılama sırasıyla %20, %40 ve %60 aşılamanın etkisi gösterilmektedir. Son derece küçük bir alanda dahi aşılamanın bağışıklık üzerindeki önemli ve hayati etkisi anlaşılmaktadır.

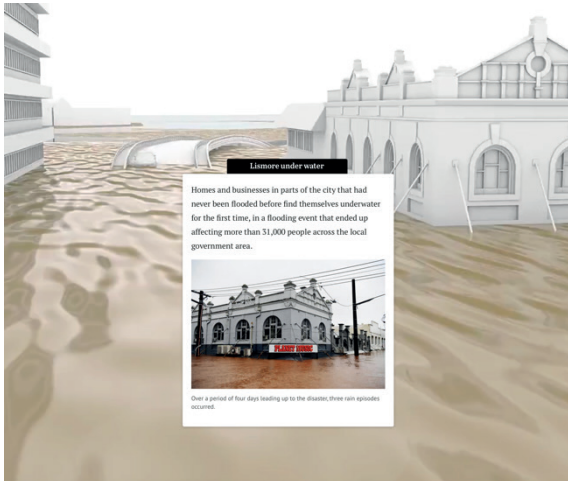
**Görsel 2.** Covid-19 sürecinde aşılamanın bağışıklığa olan olumlu etkisini gösteren bilgilendirme tasarımı.



**Kaynak:** [https://www.reuters.com/graphics/HEALTH-CORONAVIRUS/HERD%20IMMUNITY%20\(EXPLAINER\)/gjnvwaydvw/index.html](https://www.reuters.com/graphics/HEALTH-CORONAVIRUS/HERD%20IMMUNITY%20(EXPLAINER)/gjnvwaydvw/index.html)

Alınan bilgilerin doğru ve güvenilir olmasını sağlamak için güvenilir bilgi kaynaklarından yararlanmak çok önemlidir. Gazete ve televizyon haberleri gibi geleneksel medyanın halka doğru bilgi verme sorumluluğu vardır. Ancak sosyal medyanın yükselişi, geleneksel medyanın haber ve bilgi üzerindeki tekeline meydan okumuştur. Özünde demokratik bir hareket olan kaynak çeşitliliği hiçbir nitelikli denetime tabi tutulmadığı için yanlış bilgi kaynağı haline gelebilmektedir. Bu nedenle sosyal medya aracılığıyla alınan bilgilerin doğruluğunun kontrol edilmesi şarttır. Hakemli araştırmalar ve uzman görüşleri de titiz araştırma ve analizlere dayandıkları için güvenilir bilgi kaynaklarıdır. Görsel 3'te Sydney Morning Herald Gazetesi'nin yaşanan sel felaketiyle ilgili bir dizi hareketli görselleştirmesi görülmektedir. Sele ilişkin istatistik ve haritaların yanı sıra felaketin gelişimi üç boyutlu modellerle saat saat gösterilmiştir.

**Görsel 3.** Avustralya'da Yaşanan Sel Felaketinin Detaylı Görselleştirilmesi

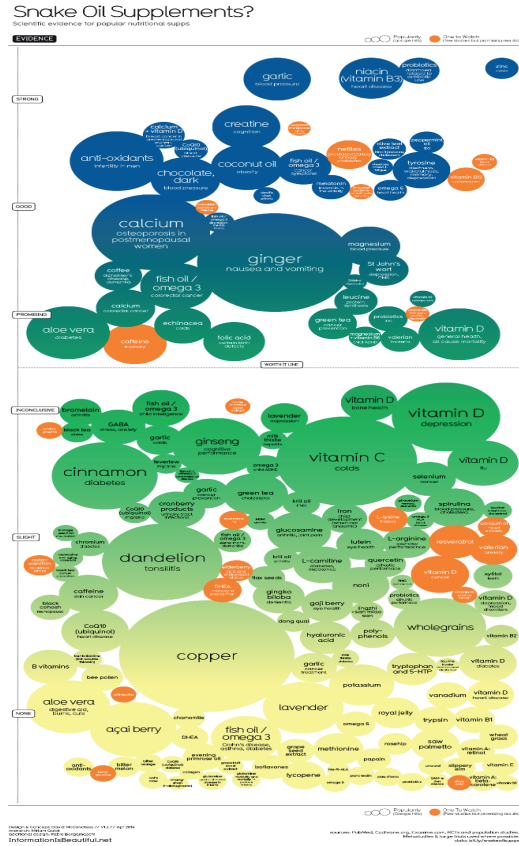


**Kaynak:** <https://www.smh.com.au/interactive/2022/lismore-flooding/>

Doğru ve güvenilir bilgiye erişimin sağlanması medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerilerini gerektirir. Medya okuryazarlığı medyaya erişme, analiz etme, değerlendirme ve yaratma yeteneğini içerir. Eleştirel düşünme becerileri, bilgiyi analiz etme ve bilinçli kararlar verme yeteneğini içerir. Doğru ve güvenilir bilgiye erişimin sağlanmasında etik gazetecilik ve sorumlu habercilik de büyük önem taşımaktadır. Gazetecilerin gerçeği bildirme, sansasyon, spekülasyondan ve önyargıdan kaçınma sorumluluğu vardır.

Bilgilendirme tasarımının gereksinim duyacağı doğru ve güvenilir bilgi noktasında bilgilendirme tasarımcıları devreye girerek bilginin doğruluğunu kaynaklardan teyit etmeli, "araştırma bazlı tasarım" yapmalıdır (Petersson, 2013: 19). Görsel 4'teki tasarım çalışması gıda takviyelerini bilimsel sonuçları üzerinden değerlendirmiş ve hem hangi işe yaradığını hem de etkilerini görsel hacimleriyle eşleştirerek yansıtmıştır. Özellikle gelişmiş toplumlarda yaygın kullanımı olan gıda takviyeleri, ilaçlar gibi denetlenmediği için, pek çok tartışmalı ürünün pazarda boy gösterdiği, vücuda etkisinin de çoğu zaman reklamın etkinliği nedeniyle gölgede kaldığı ürünlerdir. Burada bilimsel araştırmalar sonucu varılan değerler bir tablo içerisinde görselleştirilmiştir. Bu tasarımda görselleştirme veri setlerini canlı olarak kullanılmış ve çalışma zaman zaman güncellenmiştir.

