

**T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
RESİM - İŞ EĞİTİMİ PROGRAMI**



**TÜKETİM ESTETİĞİ İLE GELİŞEN - DÖNÜŞEN
TEKNOLOJİLER VE GRAFİK TASARIMI EĞİTİMİ
ANASANAT DALINA YANSIMALARI**

Doktora Tezi

Ekin Su KUZU

Danışman

Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN

SAMSUN
2022

TEZ KABUL VE ONAYI

Ekin Su KUZU tarafından, **Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN** danışmanlığında hazırlanan “**TÜKETİM ESTETİĞİ İLE GELİŞEN - DÖNÜŞEN TEKNOLOJİLER VE GRAFİK TASARIMI EĞİTİMİ ANASANAT DALINA YANSIMALARI**” başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından 9.6.2022 tarihinde yapılan sınav sonucunda oy birliği ile başarılı bulunarak Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı Adı Soyadı Üniversitesi Ana Bilim /Ana Sanat Dalı	İmza	Sonuç
Başkan	Dr. Öğr. Üyesi Emel BAYRAK ÖZMUTLU Ordu Üniversitesi Temel Eğitim Ana Bilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/> Kabul <input type="checkbox"/> Ret
Üye	Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN Ondokuz Mayıs Üniversitesi Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/> Kabul <input type="checkbox"/> Ret
Üye	Doç. Dr. Sena SENGİR AYDIN Ondokuz Mayıs Üniversitesi Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/> Kabul <input type="checkbox"/> Ret
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Beste Nigar ERDEM Ondokuz Mayıs Üniversitesi Gazetecilik Anabilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/> Kabul <input type="checkbox"/> Ret
Üye	Doç. Dr. Bahar SOĞUKKUYU Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/> Kabul <input type="checkbox"/> Ret

Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen ve yukarıda adları yazılı jüri üyeleri tarafından uygun görülmüştür.

ONAY

... / ... / ...

Prof. Dr. Ali BOLAT
Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Hazırladığım Yüksek Lisans tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin Kaynaklar'da gösterilenlerden oluştuğunu, her unsurun enstitü yazım kılavuzuna uygun yazıldığını ve TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği'nin 3. bölüm 9. maddesinde belirtilen durumlara aykırı davranılmadığını taahhüt ve beyan ederim.

Etik Kurul Gerekli mi ?

Evet (Gerekli ise ekler kısmına ekleyiniz)

Hayır

İmza
10 / 05 / 2022
Ekin Su KUZU

TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI

Tez Başlığı : TÜKETİM ESTETİĞİ İLE GELİŞEN - DÖNÜŞEN TEKNOLOJİLER VE GRAFİK TASARIMI EĞİTİMİ ANASANAT DALINA YANSIMALARI

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışması için şahsım tarafından 10. 05. 2022 tarihinde intihal tespit programından alınmış olan özgünlük raporu sonucunda;

Benzerlik oranı : % 8

Tek kaynak oranı : % 1 çıkmıştır.

İmza
10 / 05 / 2022
Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN

ÖZET

TÜKETİM ESTETİĞİ İLE GELİŞEN - DÖNÜŞEN TEKNOLOJİLER VE GRAFİK TASARIM ANASANAT DALINA YANSIMALARI

Ekin Su KUZU

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı

Resim - İş Öğretmenliği Programı

Doktora, Haziran/2022

Danışman: Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN

Bu araştırma ile, enformasyon çağı ekseninde şekillenen tüketim olgusunun gerekliliği ve gündelik yaşamın kültürel bir imgesi olarak gelişen / dönüşen teknolojilerle ortaya çıkan çağdaş yaklaşımlar; sanat ve tasarım açısından bir bakış ile sunulmaktadır. Bir tüketim metasına dönüşen sanat ve tasarım eserleri, teknolojinin etkisi ile sürekli olarak evrilmekte / boyut değiştirmektedir. Bu durum, modern yaşama geçiş ve küreselleşme ile başlayan sürecin tetiklediği kavramların tüketim nesnesine dönüşmesi ile birlikte sanat ve tasarımda klasik estetik anlayışının da yetersiz kalmasına yol açmıştır. Bu dönüşüm / devinim / tetiklenme sonucu anlam kazanan yeni arayışların, teorik biçimiyle sanat ve tasarımda bir ifadeye dönüşmeleri alan yazında önemli bir yer edinmektedir.

Bu çalışmada, “Tüketim Estetiği” kavramı, bu sorunsallara açıklama getirmesi bakımından incelenmekte olup; konuya dair ilişkiel bağlamda açıklamalar getirmektedir. Bu tezin kuramsal çerçevesinde, tüketim kavramını, tüketim olgusu ve tüketim toplumu düzleminde ele alarak; modern ve postmodern paradigmalardan getirdiği kavramların tüketimi tetikleyen felsefi görüşler ile desteklenerek güçlendirilmesine yönelik çalışmalar sunulmaktadır. Bu bağlamda, çağdaş estetik kuramları üzerinden dönüşen estetik kavramları açıklanarak; enformasyon çağı ile gelişen / dönüşen teknolojik süreç, sanat ve tasarım alanlarına yansımaları bakımından açıklanmaktadır. Konu, tüketim estetiğine kapsamlı bir bakış ile sunulmakta olup; ilgili örnek görseller ile desteklenmektedir.

Araştırma konusu ile “Kuramsal Çerçeve” kapsamında alan yazın taraması yapılarak ve görsel kaynaklar taranarak sağlanacak veriler üzerinden, betimsel yorumlama ile sanat ve tasarım alanında dönüşen / gelişen teknolojiler ile ortaya çıkan tavır ve anlayışlar ortaya konmaktadır. Tezin “bulgular” bölümünde kuramsal çerçevede elde edilen bilgiler doğrultusunda “yöntem” kısmında belirlenmiş olan (karma araştırma modeliyle oluşturulan) ; araştırmanın evrenini temsil eden üniversitelerin Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümleri Grafik Tasarım Anasanat atölye dersi veren öğretim elemanlarına yapılandırılmış anket uygulanmaktadır. Elde edilen veriler üzerinden uç noktada gelen cevaplar ile derinlemesine görüşme ile konu adına elde edilen veriler güçlendirilmektedir. Bu veriler analiz edilerek Grafik Tasarım Anasanat atölyelerinde verilmekte olan eğitimin, Kuramsal çerçevede tartışılan teknolojik gelişim / dönüşüm sürecine olan tutarlılığı tespit edilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Tüketim Estetiği, Çağdaş Estetik Kuramları, Sanat ve Tasarım, Teknolojik Dönüşüm.

ABSTRACT

DEVELOPING - TRANSFORMING TECHNOLOGIES WITH CONSUMPTION AESTHETICS AND THEIR REFLECTIONS TO THE GRAPHIC DESIGN

DEPARTMENT

Ekin Su KUZU

Ondokuz Mayıs University

Institute of Graduate Studies

Department of Fine Arts Education

Arts Teaching Programme

Ph.D., June/2022

Supervisor: Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN

With this research, the necessity of the consumption phenomenon shaped in the axis of the information age and the contemporary approaches that emerged with the developing / transforming technologies as a cultural image of daily life are presented with a view from the point of view of art and design. Art and design works, which have become a consumption commodity, are constantly evolving / changing dimensions with the effect of technology. This situation has led to the inadequacy of the classical sense of aesthetics in art and design, with the concepts triggered by the transition to modern life and globalization turning into consumption objects. The transformation of new quests that gain meaning as a result of this transformation /movement /triggering into an expression in art and design in their theoretical form has a significant place in the literature.

In this study, the concept of "Consumption Aesthetics" is examined in terms of explaining these problematics and it provides explanations on the subject in relational context. In the theoretical framework of this thesis, by considering the concept of consumption on the level of consumption phenomenon and consumption society; It offers studies to strengthen the concepts brought by modern and postmodern paradigms by supporting them with philosophical views that trigger consumption. In this context, by explaining the aesthetic concepts transformed through contemporary aesthetic theories; the technological process developing / transforming with the information age is explained in terms of its reflections on the fields of art and design. The subject will be presented with a comprehensive view of consumption aesthetics and it will be supported by relevant sample images.

Within the scope of the research topic and "Theoretical Framework", the attitudes and understandings that emerge with the transforming / developing technologies in the field of art and design are revealed through descriptive interpretation, through the data to be obtained by scanning the literature and scanning the visual sources. In line with the information obtained in the theoretical framework in the "findings" section of the thesis and determined in the "methods" section (created by the mixed research model); a structured questionnaire is applied to the faculty members of the Fine Arts Education Departments Graphic Design Department Workshop of the universities that represent the universe of the research. The data obtained on behalf of the subject are strengthened by in -depth interviews with the answers received at the extreme point over the obtained data. By analyzing these data, the consistency of the education given in the Graphic Design Department Workshops with the technological development / transformation process discussed in the theoretical framework is determined.

Keywords: Consumption Aesthetics, Contemporary Aesthetic Theories, Art and Design, Technological Transformation.

ÖN SÖZ VE TEŞEKKÜR

Doktora sürecimde desteklerini esirgmeden, sabır ve anlayışla süreci yöneterek;engin bilgileriyle akademik anlamda gelişimime katkı sağlayan değerli danışman hocam Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN'a özel olarak teşekkürlerimi bir borç bilirim. Doktora tez izleme komitemde yer alan ve bu süreçte motivasyonumu sürekli yükselten Doç. Dr. Sena SENGİR ve Dr. Öğr. Üyesi Beste Nigar ERDEM; tezin başlangıcında katkı sağlayan Doç. Dr. Mahir YERLİKAYA ve tezin yöntem bölümüyle ilgili katkılarını esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Emel ÖZMUTLU hocalarıma ve sevgili arkadaşım Dr. Öğr. Üyesi Ezgi Tokdil'e destekleri için teşekkür ederim. Doktora sürecimde desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, hep yanımda olan, motivasyon kaynağım, biricik eşim Bilge KUZU'ya; doktora sürecimin en güzel armağanı olarak hayatımıza gelen biricik oğlum Ege KUZU'ya minnet, sevgi ve teşekkürlerimle bu tezi armağan ediyorum.

Ekin Su KUZU

İÇİNDEKİLER

TEZ KABUL VE ONAYI	i
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI	ii
TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR	v
İÇİNDEKİLER	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	viii
TABLolar DİZİNİ	ix
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	2
1.1.1. Problem Cümlesi	2
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Sayıtlılar	4
1.5. Evren ve Örneklem.....	4
1.6. Sınırlılıklar.....	5
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. Tüketim Kavramı	7
2.1.1. Toplumsal Bağlamda Tüketim Olgusu	10
2.1.2. Tüketim Toplumunda Medya / Kitle İletişim.....	12
2.1.3. Tüketim Eğiliminde Birey - Toplum İlişkisi	13
2.1.4. Tüketim Kültürü ve Metalaşma	15
2.1.5. Küreselleşme Sürecinde Tüketim ve Popüler Kültür	17
2.1.6. Küreselleşen Tüketim; Bir Tüketim Nesnesi / Meta Olarak Sanat ve Tasarım	21
2.2. Çağdaş Estetik Kuramları ve Tüketim Estetiği	22
2.2.1. Tüketim Ekseninde Çağdaş Estetik Kuramları.....	24
2.2.3. Meta Estetik	26
2.2.4. Alımlama Estetiği	27
2.2.5. Trans Estetik	31
2.2.6. Görüntü Estetiği.....	32
2.2.7. Tüketim Estetiği.....	34
2.2.8. Tüketim Estetiğinin Sanat ve Tasarıma Yansımaları	36
2.3. Dijitalleşme Süreci ve Teknolojinin Gelişiminin Sanat ve Tasarıma Yansımaları	38
2.3.1. Dijitalleşme Süreci, Teknoloji Çağında Sanat ve Tasarım.....	41
2.3.2. Grafik Tasarım Sürecinde Kullanılan Teknolojik Uygulamalar.....	43
2.3.3. Yapay Zeka Teknolojileri	44
2.3.4. Sanal Gerçeklik.....	47
2.3.5. Etkileşimli Tasarım.....	49
2.3.6. Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ve Metaverse	51
2.3.7. Sanal Müzeler ve Galeriler	54
2.3.8. Grafik Tasarımda Sosyal Medyanın Yeri, Uygulama Örnekleri	55
3. YÖNTEM	58
3.1. Araştırma Modeli	58
3.2. Veri Toplama Tekniği	59
3.3. Verilerin Analizi.....	60

4. BULGULAR.....	63
4.1. Araştırma Birinci Alt Probleme Yönelik Bulgular.....	63
4.2. Araştırma İkinci Alt Probleme Yönelik Bulgular	64
4.3. Araştırma Üçüncü Alt Probleme Yönelik Bulgular	82
4.3.1. Grafik Anasanat Derslerinde Kullanılan Tasarım Programlarının Fayda Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri.....	82
4.3.2. Atölye Derslerinde Kullanılan Adobe After Effect, Adobe Premier vb. Gibi Hareketli Medya Üzerine Tasarım Uygulamalarından Faydalanma ya da Faydalanmama Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri	83
4.3.3. Atölye Derslerinde Sosyal Medya Uygulamalarından Faydalanma Ve Örnek Çalışma Gösterimi Gibi Faktörlerin Fayda Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri	84
4.3.4. Atölye Derslerinde Grafik Tasarımda Güncel Uygulama Yöntemleri Olarak Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka Gibi Teknoloji Uygulamalarının Grafik Ana Sanat Atölye Derslerine Katkısına Yönelik Uzman Görüşleri	86
4.3.5. Grafik Tasarımda Bilgisayar Destekli Uygulamalarda Tablet Gibi Yardımcı Elemanların Ders Katkısına Yönelik Uzman Görüşleri	88
4.3.6. Atölye Derslerinde İnternet Açık Kaynaklarından Faydalanma Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri ve Düşünceleri.....	90
4.3.7. Atölye Derslerinde Behance, LinkedIn, Instagram Gibi Sosyal Medya Uygulamalarını Öğrencilere İçerik Oluşturma ve Güncel Tasarımcıları Takip Etme Adına Fayda Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri.....	91
5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	92
5.1. Tartışma ve Sonuç	92
5.2. Öneriler.....	97
KAYNAKÇA	100
EKLER.....	104

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Yoko Ono - Painting for the Wind 1	23
Şekil 2.2. Allan Kaprow -Yard.(Arka Bahçe).....	25
Şekil 2.3. JR - Inside Out Projesi 1	29
Şekil 2.4. JR - Inside Out Projesi 1	30
Şekil 2.5. Balonlu Kız, Banksy, 2002.....	30
Şekil 2.6. Untitled 213, Cindy Sherman, 1989.	32
Şekil 2.7. Dark, Jenerik (Opening Scene), 2017.....	33
Şekil 2.8. Baloon Dog (Blue), Jeff Koons, 1994 -2000.....	35
Şekil 2.9. Baloon Dog Porselen Heykel Satış Serisi (Blue), Jeff Koons, 2021.....	35
Şekil 2.10. Artık En Sevdiğin Kaybolma Numarası Olmayacağız, Barbara Kruger, 1984..	36
Şekil 2.11. Refik Anadol - Menting Memory, İstanbul, 2018.	38
Şekil 2.12. Deniz Cem Önduygu - History of Philosophy.....	41
Şekil 2.13. Bager Akbay tarafından tasarlanan sanal insan ‘Pera’	45
Şekil 2.14. Obvious, “Edmond Belamy’nin Portresi”	46
Şekil 2.15. “Edmond Belamy’nin Portresi” Detay	46
Şekil 2.16. Robot Sophia ve Yaptığı Çalışmalar.	47
Şekil 2.17. Dreams of Dali - Sanal Gerçeklik Projesi.....	49
Şekil 2.18. Beeple (Mike Winkelmann) –Everydays: The First 5000 Days.....	53
Şekil 2.19. Tarık Tolunay; Eminönü, Galata Köprüsü ve Karaköy’ü gösteren “Fractal İstanbul Pandemi”	54
Şekil 2.20. Anadolu Medeniyetler Müzesi Sanal Gezi Uygulaması.....	55

TABLolar DİZİNİ

Tablo 3.1. Kategorik Değişkenlere Ait Frekans Tablosu.....	60
Tablo 4.1. Cinsiyete Göre Yaş Aralığının Karşılaştırılması	64
Tablo 4.2. Cinsiyete Göre Akademik Kurumlardaki Toplam İş Deneyimi Durumunun Karşılaştırılması.....	65
Tablo 4.3. Yaş Aralığına Göre Yurtdışı Deneyiminin Karşılaştırılması.....	65
Tablo 4.4. Yaş Aralığı Durumuna Göre Kaç Yıldır Grafik Atölye Dersi Vermektesiniz Karşılaştırılması.....	66
Tablo 4.5. Unvana Göre Günde Ortalama Kaç Saat Aktif Bilgisayar Kullanmaktasınız Durumunun Karşılaştırılması.....	66
Tablo 4.6. Cinsiyete Göre Mevcut Kurumda Çalıştığınız Sürenin Karşılaştırılması	67
Tablo 4.7. Unvana Göre Kaç Yıldır Grafik Atölye Derslerini Vermektesiniz Durumunun Karşılaştırılması.....	67
Tablo 4.8. Cinsiyete Göre Kaç Yıldır Grafik Atölye Dersleri Vermektesiniz Durumunun Karşılaştırılması.....	68
Tablo 4.9. Unvana Göre Grafik Atölye Derslerinde Kaynak Oluşturmada Dijital Eğitim Platformlarından Faydalaniyor Mu? Durumunun Karşılaştırılması	68
Tablo 4.10. Unvana Göre Grafik Tasarım Ana Sanat Atölye Dersleri İçin Oluşturulan Ders İçeriğini Dersleri Yürütebilmek Adına Yeterli Düzeyde Buluyor Musunuz? Durumunun Karşılaştırılması	69
Tablo 4.11. Yurtdışı Deneyimine Göre Grafik Atölye Derslerinde Kaynak Oluşturmada Dijital Eğitim Platformlarından Faydalaniyor Musunuz? Durumu Karşılaştırılması.....	69
Tablo 4.12. Unvana Göre Grafik Atölye Derslerinde Yukarıda Belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım Programlarının Yanında (Varsa) Hangi Programları Göstermektesiniz? Durumunun Karşılaştırılması	70
Tablo 4.13. Yaş Aralığına Göre Grafik Atölye Derslerinde Yukarıda Belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım Programlarının Yanında (Varsa) Hangi Programları Göstermektesiniz? Durumunun Karşılaştırılması.....	71
Tablo 4.14. Yurtdışı Deneyimine Göre Grafik Atölye Derslerinde Yukarıda Belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım Programlarının Yanında (Varsa) Hangi Programları Göstermektesiniz? Durumunun Karşılaştırılması	71
Tablo 4.15. Yaş Aralığına Göre Grafik Atölye Derslerinde Bilgisayar Destekli Programlar İçin Yardımcı Çizim Araçlarından Hangisini / Hangilerini Aktif Olarak Kullanmaktasınız? Durumunun Karşılaştırılması	72
Tablo 4.16. Unvana Göre Grafik Atölye Derslerinde Bilgisayar Destekli Programlar İçin Yardımcı Çizim Araçlarından Hangisini / Hangilerini Aktif Olarak Kullanmaktasınız? Durumunun Karşılaştırılması.....	73

Tablo 4.17. Cinsiyete Göre Grafik Atölye Derslerinde Sosyal Medya Uygulamalardan Hangilerinden Faydalanmaktasınız? Durumunun Karşılaştırılması	73
Tablo 4.18. Yaş Aralığına Göre Grafik Atölye Derslerinde Sosyal Medya Uygulamalardan Hangilerinden Faydalanmaktasınız? Durumunun Karşılaştırılması	74
Tablo 4.19. Unvana Göre Grafik Atölye Derslerinde Sosyal Medya Uygulamalardan Hangilerinden Faydalanmaktasınız? Durumunun Karşılaştırılması	75
Tablo 4.20. Mevcut Kurumunuzda Çalıştığınız Süreye Göre Grafik Atölye Derslerinde Aşağıdaki Uygulamalardan Hangisini / Hangilerini Ders Kaynağına Katkı Sağlamak Amacıyla Kullanmaktasınız? Durumunun Karşılaştırılması	75
Tablo 4.21. Unvan Durumuna Göre Grafik Tasarım Ana Sanat Atölye Dersleri İçin Atölyenin Teknolojik Materyal Kapasitesini (Bilgisayar, Tablet vb Araçlar) Yeterli Düzeyde Buluyor Musunuz? Karşılaştırılması.....	76
Tablo 4.22. Kaç Yıldır Grafik Atölye Derslerini Vermektesiniz? Durumuna Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması.....	77
Tablo 4.23. Yaş Aralığına Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	77
Tablo 4.24. Yaş Aralığına Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	78
Tablo 4.25. Yurtdışı Deneyimine Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması.....	79
Tablo 4.26. Bölgelere Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması.....	80

1. GİRİŞ

Grafik tasarım, kökü iletişime dayalı bir disiplin olmakla birlikte çok yönlü ve kültür kavramıyla iç içe yönelen bir disiplindir. Grafik tasarımın en temel güdülerinden biri, içinde bulunduğu topluma - kültüre uyum sağlamak ve çağın gerekliliklerine görsel bir anlam kazandırabilmektir. Bununla birlikte çok yönlülüğü ona sanatın ve kültürün her alanına hakim olma becerisi kazandırmaktadır. Gelişen ve dönüşen teknolojilerle sanat ve tasarım da evrilmekte, bu doğrultuda yeni anlayış ve beceriler de Grafik tasarım disiplininin içerisinde oluşum göstermektedir.

Postmodern çağın getirdiği evrensellik ve çeşitlilik anlayışlarının estetik kavramına yeni bir boyut kazandırdığı bilinmektedir. Güzelin nesnel ölçütleri yerini sanatçının ve izleyicinin öznel bakışına bırakmıştır. Modernizm ile Pop -Art sonrası hızla dönüşen fikir ve arayışlar estetiğe yeni çözümler bulma gereksinimini de beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte bir çok estetik kuramı da ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda çağdaş estetik kuramları, tüketim çağının görsel imgelerine yönelik çözümler ile sürekli değişen yapıya uyum sağlanabilmesi hedeflenmektedir. Bu sürecin uygulanabilirliği sanat ve tasarım dünyasında geçmiş ve günümüz arasında süregelen bir kavram karmaşasına yol açmaktadır. Bu karmaşıklığın giderilmesi adına süreci iyi analiz etmek ve tüketim kültürü bağlamında çağdaş estetik kavramlarının net bir şekilde çözümlenebilmesi gerekmektedir.

Bu araştırma, tüketim estetiği odaklı grafik tasarımda değişen / dönüşen teknolojilerin birer görsel imaj olarak yansımalarına yönelik örnek ve görseller üzerine temellendirilmiştir. Bununla birlikte; araştırmanın evren ve örneklemini oluşturan, Türkiye’de bulunan bazı Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi bölümleri Grafik Anasanat dalı atölyelerine uygulanacak anket ile verilere ulaşılmak amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında bu kriterlere uygun 17 üniversite belirlenmiş olup; evrenin tamamına ulaşılmak amaçlanarak, Grafik Anasanat atölye dersini veren ve vermiş olan öğretim elemanlarından uzman görüşü alınmaktadır. Bu çalışma uç noktada alınan cevaplar üzerinden derinlemesine görüşme ile desteklenmektedir. Bu doğrultuda, kuramsal çerçevede sözü edilen konuya ait çözümler bulgular ve yorum bölümünde desteklenerek, tartışma ve sonuç bölümünde sentezlenerek araştırma kapsamında sunulmaktadır.

1.1. Problem Durumu

Araştırmanın problemini tüketim toplumu ekseninde gelişen / dönüşen teknolojik gelişmelerin; küreselleşme, endüstriyel toplumların oluşumu, tüketim kültürünün sanat ve tasarıma etkisi, dijitalleşmenin getirdiği yeni anlayışlar ve bu bağlamda gerçekleşen estetik dönüşümün ve estetiğin sorgulanması durumunun Sanat ve tasarım bağlamında araştırılması ve bu çerçevede: Grafik Tasarım Ana sanat dalı üzerinden araştırmanın desteklenmesi oluşturmaktadır.

1.1.1. Problem Cümlesi

Araştırmanın temel problemi; Tüketim çağının gerekliliği sonucu ortaya çıkan, sanat ve tasarımda gerçekleşen / gerçekleşmekte olan teknolojik dönüşüm / gelişim sürecinin; bazı Eğitim Fakültelerinin Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Grafik Tasarım Anasanat atölyelerine yansımaları nasıldır?

Alt Problemler

Belirlenmiş temel problem doğrultusunda araştırılan alt problemler şu şekilde belirlenmiştir:

- a. Tüketim Estetiği kapsamında teknolojik gelişim / dönüşüm sürecinin getirdiği yeni anlayış ve kavramların estetik bağlamda sanat ve tasarıma yansımaları nasıldır?
- b. Türkiye’de bazı Güzel Sanatlar Eğitimi bölümlerinde Grafik Anasanat atölye ders içerikleri ve uygulanabilirliği üzerine gelişen / dönüşen teknolojinin etkisi öğretim elemanlarının görüşleri temelinde nasıl bir görünüme sahiptir?
- c. Türkiye’de bazı Güzel Sanatlar Eğitimi bölümlerinde Grafik Anasanat atölye derslerini veren öğretim elemanlarının grafik tasarımda kullanılan güncel teknolojik uygulamalara yönelik görüşleri nasıldır?

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma ile görsel - kültürel yapının içerisinde oluşmakta olan imgelerin, yeni estetik arayışları ve anlayışları doğrultusunda, Grafik tasarım alanında gerçekleşmiş / gerçekleşmekte olan gelişim / dönüşüm süreci bağlamında ortaya çıkan kavramlar ile birlikte, Güzel Sanatlar Eğitimi Grafik Tasarımı Anasanat atölye derslerine olan yansımaları araştırılarak; bu eğitimi veren programların gelişen teknoloji bağlamında çağdaş tasarım anlayışlarına dair kapasiteleri ortaya konmak amaçlanmaktadır.

Güzel Sanatlar Eğitimi Grafik Anasanat atölye derslerinde Grafik tasarım ın geleneksel yöntemlerle öğretiminin gerçekleşip gerçekleşmediği, yeni dijital çağın getirdiği etkileşimli tasarım, üç boyutlu uygulamalar, yeni medya uygulamaları, atırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, kinetik tasarım vb. sanatta ve tasarımda oluşan yeni anlayışların ders içeriklerinde uygulanabilirliği sorgulanarak; Görsel Sanatlar Eğitiminde gerçekleşen gelişmelere yönelik de açıklıklar getirilmesi amaçlanmaktadır. Bununla birlikte; eğitimde gerçekleşen teknolojik dönüşüme katkı sağlayabilecek bir nitelikte öğretmen adayının yetiştirilmesinin Görsel Sanatlar Eğitimine olabilecek katkıları da ortaya konmak istenmektedir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Günümüzde teknolojik gelişmeler hayatın her alanında kendini göstermekte, farklı alan ve disiplinler de bu gelişim sürecinden etkilenmektedir. Temelini iletişimin oluşturduğu grafik tasarım gibi topluma hizmet eden alan ve disiplinler ise özellikle teknolojiden beslenerek bu gelişim sürecine paralel olarak kendi dönüşümlerini gerçekleştirmektedirler.

Dönüşen bu anlayış sanatta olduğu gibi grafik tasarımda da estetik anlayışın sorgulanmasına sebep olmuştur. Klasik estetik anlayışın günümüz teknolojisiyle örtüşmeyen bu yapısı, yeni estetik kuramları ve arayışları ortaya çıkarmıştır. Bu kuramlar, tüketim olgusu üzerinden açıklanma çabasıdadır ve sürekli olarak devinimsel bir yapı içerisinde kendini yinelemektedir.

Tüketim Estetiği kavramı, bu aşamada teknolojik gelişmeler ve değişen kültürel yapının görsel imgelerini çözümlemesi bakımından önemli bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalar sanat, tasarım ve iletişim alanlarını doğrudan etkilemekte; konu üzerine yapılan incelemeler, ilgili disiplinlere gerekli çözümleri sağlamaktadır. Bu doğrultuda, grafik tasarım disiplininin de günümüzde teknolojik yapıya uyum sağladığı ve bu dönüşüm sürecinden doğrudan etkilendiği görülmektedir. Bu araştırma ile grafik tasarım alanında gerçekleşen ve gerçekleşmekte olan teknolojik gelişim / dönüşüm süreçlerine yönelik incelemelerle alan literatürüne katkıda bulunularak; bazı Eğitim Fakültelerinin Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümlerinde bulunan mevcut Grafik Tasarım Anasanat Dalı atölyelerinde öğretilen ders içeriklerine de katkıda bulunacak öneriler sunulacaktır.

1.4. Sayıtlar

1. Bu çalışmada yanıtı aranan soruların, çözümü için taranan kaynakların ve görsellerin içerdiği bilgiler bakımından gerçeği yansıttığı kabul edilmiştir.
2. Tüketim estetiğine bağlı olarak teknoloji ile tasarım anlayışının da gelişim / dönüşüm gösterdiği varsayılmıştır.
3. Araştırma kapsamında Güzel Sanatlar Eğitimi Grafik Anasanat atölyelerine sahip bölümlerde gerekli olanaklara sahip oldukları varsayılmıştır.
4. Bu araştırma ile teknolojik gelişmeler bağlamında grafik tasarım da güncel uygulamaların gerek eğitime yansması gerekse öğrencinin gelişimi bakımından sürece ve alana katkı sağlayacağı varsayılmıştır.

1.5. Evren ve Örneklem

Grafik Tasarım alanında teknolojiye bağlı gerçekleşmiş / gerçekleşmekte olan dönüşüm - değişim sürecinin, Güzel Sanatlar Eğitimi Grafik Anasanat Atölye derslerine olan yansımaları eğitim açısından araştırma evreni oluşturulacak ve uzman görüşü alınarak konu incelenecektir. Türkiye'de Güzel Sanatlar Eğitimi bölümlerinde mevcut olan Grafik Tasarım Anasanat Dalı programı veren mevcut üniversiteler araştırmanın gerçekleştirilecektir. Araştırmanın evrenini Türkiye'de bazı Eğitim Fakültelerine bağlı Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş Öğretmenliği programında Grafik Anasanat atölye dersi verilen kurumlar oluşturmaktadır. Bu üniversitelerin seçiminde, araştırma kapsamında verilen eğitim sisteminin belli bir seviyeye ulaşmış ve yerleşmiş bir eğitim anlayış ölçütü olarak belirlenmiştir. Araştırmada evrenin tamamına ulaşmak amaçlanmıştır. Araştırma kapsamına giren Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim - İş Öğretmenliği programı Grafik Anasanat Atölye dersleri bulunanlar üniversiteler şu şekilde belirlenmiştir;

1. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
2. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
3. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
4. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi

5. Adana Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
6. Diyarbakır Dicle Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
7. İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
8. Elazığ Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
9. Ankara Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
10. Urfa Harran Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
11. İstanbul Marmara Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
12. Malatya İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
13. Niğde Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
14. Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
15. Trabzon Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
16. Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi
17. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim - İş ğretmenliği Grafik Anasanat Atölyesi

1.6. Sınırlılıklar

Bu araştırma:

- a) Türkiye’de bulunan bazı Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi bölümlerinden Grafik Tasarım Anasanat Dalı Atölye eğitimi veren niversiteler ile,
- b) Bu niversitelerden Grafik Anasanat Atölye dersi veren kurumlar ile,

- c) Mevcut seçilen üniversitelere ait Grafik Anasanat Atölyelerinin Grafik Anasanat dersleri ve ders içerikleri ile sınırlandırılmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Tüketim Kavramı

Tüketim kavramı, yaşam koşullarını sürdürmekte olan birey için var olma oluşumu içerisinde, ihtiyaç kavramından hareketle ortaya çıkmış olup; günlük hayatın bir parçasına dönüşen eşyalar, giyim, yemek ve alışkanlıklar gibi zamanla yaşam tarzına bürünerek nesneleşmiş eylemler üzerinden açıklanmaktadır. En basit tanımıyla; “Tüketim, mal ve hizmetlerin insanların ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullanılmasıdır. Yaygın kullanımında tüketme kavramı yok etme harcama anlamlarını içerir” (Kadioğlu, 2014: 15).

Tüketim kavramı, ilk çağrışımıyla yok etme, harcama gibi anlamları içermekle birlikte; kuramsal olarak içeriğine bakıldığında birey, toplum, iletişim, nesnelere vb. gibi birden çok değişkenin ve bağlamın barındıran bir yapıya bürünmektedir. Bu kavramı iyi çözümleyebilmek adına temel anlam ifadesiyle; Featherstone’un, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü kitabında yer verdiği ifadeyle; “Tüketmek terimi ilk kullanımlarında ‘tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek’ anlamına gelmektedir” (2005: 48).

“Tüketim kavramının tanımı ihtiyaç kavramından faydalanılarak yapılır. Tüketimin amacı olan ihtiyaç bir eksikliğin hissedilmesi olarak tanımlanabilir. Bu kavram istek kavramı ile karıştırılır. Ancak istek ihtiyacın nasıl giderileceğini belirlediğinden yaşamdaki deneyimlerden elde edilen bilgilerle ortaya çıkmaktadır” (Odabaşı, 2006; akt. Yetkin, 2019: 9).

Tüketim, insanın doğası doğrultusunda sadece ihtiyaçların karşılanması özülüyle ortaya çıkmış olsa da; toplumsal yaşama geçişle birlikte nesnelere değer biçme ve anlam kazandırma güdüsü ile şekillenmiştir (McCracken, 1988). Bu süreçte, toplumsal yapının geçirdiği değişim ile evrilen tüketim kavramı, insan temelli ihtiyaçların da değişmesiyle yapısal özelliklerinde köklü bir dönüşüme uğramıştır. Burada ihtiyaç kavramına değinmek gerekirse; “İhtiyaç olgusunun en geniş anlama sahip olarak tanımlandığı durum, felsefi bakış açısına göre yapılan tanımlamadır. Buna göre, ihtiyaç bir organizmanın kendi türünün normal yaşamını sürdürmek için gerek duyduğu her şeydir” (Sarıpek, 2017: 45).

Tüketim paradigması olarak ele alındığında, sürece göre şekillenen ve kendi içerisinde dönüşüm geçiren bir kavram olarak görülebilmektedir. “Tüketim

kavramının anlamı, farklı genel kuramsal görüşlere göre değişip çeşitlenebileceği gibi, tek bir görüş içinde analiz edilen tarihsel döneme bağlı olarak da farklılık gösterebilir” (Bocock, 1997: 42).

Tüketimin temelinde yatan kültür ve anlayışın, toplumun ihtiyaçları doğrultusunda şekillenen ve metalaşma eğiliminin zeminini oluşturan eylemler olduğu, paradigma değişimlerinin etkisiyle de bir devinim içerisinde olduğu görülmektedir. Bu sürecin paradigma değişimleriyle orantılı olarak, tüketimin özünden, anlamından ve bağlamından koparıldığı, tüketme dürtüsünün bireyde yeni bir anlama dönüşmesi ile açıklanabilmektedir.

Featherstone’a göre; “Tüketimin temel amacı hedef kitlede farklılaşmayı sağlamaktır. Statü, prestij ve sosyal sınıf farklılaşmaya dair önemli tetiklenmeleri yaratmaktadır” (2015: 146 -147).

Tüketim, zamanla toplumsal yapının geçirdiği değişimin ve teknolojinin de etkisiyle kültürel bir kavrama dönüşerek, başlı başına kapitalizmin temel yapı taşlarından birini oluşturmuştur. Toplum içerisinde var olma çabası güden birey, modern yaşam koşullarında, temel ihtiyaçlarının ötesinde sosyal bir sınıfa veya bir kimliğe bürünme arzusu ile hareket etmekte, bunun sonucu olarak tüketme eylemi ise bireyde hızla harcama - yok etme - yenisine ihtiyaç duyma gibi devinimlere yol açmaktadır. Bunun sonucunda, toplumsal yapıda bir takım farklılaşmalar ve sınıflaşmalar oluşmakla birlikte; nesne ve ona biçilen değerler üzerinden bireyler toplumsal kimliklerini oluşturmaktadırlar. Bu kimlikleşme eylemleri, bireylerin yemek, giyinme, barınma vb. gibi günlük ihtiyaçlarını satın aldıkları / tükettikleri nesnelere üzerinden belirleyerek, kitleler arası kategorileşmeye de yol açmaktadır. Bu durum, tüketimin günümüzde de açık bir biçimde görülen / izlenen yapısını ortaya koymaktadır.

“Tüketim tam olarak bir toplumsal değerler sistemi, bu terimin grup bütünleşmesi ve toplumsal denetim işlevi olarak içerimlediği bir toplumsal değerler sistemidir” (Baudrillard, 2018: 95). Bu değerler, kişilerin kendi ihtiyaçlarını oluşturarak ve yapılandırarak bir tüketim süreci içerisinde var olmalarına yol açarak belirlenmektedir.

Tüketim eyleminin gerçekleşmesine sebep olan öğeler, yaşamın içerisinde var olan ihtiyaçlardan ortaya çıkmakta; tüketicinin içerisinde bulunduğu toplumsal sınıf,

kültür, konum vb. gibi değişkenler üzerinden şekillenmektedir. Bireyin günlük yaşamı içerisinde edindiği alışkanlıklar ve sürdürülebilir yaşam standartları üzerinden elde ettiği veya arzuladığı nesnelere yetersizliği algısı, tüketimi bir temel ihtiyaç olmaktan öteye taşıyarak anlamsal bağlamından / özünden koparmaktadır (Odabaşı, 2006). Bu anlayışla değişen tüketim olgusu; tüketimin yeni anlamını, modern ve postmodern paradigma arasındaki geçişte göstermekte olup; tüketimin günümüzdeki yeri ve kapsamının genişlediğinin, küreselleşen sistem üzerinden şekillendiğinin de açık bir göstergesidir. Baudrillard'a göre; "Tüketimin yeri günlük yaşamdır. Günlük yaşam yalnızca günlük olayların ve hareketlerin toplamı, sıradanlığın ve yinelemenin boyutu değil, bir yorumlama sistemidir. Gündelik bütünsel bir praksisin (siyasalın, toplumsalın ve kültürel) aşkın, özerk ve soyut bir alanıyla "özel" in içkin, kapalı ve soyut alanı olarak bölünmesidir" (2018: 28).

Kadıoğlu "Tüketim İletişimi" adlı kitabında tüketimin güdüler aracılığıyla gerçekleşen bir süreç olduğuna değinerek bu süreci şu şekilde tanımlamıştır; "Tüketim sürecinin başlangıç aşamasındaki güdüler; Yalın güdüler, sosyalleşme güdüsü, kendini ifade güdüsü, tüketim zorlayıcıları ve öğrenilmiş tüketim güdüleridir. Bireyi satın alma davranışına yönlendiren bu güdüler birbirleriyle de ilintilidir" (2014: 17).

Tüketim eyleminin oluşumu, demografi ile ilişkilendirilmektedir. Toplumsal değişimler kadar, bölge, din, dil, yaş vb. faktörler tüketimde etkili olduğu bilinmektedir.

Tüketimin günümüzde insani bir güdüye dönüştüğünü söylemek gerekmektedir. İnsan olarak ihtiyaçlarımız yaşamın her aşamasında görünse de, kapitalizm ile değişen ve metalaşan toplumun, bu süreçte ihtiyacımız olan veya olmayan her nesneye ihtiyacımız olduğu algısını oluşturmaktadır. Bard ve Söderqvist'e (2015) göre kapitalizm, her şeyin ölçüsünün insan olduğu, inanç faktörünün geri plana atıldığı ve her türlü nesnenin alınıp satılabilen bir meta nesne haline dönüştürülerek sermaye sağlandığı ölçüde değerli sayılan bir sistem olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

Kapitalist paradigmaya bakıldığında, oluşan bir tüketen toplum yapısı karşısında üretilen ve piyasada olan bir ürünün popüler ve dikkat çekici olması yeterli iken; çağın yeni getirisi olan enformasyon toplumlarında bunların yanında işlevsellik, ulaşılabilirlik, nitelik ve biçimsel dil gibi özellikler de önem kazanmaktadır. Bu enformasyon toplumunun oluşumunda, teknolojik çağın bireyi daha çok araştırmaya itmesi ve her şeye ulaşılabilir kılması etkili olmaktadır (Topcu vd., 2017: 16).

Tüketim; nesnelere işlevsel yönü, mülkiyet duygusu vb. algıların ötesinde iletişim ve değişim - tokuş sisteminin bir yapı taşı olarak yeniden yaratılan göstergeler kodu ile ortaya çıkan bir dil olarak ifade bulmaktadır (Baudrillard, 2017; akt. Gümüş, 2018: 7).

Günümüzde tüketim artık basit bir tüketme eylemi veya güdüsünden öte, bireyin nesnelere satın alma ve nesnelere kendini bağdaştırması ile eylemsel bir süreçten çok duygusal bir süreç dönüşmektedir. Yani, tüketici olarak tanımlanan kişi, bir nesneye karşı ihtiyaçtan fazla dürtü hissedebilir veya gereğinden fazla anlam yükleyebilir / başkalarının anlamları üzerinden anlamlandırabilir. “Bugün nesnelere pek azı, onlardan söz eden bir nesnelere bağlamı olmaksızın kendi başına sunulur. Bu yüzden tüketicinin nesneyle ilişkisi değişmiştir. Tüketici, sağladığı özel fayda bağlamında bir nesneye değil, bütünsel anlamı bağlamında bir nesnelere kümesine yönelir” (Baudrillard, 2018:18).

2.1.1. Toplumsal Bağlamda Tüketim Olgusu

Toplum içerisinde tüketim olgusu, nesnelere anlam katan, değer biçen ve yapılandıran; küreselleşme ve kapitalist sistem içerisinde sürekli olarak evrilen bir kavramdır. Tüketim olgusu, tüketicinin davranışları ekseninde oluşan kültürel, popüler kavramlar ile şekillenmekte; marka ve imajlar gibi sürece dahil olan göstergeler üzerinden de kendini göstermektedir. Olan bu devrimsel yapı, bireyin artan ve yenilenen ihtiyaçları üzerinden belirlenmektedir.

Baudrillard'a göre; “Tüketim toplumu var olmak için nesnelere ihtiyaç duyar, daha doğrusu onları yok etmeye ihtiyaç duyar. Nesnelere ‘kullanım’ı sadece nesnelere yavaş yavaş kaybolmasına götürür. Nesnelere şiddetle yitirilmesinde yaratılan değer çok daha yoğundur. Bu yüzden yok etme, üretime temel alternatif olarak kalır: Tüketim sadece üretimle yok etme arasındaki aracı bir terimdir. Tüketimde, kendisini yok etmede aşmaya, dönüştürmeye yönelik derin bir eğilim vardır. İşte burası tüketimin anlamını kazandığı yerdir” (2018: 47).

Tüketim toplumu, öğrenilmiş bir tüketim toplumundan yola çıkarak tüketimin sosyolojik bir kavrama dönüştürülerek alıştırılması üzerine kurulmaktadır. Tüketimin oluşumu ile, yeni ve özgül toplumsallaşma sistemi üzerinden yeni üretim güçlerinin ve verimliliğin üst düzeye çıkarılmasının çabası güdülmektedir (Baudrillard, 2018: 95).

Weber, Marx, Veblen ve Simmel; Tüketim olgusunu üretim sürecinin bir uzantısı olarak ele alınmıştır. 1960'larda ekonomi politik, modernleşme teorisinin

egemenliğindeydi. Bu bakış açısı, ekonomik olarak az gelişmiş ülkelerin sanayileşmiş ulusların çizgisinde nasıl gelişebileceğini açıklamaya çalışmıştır (Fligstein ve Dauter, 2016: 11). Bu bağlamda, modern paradigma eğilimlerinde üretimin baskın vurgusu, sosyal hayatın önemli detaylarında ve görünümünde ihmallere sebep olmuştur. Postmodern paradigma düzleminde tüketici davranışlarının ve tüketim sosyolojisinin yoğunluklu olduğu çalışmalarda, tüketicinin tanımlanmasına daha çok önem verilmiştir. Simmel, Veblen, Douglas, McCracken ve Baudrillard gibi kuramcılar, tüketiciyi bir “iletişimci” olarak tanımlamaya yönelirken; Bauman, Featherstone, Ericson, Giddens ve Larsh gibi kuramcılar ise tüketiciyi “kimlik arayan” bir birey olarak betimlemişlerdir. Sosyoloji kuramı, nesnelerin sosyal anlamlarına yoğunlaşmakta; sembolik ya da kültürel yapılarına değinmektedir. Birey için nesnelere, sosyal konumunu ortaya koymakta bir araç haline dönüşmüştür. Bu kapsamda Baron ve Isherwood’un söylemleri doğrultusunda tüketim, nesnelerin / malların ‘kullanım değerleri’ üzerine odaklanılırken; Baudrillard ise nesnelere sistemi üzerinden, tüketimin insan yaşamı üzerine olan etkilerinin kaçınılmaz olduğuna odaklanmıştır (Shove ve Warde, 1998: 4).

Kuşkusuz ki, tüketim olgusunun toplum içerisindeki yeri oldukça baskın görülmektedir. Günlük yaşam sürdürülürken, bir yandan temel ihtiyaçlar karşılanırken, bir yandan da çevrede yer alan tüketiciyi kendine çeken reklam ürünleri / gösterge ve imgelerde yer alan nesnelere olan “ihtiyaç” arzusu artmaktadır. “Günümüz toplumlarında tüketim olgusu, gösterge ve sembollerin yer aldığı sosyal ve kültürel süreç olarak algılanabilir” (Topcuoğlu, 1996: 166). Bu sosyal ve kültürel süreç, tüketim olgusu çerçevesinde tüketicinin yok etme arzusunu tetikleyerek kendini yinelemektedir. Burada sözü edilen ihtiyaç, kişinin toplum içerisinde kendini konumlandığı yer / konum ekseninde değişkenlik göstermektedir.

Baudrillard Tüketim Toplumu kitabında ‘Moda’yı tüketim çerçevesinde yeniden çevrim kavramı üzerinden şöyle anlatmaktadır;

Modada herkes her şeyden ‘haber dar olma’yı ve elbiseleri, nesnelere ve otomobili konusunda yıldan yıla, aydan aya, mevsimden mevsime kendini yeniden çevirmeyi görev bilmelidir. Eğer bunu yapmazsa, tüketim toplumunun gerçek vatandaşı olamaz. Oysa bu durumda sürekli bir ilerlemenin söz konusu olmadığı açıktır: Moda keyfi, hareketli ve çevrimseldir ve bireyin içkin niteliklerine hiçbir şey katmaz: Bununla birlikte moda, derin bir baskı karakterine sahiptir ve yaptırımı toplumsal başarı ya da dışlanmadır (2018: 123).

2.1.2. Tüketim Toplumunda Medya / Kitle İletişim

“Tüketim, malları seçmenin ekonomik, kültürel ve sosyal - gösterge ve sembollerin de içinde olduğu - yöntemidir” (Douglas ve Isherwood, 1999: 8). Kapitalist sistem içerisinde var olan - oluşan tüketim toplumu kavramı, kültürler ve toplumlar üzerinden bireylere ulaşma çabası güder. Bu çaba, içerisinde yaşadığımız dönemde nesnelerin nasıl metalara dönüştüğü / şekil ve estetik bağlamın ne denli değişime uğradığına dair verdiği göstergeler ile açığa çıkmaktadır. Tüketilmekte olan nesnelere, moda, popülerite gibi imgeler üzerinden yinelenme durumuyla tekrar tekrar satışa sunulmaktadır (Ritzer, 2001). Burada öne çıkan satın alınan nesnenin kendi anlamından çok ona biçilen değer üzerinden kendini göstermektedir.

Kitle iletişiminin boyut değiştirmesi, yeni iletişim teknolojilerinin, alıcı rolleri üzerinden geleneksel yapının dönüşümüne; bu yolla da bireylerin etkileşim düzeyinin artmasına ve enformasyonun üretimi ile daha geniş kitlelere yayılarak kamusallaşmasına yol açmaktadır (Tanrıöver ve Kırılı, 2015: 139).

Baudrillard’a göre; “Tüketim toplumu aynı zamanda tüketimin öğrenilmesi toplumu, tüketime toplumsal bir biçimde alıştırılma toplumdur; yani yeni üretim güçlerinin ortaya çıkmasıyla ve yüksek verimlilik taşıyan ekonomik bir sistemin tekeli yeniden yapılandırılmasıyla orantılı yeni ve özgül bir toplumsallaşma tarzı” olarak tanımlanmaktadır (2018: 95).

Bu yönüyle tüketim toplumu “yeni ve özgül bir toplumsallaşma” ile kendini sürekli olarak var etmekte, bunu yaparken de medya ve kitle iletişimi aracı olarak şekillendirmektedir. Geç kapitalist toplumlara özgü elektronik kitle iletişim araçlarının yeni medya üzerinde etkin bir rol üstlendiği izlenebilmektedir. Televizyonun bir meta aracı olarak bireyin gerçeklik duygusu üzerinde yarattığı tehdit; imaj ve enformasyon aşırılığı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu yolla Featherstone’un da (2013: 153) ifadesiyle, “Anlamlandırma kültürünün zaferi göstergelerin ve imajların dallanıp budaklandırılmasının, gerçek ve hayali arasındaki ayrımı silikleştirdiği bir simülasyon dünyasına yol açmaktadır”. Bu simülasyon dünyası nesnelere topluma “ihtiyaç” olarak empoze etmekte ve tüketim metasına dönüşerek gerek duyulmasa dahi ihtiyaç güdüsüyle bir arzu nesnesi olarak sunulmaktadır.

Kitle iletişim araçları bize gerçekliğin kendisini sunmazlar. Tüketim toplumunun içerisinde oluşan kapitalist yapılaşma, kitle iletişim ile gerçekliğin bir

yanılsamasını sunarak nesnelere tüketimi arttırılmaktadır. Bize sunular metalar gerçekliğin birer simülasyonu olarak da ifade edilebilir.

İletilerin içeriği, göstergelerin gösterilenleri geniş ölçüde önemsizdir. Biz bu iletilerin içeriğine, göstergelerin göstergelerine bağımlı değiliz ve medya bizi bu dünyaya göndermez, medya bize göstergeler olarak göstergeleri, bununla birlikte gerçeğin teminatıyla doğrulanmış göstergeleri tüketir. Tüketim Praksisi burada tanımlanabilir. Tüketicinin gerçek dünya, politika, tarih ve kültürle ilişkisi, ilgi, kendini adama, sorumluluk ilişkisi değildir; ama bir tümenden kayıtsızlık ilişkisi de değildir; Bu MERAK ilişkisidir. Aynı şema uyarınca burada tanımladığımız haliyle tüketim boyutunun dünyanın bilgisi boyutu olmadığı, ama tümenden bir cahillik boyutu da olmadığı söylenebilir: Bu YANLIŞ BİLME boyutudur (Baudrillard, 2018: 28).

Tüketim toplumu içerisinde medya kültürü, tüketimin çoğalması ve devamlılığı amacıyla yer almaktadır. Bu doğrultuda, nitel güzellik söyleminin üzerine kurulu beden kavramı, bir proje olarak sunulmaktadır (Ersöz, 2010: 39). Bu yolla, kapitalist tüketim kültürünün oluşturduğu ekonomik yapı, kalıplaşmış ideolojiler ve medya destekli gerçekleştirilen güzellik dayatması, birer temsil olarak kitle iletişim araçları (televizyon, dergi, sosyal medya vb.) ile salt bir görünüş olarak sunulmaktadır (Güzel, 2013: 82). Medya, bu haliyle ideolojik bir temsil alanı yatarak, kendi içerisinde bir devinim oluşturmakta; bu devinimin bir ögesi olarak birey ise oluşturulan tüketim kültürü içerisinde kendi anlam, arayış ve temsili deneyimini yaşamaktadır (Adalı Aydın, 2014: 45).

2.1.3. Tüketim Eğiliminde Birey - Toplum İlişkisi

Spesifik olarak literatür, iki farklı ilişkinin kavramsallaştırılmasını kabul etmektedir. Bireyler arası ilişki, birbirine bağlı değiş tokuşlar dizisi olarak yorumlanabilir; bir dizi birbirine bağlı ilişkiler bağı değiş tokuştan kaynaklı kişilerarası bağ olarak da yorumlanabilir (Cropanzano ve Mitchell, 2005: 886).

Süreç içerisindeki paradigma değişimleri, teknolojik gelişmeler ve çağın enformasyon toplumuna kayması ile ortaya çıkan yeni yaklaşımlar ve düşünce biçimleri ile toplumsal yapının değişmesi, evrensellik ve aidiyet kavramının da kendi içerisinde bağlamına ulaşmasına açmıştır. Bu durum bireyin de içinde yaşadığı toplumun zaman dilimine ve yeni diline ayak uydurmasının gerekliliğini ve zorunluluğunu getirmektedir. “Tüketimin ve onu gerçekleştiren tüketicinin yaratıcılığı ve temposu, toplumun değişim dinamiğini oluşturur” (Yetkin, 2019: 12). İnsan sosyal oluşumlar içerisinde olma eğilimindedir. Bireyler arası ilişki ve sosyal grupların

oluşumu duygulara ve bunların sosyal değişimdeki rolüne odaklanmıştır (Cook ve Rise, 2013).

Tüketim toplumlarında birey ait olduğu / ait hissettiği sosyal sınıfın ötesinde bir üst sınıfa benzemek, mevcut sınıfını aşarak, kendini gösterme çabası ya da mevcut sınıfını benimsemek gibi güdüsel eğilimlere sahiptir (Dresler ve Steiner, 1970: 370). Tüketici davranışları, özünde insanlar arasındaki alış - verişleri içermektedir. Yani insanlar değerli bir şeylerinden vazgeçerek / başkalarına vererek karşılığında bir şey almaktadırlar. Tüketici davranışlarına bakıldığında, bir ürünü - nesneyi - metayı elde etmek adına paradan ve diğer şeylerden vazgeçmeyi içerir. Özetle, pazarlama sürecinin toplumdaki rolü, değiş tokuşların yaratılmasına yardımcı olmaktır (Peter & Olsen, 1987: 9).

Postmodern paradigmaya geçiş sürecinde yaşanan toplumsal ve kültürel değişimlerin ekseninde gerçekleşen kitle iletişim boyutunun ve teknolojinin gelişi, tüketim düzleminde birey - toplum diyalektiğini farklı bir boyuta taşımıştır. Birey, toplum içerisinde var olan metalar üzerinden kullan - at yönelimi güderek daha hızla tüketmekte; haz ve arzuları bu tüketme eğiliminde temel belirleyici olarak görülmektedir. Birey, demokrasilerin toplumsal evriminde, artık pasif izleyiciler değil, bunun yerine, eski ve yeni toplum biçimleri arasındaki çatışmaları çözümleyen aktif "oyuncular" haline gelmiştir. Bu şekilde, en azından bir dereceye kadar sosyo - kültürel evrimin gelişimini etkilemektedir (Wilson, 2002).

Bireyi daha mutlu, keyifli, güzel ya da benzeri dürtülere iterek tüketime yöneltme tükettiği şeylerin kendisinde yarattığı kimlik, sosyal çevre ya da nitelik oluşturma algısı tüketimle birlikte mutlu olacağı kanısı oluşturarak onun tüketim faaliyetine devam etmemesine yol açmaktadır (Yetkin, 2019:12).

Günümüzde üretilen her şey, kullanım değerine ya da muhtemelen kullanım süresine göre değil, tam tersine hızı ancak fiyatların enflasyonunun hızıyla karşılaştırılabilecek yok oluşuna göre üretilir. ... Reklam, nesnelerin kullanım değerini artırmak değil, yalnızca azaltmak, onları moda / değerine ve hızlı yenilenmeye tabi kılarak zaman / değerini azaltmak amacıyla harcanan bu hatırı sayılır bütçe mucizesini gerçekleştirir (Baudrillard, 2018: 46).

Wallerstein'e (2002: 16) göre; "Tarihsel kapitalizm, temel iktisadi etkinlik içinde geçerli olan iktisadi amacın ya da yasanın sınırsız sermaye birikimi olduğu o somut, zamanla sınırlı, mekanla sınırlı, tümleşik üretim etkinlikleri yeridir". Bard ve Söderqvist'e göre (2015), 20. yüzyıla gelindiğinde, kapitalist yapı hala varlığını güçlü

bir şekilde devam ettirirken, giderek yeni bir anlayışın ilk göstergeleri varlık göstermeye başlamış, enformasyon toplumu adı verilen bu yeni toplumsal yapının göstergeleri para ve sermaye kavramları yerine hız ve bilgi akışı yasalarıyla tanımlanır olmuştur. Hiç durmadan değişen bir bilgi akışı ve buna paralel bu kaygan zeminde var olmaya çalışan bir birey algısı yeni toplumun en temel belirleyicileri haline gelmiştir.

21. yüzyılda ise bu platformun giderek daha da kayganlaştığı, dolayısıyla bireyin giderek daha hızlı yeni bilgi üretme ihtiyacında olduğu, durmaksızın eskiyen ve yerini bir yenisinin aldığı bilgi ve ürünlerin karşısında bireyin ortaya çıkardığı ürünün piyasaya sunulduğu andan itibaren eskidiği fikrinin farkında olarak yaşadığı bir tüketim toplumu yaratılmıştır (Bard ve Söderqvist, 2015).

Bireyin toplum içerisindeki kimlik edinme çabası da tüketim çağı ile şekillenmiştir. Birey kimliğe bürünebilme adına içsel ve dışsal faktörlerden etkilenmektedir. İçsel faktörler bir kimliğe bürünebilmek adına harcanan zaman, para ve çaba olarak tanımlanabilir. Dışsal faktörler ise bunun getirisi olan ödüllerdir. Birey bu edinim sonucu doyuma ulaşır ve benlik saygısını oluşturur (Delamater, 2003). Tüketici davranışları, tüketici odaklı bir toplumda tüm sosyolojik ilişkilerle ilintili bir faktördür (Schiffman ve Kanuk, 1997).

Baudrillard'a göre; bireyi tüketime iten güç psikologlara göre motivasyondur; nesne yönelimi, içgüdü yönelimi ve önceden var olan tanımlanmış bir zorunluluğa dair bir kuramdır. Sosyolojiye göre ise, tüketimin toplumsal - kültürel bir tarafı bulunmaktadır; bireyin doğuştan ihtiyaçlara sahip ve doğası gereği bu ihtiyaçları karşılamaya iten, bireysel özgür ve bilinçli bir süreçte ne istediğini biliyor olmasından hareketle ihtiyaçların toplumsal bir dinamik oluşturduğundan yola çıkmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında topluma dair kültürel modeller ortaya çıkmaktadır. Bu kültürel modeller temel hatlarıyla üç model üzerinden incelenmektedir;

Marshall'a göre ihtiyaçlar rasyonel ve birbirine bağımlı bir biçimde karşılıklı olarak gerçekleştirilmektedir.

Galbraith'a göre ihtiyaçların karşılanması ikna (tercihler üzerinden gizli ikna ve arzunun stratejisi) üzerinden dayatılmaktadır.

Gervasi'ye (ve diğerlerine) göre ihtiyaçlar karşılıklı olarak birbirine bağımlı görülmektedir ve rasyonel bir süreçten çok öğrenme eğilimi ile gerçekleşmektedir (2018:79 akt. Kuzu ve Kaptan: 2021).

2.1.4. Tüketim Kültürü ve Metalaşma

Tüketim praksi, toplumun temelinde yer alan ve kapitalist kültürün başlamasıyla gelişimini sürdüren eylemsel bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketimin bir kültüre dönüştüğü gerçeğiyle, toplumsal normların oluşumuna katkı sağlayan bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Bu yönüyle tüketim kültürü, dışsal

etkenlere bağılı olarak dönüşüm geçirmekte; metaları ve fenomenleri yaratmasıyla da varlığını kararlılıklar sürdürmektedir. Tüketim kültürü, kapitalist paradigmanın var ettiği sosyo - kültürel ifade biçiminin de yaratılmasında öncü etken olarak görülmektedir. Gümüş (2018: 21) tüketimi olgusunu, toplumda daimi olarak yer alan sosyal, ekonomik ve kültürel bir sürecin karşısında, tüketicinin gereksinimleri üzerinden tüketim kültürünün oluşumuna yönelik sınırsız ve doyurulamaz bir olgu olduğu düşüncesine dayandırmaktadır.

Tüketim kültürü evrensel bir anlayış zemininde yer almaktadır. Tüketim olgusu tüm toplumu kapsayan yönüyle; tüketim kültürünü şekillendirmekte, bunu ‘kitlesele tüketim’ düşüncesiyle de bağdaştırmaktadır (Üstün ve Tural, 2008).

Simgesel tüketim olgusunda metaları kendilerine sunacakları farklılıklar için edinmektedirler. Çünkü metaların işaret değerleri arasındaki farklılığın betimlenmeye başlaması, insanın metalar üzerindeki hakimiyetini düşürmektedir. İşaret değerleriyle organize olmuş toplumlarda metaların insanlar üzerindeki hâkimiyetine dayanmaktadır (Demirzen, 2010: 103).

Burada metalaşmadan kast edilen, daha önce ekonominin dışında olup bir pazar değeri olmayan servis ürün veya ilişkilerin ekonominin içine alınmasıyla bir pazar (değiş - tokuş) değeri kazanmasıdır. Kapitalizm ile birlikte katı olan şeyler metalaşarak buharlaşmaktadır. Bir objenin metalaşması Marx’ın ifadesiyle metaların fetişizmi ile daha rahat anlaşılabilir. Nasıl ki pagan dinlerinde insanoğlunun kendi yaptığı putlar insan emeğinden yabancılaşarak kendi kendine var olan varlıklara dönüşüyorsa, Marx’a göre, kapitalist sistemde de mallar Pazar değeri kazanmakla beraber kendi kendine değeri olan ve var olabilen varlıklara dönüşmektedir. Marx’a göre, malların değeri o malın üretilmesi için harcanan emek miktarı kadar olması gerekirken kapitalist sistemde piyasanın insanoğlundan bağımsız varlıklar olarak düşünölmeye başlanır. Bu duruma Marx malların fetişizmi adını vermektedir (Demirzen, 2015).

“Tüketilebilir maddenin, metanın bu metanidik, kendini tekrarlayan söylemi büyük bir kolektif metafor aracılığıyla ve kendi aşırılığı sayesinde yeniden armağanın imgesine, şenliğe özgü tükenmez ve göz alıcı savurganlığın imgesine dönüşür” (Baudrillard, 2018: 17).

Tüketimin kültürle olan diyalektiğine baktığımız zaman; endüstriyel kapitalizm ve kitlesele üretimin çoğalması sonucu tüketimin yaşam içerisinde kendine yer edinmesiyle birlikte başladığı görülmektedir. Bu ilişkinin postmodernist teori ile beslenen süreçte, kendini moda ve evirilen denetimsiz tüketim ile sürdürdüğü söylenebilir. Postmodern kültürün oluşumu ve bileşenleri, postmodern tüketiciyi konumlandırmaya ve sınıflandırmaya yönelik girişimleri kolay bulunmamaktadır;

bunun sebebi postmodern yapının birden fazla bileşeninin ve karmaşık bir yapısının olmasıdır (Fırat ve Shultz, 2001). Tüketici doğası gereği araştırmaya ve yönlendirilmeye açık, değişken ve moda uyum sağlama eğilimindeki yapısıyla bu söylemi güçlendirmektedir.

Tüketim kültürü ile tüketici kültür arasındaki ayrımın da belirlenmesi gerekmektedir. Tüketim kültürü toplum üzerinden değerlendirilmeye alınırken tüketici kültür bireyin tüketim zihniyetini ele almaktadır. Tüketim toplumu içerisinde belli bir kültür düzleminde ele alınan bireyler tüketici kültür kavramını oluşturmaktadır. Bu bağlantı üzerinden tüketim kültürünün; yalın tüketim toplumlarından, tüketicinin baskın olduğu toplumlara yani tüketen toplumlara dönüşümünün temel nedeni olarak ifade edilebilmektedir (Orçan, 2004: 18 - 20).

Çağdaş tüketim ve üretim, tasarım konseptinin farklı yönleriyle ilişkilendirilmekte; tasarım, tüketim ve sürdürülebilirlik arasındaki karmaşık bağlantıya işaret etmek için farklı bakış açılarını bir araya getirmektedir (Dobers ve Strannegard, 2005: 325).

2.1.5. Küreselleşme Sürecinde Tüketim ve Popüler Kültür

Küreselleşme süreci, toplumun hareketliliğinden doğan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Bu hareketlilik bireyin istemiyle veya istemi dışında gerçekleşmekte olup, geç modern ya da postmodern zamanların bir katmanı olarak belirmektedir. Küreselleşme, metaların arzulanma ve tüketim eğilimini bu hareketlilik üzerinden yansıtmaktadır.

Çoğalan fiziksel ayrımlar ve dışlama eylemleri tüketimin getirdiği küreselleşme sürecinin bir parçası olarak görülmektedir. Küreselleşmeye maruz kalan insanların gerçekleştirdiği yeni ortaklaşma ve kökenci eğilimler aynı zamanda kültürün melezleşmesinden de kaynaklanmaktadır. Bu ayrımlaşma, seçkin kesim ile yerleşmiş olanın iletişim kopukluğuna yol açarak temelde hareket özgürlüğü yatan çok boyutlu bir günümüz kutuplaşması ortamı yaratmaktadır (Baudrillard, 2018: 9 - 10).

Çağın moda kavramı, nesnelerin anlamsal bağlamının kontrolden çıkmasının verdiği rahatsız edici tavır, küreselleşme fikrinin doğasıdır. Jowitt'in tabiriyle küreselleşme “yeni dünya düzensizliğinin” diğer adıdır. Küreselleşme imgesinden ayrı

düşünülemez olan bu özellik, onu evrenselleşme fikrinden ayırmaktadır (Bauman, 2018: 75).

Tüketim, modernist ve postmodernist paradigma düzleminde; Rasyonalizm, Hedonizm, Materyalizm, Epikürizm ve Sekülerizm gibi felsefi görüşler üzerinden geliştirilmiş olup; Liberalizm ile güçlendirildiği görülmektedir.

Hedonizm'e bakıldığında, tüketim kültüründe oldukça baskın bir yansıması olduğu söylenebilmektedir. Çağın bir düşünce biçimi olarak bakıldığında hedonik yaklaşımlarda, yaşamın an'dan ibaret olması ve en ilkel dürtüler ile bireyin haz ve arzu güdülere üzerinden kendini gerçekleştirdiği görülmektedir. Tüketme eyleminin en ilkel ve en öznel biçimiyle hedonizmin; bireyin tüketim bolluğu içerisindeki devinimini yansıması bakımından çağın insanını özetlediği söylenebilir.

Hedonik yaklaşımlar tüketicinin öznel gerçekliğine bağlı gerçekleşmekte olup; tüketim eyleminin nedenselliği ve nasıllığı zihinsel imgelerin üzerinden nesnel bir biçimde yapılandırılmaktadır. Bu zihinsel kontrol mekanizması, çok duyulu imgeler ve duygusal yapılar gibi uyarıcılar tarafından tetiklenmektedir. Hedonik tüketim, davranış bilimlerinin çoğu ile - sosyoloji, estetik, dilbilim, psikoloji - motivasyon araştırmaları ve pazarlama teorisinde sembolik bir biçimde yaygın olarak görülmektedir (Hirschman & Holbrook, 1982).

Tüketicinin yer aldığı eylemsel süreçte, yararlı yaklaşımlar ürünün işlevsel - nesnel özelliklerini belirgin kılmaktadır. Hedonik yaklaşımlarda ise; daha çok duygusal tepkiler, hazlar ve estetik kaygılar kendini göstermektedir (Odabaşı, 2006: 107). Günümüzde tüketim güdüsüyle gerçekleşen satın alma eylemlerinde bir metaya biçilen değer, ihtiyaç olgusunun ötesine geçerek en dürtüsel haliyle bir arzu ve haz eylemine dönüşmekle, tüketimin hedonik yaklaşımını yansıtmaktadır.

Epiküros, Antik Yunan felsefesinde öncü isimlerden biri olmakla birlikte, "huzurlu olmanın yolu, erdemli olmaktan, maddi ve manevi olarak rahata kavuşmaktan, bedensel ve zihinsel açıdan mutlu olmaktan ve bunlar için acıdan kaçınmaktan geçer" öğretisi ile Epikürizm'in temellerini oluşturmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, en konformist haliyle, yaşam içerisinde bireyin acıdan kaçmak üzere rahatlık, zevk ve bencil olma eğilimleri fikrinden odakla çağın toplumunun düşünce sistemiyle benzerlik gösterdiği düşünülmektedir (Duman: 2018: 6). Tüketim odaklı

düşünce yapısı konformist yaşamı destekleyici bağlamıyla, tüketim dürtüsünü arttırıcı bir felsefi düşünceye dönüşmektedir.

Materyalizm, özünde hedonizme benzer olarak an'ı deneyimlemek ile yola çıkmakta; satın alma dürtüsünü bireyin metaya / nesneye bağlılığını maddesel bir ilişki ile ele almaktadır. Bu bağlamda, satın alınan ürünün sağladığı yarar ve yaşam kalitesine olan katkısı üzerinden; günümüz toplumunun nesnelere sistemi üzerinden bireyin yaşam standartlarını belirleyen materyalist bir toplum yapısının hakimiyetinin görüldüğü söylenebilmektedir.

Akılcılığı temel alan rasyonalizm, ideolojik olarak modernizm ve endüstriyel kapitalizm ekseninde şekillenerek, üretimi destekleyen yapısıyla tüketimin bir döngü durumuna dönüşmesini tetiklemektedir. Weber (1986), rasyonalist yaklaşımı yaşama yön veren merkezi bir değer anlayışının paradigması bağlamında ele almakta; modernite kavramının özünde rasyonalitenin yarattığı bir dünya olarak tanımlandığını düşünmektedir. Weber bu düşünceye ek olarak, seküler bir düşünüş biçiminin dışında, rasyonalitenin kapitalist paradigmadaki rolü ve ekonomik ilişkilerin birey üzerindeki rolleri üzerine durmaktadır (Duman, 2018: 14).

Sosyal olarak bir mala sahip olma dürtüsü, sosyal statüyü sağlama ve sınıflararası hiyerarşik oluşumu desteklemesinin yanında; tüketicinin toplumdaki rolünü de belirlemektedir. Bu sınıflaşma moda kültürü yaratarak, zevkleri dışında satın almayı tetikleyerek reklam ve tüketimci olgularını desteklemektedir (Corrigan, 1997: 9). Günümüzde kayganlaşan bu sosyal yapı, alt sınıf zevklerinin üst sınıf arzularını tetikleyici niteliktedir.

Endüstrileşme süreci ile Seküler toplumların oluşumu birbirini tetiklemiş; Weber tarafından ilk defa kullanılan Sekülerizm kullanımı, Batı temelli uygarlıkların merkezinde dünyaya yayılmıştır. Modern toplumların oluşumu dini marjinalleştirerek; özerk kültür ve değişken ekonomi gibi toplumsal ve ekonomik dinamikler ile politikleşmenin yolunu açmıştır. “Sekülerleşme tezi, tam da bu çabanın bir sonucu olarak gündeme geldi, yani modern dünyanın yeni bir dil ve paradigmayla tanımlanmaya ve anlaşılmaya çalışılması olarak görüldü” (Duman, 2018: 16). Bu bağlamda, toplum üzerinden bireyi dünyevileşmeye iten seküler yaşam biçimlerinin oluşumu, materyalist ve hedonist yaklaşımlara benzer şekilde yaşamı an'dan ibaret görerek; tüketim alışkanlıklarını tetiklemeye yönelik yapısını göstermektedir. Sekülerizm, kapitalist toplum yapısını destekleyici yönüyle öne çıkmaktadır.

Liberalizm ekseninde bireyin özgürleşmesi ve post - endüstriyel kapital sistemlerin toplumlar üzerindeki etkisi; çağın tüketim toplumunu şekillendirmekle birlikte, modern kapitalizmin de temel dinamikleri durumuna gelmektedir.

Kapitalizm öncülü olan diğer sistemlerden ayrılan yönüyle; metanın üretimini yaygınlaştırarak onu evrensel bir duruma getiren (Şeylan, 2003: 33 - 38) sosyoekonomik dengesiyle (Rodison, 1996: 23) toplumsal bir formasyon biçimi olarak görülmektedir.

Tüketim kültürünün oluşumunda etkili olan iki kavram bulunmaktadır. Fordizm ve Postfordizm üzerinden incelendiğinde tüketimin paradigmasal dönüşümü de ortaya konmaktadır. Bir işletme sistemi olarak Fordizm, standartlaşmış ürünler üzerinden rasyonel bir hareket olarak, iktisadi içeriğinin yanında, ideolojik ve kültürel fenomenler taşıyarak kitlesel boyutta üretim ve tüketimi sürdürmektedir. Fordizm, kitlesel düzeyde yapılan üretim ve tüketimin, ürünler üzerinden nesnelere standartizasyonunun belirlenmesinde, rasyonel bir işletme mantığından hareketle, tüketimin iktisadi boyutunun yanında kültürel ve ideolojik yönüyle de görüngüler taşımaktadır (Harvey, 1989).

Kapitalist sistem doğrultusunda, postmodern bir yapının oluşumu sonucu ortaya konan Postfordist yaklaşımda, sosyo - kültürel anlayışının üretimden çok tüketime odaklı bir yapıda olduğu görülmektedir. “Ürünün sadece kullanım alanıyla değil, kendisine yüklenen imaj ve anlamlarla satılması postfordizmin en önemli yanını oluşturmaktadır” (Duman, 2018: 14). Kitle kültürünün artması, postmodern bireyciliğin popüler hale gelmesi, tüketimin öznelleşmesi ve teknolojinin de etkisiyle Postfordist tüketim anlayışının benimsenmesi, günümüz tüketim toplumunun oluşmasını kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu bağlamda, insan ve nesne arasındaki anlamsal bağ güçlenerek tüketimin toplum içerisindeki konumu önemli bir yer sağlamıştır.