#### Görsel 4. Gıda Takviyelerinin Deliller ve İşlevler Üzerinden Değerlendirilmesi



**Kaynak:** <https://informationisbeautiful.net/visualizations/snake-oil-scientific-evidence-for-nutritional-supplements-vizsweet/>

### 3. BİLGİLENDİRME TASARIMI

#### 3.1. Bilgilendirme Tasarımına Gereksinim

Bilgi ve bilgilendirme Türkçe’de iki farklı sözcükle ifade edilmektedir. Ancak İngilizce’de sıklıkla tek bir sözcük tarafından ifade edildiği görülmektedir. “Information” hem bilgi hem de bilgilendirme anlamında kullanılmaktadır. Bu nedenle tercümede kaybolma misali “information design” deyişinin “bilginin tasarlanması” şeklinde yanlış anlaşılması olasıdır. Burada tasarım eylemi bilginin kitlelere ulaşip onları bilgiyle donatma sürecinin tasarlanması olarak değerlendirilmelidir. Bilgilendirme tasarımı doğru bilgiyi olması gerektiği gibi görselleştirir.

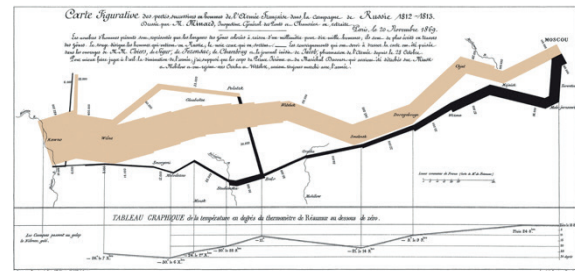
Günümüzde sıradan insanın sorunu içeriğe ulaşmak değil, bu içeriğin içinden dikkate değer olanları “ayıklamak” olmuştur. Haliyle bilginin, bu bilgiye gereksinimi olan kişiler (kullanıcı grupları) nezdinde takip edilebilirliği önem kazanmaktadır. Sonuç olarak derlemek, toparlamak,

arındırmak amacıyla bilgilendirme tasarımına gereksinim meydana çıkmaktadır.

#### 3.2. Bilgilendirme Tasarımının Gelişimi

Bilgilendirme tasarımı çalışma disiplininin tarihçesine bakıldığında bu tasarım disiplinine ait yaşanan önemli gelişmelerin birbirinden habersiz kişiler tarafından yürütülen yaratıcı çalışmalar ile gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Günümüz dünyasına göre tasarımcı olarak adlandırılmayacak bu insanlar aslında bilinçli bir şekilde bu tasarım disiplinine hizmet etmişlerdir. Yaptıkları çalışmalar öncü olmuş ve insanlığın hayatını kolaylaştırmıştır. Detaylı bir inceleme yapıldığında insanlığın yüzyıllardır bilgilendirme tasarımının varlığından haberdar olduğu ve bu alandaki tasarım ürünlerine maruz kaldığı gözlemlenmektedir. İçinde yaşadıkları çevreyi daha iyi algılamak isteyenler, bilgilendirme tasarımı öğretisini oluşturmuş ve ondan yararlanmışlardır. Charles Minard tarafından 1869’da hazırlanan bu çalışma, Fransa kralı Napoleon’un sonu büyük bir felakete biten Moskova seferini istatistikler üzerinden anlatmaktadır. Bu grafikte birbirinden farklı düzlemlerde yer alan bilgiler tek bir alanda bir araya getirilmiştir. Bunlar yola çıkan ordunun asker sayısı ve dönüşü kadar olan asker kayıpları, ordunun sefere gittiği güzergâh, hava sıcaklıkları, coğrafi etkenlerin etkisi vb. Bu çalışma geçmişin doğru tartışılmasına da öncü olmaktadır (Görsel 5).

#### Görsel 5. Napoleon’un Moskova seferinin görselleştirilerek değerlendirilmesi

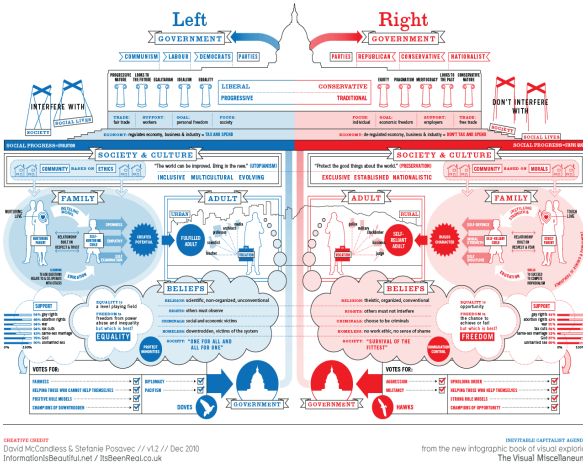


**Kaynak:** <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/29/Minard.png>

Bilgilendirme tasarımı, grafik tasarım ile olan ortaklığından büyük oranda beslenmiştir. Bununla birlikte matematik, fen ve tıp gibi pek çok bilim dalıyla olan birlikteliği gelişen uygarlığın bir yansımasıdır. Bilgilendirme tasarımı kriterlerini uygulayan kurumlar, firmalar ve hatta bireyler

uygarlığın gelişimine büyük katkıda bulunacaktır. Bu nedenle alana sahip çıkılması bir şekilde insanlığın yararına. Bilgilendirme tasarımı alanı salt estetik odaklı bir tasarım alanı değil, fayda sağlayan bir alandır. Görselde ABD'deki başkanlık seçimleri öncesinde iki temel siyasi grup olan "sol ve sağ kanat yönetimler" anlatılmaktadır. Toplanan veriler bu iki siyasi grubu aile yaşantısı, vergi alımı ve inançlarına varıncaya pek çok alanda karşılaştırmakta ve bilgileri aynı başlıklar altında sunularak anlaşılması sağlanmaktadır. Her ne kadar Amerikalı seçmen hedeflenmiş olsa da bir başka ülkenin vatandaşının da anlayabileceği şekilde tasarlanmıştır (Görsel 6).

**Görsel 6.** ABD başkanlık seçimindeki siyasal yapıyı anlatan bilgilendirme tasarımı çalışması.



**Kaynak:** <https://informationisbeautiful.net/visualizations/left-vs-right-world/>

Bilgilendirme tasarımı tanımlarken hem teorik tanımlamalara hem de az önce yapıldığı gibi tasarım ürünü okumalarına gereksinim duyulmaktadır. Her tasarım branşı gibi bilgilendirme tasarımının de ürünleri alanın tanımlanmasına büyük bir destek vermektedir. Bu nedenledir ki pek çok tasarım eleştirmeni bilgilendirme tasarımını başarılı ürünler üzerinden tanımlamayı tercih etmektedir.

Bilgilendirme tasarımı alanında üretilen projeler genişledikçe alanın daha disiplinlerarası bir yöne doğru yol aldığı görülmektedir. Bir yandan grafik tasarım ve meslek profesyonelleriyle organik bağı bulunsun da artan içeriği dönüştürme talebini karşılayabilmek için mimarlık, mühendislik, dil bilim, tıp, edebiyat psikoloji, sosyoloji gibi

pek çok bilim dalıyla iş birliği içerisinde. Bu da çalışma alanının kapsamını genişletmektedir. Bilgilendirme tasarımı yalnızca içeriğin yazı karakterleri aracılığıyla metne dönüştürülmesi değildir. İçeriğin ilgili kitlesi tarafından anlaşılması amacıyla görselleştirilmesidir. "İspanya Apartmanlarda Yaşıyor" adlı çalışma, dar apartman dairelerinde yaşamak zorunda olan İspanyolların, hem bu duruma hangi aşamalardan geldiği gibi ekonomi ve sosyoloji bilimine ait verilerden hem de kentlerindeki yüksek katlı binaların yoğunluğuna dikkat çekildiği gibi mimari ve şehir planlama bilimlerine ait verilerden yararlandırılmıştır (Görsel 7).

**Görsel 7.** "İspanya Apartmanlarda Yaşıyor" adlı hareketli bilgilendirme tasarımı çalışması.



**Kaynak:** <https://especiales.eldiario.es/spain-lives-in-flats/>

### 3.3. Bilgilendirme Tasarımında Tanımlar

Bilgilendirme tasarımının tanımı uzun bir geçmişe sahip olup, dünya çapında hızlı gelişimin yarattığı sorunların da etkisiyle tamamen yeni bir disiplin olarak ivme kazanmıştır. Günümüz bilişim ve iletişim yoğun dünyasında ihtiyaç duyulan doğru bilgiler anlaşılır bir şekilde tasarlanmadığı için göz ardı edilmekte ve algılanmamaktadır. Bilginin yazılı metnin ötesinde acil yanıt ihtiyacı olduğu düşünülürse aranan bilginin kullanım kılavuzlarında, yol ve yön işaretlerinde, hatta faturalarda ve resmi evraklarda bile kolaylıkla bulunamadığı görülebilir. Modern dünyada bilgi herkesin anlayabileceği şekilde

tasarlanmazsa ortaya bilgilendirme kaosu çıkacaktır (Black, 2017: 5) (Görsel 8).

**Görsel 8.** Günümüzde internet üzerinde dahi binlerce haber, içerik ve sosyal medya siteleri bulunmaktadır.



**Kaynak:** <https://public-media.interaction-design.org/images/uploads/7a57997a04bb402b059eb1980db54934.jpg>

Bilgilendirme tasarımının da diğer tasarım alanları gibi geçmişi vardır. Bu birikim, farklı mesleklerdeki kişilerin farklı zamanlarda yaptıkları çalışmalarla oluşmaktadır. Matbaanın icadından önce bile başarılı örnekler ortaya konmuştur. İletişim teknolojisinin gelişimiyle birlikte ivme kazanan bilgilendirme tasarımı farklı disiplinlerle iş birliği yapmaktadır. İletişim ve ulaşım kanallarının gelişmesiyle görünür hale gelmiştir.

Viyana'da bulunan, Uluslararası Bilgilendirme Tasarımı Enstitüsü'ne göre bilgi, "insanların ulaşabileceği ve kullanabileceği veridir." Tasarım ise "problemi entelektüel birikimle tanımlayarak, tasarımcının nitelikli yaratıcılığıyla oluşturulan ürünün tanımlarını içeren çizimler ya da planlamalar yapmaktır" (URL 4). Edward Tufte'ye göre, bugün bilgilendirme tasarımı denildiğinde, bilgilendirici materyallerin estetik grafik tasarımını anlaşılacaktır (aktaran Pettersson, 2013: 16). Bilgilendirme yönü üretkenliği artırır-

ken, sanatsal yönü de okuyucunun beğenisini kazanacak. Dolayısıyla başarılı bir bilgi tasarımı projesinin hem etkili hem de verimli olduğu söylenebilir (Bull vd, 2003: 19). Bilgilendirme tasarımı, karmaşık, rastgele ve organize olmayan verileri bilgilendirici bilgilere dönüştürmek için geleneksel ve yeni ortaya çıkan tasarım ilkelerini kullanır. Uygulama alanları disiplinlerarası yaklaşımları teşvik eder ve grafik tasarım alanlarını, yazılı paragrafları ve editoryal, yapısal tasarımı, insan teknolojisini ve insan faktörlerini içerir. (Bull vd, 2003: 20).

Bilgilendirme tasarımı ürünleri salt görsel ürünler olarak değerlendirilemezler. Benzerliklerine ve aynı tasarım ilkelerine rağmen, grafik ile ilgili tasarım ürünlerinin tümü bilgilendirme tasarımı ürünleri değildir. Başarılı mesaj tasarımında bilgiler hedef kitleye açık ve anlaşılır bir şekilde iletilir. Kaosa düzen getirmek, aksaklıkları ve verimsizliği ortadan kaldırmak bilgilendirme tasarımının hedefleridir. Amaç görsel ve sözlü iletişimi geliştirerek günlük yaşam kalitesini artırmaktır (Irwin, 2002: 3).

Bilgilendirme tasarımının günlük yaşamda veya iş hayatındaki faydaları, kamusal bir projeye kalkışmayla aynı etkidir (Sless, 2004: 12). Burada önemli olan doğru bilgiyi doğru kitleye ulaştırmaaktır.