Kapitalist paradigma ve postmodernizm diyalektiği denkleminde ortaya çıkan; eylemsel niteliğiyle Postfordizm kavramı, tüketim odaklı bir yapıya sahip olmaktadır. “Ürünün sadece kullanım alanıyla değil, kendisine yüklenen imaj ve anlamlarla satılması postfordizmin en önemli yanını oluşturmaktadır” (Duman, 2018: 14). Tüketim praksisinin denkleminde kitleler arası iletişim ve etkileşimin artması, popüler kültürü şekillendirerek, postmodern birey olgusunu yaratmış; bu da tüketme eyleminde öznelleşmeyi öne çıkarmıştır. Günümüz tüketim toplumunun oluşumunda

etkili olan Postfordist yaklaşım bu yanıyla, birey ve nesne arasındaki bağı da güçlendirerek tüketimin anlamsal boyutunun değişmesinde etkili olmaktadır.

2.1.6. Küreselleşen Tüketim; Bir Tüketim Nesnesi / Meta Olarak Sanat ve Tasarım

Küreselleşme sonrası toplumlarda özellikle kültür anlamında oldukça köklü değişim ve gelişimlere uğrayan yapı, toplumla arasındaki bağı kültürel bir araç olarak sunan sanat ve tasarım disiplinlerine doğrudan yansıdığı görülmektedir. “Sanat, onu tüketim denen bulaşıcı hastalıktan sözümona koruyan dev bir balonun içine kapanmaya çalışmaktadır. Oysa tüketim, bir hastalık gibi, onun da içine sızmıştır - sanat meraklılarının kızarmış yanaklarından, hummalı davranışlarından bellidir bu” (Baudrillard, 2018: 12 - 13).

İhtiyaçların, nesnelere ilişkisi düzleminden koptuğunda ve nesnelere sadece değiş - tokuş değeri üzerinden anlamsız hale geldiğinde, özüne ait niteliği ile kullanım değerini anlama dönüştüren asıl nesnenin hükmü ortaya çıkmaktadır (Marx, 2015: 143).

Kapitalist modernleşme sonucu ortaya çıkan yeni kültür anlayışının anlamının sorgulanması Frankfurt Okulu'nun çalışmalarında; “yeni” kültür sadece bir mübadele değeri ve araçsal rasyonel bir hesap kültürü müdür; ‘kültür olmayan’ bir kültür ya da ‘post kültür’ denebilecek bir şey” eğilimi olarak kendini göstermektedir (Featherstone, 2013: 40 -41). Adorno (2013: 41): nesnelere orijinal kullanım değerini yok eden yeni kültürün, ikincil değerini vurgulayarak metanın yaygın bir kültürel çağrışım ve yanılmalara ile kullanım değerinin özgürleşmesinden söz etmektedir.

İnternet teknolojisi, yeni medyayı biçimlendiren en önemli unsurdur. Fakat internet teknolojisinin gelişmesinin altında bazı dinamikler bulunmaktadır. Özellikle, XX. yüzyılın sonunda, kapitalist sistemin genişleyen parçası olarak, iletişim teknolojileri ulusötesileşme ve küreselleşme olarak nitelendirilen ekonomik ve kurumsal bir dönüşümünden geçmekteydiler. Bu dönüşüm, ulusötesi piyasaları, uydu ve kablo gibi iletişim teknolojilerini, ulusötesi dağıtım sistemlerini ortaya çıkarmıştır (Aydoğan ve Kırık, 2012: 61).

Post - kültürleşme sonrası amaçtan ziyade araca dönüşen sanat ve tasarım metalaşarak, hızlanan tüketim ile bu metalaşma eğilimine katkı sağlamıştır. Sürekli değişen metaların akışı tikel grupların ya da insan kategorileşmesinin önünü açmış; kapitalist dönüşümün bir etkisi olarak bu ayırım, sanatta özdeş biçim ve anlam arayışlarını ortaya çıkarmıştır.

Tüketim kültürü ve reklam olgusu, kapitalist toplumlarda yeniden üretime yardımcı olmaktadır. Kapitalizm başlangıcından günümüze dek, tüketim kültürü ve reklamcılık üzerinden toplumsallaşmayı hedefleyerek, bencil bireycilik ve hedonist kültürün inşasına yol açmıştır. Sosyal devletin, toplumu politikalar üzerinden teşvik etmesi; kitlesel tüketimin de önünü açarak kapitalist yeniden üretime destek olmaktadır (Dağtaş, 2009).

Modern nesneye statü kazandıran toplumsal karşılığı model / seri olan toplumsal anlamlandırma. Toplumda belirli ayrıcalıklara sahip olan kesim tarafından ortaya çıkan bu kavram; kültürel yelpazenin sınırlı olması ile sanayileşme öncesinde belirli bir nitelikte birbirine benzer nesnelere ortaya çıkarmaktadır. Nesnelere statü kazandıran toplumsal düzen, kültürel ayırım ve farklılaşmanın bir sonucu olarak görülmektedir (Baudrillard, 2020: 183 -184).

Benjamin'e göre: "sanat eserinin tekniğin yardımıyla çoğaltılabilirliği, kitlenin sanatla olan ilişkisini değiştirmektedir." Bu izleyiciyi eserin içerisine alan ve ilerici bir tutumla (zevk ve haz alarak) geliştirdiği bir ilişki biçimi olarak tanımlanabilir. Bu modernizmin yıkımı söylemi ile ortaya çıkan yapı, sanat eserinin de bağlamını değiştirerek, toplumsal kültürün dönüşümüne aracılık etmektedir. "Kitle, içinden halen sanat yapıtları karşısındaki alışlagelmiş bütün tutumların sanki yeni doğmuş gibi çıktığı bir kaynaktır" (2018: 70 - 75). Niteliğe dönüşen nicelik kavramı günbe gün büyümüş, izleyiciyi de şaşırtmayan bu söylem, kitleler yoluyla yoz bir biçimde gerçekleşen katılımın değişik türüne de kaynaklık etmiştir.

Küreselleşen dünya nesnelere dünyası olarak görülmektedir. Bu bir tür diyalektiktir; "öznenin kendini nesnede bulması ve nesnenin öznedeki açıklık kazanması" olarak tanımlanabilir. "Özne, varoluşunu gerçekleştirmek adına nesnelere bağlanır, onlara değişik anlamlar yükler" (Timuçin, 2011: 53).

"Nesneler sistemiyle ilgili bir çözümleme nesne üzerine çekilen söylemle, reklam 'mesajını' (görüntü ve söylem) kapsayan bir çözümlemeyi de beraberinde getirmektedir" (Baudrillard, 2020: 218).

2.2. Çağdaş Estetik Kuramları ve Tüketim Estetiği

Estetiğin temel sorunsalını güzel kavramını araştırılması ve sorgulanması oluşturmaktadır. Çağdaş estetiği geleneksel estetik kavramından ayıran şey ise günümüz güzellik anlayışının kendi içerisindeki dönüşümü ve sorgulanmasıdır.

“Estetik tavır, duyuşal temele dayalı bir tavidır” (Tunalı, 1996: 31). Hegel’e göre duygu, ifade edildiğinde nesnenin soyutlama eyleminin aşırılığı durumu, somut şeyin kalmadığı öznel bir coşkuya dönüşür. Çünkü, sanat eserinin sorgulanmasında duygu üzerine düşünme, “onun derinliklerini yoklamak ve ayrıca salt özneliği ve bu özneliğin durumlarını terk etmek yerine, tikel karakterleri içindeki öznel coşumsal tepkiyi gözlemlemekle yetinir” (Hegel: 2019: 33). Tepecik (2002: 30), estetik haz duygusunu inanın yaratılışında olan bir duygu olarak ele almakta; eserin içerisinde kullanılan ve titizlikle araştırılan bir tasarım çalışması olarak görmektedir .



Şekil 2.1. Yoko Ono, Museum of Modern (F)art. 1971

Yoko Ono, kavramsal öncülüğünde gerçekleştirdiği sanat pratikleri ve Beatles grubundan John Lennon'la olan evliliği nedeniyle büyük bir izleyici kitlesi edinmiştir. Yoko Ono, 1971'de Village Voice'da “Modern [F]art Müzesi” başlıklı bir sergi için bir reklam afişi yayınlamıştır. Alt başlıkta şu yazmaktaydı: "Yoko Ono—bir kadın şovu." Bunun sonucunda, birçok ziyaretçi Yoko Ono'nun popüler çalışmalarını görmek için MoMA sanat galerisini ziyaret etmiş, ancak müzeye vardıklarında Ono'nun eserini hiçbir yerde bulunamamıştır. Bunun yerine müze, "BU BURADA DEĞİL" anonsu ile birlikte reklamın bir kesitini bilet gişesine yapıştırmıştır (Goothardt, 2019). Sanatın değişen dili ve yeni bir estetik haz biçimi olarak söylemler üzerinden gerçekleşen bu performans, Ono'nun en ilgi çekici çalışmalarından biri olmuştur.

Afşar Timuçin'in tanımıyla; “Estetik bir bakış biçimidir, bir öngörüdür, bir genel beğeni düzenidir, bu beğeniye somutlaştıran ya da somutlaştıracak olan kurallar

dizgesidir. Estetik özgün bir tasarlama biçimidir, kendine özgü yanları olan bir birleştirme biçimidir” (2002: 12). Estetik duygunun gerçekliği nesnel bir oluşumdur; bu oluşum insanı hayvandan ayrı kılan bir tinsel güç olarak ortaya çıkmakta ve tarihsel süreçte toplum içerisinde uygulanarak gerçekleşmektedir (Acar, 2012: 27).

Çağdaş ya da postmodernist sanatın, kendi içerisinde ‘yeni’ ile bir şekilde ilgili olduğu; dahası, temel mesajlarından birinin sanat ve estetiğin zorunlu başarısızlığı, yeninin başarısızlığı ve geçmişe tutsaklığı olarak içereceği anlamını betimler (Jameson: 1984).

Duncum’a göre (2007: 286), günümüz kavramlarından ve anlayışlarından arındırılmış haliyle, 20. yüzyılın estetik anlayışıyla, modern estetik kavramı, biçimci spritüel benzeri olarak görülmüş; basitleştirme tabiriyle popüler kültürün oluşumu ise güzel sanatlardan etkili bir şekilde ayrılmıştır.

Çağdaş sanat ve tasarım yapının toplumsal normlara eşlik biçimini nesnelere biçilen değer üzerinden yargılamaktadır. Sanat, zamanla ifade biçimi olarak bir tüketim döngüsüne kapılmış; bununla birlikte onu tüketen kişilerin sanat eserinin niteliğinden çok değerine / ona biçilen anlama / popüleritesine odaklanarak onu nesneleştirme yoluna gittiği görülmüştür. “Sanat, onu tüketim denen bulaşıcı hastalıktan sözümona koruyan dev bir balonun içine kapanmaya çalışmaktadır. Oysa tüketim, bir hastalık gibi, onun da içine sızmıştır - sanat meraklılarının kızarmış yanaklarından, hummalı davranışlarından bellidir bu” (Baudrillard, 2018: 41).

20. yy boyunca düşünürlerin çoğunca kabul edilmiş, iddialı sanatçıların çoğu 20. yy boyunca alışıl gelmiş beğeni değerlerinin dışında çalışmışlardır. Ancak Adorno’nun sanatın tecimsel ve popüler olmasının, yani herkes tarafından beğenilmesinin sakıncalı olduğu düşüncesine karşılık, özellikle 1980’lerden sonra, Postmodern felsefe zemininde, sanatın artık elit bir sınıfa ve beğeniye hizmet edemeyeceği, farklı kültür ve sınıftan insanların tercihlerinin de sanatı biçimlendireceği iddiaları ortaya çıkmıştır (Erzen, 2016: 165).

2.2.1. Tüketim Ekseninde Çağdaş Estetik Kuramları

Sanatta nesneleşme bir otonoma dönüşerek; çağdaş sanatla birlikte eserin estetik bağlamını değiştirerek kendi içerisinde kendini dönüştürmeye çalışan bir yapıya bürünmektedir. Baudrillard’ın ifadesiyle; çağdaş sanatın büyük bir bölümünün “bayağılığa, atıklara, vasatlığa, değer ve ideoloji diye el koymak suretiyle” elde ettiği oluşum, sanat tarihinin gelenekselleşmiş tüm formlarıyla uzlaşarak sayısız performans ve enstalasyon eserlerine dönüşmektedir. Özetle, “özgünlüğü, bayağılığı ve

hükümsüzlüğü değer mertebesine, hatta sapkın estetik haz mertebesine” çıkarmaktadır (Boudrillard, 2018: 51).

Bu düzlemde sanat eserinin klasikleşmiş anlayışının çağdaş sanat üzerinden aşıldığı; estetik bağlamının sorgulandığı bir dönemde sanatın anlaşılabilirliği ve tartışılabilirliği, çağdaş estetik kuramları ile anlamlandırılabilir. Bu kuramlar, eserin bağlamı ve anlamı üzerinden görünenin ötesinde bir ifade biçimiyle ileri sürülmektedir. Geleneksel estetik kuramları, eseri biçimsel ve metinsel tanımlarla açıklarken; çağdaş estetik kuramlarında kişiselleştirilmiş ve anlamlandırılmış bir çözümleme görülmektedir. Bu estetik, güzeli ve güzel olanı aramaz; eserin görünen yüzünden çok ne olduğu, neden var olduğu ve sanatçının esere biçtiği anlam ve tavrı ön plana çıkarır. Modernizm ile sarsılmaya başlanan, Postmodernizm ile yıkılan güzel biçim kaygısı, estetiğin bu tavra bürünmesinde ve çağdaş estetik kuramlarının ortaya konmasında etkili olmuştur. Bir enstalasyon eserini veya bir performans çalışmasını biçimsel olarak değerlendirmenin ve açıklamanın zorluğu, eserin sanat olup olmadığı tartışmalarına ve estetik bağlamını reddetme eğilimine yol açmaktadır. Fakat bu durum, çağdaş estetik kuramlarının varlığı ile eserin yaratım süreci ve anlamı üzerinden estetik bağlamını kurarak yıkılmaktadır. Bu da açıkça çağdaş estetik kuramlarının gerekliliğini ortaya koymaktadır.



Şekil 2.2. Allan Kaprow, Yard.(Arka Bahçe)

Kaprow'un Arka Bahçe enstalasyonunda izleyicinin performatif sürece dahil edildiği bir yerleştirme izlenmektedir. İzleyiciler, hareket alanlarının kısıtlanması ile esere dahil olarak katılımcı pozisyonuna dönüşmektedir. 1962 yılında gerçekleşen

bu eserde, araba lastiklerinin bir yığın halinde düzenlenmesi ile Kaprow alanı gezmek isteyen izleyicileri bu yığının üzerine çekerek sanatla etkileşim haline sokmaktadır. İzleyici sürece dahil olma bakımından ele alındığında, bir tüketim nesnesinin esere dönüşerek, izleyiciyi de içine alan yapısıyla sanatın deneyimsel ve anlamsal niteliğini ön plana çıkardığı görülmektedir.

Sanat yapıtı değer yargılarının zamanla daha çok izleyiciye ulaştığı, izleyicinin dahil olduğu ve onu var ettiği bir yapıyla oluşmaktadır. Çağdaş sanat akımları ile birlikte, sanat eserini yaratan kişinin ona yüklediği anlamın ötesine geçen kavram, kişilerarası aktarımsal ve deneyimsel bir sürece evrilmektedir.

“Sanatın var olması için ressamın ve müzisyenlerin, dansçıların ve oyuncuların var olması yeterli değildir. Onları görmekten ya da duymaktan haz alıyor olmamız, estetik duygunun var olması için yeterli değildir. Sanatın var olması için, onu sanat diye tanımlayan bir bakış ve bir düşünce olması gerekir” (Ranciere, 2014: 12).

2.2.3. Meta Estetik

Meta estetik, bir yanda belirli bir metaya sahip olan bireyin, karşısındaki birey ile karşılıklı olarak birbirlerinin metalarına gereksinim duyma; bunun sonucunda değiş tokuşun gerçekleşmesi ile ‘ekonomik ilk durum’ eylemi sonucu ortaya çıkmaktadır.

Adorno’ya göre (1997); “yeni’ üretilmiş metalar değil, yenilik fikridir. Böylece Adorno yeniyi, tasarlanan üründen soyutlar. Adorno yeniyi, metadan soyutlanmış ve kavramı ön plana çıkartarak estetik üretimde yaratıcı ‘yenilik fikrine’ vurgu yapmıştır” (22 -23).

Meta en genel tanımıyla gereksinime duyulan ve kullanılma değeri taşıyan varlıktır. Her meta bir görünüşe ve o görünüş üzerinden bir değere sahip olmaktadır. Her estetik obje de genel anlamıyla bir görünüşe sahiptir ve duyarlılığa dayalı olarak tanımlanır. Bu görünüş o’nun estetik etkisini meydana getirmektedir. Bu etki birey açısından bakıldığında; ‘hoşlanma’ ile açıklanmaktadır. “Bir metanın bir kullanılma objesi olabilmesi için, görünüşünün estetik bir görünüş değeri taşıması gerekmektedir. Bu estetik görünüş, onun meta olarak satılma olasılığını artırır. Bunun için, meta üretenler, metanın estetik niteliğine önem vermek gereğindedir” (Tunalı, 1986: 90 - 91).

Wolfgang Iser'in Meta Estetiğinin Kritiği adlı eserinde (1975: 11) meta estetiğini genel anlamda şöyle tanımlıyor; En geniş anlamıyla meta estetiği, metanın duygusal algılanışı ve kullanım değerinin kavranışı, nesnenin kendisinden ayrılır. Görüntü metanın kendisinden bile daha önemli hâle gelir. Çok yararlı olan ama öyle görülmeyen bir şey satılmayacaktır. Bunun yanı sıra yararlı görünen bir şey de satılacaktır. Satış ve alış sisteminde estetik imge, metanın vadettiği kullanım değeri, satışın bağımsız bir değişkeni olarak ortaya çıkar. Bu ekonomik nedenlerle, yalnızca doğal olmayıp, rekabetin baskısı altında, üzerinde teknolojik kontrole sahip olunması gereken bir şeydir ve estetik sürecin bağımsız üretimi demektir.

20. yüzyılın küreselleşen yapısıyla gelişmekte olan tüketim kavramıyla, meta estetiği basit bir ihtiyaç olgusundan öte, kendi devrinde temsil ve göstergeler kullanarak kapitalizmle benzerliğini ortaya koyan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır (Haug, 1983: 54).

Haug'a göre; meta estetiği betimlemelerinde, metanın kullanım değerinin kaybolması ikilemi; kapitalizmdeki çelişkiler ile benzerlik taşımaktadır. Buradaki ironinin kaynağı, işlevsizlik tanımına rağmen metanın piyasadaki başarısına olan vurgudur. Meta estetiği, görüntü dışında bir şey üretmemesi, ertelenmiş bir haz ve 'görüntünün' kutsallaştırılması dışında bir şey sunmamaktadır. Bu durum, meta estetiğini, bugüne dek var olan bütün üretim sistemlerinden ayrıcalıklı konuma getirmektedir. Haug, 1967 krizinin etkilerinin ve bu krizden çıkışın, meta estetiğini kaçınılmaz bir biçimde ayrıcalıklı bir konuma taşımaktadır (Haug, 1983: 42).

Meta estetiği kavramı, üretim esnasındaki meta biçiminden, değiş tokuş değeri ile bağlantılı olarak biçimlenen, nesnelere ait görünüşlerin ve diyalektik ilişkinin "koşullu duygusal süje - obje ilgilerinin" bir karmaşası olarak ortaya çıkmaktadır. Meta estetiğindeki bu karmaşık yapı, nesnenin üretimini, değiş tokuş değerini, görünüşünü ve bu görünüşü belirleyen süje - obje ilgisini ele almaktadır (Tunalı, 1986: 91).

2.2.4. Alımlama Estetiği

Postmodern estetik anlayışı olarak Alımlama Estetiği, sanatın tanımından çok anlamı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu tanım, anlamın eser - izleyici - sanatçı denklemi üzerine bir sorgulama eylemi üzerinden kurulmaktadır.

Berna Moran, Alımlama Estetiğini şu şekilde tanımlamaktadır: "1960'ların sonundan bu yana edebiyat eserlerinin anlamı ve yorumu ile ilgili olarak okurun işlevini inceleyen çeşitli kuramlara verilen genel bir addır" (2014: 240). Alımlama Estetiği, estetiğin içerisindeki diğer kavramlardan çok anlam olgusuna vurgu yapan bir kavram olarak öne çıkmaktadır.

Postmodernizm ile sanat ve tasarımın bir tüketim metasına dönüşmesi, çağın görsel - kültürel yapısında da önemli dönüşümlere yol açmaktadır. Postmodernizme geçiş ile yaşanan bu teknolojik - anlamsal dönüşüm, estetik kuramların çağın getirilerine cevap sağlayacak çözümler sunmasına ihtiyaç duymuştur. Alımlama Estetiği bu bağlamda özellikle edebi alanda ortaya çıkmış ve etkili olmuştur (Kuzu& Kaptan: 2019: 14).

İçinde bulunduğumuz postmodern çağ ile, sanat ve tasarım disiplinlerinin tanımlanabilirliğinin çağdaş estetik kuramları üzerinden mümkün olduğunu görmekteyiz. Alımlama estetiği bu noktada anlam üzerine yoğunlaşarak; sanat ve tasarım disiplinlerindeki izleyici bağlamına odaklanmakla birlikte eserin iletilebilirliği / yani iletişimi üzerinden konuya açıklık kazandırması bakımından önemlidir. Alımlama Estetiğinin konusu duygusal değil, düşünsel ve bilgiseldir. Yani önemli olan, bir edebî eserin size yasattığı duygular değil, sizin onun anlamını oluşturma yönünde yaptığınız katkıdır (Kuzu& Kaptan, 2019: 14).

Estetiğe öncülük eden filozofların, çeşitli eserlere yaklaşım biçimlerinde “farklılaşmamış bir alımlayıcı kitlesi için yalıtın ve aynı zamanda anonim bir güçle – halk, uygarlık, tarih - bağlantılandırın sunma ve algılama biçimlerinin bu yavaş ve uzun evrimini yaratmadıkları” görüşünde olduğu görülmektedir. Sanatın alanına girmeye layık görülen ve hiyerarşik oluşumdan kopuşu da bu filozofların oluşturmadığı, kendinden bir toplumsal akış süreci içerisinde gerçekleştiği söylenebilir (Ranciere, 2004: 15).

Alımlama Estetiğini çözümleyebilmek adına 3 farklı kuramcı üzerinden farklı tanımlar geliştirmiştir;

Iser; Alımlama Estetiği kuramını, artistik ve estetik olmak üzere iki uç üzerine kuruyor. (Moran, 2014: 242). Artistik uç kavramını yazarın metni yaratma olgusuna dayandırırken; estetik uç kavramını da okurun süreçte edimlediği somutlama olgusu olarak ifade ediyor. Iser, “bu iki uç olmadan yapıtı meydana gelmiş saymıyor. Başka şekilde söylersek, yapıta bir nesne gibi değil, bir olay gibi bakılıyor. Metinle okur arasındaki alışverişten doğan bir olay” (Moran, 2014: 242).

Hans -Robert Jauss, Iser gibi okuru ön planda tutmaktadır. Fakat, Jauss başlıca dinamiğini tarih kavramı üzerine belirlemiştir. Okurun edebiyattaki rolünü açıklayabilmek adına edebiyat tarihine odaklanılması gerekliliğini öne sürmüştür.

Jauss’un okuru merkeze alan tavrı, edebiyatın tarihsel bağlamına yerleştirilmesiyle diğer alımlama teorilerinden ayrılmaktadır.

Stanley Fish, Alımlayıcı kuramlar içinde okur -izleyiciye en çok alanı Fish’in kuramı tanımaktadır. Fish’in temel dayanağı okur yani izleyicidir. Fish okuru farklı kavramlara bağlamamadan bunu anlam üzerinden yapar. Bu da alımlama teorisindeki anlam kavramı üzerine en açık bağlantı kurulan kuramdır (Kuzu& Kaptan: 2019: 14).



Şekil 2.3. JR - Inside Out Projesi 1

JR her yıl sadece bir kişinin layık görüldüğü prestijli TED ödülünü kazandıktan sonra hayata geçirdiği “Inside Out” projesi, dünyanın herhangi bir yerinden katılımcılar üzerinden; bir fikri, projeyi, hareketi veya deneyimi paylaşmak için portre fotoğraflarını çekip iletmeleri ile oluşmuştur. JR ve ekibi bu fotoğrafları duvarlara asılacak boyutlarda, siyah - beyaz olarak basarak katılımcılara göndermekte; katılımcı da bu işi istediği bir duvarda yayınlamaktadır. Tüm baskı masraflarının JR tarafından karşılandığı proje, kısa süre içerisinde dünyanın her tarafında binlerce takipçi bularak insanların organize olarak çektikleri fotoğrafların sokaklar ve binalara yapıştırmasıyla sürmüştür. Böylece katılımcılar, sanatı salt izleyen değil, sanatı icra eden de olmuşlardır. Bu proje, Mart 2011’den başlayan, 108 ülkede 170.000 poster asılarak tarihe geçen bir proje olmuştur. Tasarlanan bu proje adına bir belgesel de bulunmaktadır.



Şekil 2.4. JR - Inside Out Projesi 1



Şekil 2.5. Balonlu Kız, Banksy, 2002.

Sokak sanatçısı Banksy'e ait olan "Balonlu Kız" adlı eser, Londra'daki

Sotheby's müzayede evinde 1.042 milyon sterline satıldıktan sadece birkaç dakika sonra kendini imha etmiştir. Eser çerçevenin içerisine gizlenmiş bir kağıt imha makinası yoluyla; bir müzayede sırasında canlı canlı yaratılan ilk sanat eseri olarak görülmektedir. Banksy bu durumu Instagram sosyal hesabında “gitti, gitti, gidiyor..” sözleri ile paylaşarak; sansasyonel bir performansa dönüştürmüştür. Banksy'nin paylaştığı gönderinin altında Picasso'nun şu sözleri yer almaktaydı: *"Yok etme dürtüsü de yaratıcı bir dürtüdür" Picasso.*

Banksy, eseri yok ederek yenisini yaratmış olup; eseri izleyici deneyimine performatif bir eylem ile sunarak eserin anlamsal bir dönüşüme uğramasına yol açmıştır.

2.2.5. Trans Estetik

İmgenin yarattığı hiper - gerçeklik ortamı, sanatta yanılısama arzusunu kaybederek her şeyi estetik bayağılık seviyesine ulaştırması trans - estetik kavramını oluşturmaktadır. Modernitenin bu bozumu, nesnenin ve temsilin estetik yanılısamaya uğramasıyla daha güçlü hale bürünmektedir (Baudrillard, 2018: 49).

Nesnelerin yarattığı bu estetik sorunsal Baudrillard'ın da ifadesiyle (2018: 41); “bayağı nesnelere, teknolojik nesnelere, sanal nesnelere, yeni tuhaf çekicilerdir – estetiğin ötesinde yeni nesnelere, trans - estetik nesnelere – anlamsız, yanılımsız, aura'sız, değersiz, dünyamızın radikal yanılısama kaybının aynası olan fetiş - nesnelere. Warhol'un imgeleri gibi, ironik saf nesnelere”dir.

Sanat, “tüm toplumun trans - estetik evresine geçmiş olduğunu gizlemeye yarayan bir ön cepheye, vitrine, caydırma mekanizmasına” dönüşerek, sahip olduğu ayrıcalığı tümüyle yitirme evresindedir (Baudrillard, 2018: 12). Bu durum, sanat eserinin gündelikleşen, bayağılaşan durumunu - estetiğin giderek herşey olması üzerinden değerlendirerek bir paradoks haline dönüştürmekte, trans -estetiğin oluşumuna yol açmaktadır. Modern estetik kalıplarının yıkılması, Dada ve Duchamp ile başlayan eser üzerinden estetik algının sorgulanabilirliği ve yargılanabilirliği, Postmodern sürecin kapılarını açmıştır. Eylemin sanata dönüştüğü paradigmatik geçiş sanatta günümüzde dahi tartışılan, geleneksel yapının bozumuna yol açarak kabul edilmesi güç bir estetik tavır yaratmıştır. Çağın getirisi olarak değerlendirildiğinde bu estetik anlayışın, özellikle kapitalizmin etkisinde enformasyon toplumlarının da

oluşumuyla, güçlendirilmiş ve gerçekliği yadsınamaz şekilde kendine yer edindiği söylenebilir.

2.2.6. Görüntü Estetiği

Teknolojinin günlük yaşamın vazgeçilmez bir ögesi haline gelmesi durumu; bireyin cihazlar - kitle iletişim araçları - ekranlarla olan bağı ve bağımlılığını arttırmaktadır. Tüketim alışkanlıklarımızı belirleyen bu ekranlara maruz kalma durumu; bireyin görsel algısına hitap etmekle birlikte görüntünün bir estetik deneyime dönüşmesine de yol açmaktadır. Levend Kılınç'a göre; fotoğraf ile hayatımıza giren görüntü deneyimi, resimden farklı bir estetik deneyim sunmakla birlikte, dijital teknolojilerin dönüşümü ile elektronik görüntüye dönüşmektedir. Bu elektronik görüntüyü oluşturan da fotoğrafta olduğu gibi ışıktır (2018).

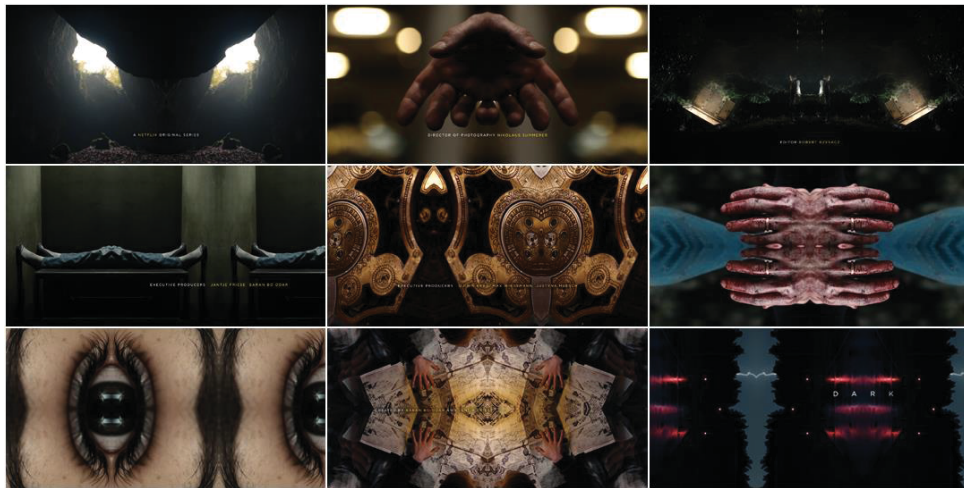
Görüntü böylece bir algı olmaktan çıkarak, bir estetik ürün yaratma çabasına evrilmiştir. Bu dönüşüm süreci, görüntü üzerinden izleyiciye estetik bir deneyim yaratma çabası içerisinde olan sanatçıya farklı olanaklar ve olasılıklar sunmuştur. Teknolojik dönüşüm de bu olanakları güçlendirerek, görüntünün görünenin ötesinde tasarımsal öğelerle güçlendirilerek izleyiciye sunulmasını sağlamıştır. Görüntü, sadece bir an bir kural olmaktan çok, izleyicinin deneyimine sunulan eylemsel bir sürece aracılık etmektedir.



Şekil 2.6. Untitled 213, Cindy Sherman, 1989.

Cindy Sherman, özellikle görüntü yoluyla gerçeklik algısını bozmaya yönelik estetik deneyim sunmasıyla bilinmektedir. Görüntü üzerinden estetik bir anlam yaratma çabasında olan Sherman, maskülen imgeler yoluyla görüntüyü bir ifade biçimine dönüştürerek izleyicinin deneyimine sunmaktadır.

Zamanla insanları teknolojik yolla görüntülemeye / görüntüyü kaydetmeye iten güdü, istemsiz bir estetik algı yaratma eylemine dönüşmektedir. Anı kaydederek paylaşma isteği, paylaştıklarının beğenilme isteği bireyde güzel görüntü oluşturma çabası olarak kendini göstermektedir. Zamanla ekranlarda maruz kaldığımız reklam, jenerik vb. tasarım ürünleri de, deneyimsiz olan izleyicide beğeni dürtüsüyle istem dışı bir estetik algı yaratmaktadır. Bu görüntü üzerinden gerçekleşen deneyimsel süreç teknolojik dönüşüme maruz kalmanın sosyolojik ve kültürel bir yansıması olarak görülmektedir. Bu bağlamda bakıldığında, görüntü sadece bir olgu olmanın ötesinde günümüzde kaçınılmaz bir estetik deneyime dönüşmektedir. Bu yolla, izleyici her gün farklı bir estetik görüntüye maruz bırakılarak, istem dışı estetik bir deneyime ulaşmaktadır. Bu estetik deneyim, bilinçli bir estetik deneyim ve algı olarak görülmemektedir. Bilinçli olan bu estetik deneyimin yaratılma süreci ve üretenin ona yüklediği göstergelerdir.



Şekil 2.7. Dark, Jenerik (Opening Scene), 2017.

Dark dizisine ait açılış jeneriği, görüntünün hareketli bir deneyim olarak sunulmuş haliyle, izleyiciye görsel olarak estetik bir deneyim sunmaktadır. Görüntünün izleyiciye bir giriş jeneriğinden öte sanat eseri gibi estetik bir görsel olarak verilmesi / sunulması; izleyici bakımından bakıldığında, istemli ya da istemsiz bir

estetik deneyime yol açmaktadır. Bu yönüyle, diziyi izleyen kişinin ekran yoluyla estetik bir süreç ve algı oluşumu gerçekleştirdiği söylenebilmektedir.

2.2.7. Tüketim Estetiği

Tüketimin metalaşma sürecinde sanat ve tasarımla olan bağı, onun estetik bağlamda sorgulanmasına yol açmaktadır. Bu süreç sonucu ortaya çıkan bir kavram olarak tüketim estetiği, tüketilen malların / şeylerin / nesnelerin yarattığı imgeler ve görüntüler üzerinden bir değer yargısı oluşturma / soyut bir sembol oluşturma gerekçesi olarak tanımlanmaktadır.

Tüketim estetiği, estetik niteliklere sahip olduğu varsayılan gündelik nesnelerin yanı sıra sanat vb. nesnelere ve sanatsal olaylarla ilgili deneyimlerin tüketim içerisinde kendini gösteren duyuşal deneyimler olarak tanımlanmaktadır. Tüketicinin estetik tüketime yönelimi, estetik deneyimler yoluyla tüketicinin kimlik oluşumuna ve tüketicilerin hayatlarında nasıl bir anlam inşa ettiğine katkıda bulunur (Venkatesh ve Meamber, 2008: 48).

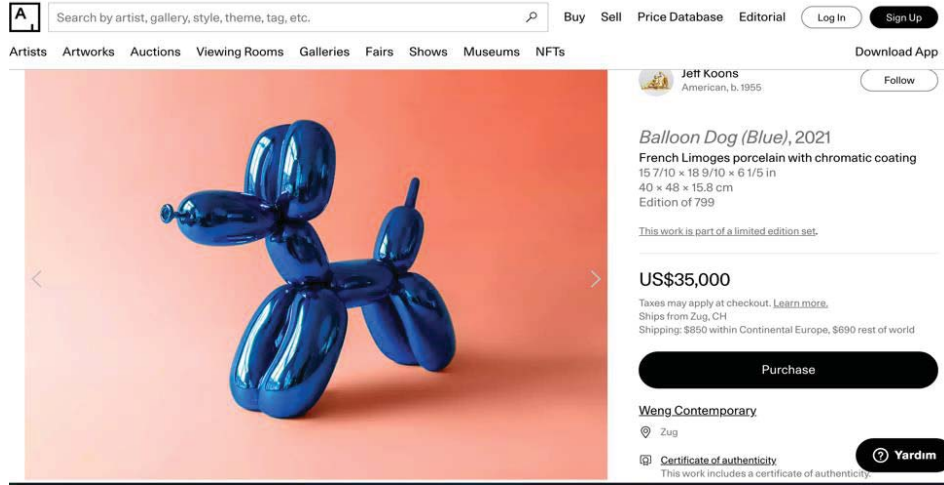
Bu sembolik tüketim yargısını oluşturan anlayış, kapitalist çağın getirisi olan ve sanat olan / sanat olarak tanımlanan şeyler üzerinden bir estetik algı yaratma çabasıdır.

“Estetik mallar (eşyalar), bir taraftan duylara başvuran bir görüş - görünüş olarak güzelliğe gönderme yapar, diğer taraftan ise değiş - tokuş değeri gerçekleştiriminin servisinde güzelliğin bir gelişimi, satın almadaki içgüdü ve arzuyu teşvik etmek için izleyicileri tasarılar” (Sarup, 1998: 120).