Bilgilendirme tasarımının üzerinde çalıştığı projelerin insanlar tarafından nasıl anlaşılacağına yönelik uzun soluklu herhangi bir araştırma yapılmamış, sadece tahminlerde bulunulmuştur. İnsanların duyu organları aracılığıyla algıladıkları bilgileri nasıl işleyip parçaladıkları, anlayıp anlamadıkları belirsizdir. Daha sonra ortaya çıkan sorunların birçoğu bu belirsizliklerden kaynaklanmaktadır. Bilgi tasarımı, bilgiye odaklanma ve bilgiyi anlama gibi genel bir temaya sahiptir; bilgiyi karşılaştırma veya organize etme, gruplama veya sınıflandırma, seçme veya eleme ve bilgiyi ilginç bir şekilde sunma yeteneğine sahiptir (Mijksenaar, 1997: 25).

Bilgilendirme tasarımı yalnızca bir iletişim aracı olarak değil özellikli durumlarda bir tür pazarlama aracı olarak da değerlendirilebilir. Bir iş planının ya da projesinin kısa ve uzun vadede hem somut hem de soyut faydalarını değerlen-

dirirken sonuca ulaşmak daha kolay olacaktır. Düzenli veri ölçümleri, karşılaştırmalar, hazırlanan grafikler sonucunda bu süreç, farkındalık ve etkileşimle ilgili ilerlemenin sonuçlarının analiz edilmesine yardımcı olur (Smiciklas, 2012: 159).

Farklı disiplinlerden uzmanlar arasında tartışıldıktan sonra şu tanım önerilebilir: Bilgilendirme tasarımı, bilgiyi hedef kitle için yararlı bir şeye dönüştürme sürecidir. Hedef kitle için bir bilgi ihtiyacı ortaya çıktığında, bilgilendirme tasarımı tasarımcıları devreye girerek sonuca hazırlanmak ve onu gerçekleştirmek için gerekli tüm adımları planlar.

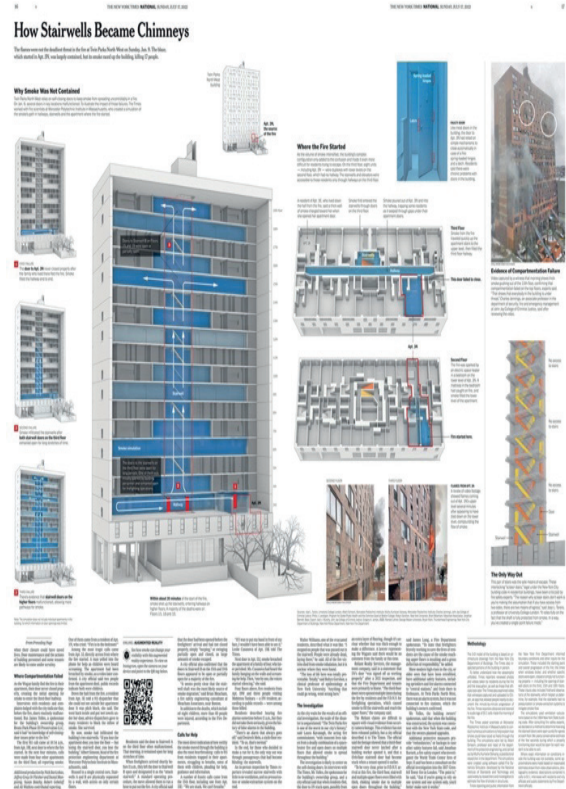
### 3.4. Bilgilendirme Tasarımında Tasarımcı

Bilgilendirme tasarımı bir tasarım disiplini olarak yaklaşık 25 yıllık geçmişine karşın bu alandaki projeler birkaç yüzyıldır başarıyla ortaya konmaktadır. Alanın pek çok alt alanla olan ortaklığı, projelerin estetikten önce işleve odaklanmasından ötürü bu alandaki tasarımcıların, başka tasarımcılara göre ileri düzeyde donanımlı olmaları beklenmektedir. Tasarımcılar yaptıkları tasarımla bilgiyi bu şekilde ne kadar çok anlaşılır hale getirirlerse, o kadar bağlantılı ve bağlamsal hale gelir, o kadar çok dönüşmeye ve görselleştirme oluşmaya başlar (MacCandless, 2014: 6).

Bilgilendirme tasarımı tasarımcısı olmanın zorluğu işin kendisiyle de ilgilidir. Temel ilkelerini anlamak kolayken, tam anlamıyla uygulamaya kalkmak son derece zor bir hedeftir. Bir şeyler karmaşılaşmaya başladığında, mekân insanların algılayabilmesine ters öğeler içerdiğinde, teknik zorunluluklar insan faktörüne galip geldiğinde birilerinin, bilgilendirme tasarımı tasarımcılarının devreye girmesi gerekir. Bu noktada salt “güzel tasarım” değil, “gerekli olanı tasarımı” bulmak ve uygulamak onların görevidir (URL 4). Bilgilendirme tasarımında basit amaç, genişletilmiş altyazılar ve bilgilendirici görseller kullanılarak oluşturulan hiyerarşik görüntüler aracılığıyla okuyucuların karmaşık materyalleri daha iyi anlamalarına yardımcı olmaktır (Heller, 2014: 9). Görselde ABD’de bir binada çıkan yangının nedeninin “merdivenlerin bacaya dönüşmesi” olduğu anlatılmıştır. New York Times gazetesi tarafından hazırlanan bu grafikte tasarımcı görsel hiyerarşi ile tipografiyi harmanla-

arak bu görselleştirmenin amacına ulaşmasına yönelik çalışmıştır. Dengeli yerleştirme görsellerin kolaylıkla incelenmesini sağlarken resim altı yazıları ve detaylı metinler de olayın hikayesini anlatmaktadır. Binanın yalın bir şekilde üç boyutlu modellemesi, katların izometrik olarak gösterilmesi, sürecin şematik çizgilerle ifade edilmesi bilgilendirme tasarımcısının çok disiplinli birikimiyle olanaklı olmaktadır (Görsel 9).

**Görsel 9** Gazetelerin sunduğu infografikler haberlerin daha kolay anlaşılmasını sağlamaktadır.



**Kaynak:** [https://static01.nytimes.com/newsgraphics/2022-11-15-year-in-graphics/ce705852aaa20387490ec51e56d4f12ffa03d6f2/\\_assets/stairwells-fire.jpg](https://static01.nytimes.com/newsgraphics/2022-11-15-year-in-graphics/ce705852aaa20387490ec51e56d4f12ffa03d6f2/_assets/stairwells-fire.jpg)

## 4. BİLGİLENDİRME TASARIMI VE İLETİŞİM TASARIMI

Grafik tasarım ile bilgilendirme tasarımı arasındaki bağlantıyı incelerken bu iki kavramın tasarımın ayrı dalları olmadığını anlamak önemlidir. Bilgilendirme tasarımı ile grafik tasarım arasındaki etkileşim dolaylıdır ve bilgilendirme tasarımı, grafik tasarım sürecinin bir parçası olarak değerlendirilmez. Burada iki bileşenin bir araya gelerek bir bütünmüş gibi hareket etmesi görülmektedir. Aralarındaki ilişki doğal olarak kesiştikleri noktalarda gözlenir. Grafik tasarımın özü

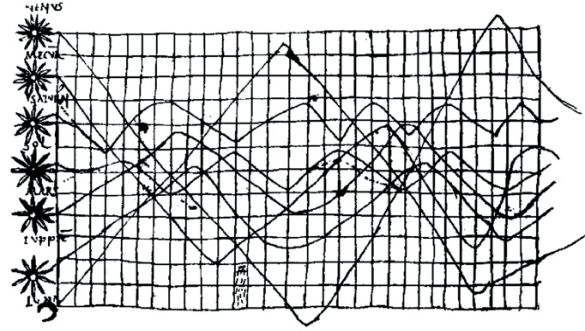


olan “Mesajın içeriğinin belirlenmesi ve hedef kitleye göre görselleştirilmesi” bilgilendirme tasarımının da amacının bir parçasıdır.

Bilgilendirme tasarımı tasarımcısının yukarıda anılan özelliklerinden de anlaşılacağı üzere grafik tasarımcılar, bilgilendirme tasarımı fikrini yaygınlaştıran ve ayrı bir disiplin olarak tanınmasına katkıda bulunan kişilerdir. Pek çok görsel tasarım projesinin çeşitli karmaşıklık düzeyleri vardır, ancak bazıları çok fazla bilgi içerir. Bir görsel tasarım ürününün bilgilendirme tasarımı ürününe dönüşümü bilgi hacminin artmasıyla gerçekleşmektedir. Sonuç olarak grafik tasarımcılar aslında birçok görevde bilgilendirme tasarımı uzmanı olarak görev yaparlar. Bununla birlikte, grafik tasarımcı genellikle tüm tasarım süreci boyunca her şeyi tek başına yaparken, farklı bilgi alanlarından profesyoneller bilgilendirme tasarımı projelerinde bir araya gelir. Teknik olarak grafik tasarımın bilgilendirme tasarımının görsel tasarımıyla ilgilenen bölüm olduğu söylenebilir.

Grafik Tasarım disiplini yakın zamanda “görsel iletişim tasarımı” adını almış olmasına karşın ortaya konan çalışmanın özü temelde aynıdır: İletişim tasarımı. İlginç bir şekilde “Grafik” sözcüğü Art Nouveau sanat akımından önceki geniş zaman diliminde temelde bilgilendirme tasarımı yapma gayreti içerisindeki çalışmalar için kullanılmıştır. 10. Yüzyılda hazırlanan ekteki grafikte gezegen hareketleri şemalar ile kayıt altına alınmıştır. Gözlem yapmanın zorluğu ve ölçüm periyotlarının uzunluğu hesaba katılırsa bu kayıt sürecinin belki yıllar sürdüğü söylenebilir. Bu grafiği hazırlayan bilgilendirme tasarımcısının büyük sabra sahip olduğu söylenebilir. (Görsel 10). Bilgilendirme tasarımı ile grafik tasarım uzun bir süre ortak hareket etmiş ve günümüzde de iş birlikleri devam etmektedir.

**Görsel 10** Onuncu yy'da hazırlanan gezegen hareketleri diyagramı.



**Kaynak:** [https://m.media-amazon.com/images/I/81kRKH-0YucL\\_SL1500\\_.jpg](https://m.media-amazon.com/images/I/81kRKH-0YucL_SL1500_.jpg)

İletişim tasarımı ile bilgilendirme tasarımı arasındaki ilişkide önemli unsur içerik miktarıdır. Bilgilendirme tasarımı da bir tür iletişim tasarımıdır ve ifade teorisinin kullanılmasıyla anlaşılabilir. Bu teori, verilerin görselleştirilmesinin nasıl güç ilişkileri yaratabileceğini açıklıyor. İletişim tasarımı ile bilgilendirme tasarımı arasındaki ilişkiyi anlayarak tasarım ekipleri arasında daha etkili iletişim oluşturmak mümkündür.

Bilgilendirme tasarımının iletişim tasarımı alanına dahil edilmesi geçmişten günümüze kabul edilen bir gelişmedir. Bir görselleştirme tasarımcısı için en önemli kararlardan biri, verilerden görsel özelliklere uygun bir eşlemenin seçilmesidir (Card, 2020: 30). İletişim tasarımı da bilgilendirme tasarımı da verileri keşfetmek ve yeni iç görüler oluşturmak için kullanılır. Bilgilendirme tasarımının değeri araştırmacılar tarafından kabul edilse de görselleştirmenin etkinliğini değerlendirmek zordur. Bilgi toplumumuzun öznel deneyimini ifade etmek için verileri sanatsal bir şekilde kullanan çalışmalar da giderek yaygınlaşmaktadır. Bu tür çalışmalar bilgilendirme tasarımının daha da geliştirilmesine yardımcı olabilir. Sanatsal ifadeyi desteklemek için mevcut bilgilendirme tasarımı tekniklerinin daha iyi anlaşılması ve örneğin, farklı alanları birleştirirken disiplinlerarası söylem ve iş birliğini dikkate almak büyük önem taşımaktadır

Bilgilendirme tasarımı ile grafik tasarım arasındaki farkı AIGA'dan Mark Spencer Reynolds kesişim noktasına bağlıyor. Reynolds'a göre bilgilendirme tasarımı ile grafik tasarım arasındaki ayrım, tasarımcının görevinin gerekliliklerinden, tasarımcının görevinin amacından

ve bu bağlamda mevcut olan bilgi miktarından kaynaklanmaktadır. Tasarımın ana eksenini bilgilendirici değil de dikkat çekici dekoratif bileşenlerse, bilgilendirme tasarımında başarısızlık yaşanması muhtemeldir. Tasarımın işlevselliği eksikse, kafa karışıklığını önleyemez, kendi tasarımını da oluşturabilir, bunlar bilgilendirme tasarımları sayılamaz (aktaran Irwin, 2002: 2). Nathan Shedroff ise iki tasarım disiplini arasındaki bağı açıklarken şunları söylüyor: “Bilgilendirme tasarımı, grafik tasarım mesleğinin yerini almaz veya onu geliştirmez; bunun yerine, onun kapasitesine daha büyük önem taşıyan bir değer katar.” (aktaran Bull vd, 2003: 18).