İzleyiciyi / satın alanı bir nesneyi satın almaya / edinmeye iten algılar ve duygular üzerinden, bireyin toplum içerisindeki yeri ve anlamını da oluşturan tüketim kültürünün oluşumunu sağlayan bu estetik anlayış, sahip olduğu olgusunu süjeyi temel edinen ve tüm gerçekliğini soyut olma yeteneği üzerinden gerçekleştirmesiyle ortaya çıkmaktadır.



Şekil 2.8. Baloon Dog (Blue), Jeff Koons, 1994 -2000.



Şekil 2.9. Baloon Dog Porselen Heykel Satış Serisi (Blue), Jeff Koons, 2021.

Jeff Koons'un ikonik balon heykelleri çağdaş sanatın günümüz heykel sanatına yansımış birer imgesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Koons, Pop Art'ın ikonik temsilcileri arasında olup, yaptığı yüksek meblağlı satışlarla yaşayan en pahalı sanatçılar arasında yer almaktadır. Kitsch tavrıyla sanatın seçkinci yönünü alaya alan Koons, sanat dünyasının her zaman tartışmalı ismi olmuştur. Koons, bu eserin 40 cm'lik porselen heykelini seri satışa sunmuştur. Sanat eserinin biricikliğine olan bu karşıt tavır, internet ortamında evrensel boyutta satışa açık durumuyla da tüketimin sanat üzerinden anlatımına bir örnek sunmaktadır. Koons, bu eserin seramik üretimini sunarken seramiğin kalıcı yönü ve mitik yapısına da atıfta bulunmaktadır.

2.2.8. Tüketim Estetiğinin Sanat ve Tasarıma Yansımaları

Timuçin, Estetikte Anlam ve Yorum adlı kitabında (2011: 81) yapıtla izleyicinin ilişkisini diyalektik bir ilişki olarak tanımlayarak; izleyicinin sadece yapıta bakmakla kalmayarak onunla tartışma içerisine girdiğini belirtmektedir. Buna göre yapıtta oluşan anlamın hazır bulunan bir şey olmadığı, kişinin yapıtla girdiği tartışma sonucu elde ettiği şey olarak ortaya çıkan bir anlam olarak belirdiğini ifade eder. O'na göre; “sanat alanında anlam yapıtla benim aramdaki ilişkide kendini gösterir.”



Şekil 2.10. Artık En Sevdiğin Kaybolma Numarası Olmayacağız, Barbara Kruger, 1984.

Baudrillard (En sevdiğin kaybolma numarası olacağız) , Barbara Kruger'in “We will no longer be your favorite disappearing act”(artık en sevdiğin kaybolma numarası olmayacağız) başlıklı fotoğrafına yaptığı göndermede;

Bence reklamcılıktan elektroniğe, medyadan sanal gerçekliğe bütün bu modern yapıntılar, nesnelere, imgelere, modeller, ağlar, iletişim sağlamak veya bilgi vermekten çok muhatabı (bizi, özneleri, sözümona failleri) yutsun ve sersemletsin - keza daha önceki bütün egzersizim(şeytan kovma) ve paroksizim(doruğa vardırma, abartma) biçimlerinin yaptığı gibi onu def etsin ve reddetsin - diye yaratılmış (Baodrillard, 2010: 41).

Sanat yaratımsal bir süreç sonucu ortaya çıkmaktadır; bu durumda sanat yapıtlarının ve endüstri ürünlerinin de üretimi bir yaratma olarak ifade edilmektedir. Bu ürün ve yapıtlar birer tasarım varlığı olarak da görülmekte; dolayısıyla tasarım ve yaratım birbiriyle örtüşen iki kavram olarak görülmektedir. Yaratma, insani

duyguların doğadan edimlediği duygular ile bütünleştirdiği dışavurumun tinsel bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Şenel, 2017: 310).

20. yy'ın başlarında Bauhaus ile oluşan sanat - tasarım kavramlarının endüstri sistemleri ile olan sentezi, sanat - zanaatın üretim ile olan ilişkileri üzerine önemli gelişmelere yol açmıştır. Bauhaus ekolü ile yüceltilen sanatçı yerini yüceltilmiş bir “usta” kavramına bırakmıştır (Whitford, 2019: 9) Sanat ve tasarımın küreselleşmesi sonucu oluşan teknolojik ve enformasyonalist paradigmlar ile birlikte “obje - süje” ilişkisinin yeni bir oluşuma dönüştüğü açık bir şekilde görülmektedir.

Küreselleşen toplum yapısı, enformasyon kültürünün de gelişimiyle birlikte, süreç içerisinde sanat ve tasarıma yansımış; üretilenin değeri üzerinden bir estetik yargı oluşumuna sebep olmuştur. Bu estetik yargı, tüketimin hızla büyüyen etkisinde sorgulanabilirliğini de yitirmektedir.

Günümüzde insanlar her gün artan oranda şeyleri / etkinlikleri / metaları estetize etmektedir (Löfgren ve Willim, 2005). Toplumlar onlara sunulan şeyleri satın almakla yükümlü hissetmekte, kazançlarını metaya dönüştürme eğiliminde bulunmaktadır. İhtiyaç kavramından yola çıkıldığında, temel ihtiyaçlarımızın evirildiği çağda sanat ve tasarımın endüstrileşmesi onun bir arzu nesnesine dönüşmesine ve tüketim döngüsüne dahil olmasına yol açmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında, sanat ve tasarım kavramları da tüketim praksisine dahil olmakla birlikte; bir piyasaya dönüşmesi ve endüstriyelmesi bakımından da doğrudan etkilenmektedir.

Tüketim estetiğini oluşturan algılar, satın alınan nesnelere ve metalaşma eğilimi üzerinden belirlenmekle birlikte; kapitalist paradigma ile ortaya çıkan / oluşan / oluşmakta olan tasarım anlayışına yansımaları grafik tasarım disiplini oldukça etkilemiştir. Grafik tasarımın yapı olarak çağı ve çağın getirdiği teknolojik ve toplumsal gelişmelere uyum sağlama zorunluluğu, onu tüketim kültürünün bir ögesi olmaya itmektedir. Grafik tasarımın, görsel algıyla ve görüntü ile olan bağı, üretilen / yaratılan / ortaya çıkan ürünün tasarımını tüketim estetiği bağlamında değerlendirmeye alınmasında etkili olmaktadır. Bu bakışla ele alındığında, maruz kaldığımız grafik tasarım ürünleri ve grafik tasarıma yönelik çalışmalar, tüketim kavramının çerçevesinde oluşmakta, tüketim estetiği bağlamında ele alınabilmektedir. “Bir nesnenin güzelliği ve estetik değerinin o nesnenin kendisinde taşıdığı tartışılabilir. Pek çok insan bunun üzerine yargıların izleyenin işe kattığı hisler ve deneyimlerle izleyenin içinden kaynaklandığını düşünür” (Leonard ve Ambrose, 2015: 52).

2.3. Dijitalleşme Süreci ve Teknolojinin Gelişiminin Sanat ve Tasarıma Yansımaları

Günümüz dijitalleşme süreci ve teknolojik gelişimler oluşumundan itibaren en kapsamlı ve yapılandırılmış haliyle enformasyon devrimini oluşturmaktadır. Bu yönüyle, bakıldığında bilgisayarın amacının aşıldığı bir teknolojik devinime girdiği; insanın yapabileceği eylem ve işlemleri yine insan üretimiyle fakat kendi oluşumunda gerçekleştirebildiği bir sürece girildiği görülmektedir. Bu yapay zeka oluşumu, insan zekasının bütünleştirilmiş haliyle (çoklu düşünme ve duygulardan arındırılmış) yine insana fayda sağlayacak bir yapıda ortaya çıkmaktadır. Bu teknolojik devrim, insana zaman kazandırmakla kalmayıp; “eskiden gerçekleştirilmesi mümkün olmayan son derece karmaşık ve vakit alan hesaplamalar ve simülasyonlar yapmayı” sağlayarak toplumsal ve kültürel gelişime de büyük katkılar sağlamayı olanaklı hale getirmiştir (Bard & Söderqvist, 2015: 17).



Şekil 2.11. Refik Anadol - Menting Memory, İstanbul, 2018.

Refik Anadol, sanatsal yaratım sürecinde makine teknolojisi üzerinden üretim gerçekleştirmektedir. Yapay zeka teknolojilerinin alternatif zeminlerde uygulanış biçimi olarak sanata yansımaları işlerinde net bir şekilde izlenebilmektedir. Her çalışmasında ayrı bir hikaye ve anlam yaratan sanatçı, popüler kültürün de etkisiyle sansasyonel işlere imza atmaktadır. Sanatın izleyiciyle olan etkileşimini veriler üzerinden yapılandıran Anadol, bu eserinde insan hatıralarını sanatsal bir teknik / yöntem / araç olarak teknoloji aracılığıyla görsel bir boyuta taşımıştır.

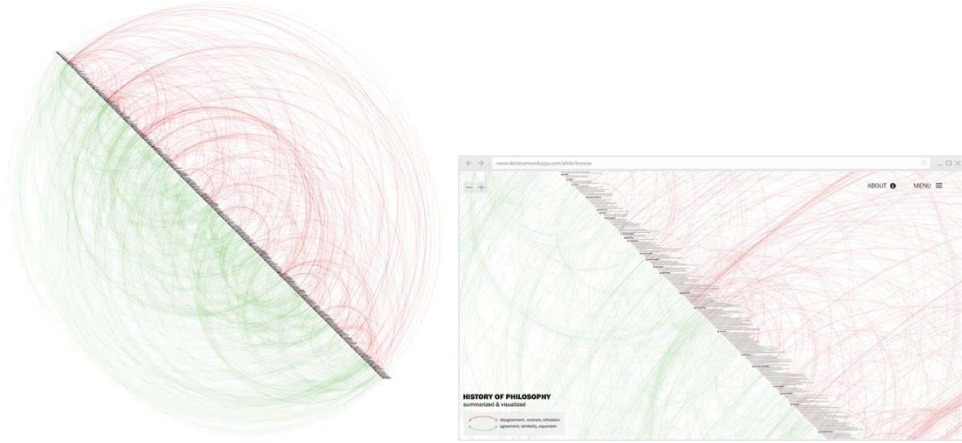
Kapitalist paradigma sürecinde, teknolojinin gelişimi ve dijitalleşme kavramının tüm disiplinlere olan etkisi üzerinden; grafik tasarım özünü yaratıcılıktan, oluşumunu ise çağın getirileri üzerinden gerçekleştiren bir disiplin olarak bu süreçten doğrudan etkilenmektedir. Bu bağlamda, geleneksel tavrın ve uygulamaların geçerliliğini yitirmesi ile dijitalleşen çağa ayak uydurma eylemi Grafik tasarımın oluşumsal ve gelişimsel sürecinin bir parçası olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir (Weill, 2012). Tüketimin sosyolojisi, uygulanabilirliği üzerinden performatik bir ekseninde şekillenmektedir. Teknoloji, yapay zeka ve etkileşimli cihazlar piyasayı yönlendirmeye başlamıştır. Temsili ve normatif uygulamalar sadece piyasalarda bulunmakla yetinmemekte aynı zamanda onu şekillendirmektedir (Diaz, 2012: 70).

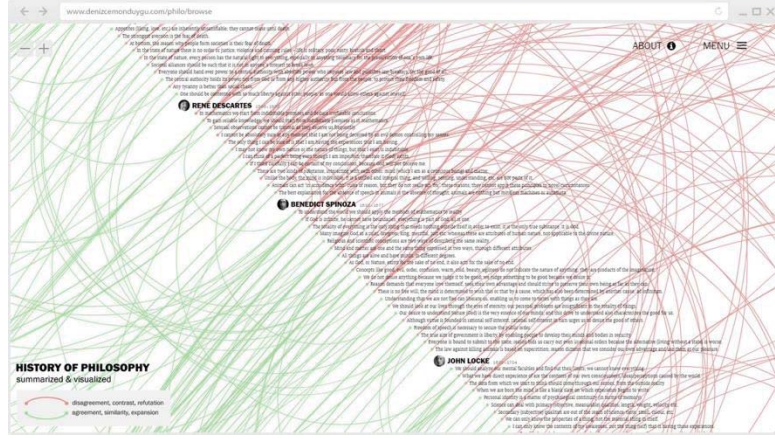
Yeni enformasyon / iletişim teknolojileri ve genişlemiş kapitalizm olarak enformasyonizm kavramı, sanata ve tasarıma yansımaları bakımından oldukça etkili bir süreç izlemektedir. Yeni medya sanatının, post - tüketim çağında nesnelere /metalar ve anlamlar / kavramlar üzerinden ele aldığı estetik dönüşümün, kendini toplumsal ve teknolojik paradigmada geliştirdiği de kolaylıkla izlemlenebilmektedir. Yeni medya sadece teknoloji ve biçimlere değil, aynı zamanda tematik içerik ve kavramsal stratejilere dayalı bir hareket olarak da algılanmaktadır (Tribe, 2005).

Teknolojinin ilerlemesi, yeni medya kültürünün oluşumuna ve görüntüsel niteliklerine dair görüngüler taşımış; internet ve yazılım programları üzerinden sanatçının düşünsel gücünün görüntü gerçekliğine dönüşmesi alanda bir özgürlük olanağı yaratmıştır. Teknolojik imkanlarla üretimin kendi başına bir sanat yaratımı biçimine bürünmesi / sanat yaratımına dönüşmesi ise insan - makine / toplum - bilgisayar diyalektiğini de kökten değiştirmiştir (Tokdil, 2018: 184).

Sözü edilen enformasyon çağının yeni medya ekseninde ne oranda etkilendiği de günümüz teknolojisi bağlamında kendi gelişimi ile doğru orantıda gerçekleşmektedir. Sayısal devrim olan bilgisayar teknolojileri üzerinden değerlendirildiğinde, toplumlararası ve kültürlerarası sınırların olmadığı tek yer 'sanal yaşam alanı' olarak belirlenebilir. Bu sözü edilen sınır anlamsal değil aktarımsal ve bağlamsal bir sınırın aşılması kavramıdır. Dünyanın bir diğer ucundaki bilgiye veya bir veriye anında ulaşım sağlayabilmek / haber alabilmek / etkileşim kurabilmek yeni medyanın gelişimi ile mümkün olmuştur. Bu da enformasyon sisteminin değişmesine, güncellenmesine, yenilenebilir ve yinelenebilir kılınmasına yol açmaktadır. Günümüzde bilginin bu kadar sorgulanabilir olması ve araştırılması eylemi de bu sistemin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Burada bilginin tek doğru ve geçerli dogmaların tekelinden çıktığı ve öznelendirilebilir, içselleştirilebilir, kişiselleştirilebilir bir niteliğe dönüştüğü de söylenebilmektedir (Kuzu ve Kaptan: 2021: 7).

Sanatta gerçekleşen dijitalleşme ve teknolojik eğilimlerin tartışılabilirliği, Tasarım disiplininde açık ve net bir şekilde görülmemektedir. Bunun sebebi olarak, tasarımın çağa ayak uydurma eğilimi söylenebilir. Sanat ise, gelenekselleşmiş yapısından ve kalıplarından kurtulmakta zorlanmakta; kendi öz'ünü arayışında edimlediği deneyimlere direnmektedir. Sanatın söylem olarak modernizmden kopuşu farklı teknik ve arayışların önünü açmış; çağdaş sanat söylemleri postmodern kültürün de yerleşmesiyle dijital tekniklerin sanatta bir ifade biçimi olarak yer almasına yol açmıştır. “Bilgisayarla yapılan sanat sıfır ve birlerin oluşturduğu evrende yapılandırılan sanatsal çalışmalardır. Matematik ve elektronik bilimi temelli Dijital Sanat sıfırlar ve birlerin oluşturduğu yapılardan meydana gelir. Ekran / monitör, yüzey veya uygun ortamlar (yazıcı / plotter baskısı gibi) aracılığı ile fiziksel olarak görünür hale gelirler” (Tuğal, 2018: 115). Burada sanat ve tasarım disiplinlerinin ayrıştığı nokta ortaya konmaktadır. Sanatın özgür ve özgün tavrı ile tasarımın yaratım sürecini de etkileyen izleyici / tüketici ya da müşteriyle olan bağı tezatlık oluşturmaktadır. Bu bakımdan, tasarım özü gereği tüketim kültürüne olan somut bağı ile nesnelleşmekte; teknolojinin dönüşen yapısı ile aynı doğrultuda gelişmektedir. “Sanat unsuru uyandırdığı estetik tepki açısından tanımlanır” (Bolla, 2012: 23).





Şekil 2.12. Deniz Cem Önduygu - History of Philosophy

Önduygu, bu eserinde tarihte yer alan filozoflar arasındaki ilişkiyi görsel olarak ele alarak görsel bir veri tasarımına dönüştürmüştür. Bu yapıyla eser, elde edilen / oluşturulan verilerin sadece bir dökümantasyon biçiminden görsel bir tasarım hatta bir sanat eserine dönüşümünü eserin anlamı ve bağlamı üzerinden gerçekleştirmektedir. Burada bir verinin bir sanat veya tasarım olarak belirmesi, eserin görsel estetikasyonundan ziyade içeriğe yüklenen anlamdan yola çıkarak kendini göstermektedir. Bu çalışmada, sanatçı kendi oluşturduğu notlarından yola çıkarak düşünsel bir yaratım süreci sonunda bu bağlamı görselleştirerek oluşturduğu esere yüklediği ve izleyici tarafından yüklenen anlamlar ile eseri estetik bir yapıya büründürmüştür.

2.3.1. Dijitalleşme Süreci, Teknoloji Çağında Sanat ve Tasarım

Bilgisayar teknolojilerinin hayatımıza girişi ve gelişimi, dijitalleşme kavramının oluşumuna yol açmış; hızla ilerleyen teknoloji çağı toplumsal yaşam düzeninde ve bireyi etkileyen her alanda kendini göstermeye başlamıştır. Bilgisayarın kitlelere de yayılmasıyla, doğrudan bir amaçla kullanımından öte, günlük yaşamın birer ögesi olan nesnelere, imgelere, göstergelere vb. çeşitli yollarla betimlemek için kullanılan bir araca

dönüşümü gözlemlenebilmektedir. Bu durum, sanat ve tasarımda bir aracı olarak bilgisayarın kullanımını da göstermekte; gerek bir fırça yerine gerekse eserin bütünü haline dönüşmesine sebep olmuştur.

Sanat ve teknoloji birbirine bağlı kavramlardır. Avangard'ın başlangıcı ve telgrafın ilk örneği / kendi zamanından daha hızlı giden bir cihazın ilk ortaya çıkışı hemen hemen aynı zaman aralığında gerçekleşmiştir. Modern endüstriyel kapitalizmin örgütlenmesi ve bu alandaki potansiyel başarısı; temsilleri ile sanat ve tasarım alanında görünmektedir. Teknolojik buluşlar, her alanda olduğu gibi sanatta da kendini gösteren kültürel ve sosyal değişim olguları yaratmaktadır (Gere, 2006: 50).

Genel olarak bilim ve sanat iki farklı disiplin olarak kabul edilir. Kültürleri farklı olan bu disiplinler arasındaki mesafenin teknolojinin gelişimiyle kapandığını görmekteyiz. Sanat ve tasarımda oluşan bu yeni teknobilimsel kültürün sanatçıya ve tasarımcıya da rehber niteliğinde olduğu söylenebilir (Bogacs, 2011).

Hodge'a göre, teknolojinin ortaya çıkması ile gelişimi, dijital teknolojilerin resim, heykel gibi geleneksel sanatları etkilediği, bununla birlikte sanatsal dönüşüme girildiği; yeni uygulamaların kabul gördüğü işlerin ortaya çıkmışığı görülmektedir. Dijital Sanat kavramına bakıldığında 1980'li yıllarda, www (dünya çağında ağ) sisteminin erişime sunulmasıyla kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Ortaya çıkan bu ağ sistemi, Avrupa Parçacık Fiziği Laboratuvarı'nda (CERN)'de çalışmakta olan fizikçiler tarafından internete bağlı bilgisayarlar üzerinden uluslararası düzeyde bilgilerin keşfi ve paylaşımı için Timothy Berners - Lee (1955) tarafından 1989 yılında kurulmuştur. Bu açıdan bakıldığında, teknolojik devrimin gelişiminde daha önce deneyimlenmemiş bu sürece dahil olan kişilerden bazılarının, daha önce hiç bir sanatçının deneyimlemediği şekilde kendilerini ifade potansiyellerini yaratan sanatçılar olarak tanımlandığı söylenebilmektedir (Hodge, 2014: 200). Gelişen teknolojik uygulamalar, yeni teknik ve fikirler, yaratma metodolojisi aracılığıyla kültürün kolektif bilgi tabanına girmektedir. Bu ifade biçimleri, geliştirilen teknikler, sanatçının deneysel ve yaratım sürecine dahil olabilir, estetik ifadeler olarak görülebilir (Sorensen, 2016).

Sanattaki geleneksel tavır ve anlayışın yıkılmasında teknolojik gelişimin getirdiği yenilik ve pratik çözüm olanakları etkili olmuştur. Bu da sanatta üretimin / seri üretimin bir olgu olarak oluşumuna; çağdaş sanat üzerinden yeni anlam ve arayışlara, estetik kavramının biçimsel ve anlamsal niteliklerinin yeniden

sorgulanmasına yol açmıştır. Bu düzlemde, teknolojinin bir getirisi olarak Dijital Sanat kavramı da ana akım sanatta kendine yer edinmiştir.

Teknolojik gelişimler doğrultusunda oluşan Dijital sanat kavramı, çağdaş sanat üretiminin bir aracı olmanın yanında onun kendini gerçekleştirdiği ortama da dönüşmüştür. Kitle iletişimin de aracılığıyla sürekli olarak kendini yenilemekte olan sanat, farklı tekniklerin bir arada kullanılabilirliği ile yeni oluşumlara yol açmaktadır (Çokokumuş, 2012: 52).

Grafik tasarımın Bauhaus kültürü ile öne çıkan / beliren işlevsel yapısı, teknolojik imkanların da gelişimiyle yeni bir anlam kazanmıştır. Bu süreçte disiplinlerarasılık olgusunun de tüm alanlarda kendine yer edinmesiyle; teknoloji ile tasarım bir bütün haline dönüşmüştür. Grafik tasarım temelini iletişimden alan yapısıyla, bilgisayar destekli bir disipline dönüşmüş olup; teknolojik gelişimler ile kendini besleyerek oluşumunu sürdürmektedir. Böylece, sürekli güncellenen ve yinelenen yapısıyla teknolojik imkanlar, grafik tasarım disiplini için olmazsa olmaz bir araç haline gelmiş olup; uygulama sürecinde kullanılan programlar ile görünürlük kazanmaktadır.

2.3.2. Grafik Tasarım Sürecinde Kullanılan Teknolojik Uygulamalar

Temeli iletişime dayalı Grafik tasarım , doğası gereği de özünü yaratıcılık ve estetik algıdan almaktadır. Bu yönüyle teknolojiyle aynı düzlemde gelişimini sağlayan tasarım uygulamaları, güncellenebilir yapısıyla alana katkı sağlamaktadır.

“İletişim düzeyi ilerledikçe sosyal yaşam tamamen yeni ve zengin nüanslar geliştirdi. Dil, sayısız ifade olasılıklarıyla yenilikçi düşünce olanağı sundu ve yaratıcılıkla zekayı teşvik etti. Aynı zamanda enformasyonun bir toplulukla bağlantılı olan herkese yayılmasını mümkün kıldı” (Bard & Söderqvist, 2015: 14). Griffin teknolojik dönüşümü açıklarken, eski ve yeni teknoloji uygulamalarının birbiriyle olan ilişkiselliği üzerinden, yeni teknolojilere uygulanan sosyal uyarlamaların ve iletişim teorilerinin yeni teknolojik seviyeleri kapsayacak boyutta genişletilerek, önceden varolan sosyal oluşumlara ve topluluklara yeni dijital etkileşimlerin uygulanması gerektiğini vurgulamaktadır (2006: 863).

Teknoloji her boyutuyla yaşam alanımıza girmiş; öğrenim aşamasında bilginin değerlendirilmesinde oldukça etkili olmuştur (Yadin, 2018). Bilgiye ulaşabilirlik bakımından özellikle internet teknolojilerinin faydası kaçınılmaz olmuştur. Web 2

yardımıyla özellikle wikipedi ve çeşitli içerik sitesi paylaşımları bilginin kolay adresi haline gelmişlerdir. İnternet teknolojileri aracılığıyla eğitim öğrenim sürecinde hemen her bilgiye ulaşılabilir ve etkileşim kurabilir duruma gelinmiştir. Enformasyon teknolojilerinin bu gelişimi bir çok alan ve disipline fayda sağlamaktadır (Benedek ve Molnar, 2014: 60).

Tasarım sürecinde kullanılan uygulamalara bakıldığında; geleneksel baskı ve üretim tekniklerinden günümüze kadar ulaşılan gelişimin özellikle teknolojiyle aynı düzlemde ilerlediği; bu bakımdan çağın getirdiği hız ve tüketme eylemleri ile evirildiği izlenmektedir. Grafik tasarım sürecinde güncel çağda kullanılan uygulamalara bakıldığında Adobe tarafından geliştirilen uygulamaların pratiklik ve güncellenme / yeni özelliklere sahip olma bakımından tercih edildiği görülmektedir. Grafik tasarım üretim sürecinde vektör tabanlı Adobe Illustrator, pixel tabanlı Adobe Photoshop özellikle iki boyutlu tasarım çalışmalarının üretiminde aktif rol oynamaktadır. Hareketli medya tasarımlarında ise Adobe After Effect ve Adobe Premier uygulamalarının tercih edildiği bilinmektedir. Yine mizanpaj ve masaüstü yayıncılıkta kullanılan Adobe Indesign programı da bu örnekler arasına girmektedir. Bunların dışında, tasarım sürecinde tasarım ürünlerinin varyasyonlarının üretimi için tercih edilen Adobe Dreamwear, Procreate, Free Hand, Skechbook, 3DS Max, Corel Draw, Blender 3D, Adobe Lightroom, Z Brush, Cinema 3D vb. gibi programların kullanıldığı görülmektedir.

2.3.3. Yapay Zeka Teknolojileri

Bilgisayar teknolojilerinin toplumsal yaşam düzenine entegre olmasıyla birlikte, insan hayatını kolaylaştırması için geliştirilen çabalar kaçınılmaz olmuştur. “İnsan gibi düşünebilen ve üretebilen” sistemleri ortaya koymak fikri, 1956 yılında ilk olarak McCarthy tarafından ortaya konmuş; bu da “yapay zeka” kavramını ortaya çıkarmıştır (Ünal, 2018). Teknoloji çağı, pratikleşme ve kolay ulaşılabilirlik bakımından ele alındığında, yapay zeka teknolojilerinin geliştirilmesi ile önemli bir yere sahip olmuştur. İnsanın yerine geçen algısıyla bu kavram, günümüzde sanat ve tasarım da dahil olmak üzere bir çok disiplini doğrudan etkilemektedir.

“Günümüzde gelinen noktada ‘Yapay Zeka’ elde edilen verilerden yola çıkarak kendi kendine öğrenebilen ve gelişebilen bir sistem olarak tanımlanabilir” (Artut, 2018: 772). Yapay zekanın kategorizasyonu: Amaca yönelik gerçekleştirilen ‘sınırlı yapay zeka’, insana özgü kabiliyetler ve insan tarafından yüklenen veriler ile bir çok

görevi gerçekleştirebilen ‘genel (güçlü) yapay zeka’ ve insan zekasının üstünde yeteneklere sahip ‘gelişmiş (süper) yapay zeka’ olarak üç başlık altında toplanmaktadır.



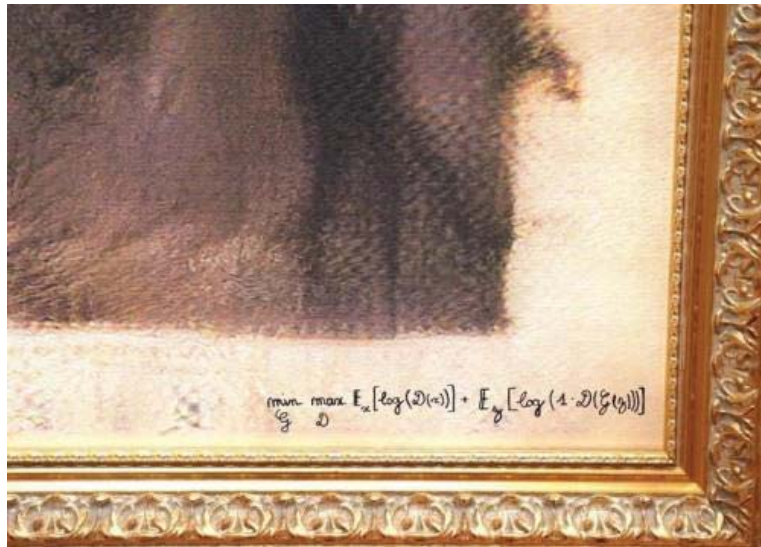
Şekil 2.13. Bager Akbay tarafından tasarlanan sanal insan ‘Pera’

Bager Akbay, sanat, tasarım ve teknolojiyi bir arada kullanan bir sanatçı / tasarımcı olarak günümüz teknoloji - sanat ilişkisine yönelik “Pera” isimli sanal insan çalışması ile, gerçekte var olmayan bir birey yaratarak sanal ortamda görselleştirilmiş biçimiyle onu var etmiştir. Pera, sosyal medyada var olmanın yanı sıra bir dizi projesinde de adını geçirerek dijitalleşmenin gündelik yaşama olan entegrasyonuna adeta bir örnek teşkil etmektedir.



Şekil 2.14. Obvious, “Edmond Belamy’nin Portresi”.

Edmond Belamy’nin Portresi” adlı eser bir yapay zeka eseri olarak ortaya konmuştur. Paris’te ‘Obvious’ adlı bir sanat kolektifi tarafından yaratılan eser, insan destekli olsa da bir algoritma tarafından resmedilmiş olup; kendi veri tabanındaki resimlerin farklı resimlerle karşılaştırılması ile oluşarak, verilerin tükenmesi sonucu son halini almıştır. Bu eser bir müzayedede satışa sunulularak sanat eseri kategorisinde değerlendirilmiş; yapay zekanın ana sanat akım içerisindeki geleceğine dair de göstergeler sunmaktadır (Christie’s, 2018).



Şekil 2.15. “Edmond Belamy’nin Portresi” Detay



Şekil 2.16. Robot Sophia ve Yaptığı Çalışmalar.

Sophia isimli robot, Hanson Robotics tarafından geliştirilmiş olup; “insana en çok benzeyen robot” unvanına sahiptir. Sophia’nın bir çok özelliğinin yanı sıra, bilimsel ve sanatsal yönden de geliştirilmiş bulunmaktadır. Sophia, yaptığı tablolar ile robot tarafından bir sanat eseri üretilebileceğini göstermektedir (Uzun, 2021: 754).

2.3.4. Sanal Gerçeklik

Teknolojik gelişmeler, sürecin başından bugüne ‘insanın yaratıcı düşünme ve hayal gücü gibi güdeleri’ ile desteklenerek, bir çok alana etki eden fikirleri ortaya koymuştur. Gerçeklik duygusunun görsel yansıması, görüntünün kopyalanması mantığı üzerinden fotoğraf kavramı ile ortaya konulmuş olup; ‘ekran’ tecrübesinin oluşumu ile desteklenmiştir (Gök, 2016). İnsanın düşünceyi geliştirme, yaratıcılık ve hayal gücü ile desteklenen yetenekleri; teknolojinin gelişimi ile gerçekliğin sanat tecrübesini ortaya koymuştur. “İnsan doğanın içindeyken bir ‘karşı - doğa’ yaratmıştır. Çalışması yoluyla yeni bir gerçeklik türü hem duygusal hem de üst duygusal olan bir gerçeklik ortaya çıkarmıştır” (Fischer, 2021: 48).

Sanal gerçeklik teknolojisi (VR), bir veya birden fazla kullanıcının simüle edilmiş bir ortamı deneyimleyebileceği teknik bir sistemdir. Bu ortam sanal bir dünyadır. VR sistemi, kullanıcının sanal dünyaya bir avatar olarak girmesine, çevresiyle etkileşim kurmasına ve hareket etmesine izin vermektedir. VR sistemleri, sanal dünyaları deneyimlemek için yeni yollar sağlar ve duyularımızı giderek artan ölçüde sararak, sanal dünyanın dışındaki bir dünya ile algımızı geliştirir (Girvan, 2018). VR kullanmanın bireyde hayali bir deneyim yarattığı söylenebilir. VR’de katılımcı sadece bir gözlemci değil, hem ekran hem de izleyici olarak sistemin merkezini oluşturur (Franco ve Lanier, 2017).

Sözlük anlamlarından hareketle gerçeğin deneyimlediğimiz biçimiyle hep sanal olduğunu açıklayan Castells, gerçek sanallığı üreten sistemi; “Gerçekliğin kendisinin (insanların maddi / sembolik varlığının) tümüyle yakalandığı tamamen sanal bir görüntü ortamına, görüntülerin yalnızca deneyimlerin iletildiği ekran üzerinde kalmadığı, ama bizzat deneyim haline geldiği bir farz etme dünyasına yedirildiği bir sistem” olarak tanımlar. Her türden mesajın aynı multimedya içerisine kapatılarak geçmiş, bugün ve gelecek olarak insanlığın tecrübesinin tamamının bu yeni iletişim ortamına yedirilebileceğini vurgular (Castells, 2008: 497 -498). Böylece yeni kültürü, “kurgunun, kurmaya duyulan inanç olduğu gerçek sanallık kültürü” olarak açıklar (Castells, 2008: 501).

Dijital teknoloji ile birlikte gerçek ve sanallığı bir araya getiren sanal gerçeklik sistemleri ortaya çıkmıştır. Sanal gerçeklik, “gerçek olmayan ama gerçek olarak deneyimlenen gerçektir” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 323), “fizik gerçekliğin simülasyon deneyimine yaklaşmamızı sağlayan bir araçtır” (Sherman and Craig, 2003: 10). Dolayısıyla sanal gerçeklik, “sanma” eylemini tetikleyerek algıda “-miş gibi” bir etki yaratır. Fiziksel gerçeklikten yalıtılarak, duygulara kurgusal sanalın gerçek olduğu inancını iletir. Sanal gerçekliğin “en önemli üç özelliği ise kavramsal imgelem, daldırma ve etkileşimdir” (Lv, 2019: 3). Bu noktada sanatın da yaratıcısının kavramsal imgeleminin yansımaları, dışavurumları ile izleyicisini kendi kurgusal gerçekliğine daldırdığı ve onunla bir etkileşime girdiği konusunda sanat ve sanal gerçekliğin eşleştiği söylenebilir.

“Sanal gerçeklik, duyularımıza, gerçekten oradaymış gibi deneyimleyeceğimiz şekilde sunulan sanal bir ortamın yaratılmasıdır” (Scales, 2018: 68).





Şekil 2.17. Dreams of Dali - Sanal Gerçeklik Projesi

Dreams of Dali projesinde, sanal gerçeklik yöntemini kullanarak izleyiciyi Dali'nin dünyasına sokarak, sanatçının yarattığı kuleleri ve ambiyansı adeta eserin içerisinde bir varlık gibi deneyimlemektedir. Bu deneyimi yaşatan ise eserin kendisi değil, onun üzerinden teknolojik bir araç kullanılarak yaratılan sanal gerçeklik projesidir. Bu çalışma, yeni teknolojik imkanların bir sanat eseri ile bağdaştırılarak yarattığı yinelenmiş bir sanat eseri olarak görülebilir.

Samsung Gear VC ve Oculus Rift gibi sanal gerçeklik ürünlerinin piyasaya sürülmesi; sanal yaşam ortamlarına olan ilgiyi arttırmış, herkesin ulaşabileceği bir boyuta getirmiş ve farklı deneyimler edinilmesine yol açmıştır. Bu yönüyle sanal dünya, gerçek dünyadan ayrılan yönüyle, kişilerin kendini gerçekleştirmek için yarattıkları / yaratılmış ideal dünya standartlarına sahip olma arzularını da sunmaktadır. Güncel yaşamın bir parçası haline gelen sanal dünya, sanal gerçeklik teknolojisi ile desteklenerek; bireyin istek ve talepleri üzerinden, dürtülerini ve hazlarını gerçekleştiren bir ortam sunmakta, tüketim odaklı duygu ve düşüncelerini tatmin etmesine de yardımcı / aracı olmaktadır.

2.3.5. Etkileşimli Tasarım

İletişim temelli etkileşimlilik kavramı, internet teknolojilerinin ortaya çıkması ile; ara yüzlerin insan yaşamına entegre olması ile gelişimini sağlamıştır. Etkileşimlilik kavramı, bilgisayar teknolojileri üzerinden sadece sanal ara yüzler ile sınırlı kalmamış, bir çok endüstriyel alanda üretim bazında kullanılabilir hale gelmiştir (Kristof ve Satran, 1995).