Bruce Ian Meader, her ne kadar pek çok kişi sayının tasarımının öncelikli olarak görsel görünüme dayalı olduğunu düşünse de sayıya yönelik başarılı ve iyi bir tasarımın görsel çekicilikten daha fazlasına sahip olacağına inanıyor. Bilgilendirme tasarımı işlevselliğe odaklanırken, grafik tasarımın mutlaka bununla ilgilenmesi gerekmez. Grafik tasarımın amacı hem görsel hem de yazılı dilin yanı sıra içerik, işlev, tutarlılık, algı, okunabilirlik ve verimlilikten yararlanmaktır. Grafik tasarımı ve bilgilendirme tasarımı bir tür kuzendir. Aradaki fark, bilgilendirme tasarımı konularının önemli bir işlevsel amaca sahip olması ve çok fazla bilgi gerektirmesidir. Başarısız grafik tasarım denemeleri izleyicinin istenilen mesajı alamamasına yol açarken, en uç sonuç ise iletişimin kesintiye uğraması olarak değerlendirilebilir. Ancak bilgilendirme tasarımı projelerinin tasarımı başarısız olursa daha ciddi sonuçlar doğurabilir: Yanlış adrese gitmek, yanlış ilaç almak, gerçeği yanlış yorumlamak gibi beklenmeyen sonuçlar.

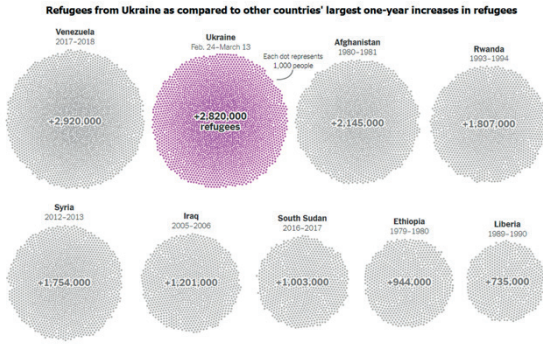
Pettersson’a (2002: 39) göre bilgilendirme tasarımı tasarımcısının kısa, anlaşılır ve yalın metinler yazmanın yanı sıra yalın illüstrasyonlar oluşturabilme kapasitesine sahip olması gerekir. Yalın tipografi ve düzenlemelerin anlaşılmasını ve edinilmesini garanti etmelidir.

Tasarımın görselleştirdiği bilgiler bir adım daha ileri gidiyor ve daha iyi anlaşılıyor. Sonuç olarak, bilgilendirme tasarımı tasarımcılarının çekirdek grubu grafik tasarımcılardan oluşuyor; böyle bir gerçek var ve tasadüf değil. Grafik tasarımcılar, bilgilendirme tasarımıyla ilgili sorunları tanıma

ve çözüme konusunda doğal bir yeteneğe sahiptir. Bilgilendirme tasarımı konusundaki düşüncelerini tartışan tasarımcıların çoğu öncelikle grafik tasarımcılardır; ancak bu tam olarak doğru değil. Birden fazla branştan (ekonomi, psikoloji, davranış bilimi, mimarlık) destek gelse bile grafikerler grupta her zaman çoğunluktadır. Bilgilendirme tasarımına adanmış uluslararası bir kuruluş olan IIDD’nin yöneticisi, başkanı ve çok sayıda yönetim kurulu üyesi grafik tasarım disiplini kökenlidir. Grafik tasarımcılar ve bilgilendirme tasarımı tasarımcıları arasındaki ilişki, aldıkları eğitimin ortak noktalarıyla, tasarım konseptine bakış açılarındaki ortaklıkla daha iyi anlaşılabilir.

Bilgilendirme tasarımının iletişim tasarımıyla ilişkisi bilgilendirme tasarımının yaşamla ilişkisini oluşturmaktadır. Pek çok tasarım disiplininde olduğu gibi bu çalışma alanı içerisinde yapılan araştırmalar, tartışmalar ve diğer kuramsal gelişmeler ancak iletişim tasarımı formuyla kendisini ifade ettiği zaman gerçeklikle buluşmaktadır. Bu nedenle bilgilendirme tasarımı ürünleri için aynı zamanda birer iletişim tasarımı ürünleridir diyebiliriz. Aradaki temel fark, yukarıda da vurgulandığı gibi, hedef kitleye aktarılmak istenen mesajın çok daha yoğun bir bilgi içermesidir. Alıcıya akması beklenen mesaj, yaşanan bilgilendirme sonucunda muhakemenin tamamlanmasıdır. Alıcının farkındalığının yükselmesi, bilinç düzeyinin artması ve bilgilenmeye ilişkin doyum yaşamış olması önemli hedeflerdendir. Görselde Şubat 2022’den beri devam eden Ukrayna-Rusya savaşına ait bir istatistik görselleştirilmiştir. Geçmişten günümüze bir yıl içerisinde en çok göçmen veren ülkeler sıralamasında 2,8 milyon ile Ukrayna tüm zamanların en çok göç veren ikinci ülkesi durumundadır. Burada her bir nokta 1000 kişiyi temsil etmekte ve büyüyen balon etkisi insan kalabalığı etkisi yaratmaktadır. Ayrıca listeye giren diğer ülkelerin tamamının politik olarak istikrarsız olması da mevcut durum hakkında başkaca ipuçları vermektedir (Görsel 11).

**Görsel 11.** Dünya tarihinde bir yıl içerisinde gerçekleşen en büyük kitlesel göçleri gösteren grafik ve Ukrayna'nın sıralamadaki yeri.