En temel haliyle sanal ortam ve iletişim araçları ile; telefon, bilgisayar, televizyon vb. gibi cihazlar aracılığıyla etkileşimlilik halinde olunan bu çağda, kullanıcı / tüketici / etkileşim kuran birey cihazları kişiselleştirilebilir yöntemlerle de kullanarak “etkileşimliliği” yaşamında değerli bir konuma getirmektedir. Kapitalist paradigmanın bir getirisi olan iletişimin; bireyde gerçekleşen dürtülerden biri olan etkileşim kurma eğilimi, teknolojik araçlar üzerinden gerçekleştirilmekte; birey ihtiyaç güdüsü ile kitle iletişim araçları üzerinden etkileşimlilik eylemini gerçekleştirmektedir. Günümüzde televizyonlardan telefonlara kişiselleştirilmiş uygulamalar üzerinden bireyin istekleri ve talepleri doğrultusunda etkileşimli ürünleri görmekteyiz. Dijital platformlardan Netflix uygulamasında etkileşimli dizi ve belgesellerin çıkması ve telefonlarda kişisel asistan Siri gibi yapay zeka temelli uygulamalar üzerinden örneklendirilebilir.

Etkileşimlilik kavramı, sanal ara yüzler ve etkileşimli kişiselleşebilir ürünler üzerinden postmodern paradigma bağlamında bireyin yaşantı ve deneyimleri ile günlük hayatın bir parçası olarak ortaya çıkmaktadır. Gerek kullanıcı deneyimini kolaylaştırmak, toplumsal yaşam standartlarında bireyin konfor düzeyini arttırmak ve kullanıcının zevkine sunmak, gerekse rekabet ortamında tasarımcı ve üreticilerin pay oranını arttırmak amacıyla, tasarımında etkileşimli kişiselleşebilirlik yaklaşımından yararlanmaktadır (Smith, 2000).

Etkileşimli tasarım kavramına bakıldığında; sanat ve tasarım çalışmaları uygulamalarında yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, teknoloji düzleminde sanat ve mühendislik kavramlarının disiplinlerarası ilişkisini ortaya koyarak; üretim sürecinde aracın “bilgisayar yazılım teknolojileri” olduğu durumunu da yansıtmaktadır. Çağdaş sanat söylemleri içerisinde bakıldığında, anlama ve amaca odaklı eser üretimi odaklı düşünce yapısı; etkileşimliliğin sanatın içinde var olmasıyla birlikte izleyici - eser bağlamını da güçlendirmektedir. Tasarım çalışmalarında özellikle; izleyiciyle iletişim kurmaya odaklı grafik tasarım ürünleri üzerinden etkileşimli afiş ve billboard eserlerinin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Bunların dışında etkileşimlilik kavramı, bilgisayar teknolojilerinin özünde yönlendirme ve yönlendirilme, seçenekler arasından tercih yapma gibi arayüz özellikleri üzerinden bireyin cihazı yönetebildiği ve etkileşim halinde bulunduğu durum olarak da ortaya çıkabilmektedir.

2.3.6. Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ve Metaverse

Gerçekliğin deneyimini arttırarak güçlü bir imgesel algı yaratan Artırılmış Gerçeklik; sanal gerçeklikten farklı olarak bulunduğu ortamı tümüyle değiştirmeden zenginleştirmeye odaklı bir deneyim sunmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında, gerçeklik ile sanal dünyanın ayrılmadığı; birbiriyle iç içe bir konumda yer aldığı ortam yaratılmaktadır. “Artırılmış gerçeklik (AR), dijital içeriğin sorunsuz bir şekilde üst üste bindirilmesine ve gerçek dünya algımızla karıştırılmasına izin verir” (Gümüş ve Boydaş, 2021: 323).

Artırılmış gerçeklik uygulamaları günümüzde her alanda karşımıza çıkmaktadır. Tıp, üretim, eğitim ve eğlence gibi birçok sektörde teknolojiyle ilişki içerisinde kullanıcı hizmetine sunulmaktadır. Ekili ve iletişime açık bir çok sektörde karşımıza çıkacak olan Artırılmış Gerçeklik, gerçek hayata entegre biçimiyle kullanıcıların işini kolaylaştırmayı hedeflemektedir (Azuma, 24: 2001).

Öğrenme odaklı Artırılmış Gerçeklik Teknolojisi uygulamalarında, referans işaretçisi ve işaretçiyi tanıyabilen asimile edilmiş AR özellikleri, kameranın önündeki herhangi bir nesneyi görselleştirmektedir. Bu görselleştirme, daha sonra görüntü, metin, ses, video ve hatta seçilen işaretçinin üzerine eklenen bir üç boyutlu bir nesne olabilmektedir. Ar teknolojisi bu yolla fiziksel dünya ile artırılmış içerik arasında bir arayüz oluşumu sağlamaktadır (Poghosyan, 2019: 42).

Bilgisayar teknolojileri ile üretilen unsurların gerçek yaşamın içerisinde sunulması ile ortaya çıkan (Ulusoy ve Eryılmaz, 2014) Artırılmış gerçeklik, yaşamın içerisine yerleştirilmiş sanal veri ve unsurları dijital araçlar yoluyla görerek; onlarla etkileşim sağlamayı da mümkün kılmaktadır (Steffen vd., 2019). Günümüzde, bir çok disiplin ve alana etki eden bu uygulama yöntemi, sanatta ve tasarımda yaygın olarak da kullanılmaktadır. Disiplinlerarası bir yaklaşımla sanata ve tasarıma entegre edilmiş olan Artırılmış gerçeklik uygulamaları, afiş tasarımlarında, billboard vb ürünlerde kullanılarak kullanıcı / izleyici deneyimini zenginleştirmeyi amaçlamaktadır. Müze ve sergilerde de yaygın duruma gelen bu uygulama, geçmiş - bugün - gelecek arasında oluşturduğu görüntüler ile zamanın ötesinde izler oluşturarak, izleyicinin estetik deneyimini üst seviyelere taşımaktadır.

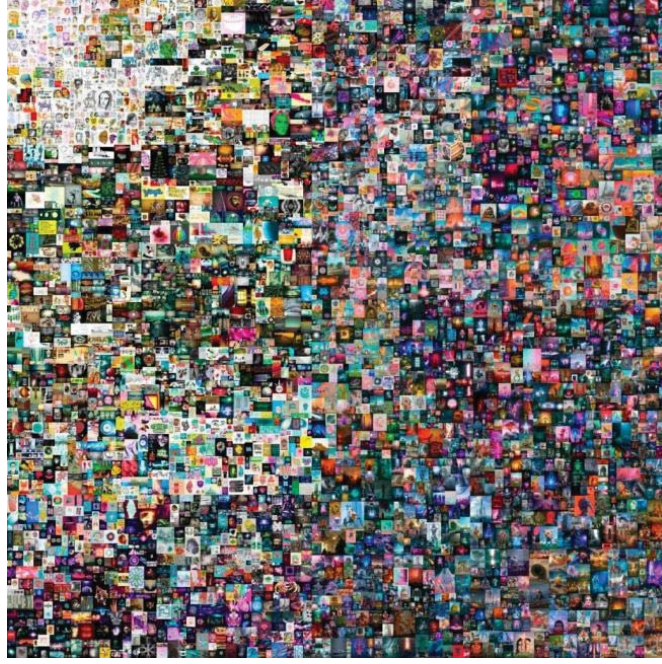
Meta verse kavramı ise, içerisinde bulunduğumuz yaşam alanının sanal bir evrende varoluşunun imgesel bir oluşumu olarak ortaya çıkmaktadır. Meta verse,

bulduğumuz dünyanın sanal gerçeklik ortamında birebir yanılması olarak sunulmaktadır (Jaynes vd. 2003). Meta verse yani sanal evrenin gerçek dünyadan farkı ise, yaşamın fiziksel bir boyutun ötesinde bilişsel bir süreçte gerçekleşmesidir. Meta verse, içerisinde bulunan bireylere gerçek dünyada bulunan tüm olanakları sunmakla birlikte, bireylere coin sistemi üzerinden para, itibar ve mal sahibi olma gibi olanaklar da sunarak kapitalleşme yolunda da sosyolojik bir yapılanma oluşturmaktadır.

2.3.6.1. Sanatta Dijitalleşme Kavramı, Kripto Sanat ve NFT

Teknolojinin gelişim sürecinden etkilenen bir disiplin olarak sanatta gerçekleşen dijitalleşme, sanatın da bir metadan bir sanal metaya dönüşümünü olası kılmıştır. Bu süreçte dijital dönüşümün bir sonucu olarak kripto kavramı, sanatın değişen yüzü olarak 'Kripto Sanat' söylemiyle görülmektedir. Kripto sanat, özellikle NFT kavramı üzerinden incelendiğinde postmodernizm ile kaybedilen sanatın biricikliği ve tekilliği üzerine etkili girişimlerde bulunmaktadır. Tüketimin boyut değiştirdiği ve dijitalleşmenin etkin olduğu çağda, yeni bir yüz olarak Kripto Sanat, sanat ve tasarım piyasasının dönüşen yapısına dair de açıklıklar sunmaktadır. Kripto Sanat, blokzincir olarak tanımlanan dijital sisteme entegre edilmiş sanatsal üretim amaçlı dijital içerikler olarak ortaya çıkmaktadır. Blokzincir, birbirinden bağımsız birden fazla bilgisayar veya sunucu üzerinden iletişim kurularak oluşturulan ağ zinciri halkası ile kendine özgü veri kümelerinden oluşmaktadır (Ünal& Uluyol: 2020).

Nft kavramı, (non - fungible token) değiştirilemez jeton söyleminden yola çıkarak; dijital ortamda var olan bir varlığın benzersiz / eşsiz / tek olduğu ve bu nedenle birbirinin yerine geçemeyeceğini onaylayan, blok zinciri ile dijital bir yapıda depolanan veri birimidir (Nair ve Sebastian, 2017). NFT tartışmaları bu denkleme günümüzde oldukça etkili gerçekleştirilmektedir. Bu tartışmalara derinlemesine bakıldığında kavram, olumlu ve olumsuz yargılamalara maruz bırakılmaktadır. Pozitif yanıyla, teknolojik gelişimin kaçınılmaz bir yönü olarak, çağın ve geleceğin toplumsal ve kültürel yapısını şekillendiren NFT sistemi, sanatçılara ve tasarımcılara tanıdığı özgür ve yenilikçi alan ile ön plana çıkmaktadır. Elitist ve seçkin sanat araçlarının tekelinde olan yapı, alan - sınır ve mekan sınırlarını da aşarak erişim olanaklarını geliştirmiştir. Geleceği belirsiz ve kontrolsüz olan bu yapının, sanatın bugününe dair de derin endişelere yol açmaktadır.



Şekil 2.18. Beeple (Mike Winkelmann) –Everydays: The First 5000 Days

Bir müzayede evinde satılan ilk dijital eser olma özelliğine sahip "Everydays" serisi için yaptığı 5000 resimden oluşan bir kolaj olan Beeple adlı sanatçıya ait 'Everydays: The First 5000 Days' adlı eser, 69,4 milyon dolara satılmıştır. Sanatın değişen yüzünün hem eser üretim bazında hem de eserin sanal bir ortamda izleyiciye ulaşarak 'sonsuz mekan kavramı içerisinde bulunması' açısından önemli bir yer edinmektedir.



Şekil 2.19. Tarık Tolunay; Eminönü, Galata Köprüsü ve Karaköy'ü gösteren “Fractal İstanbul Pandemi”

Tarık Tolunay’a ait “Fractal İstanbul Pandemi” adlı çalışma, 36.000 dolara İranlı bir koleksiyonara Nft sistemi üzerinden satılarak, sanal ortamdan eserin izleyiciye / koleksiyonere ulaşmasını mümkün kılan dijital dönüşüm sistemini ortaya koymaktadır.

2.3.7. Sanal Müzeler ve Galeriler

Teknoloji çağının gelişimi, toplumsal ve kültürel farklılıkların oluşumunu da etkilemiş; bu yolla bireyin evrenselleşmesi yönünde destekleyici unsurların ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. İletişim ve ulaşım sorunu yaşayan birey, kültürlerarası ve toplumlararası etkileşimin önündeki engeli internetin olanakları ile aşarak; her en her yerde bulunabilme yetisine sınırlı oranda da olsa sahip olabilmektedir.

“Sanal olanı gerçek, fiziksel, doğal ya da malzeme ile karşılaştırmanın ötesinde, teknoloji gelişmiş öğrenme alanında, sanal bir simülasyon deneyimi tanımlamak için kullanılır. Bu, neredeyse gerçek olan, var olduğu algılanan, ancak ekranın ötesinde fiziksel özelliklere sahip olmayan bir şey hissi verir” (Girvan, 2018: 1092).

Dünya çapında müzelerin ve galerilerin, çevrimiçi ortamlar ile izleyicilere ulaşması mümkün kılınmış olup; sanal sergiler de her geçen gün önemi giderek artmaktadır. Özellikle küresel salgın ve ekonomik koşulların zorlaması, bireyin sanal

deneyimlere yönelmesinde etkili olmuştur. Bu durum, sanata ve sanatçıya dair eylem ve işleyişlerin dijitalleşmesi; sanat müze, sanal sergi ve sanal galerilerin rağbet görmesine neden olmuştur. Küreselleşme ile gelen postmodern bireyin heryerdeliği ve evrenselleşme üzerinden sanal ortamda oluşan ulaşılabilirlik de bunda etken görülmektedir.



Şekil 2.20. Anadolu Medeniyetler Müzesi Sanal Gezi Uygulaması

2.3.8. Grafik Tasarımda Sosyal Medyanın Yeri, Uygulama Örnekleri

Grafik tasarım gerek uygulama sürecinde gerekse hedef kitleye ulaşması bakımından, teknolojik dönüşüm sürecinin bir parçası olarak, internet üzerinden sosyal medya ile doğrudan etkileşim halinde bulunmaktadır. Dijital dönüşüm sürecinin bir parçası olarak bilgisayar teknolojileri ve kitle iletişim araçları üzerinden; her an her yerde her bilgi ulaşılabilir kılınmaktadır. Bu durum tasarım sürecinde fikir edinme ve bilgi edinme gibi deneyimler üzerinden sosyal medyanın yeri ve önemini de ortaya koymaktadır.

Sosyal ağların insan yaşantısında var olması ile sadece sosyal yaşamı değil; medya ve tüketim alışkanlıklarını da etkilemiş, insan hayatında büyük ölçüde değişimlere yol açmıştır. Hemen her ülke, kendi geleneksel medyasına ilginin azalması ve genç nüfusun haber olma ve eğlenme gibi ihtiyaçlarını internet üzerinden karşılaması ile görsel ve işitsel olanaklara sahip olan araçlara ihtiyaç artmakta ve talepler karşılanmaktadır (Sözeri, 2012: 269).

Grafik tasarım sürecinde gerek eğitim amaçlı gerekse iş amaçlı bir çok sitenin katkısı bulunmaktadır. Bunlardan birkaçını örnek vermek gerekirse;

Udemy adlı uygulama sitesi, eğitim amaçlı bir sitedir. Site ücretli bir uygulama olup; eğitim içerikli videolar üretmektedir. Alanda kendini geliştirmek isteyen, program becerisini geniş bir çerçeveye yaymak isteyen tasarımcılar için ihtiyaç dahilinde kullanılabilir.

Pinterest uygulaması ise tüm yaş kategorisine hizmet etmekle birlikte; görsel sanatlar alanında eğitim gören ve çalışan kişiler için derin bir görsel kaynak sağlamaktadır. Bu kaynak etik sorunlara yol açmakla birlikte, gerekli ve faydalı kullanımında verimli bir kaynağa dönüşmektedir.

Behance, özellikle tasarımcı öğrenciler ve mezunlar için oldukça etkili ve faydalı bir site olarak ön plana çıkmaktadır. Görsel sanatların bir ifade biçimi olduğu düşüncesinden hareketle, tasarımcıların dijital portfolyo oluşturarak çağa ayak uydurmalarına da katkı sağlayarak, kendilerini tanıtmaya ve diğer tasarımcılarla etkileşim halinde olmasına olanak sağlayan bir platform olarak alana katkı sağladığı düşünülmektedir.

Instagram, günümüzde yaygın kullanımı ile öne çıkan bu uygulama, bir çok görsel sanatçının, güncel sergi ve etkinliklerin takibinde, çevrimiçi sergi ve söyleşiler ile yapılandırılmış, etkileşime açık bir sosyal medya uygulamasıdır. Tasarımcıların üretim yaparak satış olanaklarına da açık olabileceği küçük işletme seçenekleri ile de desteklenmektedir.

Drippel ise behance ile aynı mantıkta işleyen, görsel kaynak ve portfolyo oluşturma sürecini yürüten bir site olarak karşımıza çıkmaktadır. Behance'den farklı olarak, kullanıcılarına 'ne üzerine çalışıyorsun?' sorusu üzerinden etkileşim sunmakta; üyelik çeşitlerine göre keşif ve yaratıcı olarak dahil olabilme olanakları da sunmaktadır. Kişiler arası etkileşim ve iletişim ile fikir alışverişinde bulunabilmesi uygulamanın ayırt edici özelliği olarak görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında örnek verilen ve diğer benzer uygulamalar, Grafik tasarım sürecinde alana ve alan çıktılarına sağladığı katkılar ile, teknolojik dönüşüm sürecinin tasarım alanına yansımaları bakımından oldukça önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte, çağın gelişimini destekleyen teknoloji temelli alan ve sınırların

aşılması / her an her yerde olma durumu / mekanın evrenselleşmesi bakımlarından toplum içerisindeki bireyin özgürleşmesine de olanak sağlamaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma temelinde karma araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Karma araştırma yönteminde Nitel araştırmanın yanı sıra Nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmaktadır. Karma araştırma deseni, nitel ve nicel verilerin birlikte kullanıldığı bir desen olarak tanımlanmaktadır (Gay, Mills ve Airasian, 2012; Fraenkel, Wallen ve Hyun, 2012). Bir araştırma çalışmasında bu iki veri toplama tekniğinin bir arada kullanıldığı (Creswell ve Plano Clark, 2011) bu desende amaç, nitel ve nicel desenleri bir arada kullanarak bir avantaja çevirmek, araştırılan olgunun daha detaylı ve kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlamaktır (Mills ve Gay, 2016). Creswell'in (2008) de belirttiği gibi bu model her iki araştırma desenini de kullanarak bir avantaj yaratmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada Creswell'in Karma araştırma yöntemlerinden, Sıralı açıklayıcı tasarım deseni uygulanmıştır. Bu tasarım anlayışı, öncelikle baskın bir biçimde nicel verileri toplamakta, bu verileri analiz edildikten sonra nitel veriler üzerinden araştırmayı sürdürmektedir. Verilerin analizinin ilişkisel bağlantıları ortaya konulup; çoğunlukla veri yorumlama ve tartışma bölümlerinde bir arada ele alınmaktadır. Bu araştırma *bütünleyicilik ilkesine göre belirlenmiştir. Bütünleyicilik ilkesinde*, bir desen ile elde edilen sonuçların diğer desenin sonuçlarıyla detaylandırılmasını, geliştirilmesini, örneklendirilmesini ve açıklanmasını sağlama amacı vardır. Nitel araştırma "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2000: 19). Nitel araştırma, sürece yönelik bir yöntemdir. Gerçekleşen olay ve davranışların nedenlerini belirleme üzerinde odaklanmaktadır. Nicel araştırmalar, istatistiksel çözümlenmeleri temel alan ve sayısal olarak ölçülebilen; sosyal olguları inceleyerek bu olgular arasındaki neden - sonuç ilişkisine dayalı veriler üzerinden bulgular ortaya koyan bir araştırma modelidir.

Araştırmada kullanılacak Anket ile, ilk aşamada teknoloji odaklı eğitim - öğretim sürecine yönelik tüm evrene ulaşılmak amaçlanmıştır. Daha sonra uç cevaplar üzerinden uzman görüşü alınan öğretim elemanları ile sorunların nedenselliği üzerinden derinlemesine görüşme yapılarak konuya dair açıklamalar elde edilmiştir. Bu bağlamda elde edilecek veriler bağlamında uzman görüşü alınacak kişilerin tüketim

alışkanlıkları ve teknoloji ilişkileri eğitim - öğretim açısından oluşturulmuş ucu açık yarı - yapılandırılmış sorular ile bilgiler analiz edilmiştir. Belirlenen ölçek kapsamında uzman görüşü alınacak öğretim elemanlarına Anket çalışması yapılarak; kapalı uçlu sorular ile bu yöntem uygulanmıştır. Bu araştırma; yoğunluklu olarak tarama modelinde yapılan betimsel bir yöntemdir. Betimsel araştırmalar, ortaya konmak istenen bir durumu mümkün olduğunca bütünsel bir şekilde ele almaya odaklanır (Büyüköztürk, 2008: 22).

3.2. Veri Toplama Tekniği

Bu araştırmada, mevcut araştırma konusuna dayalı olarak konuyla ilgili ulusal ve uluslararası ilgili tez ve makaleler, süreli yayınlar, kaynak kitaplar ve internet üzerinden taranmış, ilgili müfredat ve ders içerikleri incelenmiş, süreçte güncel yayınlar da izlenerek gerekli verilere ulaşılmıştır. Yapılan taramada benzer bir çalışmaya rastlanmamıştır. Tezin Kuramsal Çerçevesi, gerekli literatür taramalarıyla elde edilen içeriklerle oluşturulmuştur. Araştırma konusuyla ilgili görseller de bu alt bölümlere dahil edilerek derlenmiştir.

Yapılacak uzman görüşü için demografik bilgilerin elde edilmesi adına kapalı uçlu sorularla hazırlanmış anket çalışması uygulanmıştır. Anket, önceden hazırlanmış soruların iletişim yöntemleri kullanılarak belirlenmiş - hedef kitle üzerinde uygulanması üzerine kurulu bir veri toplama tekniğidir. Daha sonra bu veriler belgesel taramanın, alan yazın, literatür analizinin ve anket çalışması sonucu ardından elde edilen verilerle birlikte uzman görüşüne başvurularak sentezlenmiş, araştırma konusuna göre sınıflandırılmıştır.

Görüşme, bilgi alınacak kişi - kişilerle konuşma ve soru - cevap yoluyla veri toplama sistemine dayalı bir yöntemdir. Sosyal Bilimler alanında konu ile ilgili verilerin ediniminde yaygın olarak kullanılmaktadır. Elde edilen bilgiler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu yöntemle veri toplama, araştırmacının birinci kaynaktan bilgi edinmesi ve araştırmacıya konuyla ilgili daha geniş bir bilgi sağlaması bakımından oldukça faydalıdır. Görüşme yoluyla veri toplanırken araştırmacı konuya yönelik yeterli bilgi donanımına sahip olmalı ve ön hazırlık yapmalıdır. Görüşme, yüz yüze, telefonla ya da diğer iletişim araçları kullanılarak yapılabilmektedir.

Görüşme formu, anket verilerine dayalı olarak gerçekleştirilmiş olup; tüketim alışkanlıkları bölümüne uç cevaplar veren 5 öğretim elemanına uygulanmıştır.

Görüşme soruları, araştırma konusunun nedenselliği üzerinden sorgulanarak hazırlanmıştır. Görüşme tekniği, nitel araştırma yöntemine dayalı olarak gerçekleştirilmiş olup; açık uçlu sorulardan oluşmaktadır. Açık uçlu olarak sorulan 7 adet soru üzerinden uzman görüşleri alınarak; tüketim ve teknoloji alışkanlıklarının grafik atölye dersleri üzerindeki etkilerinin olumlu ve olumsuz yönlerinin nedenselliği sorgulanmıştır. Bu sorgulama uç cevaplar üzerinden gerçekleştirilerek; teknolojiyi tercih etme ve etmeme / fayda sağlama ve sağlamaması üzerine araştırma soruları düzenlenmiştir.

3.3. Verilerin Analizi

Araştırmada karma araştırma tekniği kullanılarak önce anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulaması sonucu gelen veriler analiz edilerek uç cevaplar üzerinden belirlenen 5 öğretim elamanına 7 sorudan oluşan bir görüşme formu uygulanmıştır. Bunun sonucu konuya dair nedensellikleri ve etkileri ortaya koymak amacıyla gelen cevaplar analiz edilmiştir. Belirlenmiş olan Üniversitelerin Güzel Sanatlar Eğitimi bölümü Grafik Anasanat Atölyeleri derslerini veren öğretim elemanlarından, Nicel araştırma tekniklerinden Anket tekniği kullanılarak demografik bilgiler elde edilmiştir. Bu süreçte elde edilen bilgiler betimsel istatistiklerden yararlanılarak özetlenmiştir. Araştırmanın nitel bulguları ise yapılandırılmamış görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Bu veriler de yine betimsel olarak yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen nicel veriler şu şekilde analiz edilmiştir ve derlenmiştir;

Tablo 3.1. Kategorik değişkenlere ait frekans tablosu

	Frekans(n)	Yüzde(%)
Yaş aralığı		
21 -30	2,0	8,0
31 -40	9,0	36,0
41 -50	7,0	28,0
51 -60	6,0	24,0
60 ve üzeri	1,0	4,0
Cinsiyet		
Kadın	10,0	40,0
Erkek	15,0	60,0
Çalıştığınız kurum		
Abant izzet baysal üniversitesi	1,0	4,2
Adnan Menderes Üniversitesi	2,0	8,3
Anadolu Üniversitesi	1,0	4,2
Cumhuriyet Üniversitesi	1,0	4,2

Çukurova Üniversitesi	2,0	8,3
Dicle Üniversitesi	2,0	8,3
Dokuz Eylül Üniversitesi	2,0	8,3
Fırat Üniversitesi	1,0	4,2
Gazi Üniversitesi	1,0	4,2
Harran Üniversitesi	1,0	4,2
Malatya İnönü Üniversitesi	1,0	4,2
Marmara Üniversitesi	1,0	4,2
Niğde Üniversitesi	1,0	4,2
Onduluz Mayıs Üniversitesi	2,0	8,3
Trabzon Üniversitesi	3,0	12,5
Uludağ Üniversitesi	1,0	4,2
Yüzüncü Yıl Üniversitesi	1,0	4,2
Unvan		
Arş. Gör. Dr.	3,0	12,0
Doçent	6,0	24,0
Dr. Öğr. Üyesi	7,0	28,0
Öğr. Gör.	4,0	16,0
Öğr. Gör. Dr.	1,0	4,0
Profesör	4,0	16,0
Akademik kurumlardaki toplam iş deneyiminiz		
5 yıl ve altı	4,0	16,0
6 -10 yıl	3,0	12,0
11 -15 yıl	3,0	12,0
16 -20 yıl	4,0	16,0
20 yıl ve üzeri	11,0	44,0
Grafik Tasarım sektörüne yönelik bir ajans veya şirketlerin Grafik Tasarım departmanında edinilmiş iş deneyim süresi (varsa):		
5 yıl ve altı	14,0	87,5
11 -15 yıl	1,0	6,3
20 yıl ve üzeri	1,0	6,3
Yurtdışı deneyiminiz (Varsa):		
Eğitim Amaçlı	8,0	53,3
Erasmus vb. değişim programları	7,0	46,7
Mevcut kurumunuzda çalıştığınız süre:		
5 yıl ve altı	6,0	24,0
6 -10 yıl	2,0	8,0
11 -15 yıl	4,0	16,0
16 -20 yıl	7,0	28,0
20 yıl ve üzeri	6,0	24,0
Kaç yıldır Grafik Atölye derslerini vermektесiniz?		
5 yıl ve altı	6,0	24,0
6 -10 yıl	5,0	20,0
11 -15 yıl	4,0	16,0
16 -20 yıl	3,0	12,0
20 yıl ve üzeri	7,0	28,0

Kişisel kullanımınızdaki bilgisayarınızın işletim modeli nedir?		
MacOS	11,0	44,0
Windows	14,0	56,0
Kişisel kullanımınıza mevcut yardımcı çizim araçları (tablet, İpad vb.) kullanıyor musunuz?		
Evet	13,0	52,0
Hayır	12,0	48,0
Grafik Atölye derslerinde Yeni Medya üzerine çalışmalar yapılmakta mıdır?		
Evet	20,0	80,0
Hayır	5,0	20,0
Yeni Teknoloji uygulamalarından Artırılmış Gerçeklik (AG) üzerine tasarımları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapılmakta mıdır?		
Evet	2,0	8,0
Hayır	23,0	92,0
Grafik Atölye derslerinde Yapay Zeka teknolojilerinin Sanat ve Tasarıma yansımaları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapılmakta mıdır?		
Evet	4,0	16,0
Hayır	21,0	84,0

4. BULGULAR

4.1. Araştırma Birinci Alt Probleme Yönelik Bulgular

Tüketim Estetiği kapsamında teknolojik gelişim / dönüşüm sürecinin getirdiği yeni anlayış ve kavramların estetik bağlamda sanat ve tasarıma yansması; sanatta ve tasarımda gerçekleşen dijital dönüşüm ile kendini göstermektedir. Bunda bilgisayar teknolojilerinin ortaya çıkmasının ve buna bağlı olarak enformasyon teknolojilerinin tüm disiplinlere entegre olmasının büyük etkisi bulunmaktadır.

Sanat ve tasarımda teknolojinin varoluşu, bilgisayarın ortaya çıkışından bugüne varoluşunu günden güne artarak sürdürmektedir. Yapay zeka teknolojileri ile gerçekleştirilen enstalasyonlar, dijital yazılımların sanat eserlerine dönüşümü, sanal sergi ve müzelerin yaygınlaşması gibi örnekler bu durumu ortaya koymaktadır. Bunun dışında sanatçıların müzayede ve galerilerden çıkarak sanal platformlarda eserlerini sergilemeleri teknolojik dönüşümün bir sonucu olarak görülebilir.

Grafik tasarım, bir disiplin olarak iletişime dayalı yönüyle, teknolojik gelişim ve dönüşümden doğrudan etkilenmektedir. Güncel olan yazılım ve uygulamaları takip ederek, moda ve çağın gerçekliğini yakalamak grafik tasarımın temel görevlerinden biri olarak görülmektedir.

Bunların yanında sanat ve tasarım estetik bir çözümlenme sürecinden geçmektedir. Bu estetik bağlamı elde edemeyen kişi sadece uygulamaları kullanarak üretim yapan bir üretici olarak söylenebilir. Estetik eylem ise, eğitim ve deneyimle oluşan bir süreçten geçmektedir. Aynı zamanda güdusel olan estetik dürtüsü, genel manada sanat ve tasarım eğitimi alan bir öğrencinin üretmek ve deneyimleyerek kendini bulma ve ifade etme eylemine dayanmaktadır.

Modernizmden postmodernizme evrilen süreçte estetik yargılar da sanat eylemlerinin farklılaşması ile yeni bir anlam kazanmıştır. Enstalasyon, kavramsal sanat, performans gibi akımlar estetiği biçimin ötesinde bir olguya taşımıştır. Eseri biçimden çok izleyicide yarattığı duygular ve esere yüklenen anlam üzerinden sorgulayan estetik kavramlar öne çıkmıştır. Bununla birlikte tasarımın ve teknolojik üretimlerin sanat içerisinde edindiği yer de anlam ve değer kazanmıştır.

Bu bağlamda bakıldığında; özellikle enformasyon düzleminde teknolojik dönüşümün ve imkanların gelişmesi, sanat ve tasarım disiplinlerini doğrudan

etkilemekle birlikte, oldukça etkin bir biçimde kendini göstermektedir. Yeni estetik anlayışların ortaya çıkması, teknolojik imkanların eser üretim sürecine dahil olması ve sanatçı ve tasarımcıların geçmişten günümüze sanal ortamlarda var olmaya başlaması bunun açık bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.2. Araştırma İkinci Alt Probleme Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında, örneklemin %67,56'sına ulaşılarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler analiz edilerek, çalışmanın bulgularına yönelik problemlere açıklamalar getirildiği düşünülmektedir. Araştırmaya yönelik bulguların yorumlamaları sonuçlar bölümünde verilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen veriler üzerinden ulaşılan bulgular şu şekilde kategorize edilerek incelenmiştir;

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Katılımcıların %8'i 21 - 30 yaş aralığında, %36'sı 31 -40 yaş aralığında, %28'i 41 -50 yaş aralığında, %24'ü 51 -60 yaş aralığında ve %4'ü 60 ve üzeri yaş aralığındadır. Katılımcıların %40'ı kadın ve %60'ı erkektir. Katılımcıların %12'si Arş. Gör. Dr., %24'ü Doç. Dr., %28'i Dr. Öğr. Üyesi, %16'sı Öğr. Gör., %4'ü Öğr. Gör. Dr., %16'sı Prof. Dr.'dur. Katılımcıların %16'sının akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi 5 yıl ve altı, %12'sinin 6 -10 yıl, %12'sinin 11 -15 yıl, %16'sının 16 -20 yıl ve %44'ünün 20 yıl ve üzeridir. Katılımcıların %87,5'inin Grafik tasarım sektörüne yönelik bir ajans veya şirketlerin Grafik tasarım departmanında edinilmiş iş deneyim süresi 5 yıl ve altı, %6,3'ünün 11 -15 yıl ve %6,3'ünün 20 yıl ve üzeri iş deneyimi süresi vardır. Katılımcıların %53,3'ün eğitim amaçlı, %46,7'si Erasmus vb. değişim programlarına katılmıştır. Katılımcıların %44'ünün bilgisayarının işletim modeli MacOS, %56'sının Windows'tur.

Tablo 4.1. Cinsiyete göre yaş aralığının karşılaştırılması

	Cinsiyet	
	Kadın	Erkek
Yaş aralığı		
21 -30	0 (0)	2 (13,3)
31 -40	6 (60)	3 (20)
41 -50	1 (10)	6 (40)
51 -60	3 (30)	3 (20)
60 ve üzeri	0 (0)	1 (6,7)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Kadınların %60'ı 31 -40 yaş aralığında, %10'u 41 -50 yaş aralığında ve %30'u 51 -60 yaş aralığındadır. Erkeklerin %13,3'ü 21 -30 yaş aralığında, %20'si 31 -40 yaş aralığında, %40'ı 41 -50 yaş aralığında, %20'si 51 -60 yaş aralığında ve %6,7'si 60 ve üzeri yaşındadır.

Tablo 4.2. Cinsiyete göre akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi durumunun karşılaştırılması

Cinsiyet		
	Kadın	Erkek
Akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi		
5 yıl ve altı	1 (10)	3 (20)
6 -10 yıl	1 (10)	2 (13,3)
11 -15 yıl	2 (20)	1 (6,7)
16 -20 yıl	3 (30)	1 (6,7)
20 yıl ve üzeri	3 (30)	8 (53,3)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; kadınların %10'u ve erkeklerin %20'sinin akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi 5 yıl ve altındadır. Kadınların %10'u ve erkeklerin %13,3'ünün akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi 6 -10 yıl arasındadır. Kadınların %20'si ve erkeklerin %6,7'sinin akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi 11 -15 yıl arasındadır. Kadınların %30'si ve erkeklerin %6,7'sinin akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi 16 -20 yıl arasındadır. Kadınların %30'u ve erkeklerin %53,3'ünün akademik kurumlardaki toplam iş deneyimi 20 yıl ve üzerindedir.

Tablo 4.3. Yaş aralığına göre yurtdışı deneyiminin karşılaştırılması

	Yaş aralığı			
	21 -30	31 -40	41 -50	51 -60
Yurtdışı deneyiminiz (Varsa)				
Eğitim Amaçlı	0 (0)	3 (50)	0 (0)	5 (100)
Erasmus vb. değişim programları	2 (100)	3 (50)	2 (100)	0 (0)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Yaş aralığı 21 -30 olanların tamamı Erasmus vb. gibi değişim programları ile yurtdışına gitmiştir. Yaş aralığı 31 -40 olanların %50'i yurtdışına eğitim amaçlı giderken %50'si Erasmus vb. değişim programları ile gitmiştir. Yaş aralığı 41 -50 olanların tamamı Erasmus vb. değişim programları ile yurtdışına gitmiştir. Yaş aralığı 51 -60 olanların tamamı eğitim amaçlı yurtdışına gitmiştir.

Tablo 4.4. Yaş aralığı durumuna göre kaç yıldır grafik atölye dersi vermektensiniz karşılaştırılması

	Yaş aralığı				
	21 -30	31 -40	41 -50	51 -60	60 ve üzeri
Kaç yıldır Grafik Atölye derslerini vermektensiniz?					
5 yıl ve altı	2 (100)	3 (33,3)	0 (0)	1 (16,7)	0 (0)
6 -10 yıl	0 (0)	4 (44,4)	1 (14,3)	0 (0)	0 (0)
11 -15 yıl	0 (0)	2 (22,2)	2 (28,6)	0 (0)	0 (0)
16 -20 yıl	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	2 (33,3)	0 (0)
20 yıl ve üzeri	0 (0)	0 (0)	3 (42,9)	3 (50)	1 (100)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; 21 -30 yaş aralığındaki kişilerin tamamı, 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %33,3'ü ve 51 -60 yaş aralığındaki kişilerin %16,7'si grafik atölye dersini 5 yıl ve altı süredir vermektedir. 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %44,4'ü ve 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %14,3'ü 6 -10 yıldır grafik atölye dersini vermektedir. 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %22,2'si ve 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %28,6'sı 11 -15 yıldır grafik atölye dersini vermektedir. 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %14,3'ü ve 51 -60 yaş aralığındaki kişilerin %33,3'ü 16 -20 yıldır grafik atölye dersini vermektedir. 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %42,9'u, 51 -60 yaş aralığındaki kişilerin %50'si ve 60 yaş ve üzeri kişilerin tamamı 20 yıl ve üzeri zamandır grafik atölye dersini vermektedir.

Tablo 4.5. Unvana göre günde ortalama kaç saat aktif bilgisayar kullanmaktasınız durumunun karşılaştırılması

Unvan							
	Arş. Gör. Dr.	Doçent	Dr. Öğr. Üyesi	Öğr. Gör.	Öğr. Gör. Dr.	Profesör	
β							
3 saat ve altı	0 (0)	1 (16,7)	2 (28,6)	1 (25)	1 (100)	1 (25)	
4 -6 saat	2 (66,7)	4 (66,7)	4 (57,1)	1 (25)	0 (0)	2 (50)	
7 -9 saat	0 (0)	1 (16,7)	1 (14,3)	2 (50)	0 (0)	1 (25)	
10 saat ve üzeri	1 (33,3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Unvanı Doçent olanların %16,7'si, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %28,6'sı, unvanı Öğr. Gör. olanların %25'i, unvanı Öğr. Gör. Dr. olanların tamamı, unvanı Profesör olanların %25'i günde ortalama 3 saat ve altı aktif bilgisayar kullanmaktadır. Unvanı Arş. Gör. Dr. olanların %66,7'si, unvanı Doçent olanların %66,7'si, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %57,1'i, unvanı Öğr. Gör. olanların %25'i, unvanı Profesör olanların %50'si günde ortalama 4 -6 saat aktif bilgisayar kullanmaktadır. Unvanı Doçent olanların %16,7'si, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %14,3'ü, unvanı Öğr. Gör. olanların %50'si, unvanı Profesör

olanların %25'i günde ortalama 7 -9 saat aktif bilgisayar kullanmaktadır. Unvanı Arş. Gör. Dr. olanların %33,3'ü günde ortalama 10 saat ve üzeri aktif bilgisayar kullanmaktadır.

Tablo 4.6. Cinsiyete göre mevcut kurumda çalıştığınız sürenin karşılaştırılması

Cinsiyet	Kadın	Erkek
Mevcut kurumunuzda çalıştığınız süre		
5 yıl ve altı	2 (20)	4 (26,7)
6 -10 yıl	1 (10)	1 (6,7)
11 -15 yıl	2 (20)	2 (13,3)
16 -20 yıl	4 (40)	3 (20)
20 yıl ve üzeri	1 (10)	5 (33,3)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Kadınların %20'si, erkeklerin %26,7'si 5 yıl ve altı mevcut kurumda çalışmaktadır. Kadınların %10'u, erkeklerin %6,7'si 6 -10 yıl mevcut kurumda çalışmaktadır. Kadınların %20'si, erkeklerin %13,3'si 11 -15 yıl mevcut kurumda çalışmaktadır. Kadınların %40'ı, erkeklerin %20'si 16 -20 yıl mevcut kurumda çalışmaktadır. Kadınların %10'u, erkeklerin %33,3'ü 20 yıl ve üzeri mevcut kurumda çalışmaktadır.

Tablo 4.7. Unvana göre kaç yıldır grafik atölye derslerini vermektensiniz durumunun karşılaştırılması

Unvan	Arş. Gör. Dr.	Gör. Doçent	Dr. Üyesi	Öğr. Gör.	Öğr. Dr.	Gör. Profesör
Kaç yıldır Grafik Atölye derslerini vermektensiniz?						
5 yıl ve altı	3 (100)	0 (0)	2 (28,6)	0 (0)	0 (0)	1 (25)
6 -10 yıl	0 (0)	3 (50)	2 (28,6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
11 -15 yıl	0 (0)	1 (16,7)	1 (14,3)	0 (0)	1 (100)	1 (25)
16 -20 yıl	0 (0)	1 (16,7)	1 (14,3)	1 (25)	0 (0)	0 (0)
20 yıl ve üzeri	0 (0)	1 (16,7)	1 (14,3)	3 (75)	0 (0)	2 (50)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; unvanı Arş. Gör. Dr. olanların hepsi, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %28,6'sı, unvanı Profesör olanların %25'i 5 yıl ve altı Grafik Atölye derslerini vermektedir. Unvanı Doçent olanların %50'si, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %28,6'sı 6 -10 yıl Grafik Atölye derslerini vermektedir. Unvanı Doçent olanların %16,7'si, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %14,3'ü, unvanı Öğr. Gör. Dr. Olanların hepsi, unvanı Profesör olanların %25'i 11 -15 yıl Grafik Atölye derslerini vermektedir. Unvanı Doçent olanların %16,7'si, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %14,3'ü, unvanı Öğr. Gör. olanların %25'i 16 -20 yıl Grafik

Atölye derslerini vermektedir. Unvanı Doçent olanların %16,7'si, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %14,3'ü, unvanı Öğr. Gör. olanların %75'i, unvanı Profesör olanların %50'si 20 yıl ve üzeri Grafik Atölye derslerini vermektedir.

Tablo 4.8. Cinsiyete göre kaç yıldır grafik atölye dersleri verdiğiniz durumunun karşılaştırılması

Cinsiyet	Kadın	Erkek
Kaç yıldır Grafik Atölye derslerini verdiğiniz?		
5 yıl ve altı	1 (10)	5 (33,3)
6 -10 yıl	3 (30)	2 (13,3)
11 -15 yıl	2 (20)	2 (13,3)
16 -20 yıl	2 (20)	1 (6,7)
20 yıl ve üzeri	2 (20)	5 (33,3)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Kadınların %10'u, erkeklerin %33,3'ü 5 yıl ve altı süredir Grafik Atölye derslerini vermektedir. Kadınların %30'u, erkeklerin %13,3'ü 6 -10 yıldır Grafik Atölye derslerini vermektedir. Kadınların %20'si, erkeklerin %13,3'ü 11 -15 yıldır Grafik Atölye derslerini vermektedir. Kadınların %20'si, erkeklerin %6,7'si 16 -20 yıldır Grafik Atölye derslerini vermektedir. Kadınların %20'si, erkeklerin %33,3'ü 20 yıl ve üzeri süredir Grafik Atölye derslerini vermektedir.

Tablo 4.9. Unvana göre grafik atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalıyor mu? durumunun karşılaştırılması

Unvan	Arş. Gör. Dr.	Doçent	Dr. Öğr. Üyesi	Öğr. Gör.	Öğr. Dr.	Gör. Profesör
Grafik Atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalıyor musunuz?						
Evet	2 (66,7)	5 (83,3)	7 (100)	3 (75)	0 (0)	4 (100)
Hayır	1 (33,3)	1 (16,7)	0 (0)	1 (25)	1 (100)	0 (0)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; unvanı Arş. Gör. Dr. olanların %66,7'si, unvanı Doçent olanların %83,3'ü, unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların hepsi, unvanı Öğr. Gör olanların %75'i, unvanı Profesör olanların hepsi Grafik Atölye

derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalaniyor. Unvanı Arş. Gör. Dr. olanların %13,3'ü, unvanı Doçent olanların %16,7'si, unvanı Öğr. Gör. olanların %25'i, unvanı Öğr. Gör. Dr. olanların hiçbiri Grafik Atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalanmamaktır.

Tablo 4.10. Unvana göre grafik tasarım ana sanat atölye dersleri için oluşturulan ders içeriğini dersleri yürütebilmek adına yeterli düzeyde buluyor musunuz? durumunun karşılaştırılması

	Unvan							
	Arş. Dr.	Gör. Doçent	Dr. Üyesi	Öğr. Gör.	Öğr. Gör.	Öğr. Dr.	Gör. Profesör	
Grafik Tasarım Ana Sanat atölye dersleri için oluşturulan ders içeriğini dersleri yürütebilmek adına yeterli düzeyde buluyor musunuz?								
Evet	1 (33,3)	3 (50)	3 (42,9)	2 (50)	1 (100)	3 (75)		
Hayır	2 (66,7)	3 (50)	4 (57,1)	2 (50)	0 (0)	1 (25)		

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; unvanı Arş. Gör. Dr. Olanların %33,3'ü, doçent olanların %50'si, Dr. Öğr. Üyesi olanların %42,9'u, Öğr. Gör. olanların %50'si, Öğr. Gör. Dr. Olanların tamamı ve profesör olanların %75'i grafik tasarım ana sanat atölye dersleri için oluşturulan ders içeriğini dersleri yürütebilmek adına yeterli düzeyde buluyor musunuz? Sorusuna evet yanıtı vermiştir. Unvanı Arş. Gör. Dr. Olanların %66,7'si, doçent olanların %50'si, Dr. Öğr. Üyesi olanların %57,1'i, Öğr. Gör. olanların %50'si, profesör olanların %25'i grafik tasarım ana sanat atölye dersleri için oluşturulan ders içeriğini dersleri yürütebilmek adına yeterli düzeyde buluyor musunuz? Sorusuna hayır yanıtı vermiştir.

Tablo 4.11. Yurtdışı deneyimine göre grafik atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalaniyor musunuz? durumu karşılaştırılması

Yurtdışı Deneyimi (Varsa)	Eğitim Amaçlı Erasmus vb. değişim programları	
	Grafik Atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalaniyor musunuz?	
Evet	8 (100)	5 (71,4)
Hayır	0 (0)	2 (28,6)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Eğitim amaçlı yurtdışı deneyimi olanların tamamı ve Erasmus vb. değişim programları ile gidenlerin %71,4'ü Grafik Atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından

faydalaniyor musunuz? sorusuna evet yanıtını vermiştir. Erasmus vb. değişim programları ile gidenlerin %28,6'sı grafik atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalaniyor musunuz? sorusuna hayır yanıtını vermiştir.

Tablo 4.12. Unvana göre grafik atölye derslerinde yukarıda belirtilen bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektedir? durumunun karşılaştırılması

Unvan	Arş.	Doçent	Dr.	Öğr.	Öğr.	Öğr.
	Gör. Dr.		Üyesi	Gör.	Gör. Dr.	Profesör
Grafik Atölye derslerinde yukarıda belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektedir?						
Adobe premier	0 (0)	1 (20)	4 (44,4)	0 (0)	0 (0)	1 (25)
Freehand corel draw	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (50)	0 (0)	0 (0)
Adobe flash player	0 (0)	0 (0)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	1 (25)
Adobe photoshop	0 (0)	0 (0)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Corel draw	1 (100)	0 (0)	0 (0)	1 (50)	0 (0)	1 (25)
Adobe dreamwear	0 (0)	0 (0)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
3ds max	0 (0)	1 (20)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Blender 3D	0 (0)	0 (0)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Lightroom	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (25)
Z brush	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Cinema 4D	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Hiçbiri	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %44,4'ü Grafik Atölye derslerinde Adobe Premier'i göstermektedir. Unvanı Öğr. Gör. olanların %50'si Grafik Atölye derslerinde Freehand, Corel Draw göstermektedir. Unvanı Profesör olanların %25'i Grafik Atölye derslerinde Adobe flash player'ı göstermektedir. Unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %11,1'i Grafik Atölye derslerinde Adobe Photoshop'u göstermektedir. Unvanı Arş. Gör. Dr. Olanların hepsi Grafik Atölye derslerinde Corel Draw göstermektedir. Unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %11,1'i Grafik Atölye derslerinde Adobe Dreamwear göstermektedir. Unvanı Doçent olanların %20'si Grafik Atölye derslerinde Adobe 3ds Max göstermektedir. Unvanı Dr. Öğr. Üyesi olanların %11,1'i Grafik Atölye derslerinde Blender 3D göstermektedir. Unvanı Profesör olanların %25'i Grafik Atölye derslerinde Lightroom göstermektedir. Unvanı Doçent olanların %20'si Grafik Atölye derslerinde Z Brush göstermektedir. Unvanı Doçent olanların %20'si Grafik Atölye

derslerinde Cinema 4D göstermektedir. Unvanı Doçent olanların %20'si Grafik Atölye derslerinde hiçbirini göstermemektedir.

Tablo 4.13. Yaş aralığına göre grafik atölye derslerinde yukarıda belirtilen bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektedir? durumunun karşılaştırılması

Yaş aralığı	21 -30	31 -40	41 -50	51 -60	60 ve üzeri
Grafik Atölye derslerinde yukarıda belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektedir?					
Adobe premier	0 (0)	3 (33,3)	1 (12,5)	2 (66,7)	0 (0)
Freehand corel draw	0 (0)	0 (0)	1 (12,5)	0 (0)	0 (0)
Adobe flash player	0 (0)	1 (11,1)	1 (12,5)	0 (0)	0 (0)
Adobe photoshop	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (100)
Corel draw	0 (0)	1 (11,1)	1 (12,5)	1 (33,3)	0 (0)
Adobe dreamwear	0 (0)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
3ds max	0 (0)	1 (11,1)	1 (12,5)	0 (0)	0 (0)
Blender 3D	0 (0)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Lightroom	0 (0)	0 (0)	1 (12,5)	0 (0)	0 (0)
Z brush	0 (0)	0 (0)	1 (12,5)	0 (0)	0 (0)
Cinema 4D	0 (0)	0 (0)	1 (12,5)	0 (0)	0 (0)
Hiçbiri	0 (0)	1 (11,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)

Tablo 4.14. Yurtdışı deneyimine göre grafik atölye derslerinde yukarıda belirtilen bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektedir? durumunun karşılaştırılması

	Yurtdışı deneyiminiz (Varsa):		Test İstatistiği	p
	Eğitim Amaçlı	Erasmus vb. değişim programları		
Grafik Atölye derslerinde yukarıda belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektedir?				
Adobe premier	4 (80)	0 (0)		
Freehand corel draw	0 (0)	0 (0)		
Adobe flash playet	0 (0)	0 (0)		
Adobe photoshop	0 (0)	0 (0)		
Corel draw	0 (0)	2 (50)		
Adobe dreamwear	0 (0)	0 (0)		
3ds max	0 (0)	0 (0)	$\chi^2 = 14,719$	0,012
Blender 3D	1 (20)	0 (0)		
Lightroom	0 (0)	1 (25)		
Z brush	0 (0)	0 (0)		
Cinema 4D	0 (0)	0 (0)		
Hiçbiri	0 (0)	1 (25)		

χ^2 : Ki – kare test istatistiği

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; yurtdışı deneyimine göre grafik atölye derslerinde yukarıda belirtilen bilgisayar destekli tasarım programlarının

yanında (varsa) hangi programları göstermektedir? Arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p=0,012$). Eğitim amaçlı gidenlerin %80'i grafik atölye derslerinde yukarıda belirtilen bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında Adobe Premier, %20'si Blender 3D programları göstermektedir. Erasmus vb. değişim programları ile gidenlerin %50'si grafik atölye derslerinde yukarıda belirtilen bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında Corel draw, %25'i Lightroom programlarını göstermektedir.

Tablo 4.15. Yaş aralığına göre grafik atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? durumunun karşılaştırılması

	Yaş aralığı					60 ve üzeri
	21 -30	31 -40	41 -50	51 -60		
Grafik Atölye derslerinde Bilgisayar Destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız?						
Grafik Çizim Tableti (Wacom vb.)	1 (50)	5 (71,4)	2 (33,3)	3 (50)	1 (100)	
İpad	1 (50)	1 (14,3)	3 (50)	3 (50)	0 (0)	
Diğer	0 (0)	1 (14,3)	1 (16,7)	0 (0)	0 (0)	

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; 21 -30 yaş aralığındaki katılımcıların %50'si grafik atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %50'si İpad yanıtını vermiştir. 31 -40 yaş aralığındaki katılımcıların %71,4'ü grafik atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %14,3'ü İpad ve %14,3'ü diğer yanıtını vermiştir. 41 -50 yaş aralığındaki katılımcıların %33,3'ü grafik atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %50'si İpad ve %16,7'i diğer yanıtını vermiştir. 51 -60 yaş aralığındaki katılımcıların %50'si grafik atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %50'si İpad ve yanıtını vermiştir. 60 ve üzeri yaş aralığındaki katılımcıların tamamı grafik atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini /

hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını vermiştir.

Tablo 4.16. Unvana göre grafik atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? durumunun karşılaştırılması

	Unvan						
	Arş. Gör. Dr.	Doçent	Dr. Öğr. Üyesi	Öğr. Gör.	Öğr. Gör. Dr.	Profesör	
Grafik Atölye derslerinde Bilgisayar Destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız?							
Grafik Çizim Tableti (Wacom vb.)	2 (66,7)	1 (20)	6 (85,7)	1 (100)	0(0)	2 (33,3)	
Ipad	1 (33,3)	3 (60)	1 (14,3)	0 (0)	0(0)	3 (50)	
Diğer	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (16,7)	

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Arş. Gör. Dr. olanların %66,7'si Grafik Atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %33,3'ü Ipad yanıtını vermiştir. Doçentlerin %20'si Grafik Atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna Grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %60'i Ipad ve %20'si diğeri yanıtını vermiştir. Dr. Öğr. Üyesi %85,7'si Grafik Atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %14,3'ü Ipad yanıtını vermiştir. Öğr. Gör tamamı Grafik Atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? Sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını vermiştir Profesör olanların %33,3'ü Grafik Atölye derslerinde bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktasınız? sorusuna grafik çizim tableti (Wacom vb.) yanıtını, %50'si Ipad ve %16,7'si diğeri yanıtını vermiştir.

Tablo 4.17. Cinsiyete göre grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktasınız? durumunun karşılaştırılması

	Cinsiyet	
	Kadın	Erkek
Grafik Atölye derslerinde Sosyal Medya		

uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktasınız?		
Pinterest	7 (38,9)	11 (36,7)
Instagram	5 (27,8)	10 (33,3)
Behance	4 (22,2)	6 (20)
Youtube	0 (0)	1 (3,3)
Facebook	0 (0)	1 (3,3)
Twitter	0 (0)	1 (3,3)
Google books	1 (5,6)	0 (0)
Daha çok akademik yayınları kullanmayı tercih ederim	1 (5,6)	0 (0)

Kadınların %38,9'u ve erkeklerin %36,7'si grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan Pinterest'ten faydalanmaktadır. Kadınları %27,8'si ve erkeklerin %33,3'ü grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan Instagram'dan faydalanmaktadır. Kadınların %22,2'si ve erkeklerin %20'si grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan Behance'den faydalanmaktadır. Erkeklerin %3,3'ü grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan Youtube'den faydalanmaktadır. Kadınların %5,6'sı grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan Google Books'dan faydalanmaktadır.

Tablo 4.18. Yaş aralığına göre grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktasınız? durumunun karşılaştırılması

	Yaş aralığı					
	21 -30 yaş aralığı	31 -40 yaş aralığı	41 -50 yaş aralığı	51 -60 yaş aralığı	60 ve üzeri	
Grafik Atölye derslerinde Sosyal Medya uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktasınız?						
Pinterest	1 (25)	8 (47,1)	6 (40)	2 (20)	1 (50)	
Instagram	2 (50)	5 (29,4)	3 (20)	5 (50)	0 (0)	
Behance	1 (25)	4 (23,5)	3 (20)	2 (20)	0 (0)	
Youtube	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (50)	
Facebook	0 (0)	0 (0)	1 (6,7)	0 (0)	0 (0)	
Twitter	0 (0)	0 (0)	1 (6,7)	0 (0)	0 (0)	
Google books	0 (0)	0 (0)	1 (6,7)	0 (0)	0 (0)	
Daha çok akademik yayınları kullanmayı tercih ederim	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (10)	0 (0)	

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; 21 -30 yaş aralığındaki kişilerin %25'i Pinterest, %50'si Instagram ve %25'i Behance uygulamalarından faydalanmaktadır. 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %47,1' Pinterest, %29,4'ü Instagram ve %23,5'i Behance uygulamalarından faydalanmaktadır. 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %40'ı Pinterest, %20'si Instagram, %20'si Behance, %6,7'si Facebook, %6,7'si Twitter ve %6,7'si Google books uygulamalarından faydalanmaktadır. 51 -60 yaş aralığındaki kişilerin %20'si Pinterest, %50'si

Instagram, %20'si Behance uygulamalarını tercih ederken %10'u daha çok akademik yayınları kullanmayı tercih etmektedir. 60 yaş ve üzeri kişilerin %50'si Pinterest ve %50'si Youtube uygulamalarını tercih etmektedir.

Tablo 4.19. Unvana göre grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktasınız? durumunun Karşılaştırılması

Unvan	Arş.Gör.		Dr.Öğr.		Öğr. Gör.	
	Dr.	Doçent	Üyesi	Öğr. Gör.	Dr.	Profesör
Grafik Atölye derslerinde Sosyal Medya uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktasınız?						
Pinterest	2 (33,3)	5 (38,5)	6 (42,9)	2 (33,3)	0 (0)	3 (33,3)
Instagram	2 (33,3)	5 (38,5)	3 (21,4)	2 (33,3)	0 (0)	3 (33,3)
Behance	2 (33,3)	2 (15,4)	3 (21,4)	2 (33,3)	0 (0)	1 (11,1)
Youtube	0 (0)	0 (0)	1 (7,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Facebook	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (11,1)
Twitter	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (11,1)
Google Books	0 (0)	1 (7,7)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Daha çok akademik yayınları kullanmayı tercih ederim	0 (0)	0 (0)	1 (7,1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Arş. Gör. Dr. olanların %33,3'ü, Doçent olanların %38,5'i, Dr. Öğr. Üyesi olanların %42,9'u, Öğr. Gör. olanların %33,3'ü ve Profesör olanların %33,3'ü grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalarından Pinterest uygulamasını kullanmaktadır. Arş. Gör. Dr. olanların %33,3'ü, doçent olanların %38,5'i, Dr. Öğr. Üyesi olanların %21,4'ü, Öğr. Gör. olanların %33,3'ü ve Profesör olanların %33,3'ü grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalarından Instagram uygulamasını kullanmaktadır. Arş. Gör.Dr. olanların %33,3'ü, doçent olanların %15,4'ü, Dr. Öğr. Üyesi olanların %21,4'ü, Öğr. Gör. olanların %33,3'ü ve Profesör olanların %11,1'i grafik atölye derslerinde sosyal medya uygulamalarından Behance uygulamasını kullanmaktadır.

Tablo 4.20. Mevcut kurumunuzda çalıştığınız süreye göre grafik atölye derslerinde aşağıdaki uygulamalardan hangisini / hangilerini ders kaynağına katkı sağlamak amacıyla kullanmaktasınız? durumunun karşılaştırılması

	Mevcut kurumunuzda çalıştığınız süre				
	5 yıl ve altı	6-10 yıl	11-15 yıl	16-20 yıl	20 yıl ve üzeri
Grafik Atölye derslerinde aşağıdaki uygulamalardan hangisini / hangilerini ders kaynağına katkı sağlamak amacıyla kullanmaktasınız?					
Udemy	1 (12,5)	0 (0)	0 (0)	3 (60)	2 (15,4)

Youtube	1 (12,5)	1 (25)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Khan Academy	3 (37,5)	1 (25)	1 (33,3)	1 (20)	3 (23,1)
Yök Açık Ders Platformu	3(37,5)	1 (25)	1 (33,3)	1 (20)	4 (30,8)
Makaleler	0(0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (7,7)
Tezler	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (7,7)
Videolar	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (7,7)
İlgili kitaplar	0 (0)	0(0)	0 (0)	0 (0)	1 (7,7)
Spotify dahil olabiliyorsa	0 (0)	1 (25)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Hiçbiri	0 (0)	0 (0)	1 (33,3)	0 (0)	0 (0)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; 5 yıl ve altı çalışanların %12,5'i, 16 -20 yıl çalışanların %60'ı, 20 yıl ve üzeri çalışanların %15,4'ü grafik atölye derslerinde Udemy uygulamasını ders kaynağına katkı sağlamak amacıyla kullanmaktadır. 5 yıl ve altı çalışanların %12,5'i, 16 -20 yıl çalışanların %25'i, grafik atölye derslerinde Youtube uygulamasını ders kaynağına katkı sağlamak amacıyla kullanmaktadır. 5 yıl ve altı çalışanların %37,5'i, 16 -20 yıl çalışanların %25'i, 11 -15 yıl çalışanların %33,3'ü, 16 -20 yıl çalışanların %20'si, 20 yıl ve üzeri çalışanların %15,4'ü grafik atölye derslerinde Khan Academy uygulamasını ders kaynağına katkı sağlamak amacıyla kullanmaktadır.

Tablo 4.21. Unvan durumuna göre grafik tasarım ana sanat atölye dersleri için atölyenin teknolojik materyal kapasitesini (bilgisayar, tablet vb araçlar) yeterli düzeyde buluyor musunuz? Karşılaştırılması

	Unvan					
	Arş. Gör.	Doçent	Dr. Üyesi	Öğr. Gör.	Öğr. Gör. Dr.	Profesör
Grafik Tasarım Ana Sanat atölye dersleri için atölyenin teknolojik materyal kapasitesini (bilgisayar, tablet vb araçlar) yeterli düzeyde buluyor musunuz?						
Evet	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	1 (25)	1 (100)	1 (25)
Hayır	3 (100)	6 (100)	6 (85,7)	3 (75)	0 (0)	3 (75)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Dr. Öğr. Üyesi olanların %14,3'ü, Öğr. Gör olanların %25'i, Öğr. Gör. Dr. olanların tamamı ve Profesör olanların %25'i grafik tasarım ana sanat atölye dersleri için atölyenin teknolojik materyal kapasitesini (bilgisayar, tablet vb araçlar) yeterli düzeyde buluyor musunuz? Sorusuna evet yanıtını vermiştir. Arş. Gör. Dr olanların tamamı, Doçent olanların tamamı, Dr. Öğr. Üyesi olanların %85,7'si, Öğr. Gör olanların %75'i ve Profesör olanların %75'i grafik tasarım ana sanat atölye dersleri için atölyenin teknolojik

materyal kapasitesini (bilgisayar, tablet vb araçlar) yeterli düzeyde buluyor musunuz?

Sorusuna hayır yanıtını vermiştir.

Tablo 4.22. Kaç yıldır Grafik Atölye derslerini vermektensiniz? Durumuna göre değişkenlerin karşılaştırılması

	Kaç yıldır Grafik Atölye derslerini vermektensiniz?						Toplam
	5 yıl ve altı	6 -10 yıl	11 yıl	16 -20 yıl	20 yıl ve üzeri		
Grafik Atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalaniyor musunuz?							
Evet	5 (83,3)	5 (100)	3 (75)	2 (66,7)	6 (85,7)	21 (84)	
Hayır	1 (16,7)	0 (0)	1 (25)	1 (33,3)	1 (14,3)	4 (16)	
Grafik Atölye derslerinde Sosyal Medya uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktasınız?							
Pinterest	4 (33,3)	5 (45,5)	3 (60)	1 (25)	5 (31,3)	18 (37,5)	
Instagram	5 (41,7)	4 (36,4)	1 (20)	1 (25)	4 (25)	15 (31,3)	
Behance	3 (25)	2 (18,2)	1 (20)	0 (0)	4 (25)	10 (20,8)	
Youtube	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (6,3)	1 (2,1)	
Facebook	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0(0)	1 (6,3)	1 (2,1)	
Twitter	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (6,3)	1 (2,1)	
Google Books	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (25)	0 (0)	1 (2,1)	
Daha çok akademik yayımları kullanmayı tercih ederim	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (25)	0 (0)	1 (2,1)	
Grafik Atölye derslerinde aşağıdaki uygulamalardan hangisini / hangilerini ders kaynağına katkı sağlamak amacıyla kullanmaktasınız?							
Udemy	1 (14,3)	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	4 (40)	6 (18,2)	
Youtube	1 (14,3)	1 (14,3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (6,1)	
Khan Academy	2 (28,6)	2 (28,6)	1 (50)	1 (14,3)	3 (30)	9 (27,3)	
Yök Açık Ders Platformu	3 (42,9)	2 (28,6)	1 (50)	1 (14,3)	3 (30)	10 (30,3)	
Makaleler	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	0 (0)	1 (3)	
Tezler	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	0 (0)	1 (3)	
Videolar	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	0 (0)	1 (3)	
İlgili kitaplar	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	0 (0)	1 (3)	
Spotify	0 (0)	1 (14,3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (3)	
Hiçbiri	0 (0)	1 (14,3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (3)	

Tablo 4.23. Yaş aralığına göre değişkenlerin karşılaştırılması

	Yaş aralığı					Toplam
	21 -30	31 -40	41 -50	51 -60	60 ve üzeri	
Grafik Atölye derslerinde yeni teknoloji uygulamalarından Etkileşimli Tasarım çalışmaları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapılmakta mıdır?						
Evet	0 (0)	3 (33,3)	4 (57,1)	4 (66,7)	1 (100)	12 (48)
Hayır	2 (100)	6 (66,7)	3 (42,9)	2 (33,3)	0 (0)	13 (52)
Yeni Teknoloji uygulamalarından Artırılmış Gerçeklik (AG) üzerine						

tasarımları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapılmakta mıdır?						
Evet	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	1 (16,7)	0 (0)	2 (8)
Hayır	2 (100)	9 (100)	6 (85,7)	5 (83,3)	1 (100)	23 (92)
Grafik Atölye derslerinde Yapay Zeka teknolojilerinin Sanat ve tasarıma yansımaları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapılmakta mıdır?						
Evet	0 (0)	2 (22,2)	0 (0)	2 (33,3)	0 (0)	4 (16)
Hayır	2 (100)	7 (77,8)	7 (100)	4 (66,7)	1 (100)	21 (84)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; 21 -30 yaş aralığındaki kişilerin tamamı grafik atölye derslerinde yeni teknoloji uygulamalarından etkileşimli tasarım çalışmalarını üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapılmakta mıdır? sorusuna hayır cevabını vermiştir. 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %33,3'ü evet, %66,7'si hayır cevabını vermiştir. 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %57,1'i evet, %42,9'si hayır cevabını vermiştir. 51 -60 yaş aralığındaki kişilerin %66,7'si evet, %33,3'ü hayır cevabını vermiştir. 60 ve üzeri kişilerin tamamı evet cevabını vermiştir. 21 -30 yaş aralığında kişilerin tamamı yeni teknoloji uygulamalarından artırılmış gerçeklik (AG) üzerine tasarımları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapılmakta mıdır? soruna hayır cevabını vermiştir. 31 -40 tamamı hayır cevabını vermiştir. 41 -50 %14,3 evet cevabını vermiştir, %85,7'si hayır cevabını vermiştir.

Tablo 4.24. Yaş aralığına göre değişkenlerin karşılaştırılması

Yaş aralığı	21 -30	31 -40	41 -50	51 -60	60 ve üzeri	Toplam
Günde ortalama kaç saat akıllı telefon kullanmaktasınız?						
3 saat ve altı	2 (100)	7 (77,8)	4 (57,1)	5 (83,3)	1 (100)	19 (76)
4 -6 saat	0 (0)	2 (22,2)	2 (28,6)	0 (0)	0 (0)	4 (16)
10 saat ve üzeri	0 (0)	0 (0)	1 (14,3)	1 (16,7)	0 (0)	2 (8)
Günde ortalama kaç saat aktif bilgisayar kullanmaktasınız?						
3 saat ve altı	0 (0)	3 (33,3)	2 (28,6)	1 (16,7)	0 (0)	6 (24)
4 -6 saat	1 (50)	5 (55,6)	3 (42,9)	3 (50)	1 (100)	13 (52)
7 -9 saat	0 (0)	1 (11,1)	2 (28,6)	2 (33,3)	0 (0)	5 (20)
10 saat ve üzeri	1 (50)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (4)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; 21 -30 yaş aralığındaki kişilerin tamamı, 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %77,8'i günde ortalama 3 saat ve altında telefon kullanmakta, 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %57,1'i, 51 -60 yaş

aralığındaki kişilerin %83,3'ü, 60 ve üzeri yaş aralığındaki kişilerin tamamı günde ortalama 3 saat ve altı akıllı telefon kullanmaktadır. 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %22,2'si, 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %28,6'sı günde ortalama 4 -6 saat akıllı telefon kullanmaktadır. 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %14,3'ü ve 51 -60 aralığındaki kişilerin %16,7'si günde 10 saat ve üzeri aktif telefon kullanmaktadır. 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %33,3'ü, 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %28,6'sı, 51 -60 aralığındaki kişilerin %16,7'si günde ortalama 3 saat ve altında aktif bilgisayar kullanmaktadır. 21 -30 yaş aralığındaki kişilerin %50'si 60 ve üzeri yaş aralığındaki kişilerin tamamı günde ortalama 4 -6 saat bilgisayar kullanmaktadır. 31 -40 yaş aralığındaki kişilerin %11,1'i, 41 -50 yaş aralığındaki kişilerin %28,6'sı, 51 -60 yaş aralığındaki kişilerin %33,3'ü günde ortalama 7 -9 saat arasında aktif bilgisayar kullanmaktadır.

Tablo 4.25. Yurtdışı deneyimine göre değişkenlerin karşılaştırılması

	Eğitim Amaçlı	Erasmus vb. değişim programları
Grafik Atölye derslerinde Bilgisayar Destekli Tasarım uygulamalarından hangilerini aktif olarak göstermektесiniz? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)		
Adobe Illustrator	7 (35)	7 (35)
Adobe Photoshop	8 (40)	7 (35)
Adobe Indesign	4 (20)	5 (25)
Adobe After Effect	1 (5)	1 (5)
Grafik Atölye derslerinde yukarıda belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektесiniz? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)		
Adobe premier	4 (80)	0 (0)
Freehand corel draw	0 (0)	0 (0)
Adobe flash playet	0 (0)	0 (0)
Adobe photoshop	0 (0)	0 (0)
Corel draw	0 (0)	2 (50)
Adobe dreamwear	0 (0)	0 (0)
3ds max	0 (0)	0 (0)
Blender 3D	1 (20)	0 (0)
Lightroom	0 (0)	1 (25)
Z brush	0 (0)	0 (0)
Cinema 4D	0 (0)	0 (0)
Hiçbiri	0 (0)	1 (25)
Grafik Atölye derslerinde Bilgisayar Destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktасınız?		
Grafik Çizim Tableti (Wacom vb.)	5 (62,5)	2 (40)
Ipad	3 (37,5)	1 (20)

Tablo 4.26. Bölgelere Göre değişkenlerin karşılaştırılması

	Marmara Bölgesi	Karadeniz Bölgesi	Ege Bölgesi	İç Anadolu Bölgesi	Doğu Anadolu Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	Güneydoğu Anadolu Bölgesi
Grafik Atölye derslerinde teknolojik materyal kapasitesini (bilgisayar, tablet vb araçlar) yeterli düzeyde buluyor musunuz?							
Evet	0 (0)	2 (40)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (50)	1 (33,3)
Hayır	2 (100)	3 (60)	3 (100)	6 (100)	2 (100)	1 (50)	2 (66,7)
Grafik Atölye derslerinde Bilgisayar Destekli Tasarım uygulamalarından hangilerini aktif olarak göstermektесiniz?							
Adobe Illustrator	2 (28,6)	4 (30,8)	3 (42,9)	4 (36,4)	2 (33,3)	1 (25)	3 (42,9)
Adobe Photoshop	2 (28,6)	5 (38,5)	3 (42,9)	5 (45,5)	2 (33,3)	2 (50)	3 (42,9)
Adobe Indesign	2 (28,6)	3 (23,1)	1 (14,3)	2 (18,2)	2 (33,3)	1 (25)	1 (14,3)
Adobe After Effect	1 (14,3)	1 (7,7)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Grafik Atölye derslerinde yukarıda belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektесiniz?							
Adobe Premier	1 (100)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (40)	2 (40)	0 (0)
Freehand Corel Draw	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (100)
Adobe Flash Player	0 (0)	1 (50)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	0 (0)
Adobe Photoshop	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Corel draw	0 (0)	1 (50)	0 (0)	2(40)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Adobe Dreamwear	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	0 (0)
3DS Max	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	1 (20)	0 (0)
Blender 3D	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Lightroom	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0(0)	0 (0)
z brush	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)
Cinema 4D	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)
Hiçbiri	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (20)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Grafik Atölye derslerinde Bilgisayar Destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangisini / hangilerini aktif olarak kullanmaktасınız?							
Grafik Çizim Tableti (Wacom vb.)	1 (100)	2 (50)	1 (50)	2 (33,3)	2 (66,7)	2 (66,7)	0 (0)

İpad	0 (0)	2 (50)	1 (50)	2 (33,3)	1 (33,3)	1 (33,3)	0 (0)
Diğer	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (33,3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)

Ankette mevcut sorulara cevap veren katılımcılardan; Karadeniz Bölgesinde bulunan katılımcıların %50'si ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunan katılımcıların %33,3'ü teknolojik materyal kapasitesini yeterli bulmaktadır. Marmara Bölgesindeki katılımcıların tamamı, ege Bölgesindeki katılımcıların tamamı, İç Anadolu Bölgesindeki katılımcıların tamamı teknoloji materyal kapasitesini yeterli düzeyde bulmamaktadır. Marmara Bölgesindeki katılımcıların %28,6'sı, Karadeniz Bölgesindeki katılımcıların %30,8'i, Ege Bölgesindeki katılımcıların %42,9'u, İç Anadolu Bölgesindeki katılımcıların %36,4'ü, Doğu Anadolu Bölgesindeki katılımcıların %33,3'ü, Akdeniz Bölgesindeki katılımcıların %25'i ve Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki katılımcıların %42,9'su bilgisayar destekli tasarım uygulamalarından Adobe Illustrator uygulamasını aktif olarak göstermektedir. Marmara Bölgesindeki katılımcıların %28,6'sı, Karadeniz Bölgesindeki katılımcıların %38'i, Ege Bölgesindeki katılımcıların %42,9'u, İç Anadolu Bölgesindeki katılımcıların %45,5'i, Doğu Anadolu Bölgesindeki katılımcıların %33,3'ü, Akdeniz Bölgesindeki katılımcıların %50'si ve Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki katılımcıların %42,9'u bilgisayar destekli tasarım uygulamalarından Adobe Photoshop uygulamasını aktif olarak göstermektedir. Marmara Bölgesindekilerin tamamı, Doğu Anadolu Bölgesindekilerin %40'ı ve Akdeniz Bölgesindeki %40'ı bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında Adobe Premier programını göstermektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesindekilerin tamamı Freehand, Corel Draw programını kullanmaktadır. Karadeniz Bölgesindekilerin %50'si Akdeniz Bölgesindekilerin %20'si bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında Adobe Flash Playet programını göstermektedir. İç Anadolu Bölgesindekilerin %20'si bilgisayar destekli tasarım programlarının yanında Adobe Photoshop programını göstermektedir. Bölgelere göre. Marmara Bölgesindekilerin tamamı, Karadeniz Bölgesindekilerin %50'si, ege Bölgesindekilerin %50'si, İç Anadolu Bölgesindekilerin %33,3'ü, Doğu Anadolu Bölgesindekilerin %66,7'si ve Akdeniz Bölgesindekilerin %66,7'si Bilgisayar Destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından grafik çizim tableti (Wacom)' u aktif olarak kullanmaktadır. Karadeniz Bölgesindekilerin %50'i, ege Bölgesindekilerin %50'si, iç Anadolu Bölgesindekilerin %33,3'ü doğu Anadolu

Bölgesindekilerin %33,3'ü bilgisayar destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından İpad'i aktif olarak kullanmaktadır.