**Kaynak:** <https://static01.nyt.com/newsgraphics/2022/03/07/refugees/cf2b54a16bea78eff9fd28c1a5d4d86fc53905be/bubbles-1000.png>

## 5. GELİŞEN DÜNYADA BİLGİLENDİRME TASARIMI VE GELECEĞİ

Bilgilendirme tasarımcıları dünyanın gelişimine önemli katkı sunmuşlar, karmaşıklaşan yaşamdan kaynaklanan sorunların aşılmasını amaçlamışlardır. Örneğin Minard, Napoleon'un Moskova seferindeki hezimetini gerekçeleriyle görselleştirirken, gelecekteki askerî harekâtların aynı sonu yaşamamasını amaçlamıştır (Görsel 5) (Tufte, 1997: 40). Ya da Henry Beck ilk metro haritasını tasarladığında, ulaşımında yeni bir dönemin kapılarını açan metro sistemlerinin beraberinde yeni bir kaos getirmesine engel olmak istemiştir (Katz, 2012: 170). Seçim zamanı karmaşayı engelleyecek çalışmaları da bilgilendirme tasarımı sorunlar başlamadan çözümlenmiştir (GREER, 2004: 4). Bilgilendirme tasarımı her zaman gelişen dünyanın öncü tasarımı olmuştur. Kendine özgü bir disiplin olan harita tasarımı, topografik haritalarda dünyayı açıklayacak görselleştirmeler yaparken, benzer şekilde kendine özgü bir çalışma alanına sahip tematik haritalar ise dünyayı tartışmaya yarayan çalışmalara imza atmaktaydı (Schulten'den aktaran Cook, 2013: 11).

Google baş ekonomisti Hal Varian, veriyi alabilme, anlayabilme, işleyebilme, ondan değer çıkarabilme, görselleştirebilme, iletebilme yeteneği, önümüzdeki yıllarda çok önemli bir beceri olacağını iddia etmektedir (Kirk, 2012: s7). Yalnızca bilgilendirme tasarımcıları değil, bilgi ve veriyle işi olan herkesi bunun öneminin farkındadır. Bilgilendirme tasarımı ilk örneklerinin görüldüğü

yıllarda da günümüzde de her zaman gelişen dünyanın tasarım branşı olacaktır. Sıkışıklıkları açan, iletişim, bilişim, tıbbi pek çok çalışma alanında anlaşılabilirliği sağlayan ve olası tıkanıklıkları açan çalışmalara imza atar. Yerine göre bu bir otomobil gösterge panelinin tasarımında karşımıza çıkabilir. 2003 yılında Şikago'da düzenlenen "Preparing for the Future of Knowledge Presentation (Bilginin Geleceğine Hazırlık Sunumu)" konferansında Aaron Marcus, araçların zaman içerisinde sürücülerin anlayabileceğinden daha çok bilgi sunar hale geleceğini, bu nedenle araç gösterge panelleri için yeni bilgi grafikleri tasarlanması gerektiğini dile getirmiş ve bir prototip önermiştir. 2000'ler başındaki araçların bilgi teknolojilerinin park sensörü ve hız sabitleme sisteminden daha ilerisine gidemediği düşünüldüğünde bunun ne kadar güçlü bir gelecek öngörüsü olduğu anlaşılmaktadır (Marcus, 2004: 69). Farklı bir konuda ama benzer şekilde web sitelerinin haritalamasında izometrik bakış açısının kullanılması ya da navigasyon sistemlerinin gelişim aşamasında navigasyon grafiklerinin nasıl olması gerektiği bilgilendirme tasarımı alanında çalışan tasarımcı ve akademisyenler tarafından 2000 yılında tartışılmış ve çözüm önerileri aranmıştır (Kahn, 2001: 224). Yalın grafik çözümlerin ardından takip eden yıllarda, bilgilendirme tasarımı basit ve neredeyse hiç tasarlanmayan bir yaklaşımdan, kavramsal olarak titiz bir yapıya dönüştü. Sindirilebilir bilgiye yönelik artan talebi karşılamak için varyasyonların boyutu ve kapsamı genişledi. İstatistiksel verileri sunan bilgisayar sitelerinin ve uygulamaların artışıyla doğrudan bağlantılı olarak daha çok tasarım ürünü ortaya çıkmaya başladı (Heller, 2014: 6).

Gelişen teknolojilerin bilgilendirme tasarımı üzerine her zaman olumlu katkısı olmuştur. Matbaa ile başlayan bu gelişimde baskı süreci kısaldıkça pratikleşerek bilgi ve haliyle bilgilendirmenin tasarımı yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte bilgisayarın ortaya çıkmasıyla karmaşık veri setleri kolaylıkla hesaplanabilmiş ve bir bilgilendirme tasarımcısı için projesini tasarlama aşaması son derece kısalmıştır. Bununla birlikte bilgisayar ve internetin günlük hayatta etkinliğini artırmasıyla tasarımların kitlelere ulaşması daha hızlı ve kolay bir hale gelmiştir. Grafik programlarına ek olarak bugün artık basit ofis programlarıyla

bilgilendirme tasarımı yapılabilmektedir. Son birkaç yılın önemli sıçraması olan yapay zekâ ise bilgilendirme tasarımı için tarihi fırsatlar sunmaktadır. Günümüzde canlı veri seti kullanan bilgilendirme tasarımı projeleri bulunmaktadır. Veriler güncellenerek tasarım da güncel kalması sağlanmaktadır. Her zamanki gibi verileri toplayıp çekmek ciddi bir çaba gerektirmektedir. Tam bu nokta yapay zekâ devreye girerek canlı verileri otomatik olarak çekip, tasarımın ara ara güncellenmesi yerine her zaman güncel olmasını sağlayabilir. Bununla birlikte yapay zekâ uygulamaları sayesinde sıradan bir excell tablosunun kendi bağlamıyla uyumlu bir şekilde görselleştirilmesi saniyeler içinde mümkün olabilecektir.

Gelecekte bilgilendirme tasarımının bulunulan ortam içerisindeki rolü insanları tutum değişikliğine teşvik etmekten çok daha ilerisi olacaktır. İyi tasarlanmış bir görselleştirme, insanın kimliğini ve bir yerle ilgili deneyimini oluşturmasına yardımcı olacak güce sahip olmalıdır. Kitlesele olarak üretilen hava durumu uygulamaları, teknik olarak insanların üzerinde hiçbir kontrolünün olmadığı dış koşulları bilgilendirmenin yanı sıra eylemleri de şekillendirir. Bu da insanlığın sosyalliğine anlam katabilir (Modre'den aktaran Lima, 2013: 251). İnsanların hayatlarını daha iyi hale getiren, daha akıllıca çalışmalarına yardımcı olan veya onlar için önemli olan bir şeyde başarılı tasarımlar yapmak her zaman temel amaç olmuştur (Few, 2006: 164).

## 6. SONUÇ

Bilgilendirme tasarımı, grafik tasarımla yol arkadaşlığı bulunan ancak ondan çok eski bir tasarım disiplini. Henüz ortada kitlesele iletişim ya da ulaşım yokken üretilmiş ilk örneklerinden yakın zamanda yayınlanan örneklere kadar bütün tasarımlarda ortak amaç karmaşık bilgiyi insanlara anlaşılır bir şekilde iletmektir. Bunun için öncelikle doğru ve güvenilir bilgi kaynaklarından veri toplamaya başlar ve bu veri yığını bilgiye dönüştürür. Ardından elindeki bu veri yığını ile bilgilendireceği kitleyi bir araya getirir. Bu amaçla görselleştirme biçimlerine başvurur, iletişim tasarımındaki ilkelerden yararlanır. Günümüz bilişim dünyasında ortaya çıkan tasarım ürünü basılı bir mecrada, internet üzerindeki bir mecrada, ya da hareketli bir mecrada in-

sanların karşısına çıkabilir. Her nerede çıkarsa çıkısın bilgilendirme tasarımı ürünlerinin amacı kendi bağlamıyla uyumlu, hedeflenen kitlenin algılayabileceği tasarımlar yaparak söz konusu konunun anlaşılmasını sağlamaktır. Joel Katz'ın da dediği gibi büyük miktarda bilgiyi başarıyla iletmek akılcı bir seçim gerektirir. Doğruyu bulmak ve işlevsellik burada esas amaçtır (Katz; 2012: 81). Geçmişten bu yana insanları "bilginin anlaşılır yüzüyle" buluşturan bilgilendirme tasarımı gelişen dünyada gelişen teknolojilerin de katkısıyla bu görevi daha yoğun ve daha başarılı bir şekilde gerçekleştireceğini söylemek mümkündür. Gelişen dünyada bilgilendirme tasarımı, yakın gelecekte de erken dönem örneklerinin görüldüğü 12. yy'dan bu yana en iyi yaptığı işi yapmaya devam edecektir: Bilgiyle insan arasındaki nesnel ilişkiyi kurmak.

## KAYNAKÇA

- BİNİCİ K. & AKKAYA M. A. (2018). Bilisim Teknolojilerinin Bilgi Merkezlerine ve Hizmetlerine Etkileri, *İstanbul Üniversitesi Bilgi ve Belge Araştırmaları Dergisi*, Sayı 10.
- BLACK, A. (2017). *Information Design: Research and Practice*, Taylor&Francis, 750s.
- BULL, K., V., ZIEMANN, J. & LOOCK, H. (2003). *Information Design*, Hamburg Üniversitesi, 55 s.
- CARD, S. K. (2008). *Information Visualization, The Human Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications*, Lawrence Erlbaum Associates Yayınları, s509-543.
- COOK, G. (2013). *The Best American Infographics*, Mariner, 166s.
- ÇOBANOĞLU Ö. (2000). *Bilim Felsefesi Bağlamında Halkbilimi ve Halkbilimsel Bilginin Teleolojik Serüveni*, Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Dergisi, Sayı 2000/4.
- FEW, S. (2006). *Information Dashboard Design*, O'Reilly, 223s.
- GREER, N.R. (2004). *The American Voting Experience*, SegdDesign, No: 4, 46s.
- HELLER, S. (2014). *Infographics Designers Sketchbooks*, Princeton Architectural Press, 351s.

IRWIN, T. (2013). *Information Design: What is it and Who does it?* <https://bpb-us-e1.wpmucdn.com/sites.northwestern.edu/dist/3/3481/files/2013/01/Information-Design-by-Terry-Irwin.pdf> Erişim tarihi 07 Temmuz 2024

GÜLER, T. (2008). *Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

KAYA, Ü. & ÜNDİL, S.H. (2022). *Bilgi Teknolojilerinin Gelişimiyle Dijital Pazarlamanın Doğuşu*, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, Sayı 17/2.

KAHN, P., LENK, K. & KACZMAREK (2001). Applications of Isometric Projection for Visualizing Web Sites, *Information Design Journal*, 10/3, 2001, s221-229.

KATZ, J. (2012). *Designing Information*, Wiley, 223s.

KIRK, A. (2012). *Data Visualization: A Successful Design Process*, PACKT Pub. 189s.

LIMA, M. (2013). *Visual Complexity: Mapping Patterns of Information*, Princeton Architectural Press, 272s.

MARCUS, A. The Next Revolution: Rider/driver Vehicle User-Interface Design, *Information Design Journal*, 12/1, 2004, s69-72.

MCCANDLESS, D. (2014). *Knowledge Is Beautiful: Impossible Ideas, Invisible Patterns, Hidden Connections-Visualized*, Harper Design, 255s.

MIJKSENAAR, P. (1997). *Visual Function: An Introduction to Information Design*, Princeton Architectural Yayınları, 58s.

PETTERSSON, R. (2013). *Information Design 4 Graphic Design*, Tullinge, 258s.

PETTERSSON, R. (2002). *Information Design: An Introduction*, John Benjamins Yayınları, 306 s.

SLESS, D. (1994). *What is Information Design*, Designing Information for People: Proceedings from the Symposium, 166s.

SMICIKLAS, M. (2012). *The Power of Infographics*, Pearson Education, 199s.

TUFTE, E. R. (1997). *The Visual Display of Quantitative Information*, 2nd Ed., Graphics Pr., 197s.

WURMAN, R. S. (2001). *Information Anxiety 2*, Hayden/Que, 308s.

### İnternet Kaynakları

URL 1: Bilgi Yeni Petroldür (Data is the New Oil)

<https://www.theguardian.com/technology/2013/aug/23/tech-giants-data>

URL 2: Bilgi Yeni Vatandır (Data is the New Soil)

[https://www.ted.com/talks/david\\_mccandless\\_the\\_beauty\\_of\\_data\\_visualization/transcript?subtitle=tr](https://www.ted.com/talks/david_mccandless_the_beauty_of_data_visualization/transcript?subtitle=tr)

URL 3: Covid-19 Komplo Teorileri

<https://www.pbs.org/newshour/nation/covid-19-conspiracies-soar-after-new-classified-report-on-virus-origins>

URL 4: IIID Definitions

<https://www.iiid.net/about/information-design/>