4.3. Araştırma Üçüncü Alt Probleme Yönelik Bulgular

Araştırma için uzman görüşü almak üzere uygulanan, yarı -yapılandırılmış sorulardan oluşan ankete verilmiş cevaplar üzerinden edinilen bilgiler doğrultusunda, çalışmaya katılan öğretim elemanlarından uç noktada cevap veren 5 kişiye uygulanan görüşme formuna verilen cevaplar şu şekilde yorumlanmıştır;

4.3.1. Grafik Anasanat Derslerinde Kullanılan Tasarım Programlarının Fayda Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri

Araştırma kapsamında sorulan “*Grafik Anasanat derslerinde teknolojiye yönelik tasarım programlarının kullanımını faydalı buluyor musunuz?*” sorusuna gelen uzman görüşleri yanıtlarına bakıldığında genel kanı; teknolojiye yönelik tasarım programlarının kullanımlarının atölye derslerine fayda sağladığı üzerine olduğu görüşmüştür.

Katılımcı 1, “*Evet*” cevabını vererek teknoloji destekli programları faydalı bulduğunu dile getirmiştir.

Katılımcı 5 ise, “*Derste tasarım programlarıyla birlikte mutlaka disiplinler arası eğitim -öğretimin gereği olarak ihtiyaç duyulabilecek farklı bilgisayar programlarının da öğrencilere öğretilmesinde yarar vardır*” demektedir. Bu cevap, araştırmanın kuramsal bölümde de desteklendiği gibi teknolojinin sanat ve tasarım disiplinlerine olan etkisi ve bunun sonucunda disiplinler arası çalışma gerekliliğinin önemini ortaya koymaktadır.

Katılımcı 8, “*Elbette. Önceliğin geleneksel uygulama yöntemleri ve dşünsel altyapının kazandırılması olduğunu, bu temel sonrasında da tasarım programlarının desteği ile beraber olarak devam edilmesinin daha faydalı olduğunu düşünüyorum*” diyerek, geleneksel tekniklerin önceliğine vurgu yaparak teknoloji destekli tasarım programları üzerinden yapılacak çalışmaların faydalı olduğu görüşünü beyan etmiştir.

Katılımcı 9, “*Teknolojiye yönelik tasarım programlarının yanı sıra tasarım için kullanılabilen multidisipliner yazılımların da faydalı olduğunu görebiliyorum*” diyerek, Katılımcı 5 gibi teknolojinin çoklu disiplinler arası kullanımına vurgu yaparak faydalı olduğu görüşünü aktarmıştır.

Katılımcı 11, “*Elbette. Eğitim her zaman çağa ayak uydurulduğunda verimli ve kaliteli olmuştur. Güncel sanat aktivitelerinin çoğu artık dijital olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısı ile çağdaş bir grafik tasarımcının tüm bu grafik programlarına hakim olması, içerisinde bulunduğumuz teknolojik evrim döneminden geride kalmamak adına yapılabilecek en doğru davranış olacaktır. Bu sebeple Adobe Photoshop ile başlayan eğitim süreci bölümlerimizde Adobe Illustrator, In Design ve Premier Pro vb. gibi programların eğitimini de zamanla gerektirmiştir. Fakat zamanla bu program eğitimlerinden farklı ve üst düzey olarak Adobe After Effects ve Cinema 4D vb. program türevlerinin de bölümlerde eğitimlerinin daha sık verilmesi gerektiğini düşünmekteyim*” demiştir. Bu görüş, çağdaş sanatın da teknolojik dönüşüm sürecinden geçtiğini vurgulayarak; özellikle grafik tasarım temelinde tasarım programlarının gerekliliğini ve eğitim sürecinde önemini de göstermektedir. Teknoloji temelli disiplinler kavramının günden güne yer edindiği dönemde / çağda, özellikle grafik tasarımı disiplini özelinde bilgisayar desteksiz üretimden söz edilemeyeceği düşüncesini bu cevap ile desteklemektedir. Bunun ötesinde, hareketli medya programları üzerine de daha çok çalışılması gerektiği düşüncesi aktarılmıştır.

4.3.2. Atölye Derslerinde Kullanılan Adobe After Effect, Adobe Premier vb. Gibi Hareketli Medya Üzerine Tasarım Uygulamalarından Faydalanma ya da Faydalanmama Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri

Araştırma kapsamında sorulan “*Atölye derslerinizde Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign gibi tasarım programlarının yanı sıra Adobe After Effect, Adobe Premier vb. gibi hareketli medya üzerine tasarım uygulamalarından faydalanma ya da faydalanmama sebepleriniz nelerdir?*” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında;

Katılımcı 1, “*Hareketli medya için bilgisayar donanımları yetersiz kalabiliyor*” olarak cevap vermiştir.

Katılımcı 5, “*Sözü edilen temel tasarım programları kullanılırken üretilmeye çalışılan çalışma ve tasarımların gerektirmesi durumunda anılan Adobe After Effect, Adobe Premier vb. gibi hareketli medya programlarının da kullanılması önemlidir*” demiştir.

Katılımcı 8, “*Hareketli medya üzerine çalışma yürütmediğim için bu uygulamalardan faydalanmıyorum*” diyerek program kullanım becerileri üzerindeki

eksikliğe değinmiştir. Bu durum, teknoloji destekli programlar üzerine verilen eğitim sürecindeki yetersizliklerin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Katılımcı 9, *“Bahsi geçen programların, öğrencilerin ve öğretim elemanların kırtasiyesi durumunda olmalarından dolayı tasarım sürecinde zaman ve mekan kısıtlamasını ortadan kaldırma nitelikleri ön plana çıkmaktadır. Bu durum atölye derslerinde soruda ifade edilen programlardan faydalanmanın sebepleri arasında gösterebilirim”* demiştir. Uzman görüşüne dayalı olarak, müfredat ve ders saatlerinin yetersizliğinin, grafik anasanat atölye derslerinde teknolojiye dayalı programlardan hareketli medya üzerine kullanılan yazılımların gösterilmesine engel teşkil ettiğini göstermektedir. Bu sebeple, atölye derslerinde kullanılan Adobe After Effect, Adobe Premier vb. gibi hareketli medya üzerine tasarım uygulamalarından faydalanılmadığı görülmüştür.

Katılımcı 14, bu soruya *“Kişisel olarak Adobe After effects ve Adobe Premier programlarını yaklaşık olarak 15 senedir kullanmaktayım. Bu eğitim verdiğim dönem öncesini de kapsamakta. Farklı teknolojik unsurları takip eden ve bunları öğrenmek isteyen bir yapım olmuştur daima. Ayrıca öğrendiğim şeyleri bir başkasına da öğretmek bana keyif veriyor ve kendimi iyi hissetmemi sağlıyor. Bilginin paylaştıkça çoğaldığını bilen ve uygulayan taraftanım. Sanırım bu sebeple öğretmenliği benimsemiş olabilirim. Monotonluğu sevmeyen ve daima meraklı olan yapımdan dolayı bu programları zamanında öğrendim. Tamamıyla öğrenmedim tabi ki, hiçbir zaman tamamen öğrendim diyemiyorsunuz. Adobe photoshop programında bile halen yeni öğrendiğim özellikler var. Programlarda yapılacak şeylerin sınırı yok gibi bir şey. Tek ihtiyacın olan şey kişisel yaratıcılığındır”* cevabını vererek kişisel tercih ve becerileri ile eğitim süreci arasındaki geçişkenliğe vurgu yapmıştır. Dersi veren öğretim elemanının teknolojiye dayalı hareketli medya programlarına olan ilgisi ve becerisi, öğretim sürecine de yansarak eğitim sürecinde fayda sağladığı görülmüştür.

4.3.3. Atölye Derslerinde Sosyal Medya Uygulamalarından Faydalanma Ve Örnek Çalışma Gösterimi Gibi Faktörlerin Fayda Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri

Araştırma kapsamında sorulan *“Sosyal Medya uygulamalarından derslerinizde ne oranda faydalanıyorsunuz ve örnek çalışma gösterimi gibi faktörler bakımından faydalı buluyor musunuz?”* sorusuna verilen cevaplara bakıldığında; uzman görüşlerinin çoğunluğu sosyal medya platformlarından faydalanırken dikkat ettikleri

görülmüştür. Faydalı olduğu görüşünün yanında; etkilenme durumu bakımından kontrollü olarak süreci yönettikleri kanaatine varılmıştır. Bununla birlikte; kalan uzman görüşü sosyal medyadan faydalandıklarını belirterek olumlu görüş beyan etmişlerdir.

Katılımcı 1, “*Az. Evet.*” diyerek, sınırlı bir faydalanma durumundan bahsetmiştir.

Katılımcı 5, “*Derslerde sosyal medya uygulamalarından yararlanmanın kaçınılmaz olduğu bir dönemde yaşamaktayız. Ancak anılan uygulamaların kontrollü kullanılması, kopya ve tekrara fırsat verilmemesi, güncel gündemi yakalama ve sanat ürününün orijinalliğine katkı sağlaması bakımından kullanılmasının çok önemli olduğunu düşünmekteyim*” demiştir. Bundan yola çıkarak, sosyal medyada görüntülenen eserleri kullanırken sadece bir esin kaynağı ve örnek çalışma olarak görülmesi gerekliliği ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, tasarımın bir gerekliliği olan güncelliğin takip edilmesi adına oldukça katkı sağladığı da görülmektedir. Bu görüşten yola çıkarak, bir öğrencinin özellikle çağdaş sergi ve galerilere ulaşım sağlayamadığı ya da uluslararası etkinliklere her an erişim sağlayamayacağı düşüncesiyle, sosyal medya ortamlarından elde edeceği görsel çeşitliliğe ve örneklerle maruz kalmasının önem sarf ettiği söylenebilir.

Katılımcı 8, “*Sosyal medya uygulamalarını direk sunum / paylaşım aracı olarak kullanmayı tercih etmiyorum. Bu uygulamalar üzerinden aylık taramalar eşliğinde ağırlıklı güncel tasarım pratikleri (olumlu -olumsuz) üzerinde incelemeler yapıyor ve derlemeler ile atölye ortamında yürütülen tartışmaları oldukça faydalı buluyorum*” diyerek; öğrencilerin sosyal medya üzerinden elde ettiği görsel verilere doğrudan değil öğretim elemanı aracılığıyla ulaştığı ve dersin öğretim elemanının deneyimsel bir süreçten çok denetimsel bir yaklaşımla içeriğe katkı sağladığı görülmüştür. Bu süreçte sosyal medyadan ve geçirilen denetimler sonucunda elde edilen verilerin olumlu bir fayda sağlamakta olduğu söylenmiştir.

Katılımcı 9, “*Bir tasarımın görmeye başladığını ifade ederek derse başlamamdan ötürü, Sosyal Medya uygulamalarından çok sık faydalanmaktayım. Öğrencilerin, özgün ve yaratıcı olabilmeleri açısından sosyal medyada yer alan örnekleri incelemeleri, kendileri ve çalışmanın daha iyi ilerleyebilmesi için faydalı durumda olduğunu söyleyebilirim*” görüşüyle soruya yaklaşan uzman görüşü; sosyal medyanın öğrenciye görsel kaynak sağlamada oldukça fayda sağladığını belirtmiştir.

Öğrencilerin ne kadar çok kaynak ve veriye ulaşırsa, yani ne kadar fazla görsel tasarıma maruz kalırsa, o kadar iyi ilerleme kaydedileceği görüşünde bulunulmuştur.

Katılımcı 14, “*Sosyal medya ile sanırım youtube üzerinden verilen eğitim derslerini kastediyorsunuz. Derslerimde asla bunları öğrencilerime empoze etmiyorum. Her zaman ve sürekli anlatan kişinin, uygulayan kişinin ben olmasını tercih ederim. Ve asla tekrar tekrar dersi anlatmaktan yorulmam. Örnek çalışma olarak yapacağımız işlere yönelik başka sanatçıların tasarımlarını gösteriyorum elbette. Öğrencilerin hayal gücü mekanizmalarını kullanmalarına inanılmaz etki ediyor. Ama sosyal medya kullanımı yalnızca bununla sınırlı kalıyor. Geri kalan tüm tasarımı kendileri yapmak zorunda. Taklidi de kabul etmiyorum. Öğrencinin kendi tasarımını da görmek istiyorum*” demiştir. Bu görüş, tasarımın yaratıcı bir süreç olduğu, örnek çalışmalarla desteklenmesi gerektiği fakat bu öğretim sürecinin dersin yürütücüsü ve öğrenci arasındaki ilişkiyle yürütülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bununla birlikte, dersi yürüten öğretim elemanı dışındaki tüm destekleri reddederek, tasarımda özgünleşmenin değerini taklitten bağımsızlaştırarak ele almıştır.

4.3.4. Atölye Derslerinde Grafik Tasarımda Güncel Uygulama Yöntemleri Olarak Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka Gibi Teknoloji Uygulamalarının Grafik Ana Sanat Atölye Derslerine Katkısına Yönelik Uzman Görüşleri

Araştırma kapsamında sorulan “*Atölye derslerinizde Grafik Tasarımda güncel uygulama yöntemleri olarak Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi teknoloji uygulamalarının grafik ana sanat atölye derslerine katkısını nasıl görüyorsunuz?*” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında; çoğunluk Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi teknoloji destekli uygulamalara ders saatlerinin, içeriklerinin ve materyallerinin eksikliği sebebiyle ulaşım sağlayamadığını / fırsat bulamadıklarını belirtmişlerdir. Genel görüş, bu uygulamaların faydalı olduğu ve derslere katkı sağladığı / sağlayabileceği yönündedir.

Katılımcı 1, “*Katkısı olamıyor, çünkü ders saatleri yetersiz, sıra gelmiyor*” yanıtını vererek ders içerik ve saatlerinin yetersizliğine vurgu yaparak bu durumun teknolojik gelişimin getireceği katkılara vurmuş olduğu kete dikkat çekmektedir.

Katılımcı 5, “*Anılan uygulamaların Grafik Anasanat Atölye derslerindeki öğrencinin unique, özgün ve biricik tasarımlar yapmasına çok önemli katkısının*

olabileceğini düşünmekteyim” demiştir. Burada güncel uygulamaların sanat ve tasarıma olan etkisinin sadece yaratım sürecinde değil, üretim ve çıktılara sağladığı katkı bakımından da değeri ortaya konmuştur. Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi teknoloji destekli uygulamalara, tasarımın özgünlüğünü destekleyici olarak yaklaşmış ve olumlu görüş beyan edilmiştir.

Katılımcı 8, *“Resim -İş Öğretmenliği Programında yürütülen paket programın içeriği nedeniyle bu vb. uygulamaların derse katkı oranı bakımından oldukça kısıtlı bir etkisi olduğunu düşünüyorum”* söylemiyle kısıtlamalar sebebiyle bu olanaklara erişim sağlayamadığına vurgu yapmıştır. Bu görüşün, Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi teknoloji destekli uygulamalara derse sağladığı katkı bakımından olumlu ya da olumsuz bir yaklaşım göstermediği görülmüştür.

Katılımcı 9, *“Gencin daha sınırsız düşünebilme olasılığı olarak derse katkısı olduğunu ifade edebilirim”* diyerek olumlu görüş beyan etmiştir. Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi teknoloji destekli uygulamaların tasarım yolunun başında olan bireyin yaratıcılığına sağlayacağı katkısı üzerinden derse de katkı sağlayacağı ifade edilmiştir.

Katılımcı 14, *“Böyle bir teknoloji kullanımı tabii ki de tarafımda olumlu karşılanacaktır. Fakat ne yazık ki bölümlerimizde bu teknolojiye uygun imkan ve olanaklar yok. Özellikle yeni teknoloji olan yapay zeka alanında sanata yönelik birçok örnekler görmekteyiz. Birçok dijital sanatçı yapay zekayı kullanarak farklı çalışmaların harmanlıyor ve gerisinde kalmak anlamına gelmektedir. Grafik anasanat bölümlerinde bu sanatsal ürünler ortaya koyuyor. Bu ürünler genelde hareketli video formatlarından oluşuyor(.mp4 ve .gif türevi). Artırılmış gerçeklik de aynı şekilde bölümümüze çok uygun olanaklara sahip. Sanal sergi alanları yaratabilmek başlı başına bir farkındalık yaratmakta zaten. Başlangıçta da söylediğim gibi bu tarz programları kullanabilmek için öncelikle YÖK’te müfredatlarda bu programların kullanımına yönelik çalışmalar sıklaştırılmalıdır. Dijital dünyanın gerisinde kalmak ne yazık ki güncel sanatın da teknolojilerden faydalanmak artık bir ihtiyaç haline gelmiştir”* görüşüyle sanat ve tasarım disiplinlerinin teknolojiyle olan ilişkisinin önemini açık ve net bir şekilde ifade etmiştir. Kuramsal çerçevede de belirtildiği gibi, teknolojik dönüşüm süreci çağın düzleminde gelişen disiplinleri, sektörleri ve alanları doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkilemiştir. Bu etkilenme sonucunda süreci verimli bir ilişki (teknoloji - disiplin ilişkisi) ile sürdüren disiplin, sektör ve alanlar kendilerine

fayda sağlamış; bununla birlikte bu disiplinler arası durumu lehine kullanmışlardır. Uzman görüşüne bakıldığında, güzel sanatlar eğitimi veren kurumların grafik anasanat atölyeleri teknolojik dönüşümü ruhen yakalamış olsalar da, fiziki koşullara sahip olamama / erişememe durumu bakımından, bu süreci tamamlayamadıkları görülmüştür. Bu bağlamda bakıldığında; sadece grafik anasanat atölyelerinde değil; aynı zamanda sanat ve sanat eğitimi veren tüm kurum ve kuruluşlarda, teknoloji destekli Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi uygulamaların uygulanabilirliği açısından, altyapı oluşumları, hizmet içi eğitim ve disiplinler arası çalışma desteğinin verilmesi adına girişimlerde / oluşumlarda bulunulmasının fayda durumuna katkı sağlayacağı görülmektedir.

4.3.5. Grafik Tasarımda Bilgisayar Destekli Uygulamalarda Tablet Gibi Yardımcı Elemanların Derse Katkısına Yönelik Uzman Görüşleri

Araştırma kapsamında sorulan “*Grafik Tasarımda Bilgisayar destekli uygulamalarda tablet gibi yardımcı elemanların derse nasıl katkı sağladığını düşünüyorsunuz?*” sorusuna gelen cevaplar irdelendiğinde;

Katılımcı 1, “*Evet*” diyerek grafik tablet kullanımının grafik anasanat atölye derslerinde kullanımının yaratım / üretim sürecine ve çıktılara katkı sağladığını dile getirmiştir.

Katılımcı 5, “*Sözü edilen uygulamalarda sıra dışı, özgün, kaliteli sanatsal ürün tasarımı çıktılarını alabilmek için tablet gibi yardımcı ders materyallerinin en yeni versiyonlarıyla kullanılmasında yarar vardır*” demiştir. Bu yorum, geleneksel bir eleman olan kağıdın, teknolojik bir yansıması olan grafik tablet üzerinden dijital sanat ve tasarım ürünlerine dönüşümünün faydalı olduğu görüşünü açıkça göstermektedir. Tablet kullanımının tasarımda özgün, sıra dışı ve kaliteli işlerin ortaya konmasında fayda sağlandığı görülmektedir.

Katılımcı 8, “*Geleneksel uygulama yöntemlerini edinmiş bir öğrencinin tablet vb. araçlarla da çalışmalar yürütebilmesinin, uygulama pratiği bakımından alternatifler oluşturduğunu ayrıca sonlandırma zenginliği de arttırdığını düşünüyorum*” görüşünü beyan etmiştir. Bu da, uzman görüşüne dayalı olarak, tablet kullanımının gelenekselden dijitale olan geçişkenlik ile birlikte, uygulama pratiklerine alternatifler oluşturması bakımından ve çıktılara sağladığı zenginlikler bakımından eğitim sürecine fayda sağladığını göstermektedir.

Katılımcı 9, “İkinci soruda ifade ettiğim üzere; tasarım sürecinde zaman ve mekan kısıtlamasını ortadan kaldırma özelliğini kazandırmasının yanı sıra ulaşılabilme sınırında olduğundan büyük katkısının varlığını söyleyebilirim” demiştir. Bu görüş, göstermektedir ki grafik anasanat atölye eğitimi veren kurumlarda müfredat ve ders saatindeki eksikliklerin yanı sıra, materyal ve maddi imkanların yetersizliği sebebiyle tablet gibi teknolojik dönüşümün temel elemanlarından birine ulaşılammama durumu, fayda sağlama bakımı durumundan eğitim sürecine ket vurmaktadır.

Katılımcı 14, “Özellikle herhangi bir uygulamaya başlamadan önce öğrencilerin ellerinde yaptıkları tasarımları dijitalle aktarmalarında büyük kolaylık sağlayacağını düşünmekteyim. Çoğu öğrenci tasarım sürecinde fare hakimiyetinden çok el hakimiyetine güvenmektedir. Doğal olarak fare kullanımı zordur. Bu sebeple çizim tableti gibi teknolojilerden faydalanmak öğrencilerin tasarım kabiliyetini daha özgür ortamlarda sergilemesine olanak sağlayacaktır. Özgür ortamlarda yaratıcılığın daha fazla arttığı da bilinen bir gerçektir. Bu sebeple de daha kaliteli dijital eserler ortaya çıkacaktır. Dijital tabletler bireyin el yeteneği ile dijital sanat eseri oluşturabilme kabiliyeti arasındaki köprü görevini görmektedir. Bu çok önemli ve gerekli bir hadisedir. Yıllarca bunun eksikliği derslerde kendini göstermiştir. Kesinlikle bu teknolojinin kullanılmasının gerektiğini düşünmekteyim” görüşünü beyan etmiştir. Teknolojik imkanlarının oluşumu, günümüz yaşantısında büyük pay sahibi olarak görülmektedir. Gelenekselliğin özünü kaybetmeden edindiği kaygan geçişi basit ve tartışmasız bir etkiyle gerçekleştiren grafik çizim tabletlerinin, öğrencilerin işlerini kolaylaştırmakta ve yaratıcılıklarını geliştirmekte olduğu söylenebilmektedir. Teknolojinin disiplinlere olan etkisi bireyin, en doğru tanımıyla başlangıç ve bitiş arasındaki süreci, kolay ve kullanışlı bir verimlilikte sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Bu açıdan yaklaşıldığında, sanatta ve tasarımda yaratım süreci kişinin içsel duygularının dışavurumsal niteliğinin, somut bir nesneye yani sanat eserine veya bir tasarım ögesine dönüşmüş hali olarak görüldüğünde, tekniğin olanaklarından faydalanmak basite kaçmak olarak değil, verimlilik sağlamak olarak görülmelidir. Bu durum, uzman görüşü açıklamasında net bir şekilde ifade edilmiştir.

Genel olarak bakıldığında, tablet kullanımının geleneksel bir ifade biçiminin en temel ifadesi olan çizimin dijital bir ortamda imgeye dönüşmesi ve yaratıcılığı geliştirmesi, ayrıca çıktılara olan verimliliği ve zenginliği bakımından incelendiğinde

olumlu bir etkisi olduğu ve ders içeriklerine ve çıktılarına katkı / fayda sağladığı görülmüştür.

4.3.6. Atölye Derslerinde İnternet Açık Kaynaklarından Faydalanma Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri ve Düşünceleri

Araştırma kapsamında sorulan “*Atölye derslerinizde internet açık kaynaklarından fayda sağlıyor musunuz? Bu konu hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?*” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında;

Katılımcı 1, “*Evet. Yararlı buluyorum*” demiştir. İnternet açık kaynaklarının Grafik Anasanat atölye derslerinde kullanımının ders içeriklerine katkı sağladığı söylenebilmektedir.

Katılımcı 5, “*İnternet açık kaynaklarının kullanılması dersin amaç ve ilkelerine erişimde öğrenciye çok büyük fayda sağlamaktadır. Bununla beraber öğrenciye öncelikli olarak internetten yararlanırken aradığını en uygun bir biçimde bulabilme yollarını ve zaman yönetimini de öğretmenin gereğine inanmaktayım*” diyerek; geniş ve kapsamlı bir içeriğe sahip olan dijital veri kaynaklarının, özellikle fayda sağlamaya yönelik niteliği bakımından doğru bir biçimde değerlendirilebilmesi adına öğrenciye rehberlik edilmesi gerekliliğine değinmiştir. Ayrıca, atölye derslerine büyük oranda katkı sağladığını da belirterek olumlu görüş beyan etmiştir.

Katılımcı 8, “*Evet, ağırlıkla kuramsal bakımdan faydalaniyorum. Özellikle paylaşımda olan görsel katalogların daha da arttırılması gereğini düşünüyorum*” görüşünde bulunmuştur. Uzman görüşü, görsel veri çeşitliliğinden çok kuramsal bilgi ve kaynaklara ulaşım bakımından faydalanmanın yanında; günümüzde artan sanal ortamda sergilenen / yayınlanan eserlerin yer aldığı katalogların yaygınlaşması gerekliliğini de dile getirmiştir.

Katılımcı 9, “*Evet, atölye derslerimde internet açık kaynakları fayda sağlamaktadır. Bu durumu, gençlerin istediği ve ihtiyaç duyduğu veriye ulaşabilmesi demek olarak görüyorum*” görüşünü beyan etmiştir. Bu beyan göstermektedir ki, enformasyon çağı üzerinden teknolojik imkanların getirdiği bilgiye ulaşılabilirliğin kolaylaşması ve yaygınlaşması, atölye derslerine olumlu katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, teknolojinin getirdiği imkanlar, bilgiye ulaşılabilirliği rahat ve kolay kılmanın yanında, eğitim sisteminin içerisindeki öğrencinin istek ve ihtiyaçlarına da olumlu dönütler sağlamaktadır.

Katılımcı 14, “Atölye derslerimde internetten yalnızca örnek çalışmalar göstermek için ve tasarım için gerekli görsel dosyaları indirmek için faydalanmaktayım. Onun dışında herhangi bir amaç için interneti kullanmıyorum. Öğrencilerimin de internette yer alan bazı hazır kalıp tasarımları indirip kullanmasını engellemek adına bunu yapıyorum. Bazen hazır işler gelebiliyor. Atölye dersleri esnasında yalnızca örnek çalışmalar ve gerekli görsel materyaller için internet kullanımının gerekli olduğunu düşünüyorum. Ek olarak kişisel gelişim için interneti çok sık kullanmaktayım. Derslerimde çok yer vermemekteyim. Öğrencinin ihtiyacı olan tüm program bilgilerinin yeterliğine sahibim” demiştir. Uzman görüşü, ders içerisinde kendi inisiyatifi ve kontrolü dahilinde, derse katkı sağlayacak şekilde internet açık kaynaklarından faydalandığını beyan etmiştir. Kendi kişisel gelişimi üzerinden teknolojik gelişimin bir ögesi olarak açık kaynakların derse dolaylı olarak fayda sağladığı söylenebilir.

4.3.7. Atölye Derslerinde Behance, LinkedIn, Instagram Gibi Sosyal Medya Uygulamalarını Öğrencilere İçerik Oluşturma ve Güncel Tasarımcıları Takip Etme Adına Fayda Durumuna Yönelik Uzman Görüşleri

Araştırma kapsamında sorulan “Atölye derslerinizde Behance, LinkedIn, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarını hem öğrencilerin içerik oluşturması hem de güncel tasarımcıları takip edebilmek adına faydalı buluyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında;

Katılımcı 1, “Bazen kafa karıştırıcı olabiliyor ve görsel kirlilik yaratabiliyor” diyerek kısmen bir faydalanma durumu olduğunu ve öğrencinin özgünlüğü üzerinde olumsuz bir etkiye yol açabileceği kaygısını vurgulamıştır.

Katılımcı 5, “Kesinlikle faydalı buluyorum ve ancak böylelikle kaliteye erişilebileceğine inanmaktayım” demiştir. Uzman görüşüne göre, sosyal medya uygulamalarındaki görsel veriler ve çeşitli tasarım - tasarımcılara ulaşım imkanı atölye derslerine oldukça fayda sağlamakta ve öğretim sürecinin kalitesini de artırmaktadır.

Katılımcı 8, “Evet” beyanı ile sosyal medya uygulamalarının atölye ders içerisine katkı sağladığını ifade etmiştir.

Katılımcı 9, “Gençler için bu durum kesinlikle faydalı bir durumu oluşturmaktadır” demiştir. Bu ifade ile dersi veren öğretim elemanı, Behance, LinkedIn, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarının öğrencilerin içerik oluşturma

ve güncel tasarımcıları takip etme adına fayda sağladığını, olumlu görüş beyan ederek dile getirmiştir.

Katılımcı 14, *“Tabi ki. Bu tarz sosyal hesapları takip ederek dünyaca ünlü dijital sanatçıların eserlerini gözlemleyebiliyorlar. Aynı zamanda ünlü olmayan fakat çok başarılı olan sanatçı eserlerine de erişim imkanı elde edebiliyor öğrenciler. Bu açıdan çok faydalı olduğunu düşünüyorum. Son zamanlarda internetin yaygınlaşması ile birçok dijital sanat anlayışı iç içe geçmiş bulunmakta. Farklı kültürlerden sanatçılar kendilerine has üslupları ile birçok eserini bu sosyal platformlarda sergilemekteler. Öğrencileri motive etmesi ve farklı üsluplar ile buluşturması açısından faydalı bulunduğumu belirtmek isterim. Ayrıca hiçbir tasarım monoton hali ile kalmıyor. Sürekli bir yeni arayış içerisinde olan bu mecraları kullanan sanatçılar ürettikleri yeni eserlerle çoğu bireye ilham kaynağı oluyor. Ölçülü ve amaca yönelik sosyal platformların kullanılmasının bireye fayda sağlayacağı görüşümdedir”* diyerek olumlu görüş beyan etmiştir. Uzman görüşüne bakıldığında, enformasyon çağının getirdiği teknolojik imkanların sağladığı sanal sergiler ve müzelerin yanında, Behance, Drippel gibi siteler tasarım öğrencilerinin ve tasarımcıların portfolyolarına ulaşım imkanı sağladığı anlaşılmaktadır. Ayrıca günümüzde Instagram profilleri de sanatçı ve tasarımcılar adına çalışmalarını sergileme imkanı sunduğu bilinmektedir. Bu imkanlar ile birlikte dijital portfolyo oluşturma olgusu, kendilerini geliştirme ve iş imkanlarının oluşumu açısından da geniş bir yelpaze sunabilmektedir. Öğrencilerin sanal dünya içerisinde evrensel varoluşlarını sürdürme olanağı elde etmelerinin de ayrıca bir motivasyon kaynağı oluşturduğu görülmektedir.

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde tezin kapsamı, kuramsal çerçeve ile elde edilen bilgiler ile desteklenen bulgular üzerinden tartışılarak ilişkisel bağı kurulmaktadır. Bulgular bölümünde anket ve görüşme formundan elde edilen veriler üzerinden tartışılacak konular; sunulacak öneriler ile desteklenmektedir. Elde edilen bulgular ile ilgili analiz ve ilişkiler yukarıda açıklanmıştır.

5.1. Tartışma ve Sonuç

Teknolojik dönüşüm süreci, tüm dünyayı ve disiplinleri etkileyen yapıyla kabul görmektedir; bu bağlamda, teknolojiye uyum sağlama da tüm alanlar bazında önemli bir yer edinmektedir. Sanat ve tasarım disiplinlerinin, bu açıdan bakıldığında,

bilgisayar teknolojilerinin ilk ortaya çıkışı itibariyle teknolojik imkanlardan faydalandıkları çalışma kapsamında araştırılan veriler sonucu görülmektedir.

Küreselleşen toplum anlayışının benimsendiği çağımızda, paradigmasal değişimlerin / paradigma kaymalarının etkisinde tüketim kültürünün şekillendiği görülmekte; bu düzlemde incelendiğinde teknoloji ekseninde toplumsal ve kültürel dönüşümlerin gerçekleşmesine de yol açtığı / katkı sağladığı söylenebilmektedir.

Modernizmden Postmodernizme geçiş sürecinde sanat ve tasarıma yönelik bir çok ifadenin yıkımı, sanat ve tasarım alanında genişlemelere de yol açmıştır. Sanatın bir ifade biçimi olmasının yanında popüler kültürün etkisinde kalarak izleyiciyi de içine alan bir anlama bürünmesi, neyin sanat olduğunu neyin sanat olmadığını tartışmalarına yol açmıştır. Bu tartışmaların doğrultusunda modern estetik izlenimleri ile postmodern estetik duyumunun arasındaki ayrım ortaya çıkmıştır. Bu ayrımın sonucu, günümüzde teknoloji destekli sanat ve tasarım uygulamalarının oluşumu desteklenmiştir. Ayrıca, sanatta gerçekleşen dijitalleşme ve tasarım çalışmalarının özgülleşmesi de sanat ve tasarım arasındaki ayrımın kayganlaşmasına yol açmıştır. Bir tasarımcı özgün bir çalışma ile galerilerde yer alabilmekteyken, bir sanatçı da teknoloji destekli üretimlerden faydalanarak eserlerini gerçekleştirebilmektedir. Yeni medya sanatı, NFT örnekleri, AG gibi uygulamaların günümüzde yaygın varoluşu bu savı desteklemektedir.

Estetiğin bağlamının postmodern paradigma sürecinde değişimi, sanat ve tasarıma yansımaları bakımından irdelendiğinde, eserin izleniminden ve imgeleminden çok anlamın üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu da çağdaş estetik anlayışlarının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Yeni estetik görüşlerde, estetiğin tüketim toplumu üzerinden sosyolojik ve kültürel bir takım değişim ve dönüşümlerin etkisini izlemleyebilmekteyiz. Postmodern bireyler tarafından nesnelere biçilen değer ve yüklenen anlamlar, bu şekillenmede önemli bir yer edinmektedir.

Tüm bunlar ele alındığında; küreselleşen toplumda tüm disiplin ve alanlar için, teknolojik gelişmelerden kopuk kalmak pek mümkün görülmemektedir. Tüm dünyayı içine alan bu teknolojik dönüşüm süreci, kaçınılması zor olan yönüyle nesil gençleştikçe uyumunu daha kolaylaştırmakta ve hızla hayatın içerisine entegre olmaktadır. Günlük yaşamı kolaylaştırması ve insan yaşamındaki bir çok eylemi pratikleştirmesi teknolojik çözüm yollarını cazip kılmaktadır.

Sanat ve tasarımda teknolojik dönüşümün izleri rahatlıkla görülmektedir. Birey, toplumların oluşumundan itibaren iletişime açık ve yatkın hale gelmiştir. Bu da iletişim temelli yaşam koşullarının temellerini oluşturmaktadır. İnsanın doğası gereği etkileşimde bulunmaya eğilimli olması, disiplinlerin bu psikolojik faktörlerden faydalanmasına yol açmıştır. Sanat ve tasarım sürecinde kullanılan Etkileşimli ürünler, Sanal gerçeklik deneyimleri ve Artırılmış gerçeklik uygulamaları bu sebeple insanlar tarafından daha çok ilgi çekmekte, estetik algılarına daha etkili hitap etmekte olduğu görülmektedir. Yine günümüz teknolojik sürecin en tartışmalı ve en sansasyonel boyutu olan Yapay zeka teknolojilerinin Sanat ve tasarımı etkileyen yönleri ile incelendiğinde oldukça ilgi gördüğü ortaya konmaktadır. Yeni medya sanatı da ana sanat akım içerisinde oldukça ilgi görmekte ve izleyiciyi etkilemektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, günümüz teknolojik dönüşüm sürecinin getirdiği uygulamalar ve yeni anlayışlar, sanat ve tasarımın içerisinde yer edinmekle birlikte, izleyici tarafından oldukça rağbet de görmektedir.

Kuramsal çerçevede yapılan incelemeler doğrultusunda Grafik Tasarımı Anasanat dalına yansımalarına uzman görüşü doğrultusunda bakılmış; tüketim alışkanlıkları ve teknolojik dönüşüme uyum bakımından hazırlanmış sorular ile uygulanmış anket çalışması sonucu:

- Çalışmada elde edilen verilere göre öğretim elemanlarının deneyim ve yaş faktörlerinin bilgisayar destekli programların kullanımında fark yaratmadığı görülmüştür.
- Çalışmada elde edilen verilere göre öğretim elemanlarından Dr. Öğr. Üyelerinin tablet kullanımında diğer unvanlara göre daha aktif olduğu görülmüştür.
- Çalışma kapsamında 25 katılımcının 13'ü Grafik Anasanat atölye dersleri için oluşturulan ders içeriklerini yeterli bulurken; 12'si yetersiz bulmaktadır.
- Çalışmada elde edilen verilere göre, 25 katılımcıdan sadece 4 katılımcı Grafik Anasanat Atölye derslerini yürütbilmek adına atölyenin materyal kapasitesini yeterli bulmaktadır.
- Çalışmada elde edilen verilere göre yurtdışı deneyimi olan öğretim elemanlarının ders için kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından büyük oranda faydalandıkları görülmüştür.

- Çalışmada elde edilen verilerde çalışmaya katılan öğretim elemanlarının program becerileri ile yaş ve unvanları arasında bir bağlantı kurulmadığı görülmüştür. Bu da Grafik Ana sanat atölye dersi veren öğretim elemanlarının yaş ve unvan fark etmeksizin kendi talepleri ve istekleri doğrultusunda kullandıkları programlar üzerinden derslerini sürdürdüklerini ortaya koymaktadır.
- Çalışmada elde edilen verilere göre, yurtdışı deneyimi olan öğretim elemanlarının alternatif program kullanımlarında daha aktif oldukları tespit edilmiştir.
- Çalışmada elde edilen verilere göre; Grafik Atölye derslerinde tablet kullanımı 31 -50 yaş aralığında daha yoğun bir rol oynamakla birlikte, genel katılımcılar arasında çoğunlukla aktif olarak kullanıldığı görülmüştür.
- Çalışma kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda; katılımcıların bir kısmının Udemy, Khan Academy ve Youtube gibi uygulamalardan derse katkı sağlamak için ders faydalandıkları fakat yoğunlukla bu platformların tercih edilmedikleri görülmüştür.
- Çalışmaya göre katılımcılardan ajans deneyimi bulunanların içerisinde çoğunluğu 5 yıl ve altı kadar bir süre bu deneyimi sürdürmüştür.
- Çalışmada elde edilen verilere göre; Sosyal medya uygulamalarından faydalanan öğretim elemanları çoğunlukla başta Pinterest olmak üzere Instagram ve Behance uygulamalarından faydalandıkları görülmüştür. Sosyal medya uygulamalarından en çok yaş aralığı 31 -40 arasında olan öğretim elemanları faydalanmaktadır. Ayrıca Unvan bazında en çok Dr. Öğr. Üyelerinin Sosyal medya platformlarından faydalandıkları da görülmüştür.
- Çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcıların %84'ünün Yapay Zeka teknolojileri üzerine etkinlik ve araştırmalar yapmadığı tespit edilmiştir.
- Çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcıların %92'sinin Artırılmış Gerçeklik (AG) üzerine tasarımları üzerinden etkinlik ve araştırma yapmadığı tespit edilmiştir.
- Çalışmada elde edilen verilere göre; katılımcıların %80'inin Yeni Medya üzerine çalışma yaptıkları görülmüştür.

- Çalışmada elde edilen verilere göre 10 yıl ve altı deneyim sahibi katılımcıların dijital eğitim platformlarından, sosyal medya uygulamalarından ve internet kaynaklarından daha çok faydalandıkları görülmüştür.
- Çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda 21 -30 yaş aralığındaki katılımcıların hepsinin, 31 -40 yaş aralığındaki katılımcıların akıllı telefon ve bilgisayar kullanımının ise yoğunlukta olduğu görülmüştür. 51 -60 yaşındaki katılımcıların ise yine yoğunlukla akıllı telefon kullanımı olduğu görülmüştür.
- Çalışmada elde edilen verilere bakıldığında; ankete katılan öğretim elemanlarından Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi kurumlarında teknolojik materyal kapasitesinin hiç yeterli bulunmadığı görülmüştür.
- Çalışmada elde edilen verilere göre; tüm bölgelerde grafik tablet kullanımı kullanılmaktayken, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde hiç kullanılmadığı görülmüştür.

Araştırma kapsamında uygulanan Görüşme Formuna göre;

- Uç noktalarda cevap veren katılımcıların teknoloji kapsamında kullanılan uygulamaların faydalı olduğunu düşünmektedir. Bununla birlikte katılımcılardan hareketli medya uygulamaları kullanmayanlar, bilgisayar donanım yetersizliği ve program becerilerinin eksik kalması sebebiyle tercih etmediği görüşlerini bildirmektedirler. Uygulamadan faydalanan katılımcılar ise hem program becerilerine sahip olmakta hem de uygulamanın öğrencilere bir şekilde gösterilip öğretilmesinin gerekli olduğunu düşünmektedirler.
- Katılımcılardan sosyal medya uygulamalarını kullanmayanların, kopya ve tekrara fırsat verilmemesi için sınırlı kullanımı tercih ettikleri görülmüştür. Sosyal medya üzerinden örnek kullanmak yerine kendileri örnek vermeyi tercih ettikleri de belirtilmiştir. Sosyal medyayı tercih edenler, özgünlük ve yaratıcılık geliştirmek amaçlı bol örnek görmenin faydası olduğunu düşünmektedirler.
- Etkileşimli Tasarım, Artırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi teknoloji uygulamalarını ders içerisinde tercih etmeyen katılımcılar, bunu ders içeriğinin yetersizliği ile ilişkilendirmektedir. Kullanmayı tercih eden katılımcılar ise derse önemli katkı sağladığını düşünmektedirler.

- Tablet kullanımını genel olarak katılımcılar tarafından faydalı görülmektedir. Bunun teknolojik süreç dışında gelenekseli teknolojiye aktarabilme olanağı ile de ilişkilendirmektedirler.
- İnternet kaynaklarından genel olarak faydalanılmakta; bunu tercih edenlerin faydalı buldukları fakat görsel kirliliklerden arındırılması gerektiğini düşünen katılımcılar da bulunmaktadır.

5.2. Öneriler

Sanat ve tasarımda gerçekleşen dijital dönüşüm, üretim ve yaratım sürecine dahil edilmesi bakımında yaygınlaştırılmalı ve desteklenmelidir. Çağdaş işlerin ve üretimin bu denli popüler olduğu günümüzde, galeriler artık izleyicinin de katkısıyla çağdaş sanat ve tasarıma yönelik işlere olan yönelimlerini arttırmaktadır. Refik Anadol'un İstanbul sergisinde popülerizmin de etkisiyle günlerce talep oluşmuş; galeriler hiç olmadığı kadar rağbet görmüştür. Bunda teknolojik enformasyon ile artan paylaşım ve etkileşim dürtülerinin de etkisi bulunmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında, sanatçı ve tasarımcının daha çok üretimine destek olmak amacıyla, popülerimin etkisinden faydalanmanın katkısı olacağı düşünülmektedir. Sosyal medya platformlarının özellikle sanatçı ve tasarımcıya olan katkısı oldukça etkili görülmektedir. Bunun yaygınlaşması adına özerk bir uygulama ve uygulama içi satın alma işlemleri ile üretime destek organizasyonlar çoğaltılmalıdır.

Sanat ve tasarım eğitimine destek olan uygulamaların ve programların (Adobe Creative Cloud gibi), uygulama içi satın alma durumu eğitim sürecinde farklı yönelimlere yol açmaktadır. Bu sebeple, eğitim sürecinde ve sonrasında sanat ve tasarıma katkı sağlanabilmesi adına, teknoloji destekli uygulamalara ödeme destekleri ya da ücretsiz çözümler sunulabilir.

Aynı şekilde, sanat ve tasarıma yönelik tüm kurum ve kuruluşlarda Behance gibi portfolyo oluşturma uygulamalarının yaygınlaşması ve desteklenmesi faydalı olacaktır. Bunun için kurum için bilgilendirmeler yapılması önerilebilmektedir.

Sanat ve tasarıma oldukça katkı sağlayan teknolojik dönüşüm sürecinde; teknolojinin getirdiği uygulamalar, platformlar ve sosyal medya ortamlarından faydalanmanın büyük oranda yaratım sürecine ve eğitim çıktılarına fayda sağladığı düşünülmektedir. Bu bağlamda Grafik Anasanat atölye ders içeriklerinde bu uygulama, platform ve ortamlardan faydalanmanın da yararlı olacağı görüşüyle, ders

sürecine dahil edilmesi gerektiği görülmektedir. Bunun için ders içeriklerinin güncellenebilmesinin önemli olduğu öngörülmektedir. Bunun dışında, teknolojik yetisi bakımından gelişim sağlayabilmek adına hizmet içi eğitim kapsamında öğretim elemanlarına destek verilmesi de önerilmektedir. Bunların yanında, Grafik Anasanat Atölye eğitimi veren kurumlar, disiplinlerarası bir yaklaşımda Mühendislik Fakülteleri ile ilişki içerisinde teknolojik dönüşüme ait artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, yapay zeka gibi uygulamalar ile ilgili eğitim sürecine dahil edilebilecek süreçte etkileşim içerisinde olabilirler.

Genel anlamda, grafik anasanat atölye derslerinde bu uygulamaların gerçekleştirilmesi adına bulunulan girişimler kapsamında, ders saatlerinin artırılması, ek uygulama dersleri de dahil edilebilmelidir. Eğitimci yetiştirme girişimiyle ders saatlerinin azaltılması, teknolojik dönüşüme ihtiyacı olan bireyler yetiştirilmesi anlamında sürece ve çıktıya katkı sağlamamakla birlikte; eğitim sürecinde de bu bağlamda eksiklikler oluşmasına yol açmaktadır. Bu sebeple, ders saatlerinin geliştirilmesi ve içeriklere bu uygulamaların dahil edilmesinin katkı sağlayacağı düşünülmekte ve geliştirilmesi önerilmektedir. Ayrıca, Grafik Anasanat atölye derslerini yürütebilmek adına atölyelerin materyal kapasitelerinin artırılması önerilmektedir.

Sanat sergi ve müzelerin yaygınlaştığı günümüzde, sanat ve tasarım eğitimi alan ve mezun kişilerim bunlara ulaşım sağlayabilmesi adına bir uygulama, platform ya da haber verme aracının oluşturulması, sürece katkı sağlaması açısından faydalı olacaktır. Bununla birlikte, yine üretim yapan sanat ve tasarım öğrenci ve mezunlarının bu sergilere katılım sağlayabilmesi ve dahil olabilmesi adına destekleyici çözüm ve öneriler oluşturulabilir, bunun için en uygun ortamın sosyal medya olduğu görüşü ortaya konmaktadır.

Aynı zamanda grafik anasanat atölye dersi verilen kurumların, teknolojik altyapı bakımından zenginleştirilerek internete erişim, programları uygun bilgisayarlarda kullanım gibi olanaklara sahip olması çıktıların sürece sağlayacağı katkı bakımından önemli görülmektedir. Bunların dışında, sanat ve tasarım eğitimi veren tüm kurumlarda grafik tablet kullanımının yaygınlaşması adına tablet kullanımı için özel alan ve atölyelerin kurulması çağdaş sanat ve tasarım alanında üretim adına oldukça faydalı olacaktır.

Sanat ve tasarım eğitimi veren kurumlarda teknolojik dönüşüme uyum sağlanabilmesi adına uygulanabilecek bu öneriler, tezin kapsamında elde edilen araştırma ve bulgular sonucu ortaya konulmuştur.

KAYNAKÇA

- Acar, A. (2012). *Estetik, Marksçı Estetik, Toplumsal Gerçekçilik*. İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Adorno, T. W. (2014) *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, T. W. (2007). *Kültür Endüstrisi*, İletişim Yayınları, İstanbul
- Adorno, T. (1997). *Aesthetic Theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1994). *Popüler Kültür Ve İletişim*, Ankara: Ümit Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P . (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P . (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Leonard, N. (2015). *da İçin Araştırma*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. Ve Harris, P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Anamedblog (2018). *Edmond Belamy'nin Portresi* [Şekil]. Erişim Adresi: <https://anamedblog.com/post/181451706493/yapay-zeka-ve-sanat-edmond-belamynin-portresi>
- Armstrong, H . (2012). *Grafik Tasarım Kuramı*. İstanbul: Espas Yayınları.
- Artoftitle (2017). *Dark Opening Scene, Danny Younth*, [Şekil]. Erişim Adresi: <https://www.artofthetitle.com/title/dark/>
- Artut, S. (2019). Yapay Zekâ Olgusunun Güncel Sanat Çalışmalarındaki Açılımları, *İnsan ve İnsan* , 6 (22) , 767 -783
- Artsy (2021). *Baloon Dog Porselen Heykel Satış Serisi* [Şekil]. Erişim Adresi: <https://www.artsy.net/artwork/jeff-koons-balloon-dog-blue-2021>
- Azuma, R. T. 2001, "Augmented Reality: Approaches and Technical Challenges", Ed. Woodrow Barfield and
- Azuma, R. T. (1997). *A survey of augmented reality. Presence*, 6(4), 355 -385. Billinghamurst,
- Benedek, A. ve Molnár, G. , (2014), *ICT in Education: A New Paradigm and Old Obstacle*. In: Leist, Arno – Pankowski, Tadeusz (eds.): ICCGI 2014: The Ninth International Multi -Conference on Computing in the Global Information Technology. Sevilla, IARIA. 54–60.
- Benjamin, W. , (1995), "Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı", *Pasajlar*. Çev: Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.
- Bogacs, H.(2011). Art -based Research in New Media Art: On the Covergence of Art Practice, *Scientific Inquiry and Technological Innovation*: VDM Verlag.
- Boydaş, O ve Gümüş, K. (2021)."Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Eğitimdeki Yerinin İncelenmesi." *Journal of International Social Research* 14.76.
- Christies, *Edmond Belamy'nin Portresi Detay* [Şekil]. Erişim Adresi: <https://www.christies.com/features/a-collaboration-between-two-artists-one-human-one-a-machine-9332-1.aspx>
- Cook, K. S., & Rice, E. (2003). Social exchange theory. In J. Delamater (Ed.), *Handbook of social psychology* (pp. 53–76). Kluwer Academic /Plenum Publishers.
- Corrigan, P. (1997), *The Sociology of Comsumption: An Introduction*. Lon - don:

Sage.

Cropanzano, R. and M. S. Mitchell (2005), "Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review", *Journal of Management*, 31; 874 -900.

Çokokumuş, B. (2012). Dijital Ortamda Kültür ve Sanat, *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*. (01 /03. 51 -66)

Dağtaş, B. (2008). *Reklam Kültür Toplum*, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Delamater, J. (Ed.). (2003). Handbook of social psychology. Kluwer Academic /Plenum Publishers.

Denizcemöndüğü (2014). *Deniz Cem Öndüğü - History of PhilosophyI* [Şekil]. Erişim Adresi: <https://www.denizcemonduygu.com/portfolio/the-history-of-philosophy/>

Dewey, J. (1980) *Democracy and Education. Middle Works*, Vol. 9, Southern Illinois University Press.

Diaz Ruiz, C. A. (2012), "Theories of Markets: Insights from Marketing and the Sociology of Markets", *The Marketing Review*, 12(1), 61 - 77.

Dobers, P. And Strannegard, L. (2005). "Design, Lifestyles And Sustainability. Aesthetic Consumption In A World Of Abundance", *Business Strategy And The Environment*, 14, Pp.324–336.

Douglas, M. and B. Isherwood (1999), *Tüketim Antropolojisi* (Çev. Erden Atilla Aytekin) Ankara: Dost Kitabevi.

Dresler, D. and G. Steiner (1970), *Human Sociology* (2nd Ed) New York.

Duncum, P. (2007). "Aesthetics, Popular Visual Culture, And Designer Capitalism", *Journal Of Art And Design Education*, V.26, I.3, Pp.285–295.

Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm Ve Tüketim Kültürü*. (Çev.), Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Firat, A. F., & Shultz, C. J. (2001). Preliminary Metric Investigations into the Nature of the "Postmodern Consumer." *Marketing Letters*, 12(2), 189–203. <http://www.jstor.org/stable/40216597>

Fligstein, N. and L. Dauter (2006), "The Sociology of Markets", *Annual Review of Sociology*. (<http://www.irl.berkeley.edu/workingpa-pers/145-07.pdf>)

G. R. Nair, S. Sebastian, (2017). "Blockchain Technology Centralised Ledger to Distributes Ledger", *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 4(3), 2823 -2827.

Gere, C. , (2006), *Art, Time and Technology*, Bloomsbury: Berg Publishers. Gonzalez -Franco,

Girvan, C. (2018) "What is a Virtual World? Definition and Classification", *Education Tech Research Development*, c.66. s.1087–1100.

Gotthardt, A. (2019) "Yoko Ono's 5 Most Iconic Works," Artsy. (<https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-yoko-onos-5-iconic-works>).

Gök, K. (2016). Fotoğrafın Bulunuşu Ve Sonrasında Oluşan Teknik Gelişmeler . *Yıldız Journal of Art and Design* , 3 (1) , 43 -66 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yjad/issue/23858/254135>

Haug, W., F. (2008). *Meta Estetiğinin Eleştirisi: Eleştirel Toplum Kuramı Üzerine İncelemeler*. (1. Baskı). Çev. Metin Toprak. İstanbul: FelsefeLogos Yayınları.

Hegel, G. W. F. (2019). *Estetik, Güzel Sanatlar Üzerine Dersler*, çev. Taylan Altuğ, Hakkı Hünler, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

Hirschman, E.C. (1983). Aesthetics, Ideologies And The Limits Of The Marketing Concept. *Journal Of Marketing*", Vol: 47 No: 3, 45 -55.

Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101. <https://>

/doi.org /10.1177 /002224298204600314

Jameson, F. (1984). *Postmodernism And The Consumer Society*, Londra: Pluto Press.

Jeffkoons (1994 -2000). *Baloon Dog (Blue)* [Şekil]. Erişim Adresi: [http: / /www.jeffkoons.com /artwork /celebration /balloon -dog -0](http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-dog-0)

Kılınç. L. (2003). Görüntü Estetiği, İnkılâp Kitabevi Yayınları, İstanbul.

Kuzu, E. ve Kaptan, A.Y. (2021) “Bir Tüketim Nesnesi Olarak Sanat Ve Tasarımda Değişen Paradigmalar”. *Tojdac*.11 (2). 476 -489.

Kuzu, E. ve Kaptan, A.Y. (2021) “Enformasyon Çağında Yeni Medya Ve Sosyolojik Bağlamda Görsel Sanatlara Etkisi”. *Aart*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

M. G. Franco ve Lanier, J. , (2017), “Model of Illusions and Virtual Reality” *Frontiers in Psychology*, 8:1125. [https: / /doi.org /10.3389 /fpsyg.2017.01125](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01125)

Mccracken, G. (1988). *Culture And Consumption, New Approaches To The Symbolic Character Of Consumer Goods And Activities*, Bloomington: Indiana University Press.

Moma (1962). *Yoko Ono - Museum Of Modern (F)art* [Şekil]. Erişim Adresi: [https: / /www.moma.org /audio /playlist /15 /384](https://www.moma.org/audio/playlist/15/384)

Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim Kültürü Yeniden Toplumdan Tüketim Topluma*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Paul, M & Humphreys, L. (2006). *Digital Media (Transformations And Human Communication)*, Peter Lang Publisheng, New York.

Paul, C. (2003). “*Digital Art*”, London: Thames & Hudson Ltd.

Peter, J. P. and J. C. Olson (1987), *Consumer Behaviour Marketing Strategy Perspectives*, Richard Irwin, Inc.

Poghosyan, S. (2018). *Learning -Oriented Augmented Reality Technology*. *European Science Review*, 42 -46.

Ranciere, J . (2004). *Estetiğin Huzursuzluğu*. İstanbul: İletişim Yayınları .

Ritzer, G. (2001), *Explorations in the Sociology of Consumption*. - London: Sage Publications.

Schiffman L. G. and L. L. Kanuk (19977), *Consumer Behavior* (2nd Ed.) New Jersey: Prentice Hall.

Sherman, W. R., Craig, A. B. (2003). *Understanding Virtual Reality Interface, Application and Design*, San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers.

Skarstedt (1984). *Artık En Sevdiğin Kaybolma Numarası Olmayacağız*, Barbara Kruger [Şekil]. Erişim Adresi: [https: / /www.skarstedt.com /exhibitions /winter -group -show?view=slider#7](https://www.skarstedt.com/exhibitions/winter-group-show?view=slider#7)

Sorensen, V. (2016). The Contribution of The Artist to Scientific Visualization. [http: / /visualmusic.org /text /scivil.html](http://visualmusic.org/text/scivil.html) (20.06.2020).

Steffen, J. H., Gaskin, T. O., Meservy, J. L., Jenkins, I. W. (2019). Framework of Affordances for Virtual Reality and Augmented Reality, *Journal of Management Information Systems*. 36(3), s. 683–729.

Tokdil, E. (2018). “Yeni Medya, Temel Bileşenleri ve Sanatın Değişen Estetik Dili”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 2018 /47. 167 -190.

Topcu, E., Tokdil, E. ve Balkan, S. (2017). “Tüketici Toplum Üzerinde Bir İletişim Aracı Olarak Afiş Tasarımları ve Görsel İletinin İzleyici Bağlamında İncelenmesi” Ö. Tüfekçi (ed). *İletişimde Güncel Yaklaşımlar*. (s. 18) Mauritius: LAP Lambert Academic Publishing.

Tribe, M. (2005). *New Media Art*. London: Tauris,

Venkatesh, A. - Meamber, .L 2008. “The Aesthetics Of Consumption And The Consumer As An Aesthetic Subject”, *Consumption Markets & Culture*, V.11, No:1,

March, Pp.45–70.

Weill, A . (2012). *Grafik Tasarım* (4.Baskı) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Weibel, P.(2005). *Beyond art – a third culture*. Wien: Springer.

Wilson, S. (2002). *Information Arts*. Cambridge: The MIT Press.

Yadin, G. (2018). Virtual Reality Exceptionalism, *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*. 20(3), s. 839 -880

EKLER

Ek: 1 Doktora Tezi Anket Uygulaması

GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ GRAFİK ANASANAT ATÖLYE ÖĞRETİM ELEMANI ANKET FORMU

Bu anket formu, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Doktora Programı kapsamında yürütülen “Tüketim Estetiği ile Gelişen / Dönüşen Teknolojiler ve Grafik Tasarımı Anasanat Dalına Yansımaları” adlı tez için geliştirilmiştir. Araştırma kapsamında anket, bazı üniversitelerin Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat atölye dersinde eğitim veren öğretim elemanlarında uygulanacaktır. Araştırma, Güzel Sanatlar Eğitimi Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Dalında eğitim veren öğretim elemanlarının atölye derslerinde teknolojik oluşum sürecine yönelik veri toplamak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Araştırma için gerçekleştirilen bu anket, akademik yayın dışında hiçbir yerde kullanılmayacak, tüm veriler gizli tutulacak, sadece tez komitesi tarafından ulaşılabilecek ve veriler araştırmacının şifreli bilgisayarında gizli tutulacaktır.

Araştırmanın evrenini bazı üniversitelerin Güzel Sanatlar Eğitimi Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Dalı oluşturmaktadır. Atölye eğitimini veren öğretim elemanlarından uzman görüşü alınması için, içerik analizi yapılacak yapılandırılmış soru türlerinden oluşturulan anket aşağıdaki gibidir.

Anket 3 aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada Araştırma kapsamında görüşleri alınacak öğretim elemanlarının demografik bilgileri yer almaktadır. İkinci aşamada araştırmanın kapsamı çerçevesinde kişilerin mesleki durumlarına yönelik sorular bulunmaktadır. Üçüncü aşamada tez konusunun amacı kapsamında Bulgular bölümüne de katkı sağlayacak şekilde öğretim elemanlarının tüketim alışkanlıkları ve teknoloji ile ilişkileri üzerine hazırlanmış sorular yer almaktadır. Ölçeğin sonunda bulunan açık uçlu soruya öneri ve görüşlerinizi yazabilirsiniz.

Araştırmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır. Kararınızı değiştirebilir, görüşmenin herhangi bir aşamasında çekilebilir, istemediğiniz sorulara cevap vermeyebilirsiniz. Araştırmaya katılmama tercihiniz ya da çekilme kararınız kimseyle paylaşılmayacaktır.

Araştırmaya katılımınız ile eğitim sürecine sağlayacağınız katkılardan dolayı teşekkür ediyorum.

*Ekin Su KUZU, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim - İş Öğretmenliği Doktora Programı Öğrencisi.
İletişim:*

A. Demografik Özellikler:

1. Dersi veren Öğretim elemanının Yaş Aralığı:
 - 21 -31
 - 31 -40
 - 41 -50
 - 51 - 60
 - 60 ve üzeri

2. Öğretim elemanının Cinsiyeti:
 - Kadın
 - Erkek

B. Mesleki Özellikler:

3. Öğretim elemanının Çalıştığı Kurum:
.....

4. Dersi veren Öğretim elemanının Unvanı:
 - Profesör
 - Doçent
 - Dr. Öğr. Üyesi
 - Öğr. Gör. Dr.
 - Öğr. Gör.
 - Arş. Gör. Dr.

5. Öğretim elemanının Akademik Kurumlardaki İş Deneyimi:
 - 5 yıl ve altı

- 6 -10 yıl
- 11 -15 yıl
- 16 -20 yıl
- 20 yıl ve üzeri

Öğretim elemanının varsa Sektör ile İlgili Kurumlardaki İş Deneyimi :

6. Grafik Tasarım Ajansları veya Şirketlerin Tasarım Departmanı:

- 5 yıl ve altı
- 6 -10 yıl
- 11 -15 yıl
- 16 -20 yıl
- 20 yıl ve üzeri

7. Öğretim elemanının (Varsa) Yurtdışı Deneyimi

- Çalışma amaçlı
- Erasmus vb. Değişim Programı
- Staj Hareketliliği
- Eğitim amaçlı

8. Öğretim elemanının Mevcut Kurumunda Çalıştığı Süre:

- 5 yıl ve altı
- 6 -10 yıl
- 11 -15 yıl
- 16 -20 yıl
- 20 yıl ve üzeri

9. Öğretim elemanı Kaç Yıldır Grafik Anasanat Atölye Derslerini Vermektedir?

- 5 yıl ve altı
- 6 -10 yıl
- 11 -15 yıl
- 16 -20 yıl
- 20 yıl ve üzeri

10. Öğretim elemanının Grafik Atölye Eğitimini Verdiği Sınıfın Derecesi:

- 2.sınıf
- 3.sınıf
- 4.sınıf

C. Tüketim Alışkanlıkları ve Teknoloji İlişkisi

11. Dersi veren Öğretim elemanı ortalama günde kaç saat Aktif Bilgisayar kullanmaktadır

- 3 saat ve altı
- 4 -6 saat
- 7 -9 saat
- 10 saat ve üzeri

12. Öğretim elemanı ortalama günde kaç saat Akıllı Telefon kullanıyor

- 3 saat ve altı
- 4 -6 saat
- 7 -9 saat
- 10 saat ve üzeri

13. Öğretim elemanının kişisel kullanımındaki bilgisayarının işletim sistemi modeli:

- MacOS
- Windows
- Diğer..

14. Öğretim elemanı kişisel kullanımında yardımcı çizim araçlarını (tablet, ipad vb.) kullanıyor mu? Varsa yazınız.

- Evet.....
- Hayır

Grafik Anasanat Atölye derslerine ilişkin teknoloji kullanımı:

15. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde Sosyal Medya uygulamalarından faydalanıyor mu?

- Evet

- Hayır

16. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde Sosyal Medya uygulamalardan hangilerinden faydalanmaktadır?(birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- Pinterest
- Instagram
- Behance
- Diğer....

17. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde kaynak oluşturmada dijital eğitim platformlarından faydalıyor mu?

- Evet
- Hayır

18. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde aşağıdaki uygulamalardan hangisini /hangilerini ders kaynağına katkı sağlamak amacıyla kullanmaktadır?

- Udemy
- Khan Academy
- Yök Açık Ders Platformu
- Diğer...

19. Öğretim elemanı Grafik Tasarım Ana Sanat Atölye Dersleri için atölyenin teknolojik materyal kapasitesini (bilgisayar, tablet vb araçlar) yeterli düzeyde buluyor mu?

- Evet
- Hayır

20. Öğretim elemanı Grafik Tasarım Ana Sanat Atölye Dersleri için oluşturulan ders içeriğini dersleri yürütemek adına yeterli düzeyde buluyor mu?

- Evet
- Hayır

21. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde Bilgisayar Destekli Tasarım uygulamalarından hangilerini aktif olarak göstermektedir? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)
- Adobe Illustrator
 - Adobe Photoshop
 - Adobe Indesign
 - Adobe After Effect
22. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde yukarıda belirtilen Bilgisayar Destekli Tasarım programlarının yanında (varsa) hangi programları göstermektedir? (birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)
- 3DS Max
 - Adobe Premier
 - Adobe Dreamwear
 - Adobe Flash Player
 - Diğer.....
23. Öğretim elemanı (varsa) Bilgisayar Destekli programlar için yardımcı çizim araçlarından hangilerini aktif olarak kullanmaktadır?
- Grafik Tablet (wacom vb.)
 - İpad
 - Diğer...
24. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde yeni teknoloji uygulamalarından Etkileşimli Tasarım çalışmaları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapıyor mu?
- Evet
 - Hayır
25. Öğretim elemanı Yeni Teknoloji uygulamalarından Arttırılmış Gerçeklik (AG) üzerine tasarımları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapıyor mu?
- Evet
 - Hayır

26. Öğretim elemanı Grafik Atölye derslerinde Yapay Zeka teknolojilerinin Tasarıma yansımaları üzerinden etkinlik ve araştırmalar yapıyor mu?

- Evet
- Hayır

27. Öğretim elemanı yukarıda belirtilen uygulamalar dışında farklı teknoloji uygulamalarını kullanıyor mu? Varsa yazınız.

- Evet.....
- Hayır

28. Öğretim elemanının varsa görüş ve önerileri.

.....

Ek: 2 Doktora Tezi Görüşme Formu

GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ GRAFİK ANASANAT ATÖLYE ÖĞRETİM ELEMANI GÖRÜŞME FORMU

Bu görüşme formu, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Doktora Programı kapsamında yürütülen “Tüketim Estetiği ile Gelişen / Dönüşen Teknolojiler ve Grafik Tasarımı Anasanat Dalına Yansımaları” adlı tez için geliştirilmiştir. Araştırma kapsamında, Üniversitelerin Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Atölye dersinde eğitim veren Öğretim elemanlarına uygulanacaktır. Araştırma, Güzel Sanatlar Eğitimi Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Dalında eğitim veren Öğretim elemanlarının atölye derslerinde teknolojik oluşum sürecine yönelik görüş amacıyla gerçekleştirilmektedir. Araştırma için gerçekleştirilen bu görüşme formu, akademik yayın dışında hiçbir yerde kullanılmayacak, tüm veriler gizli tutulacak, sadece tez komitesi tarafından ulaşılabilecek ve veriler araştırmacının şifreli bilgisayarında gizli tutulacaktır.

Araştırmanın evrenini Üniversitelerin Güzel Sanatlar Eğitimi Resim - İş Öğretmenliği Grafik Anasanat Dalı oluşturmaktadır. Atölye eğitimini veren Öğretim elemanlarından uzman görüşü alınması için, içerik analizi yapılacak yapılandırılmış soru türlerinden oluşturulan görüşme formu aşağıdaki gibidir.

Araştırmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır. Kararınızı değiştirebilir, görüşmenin herhangi bir aşamasında çekilebilir, istemediğiniz sorulara cevap vermeyebilirsiniz. Araştırmaya katılmama tercihiniz ya da çekilme kararınız kimseyle paylaşılmayacaktır.

Araştırmaya katılımınız ile eğitim sürecine sağlayacağınız katkılardan dolayı teşekkür ediyorum.

*Ekin Su KUZU, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim - İş Öğretmenliği Doktora Programı Öğrencisi.
İletişim:*

Görüşme soruları

1. Grafik Anasanat derslerinde teknolojiye yönelik tasarım programlarının kullanımını faydalı buluyor musunuz?
2. Atölye derslerinizde Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign gibi tasarım programlarının yanı sıra Adobe After Effect, Adobe Premier vb. gibi hareketli medya üzerine tasarım uygulamalarından faydalanma ya da faydalanmama sebepleriniz nelerdir?
3. Sosyal Medya uygulamalarından derslerinizde ne oranda faydalanıyorsunuz ve örnek çalışma gösterimi gibi faktörler bakımından faydalı buluyor musunuz?
4. Atölye derslerinizde Grafik Tasarımda güncel uygulama yöntemleri olarak Etkileşimli Tasarım, Arttırılmış Gerçeklik ve Yapay Zeka gibi teknoloji uygulamalarının Grafik Ana sanat Atölye derslerine katkısını nasıl görüyorsunuz?
5. Grafik Tasarımda Bilgisayar destekli uygulamalarda tablet gibi yardımcı elemanların derse nasıl katkı sağladığını düşünüyorsunuz?
6. Atölye derslerinizde internet açık kaynaklarından fayda sağlıyor musunuz? Bu konu hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
7. Atölye derslerinizde Behance, LinkedIn, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarını hem öğrencilerin içerik oluşturması hem de güncel tasarımcıları takip edebilmek adına faydalı buluyor musunuz?

Ek: 3 Anket Çalışması Veri Toplama Etik Kurul Kararı



ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURUL KARARLARI

KARAR TARİHİ	TOPLANTI SAYISI	KARAR SAYISI
29.01.2021	01	2021/18

KARAR NO: 2021/18
Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Doktora öğrencisi Ekin Su KUZU'nun Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN danışmanlığında "Tüketim Estetiği İle Gelişen / Dönüşen Teknolojiler Ve Grafik Tasarımı Eğitimi Ana Sanat Dalına Yansımaları" isimli Doktora Tezine ilişkin bilgisayar ortamında test/ anket ve uzman görüşü çalışmasını içeren 1847 sayılı dilekçesi okunarak görüşüldü.

Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Doktora öğrencisi Ekin Su KUZU'nun Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN danışmanlığında "Tüketim Estetiği İle Gelişen / Dönüşen Teknolojiler Ve Grafik Tasarımı Eğitimi Ana Sanat Dalına Yansımaları" isimli Doktora Tezine ilişkin bilgisayar ortamında test/ anket ve uzman görüşü çalışmasının kabulüne oy birliği ile karar verildi.

ÖZ GEÇMİŞ

Ekin Su Kuzu, İzmir Ümran Baradan Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi'ni bitirdikten sonra Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Fakültesi Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi bölümünden 28.06.2010 tarihinde mezun oldu. 2013 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans programına girdi. 2016 yılında yüksek lisans programından mezun olduktan sonra; 2018 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi bölümünde doktora programına başladı. 2018 yılından bu yana Öğretim Görevlisi olarak görev yapan Ekin Su Kuzu., orta derecede İngilizce bilmektedir (YDS:67,5). Temel ilgi alanları, sanat, tasarım,, müzik ve sinemadır (11. 05. 2022).

İletişim Bilgileri

ORCID ID : 0000 -0003 -3280 -6036

Yayımlar:

1. Kuzu, E., Kaptan, A. (2021). BÜR TÜKETİM NESNESİ OLARAK SANAT VE TASARIMDA DEĞİŞEN PARADİGMALAR. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication. (Makale)
2. Kuzu, E., Kaptan, A. (2021). ENFORMASYON ÇAĞINDA YENİ MEDYA VE SOSYOLOJİK BAĞLAMDA GÖRSEL SANATLARA ETKİSİ. AART Uluslararası Sanat Sempozyumu. (Tam Metin Bildiri)
3. Kuzu, E., Kaptan, A. (2019). POSTMODERN BİR YAKLAŞIM OLARAK ALIMLAMA ESTETİĞİ: GÖRSEL KÜLTÜR BAKIMINDAN SANAT VE TASARIM EĞİTİMİNE YANSIMASI. Omü 100. Yıl Eğitim Sempozyumu. (Tam Metin Bildiri)