



**Abbas Ketizmen**

Gazi University, kabbas@gazi.edu.tr, Ankara-Turkey

DOI	<a href="http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2019.14.2.D0227">http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2019.14.2.D0227</a>
ORCID ID	0000-0001-5701-1710
CORRESPONDING AUTHOR	Abbas Ketizmen

### YENİ MEDYA VE GRAFİK EĞİTİMİNDE ÖNEMİ

#### ÖZ

İnternet, bilişim ve iletişimin neredeyse tek adresi olurken en çokta toplumun yaşam biçiminde etkili olmuştur. İnternetin gelişimiyle insanlar yararlanacağı bilgiye hızlı erişmekte ve düşünce ve fikir ve tasarımlarını çok hızlı biçimde paylaşabilme imkanı bulabilmektedir. Bu süreçteki gelişmeler, uygulamalar ve yeni fikirler, sürekli yeni bir medyanın oluşumunu sağlamaktadır. Yeni medya, reklamcılık ve tanıtımın yanı sıra bilgiye erişimin tek adresi haline gelmiştir. Yeni medyanın günümüzde en bilinen örneği, toplumsal boyuttaki en büyük ortamı olan "Sosyal Medya" dır. Yeni medya, yüzlerce kanalıyla tasarımcıya, reklam tanıtım ve fikrini icra etme olanağı sağlayan bir ortam sunmaktadır. Bu ortamda tasarımcı kendine yeni ufuklar seçebilmekte, birçok sınırları aşabilmekte ve kendini dünyaya tanıtabilme imkanı da bulabilmektedir. Bu makale, Grafik Tasarım Eğitimi alan öğrencilerin, yeni medya olanaklarıyla mesleki alan ilişkisine yönelik tutum ve yaklaşımlarını ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Öğrencilerin bilişim dünyasıyla alan ilişkisi test edilmiştir. Yeni medya sektörünün sunduğu fırsat ve imkanlarına göre grafik tasarım eğitim programlarının yeniden biçimlenmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Medya, Tasarım, Grafik Tasarım Eğitimi, Sosyal Medya, İnternet

### NEW MEDIA AND ITS IMPORTANCE IN THE GRAPHIC EDUCATION

#### ABSTRACT

The internet has been nearly the single address of IT and communication and most of all it has been effective on the life style of the community. Through the development of internet, people have been able to access beneficial information rapidly and have been able to share their thoughts, ideas and designs swiftly. The developments, applications and new ideas during this process have continuously enabled the creation of a new media. The new media has become the single address of commercials, advertisements and accessing information. The wellknown example of new media nowadays is the "social media" which is the largest medium in terms of social scale. The new media provides an environment for the designers to carry out advertising promotion and their idea through hundreds of channels. In this environment, the designers can choose new horizons, exceed the limits and find the opportunity to introduce themselves to the world. This article has been prepared to measure the attitudes and behaviours of the students who studied "Graphic Design Training", professional field- oriented with New Media opportunities. He professional field has been tested of the students with the information technology. It is ensued that "Graphic Design Education Programs" have to be re-formed according to the opportunities which are provided by the new media sector.

**Keywords:** New Media, Design, Graphic Design Education, Social Media, İnternet

#### How to Cite:

Ketizmen, A., (2019). Yeni Medya Ve Grafik Eğitiminde Önemi, **Fine Arts (NWSAFA)**, 14(2):71-84, DOI: 10.12739/NWSA.2019.14.2.D0227.

## 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Bu makale Grafik Tasarım Eğitiminde, geliştirmekte olan medya olanaklarıyla öğrencilerin alan ilişkisine yönelik tutum ve yaklaşımlarını ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu araştırma ve deneysel çalışmada, yaşadığımız enformasyon çağında tasarım eğitim alan öğrencilerin bilişim dünyasıyla alan ilişkisi test edilmiştir. Hedef olarak seçilen bu bireylerin aldıkları eğitim müfredatında bilişim dünyasının sanatsal boyutuyla yeni medya için tasarım eğitiminin ders kazanımları ve ders projeleriyle ilişkisi ve varlığı sorgulanmaktadır. Yeni medya terminolojisi reklamcılıkta sık kullanılmakta yeni tanıtım reklam mecrası veya ortamı olarak ta tanımlanmaktadır. Yeni medya kanalları, bilişim yönüyle önemli bir eğitim aracı haline de almış olup eğitime olağanüstü katkı sağladığı görülmektedir. Yeni eğitim programlarında da önemli bir öğrenme teknolojileri kaynak ve aracı haline gelmiştir. Bilginin tasarımla bütünleşip interaktif yöntemle eğitime kazandırılmasında günümüzde en yeni ve geçerli yöntemlerden biri haline gelmiştir.

## 2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Dünyada eğitim boyutu ile ilgili olarak birçok uygulama başlatılmıştır. Türkiye’de halen devam etmekte olan Fatih Projesi’de buna örnektir. Sosyal medyanın bu alanda üstlendiği görevlerde son derece önemlidir. Yeni medyada bilginin sunumu ve tasarımı bu anlamda son derece etkilidir. Yenimedya, tasarım piyasasında bu kadar önemli iken bu alanda görsel ve sanatsal üretilere tasarımcı yetiştiren grafik tasarım eğitimi öğrencilerinin alan ilgisi ve eğitim müfredatındaki gözlemlenen yeni medya alan ilişkisi ve kazanımları sorunu üzerine bu makale hazırlanmıştır. Bu alan için eğitim veren Güzel Sanatların tasarım programlarının müfredatları incelenmiş ve öğrencilerinin ilgi ve bilgi dağarcıklarının yetersizliği üzerine bu test yapılmıştır. Sınıf ortamında bir soru çalışması yapılmış, bilgilendirme öncesi alınan sonuç ve yeni medyanın kısa tanıtımı ve bilgilendirme sonrası alınan sonucun farkı ve öğrencinin mesleki alan ufkundaki değişim bakımından dikkat çekici bulunmuştur. Medyanın grafik tasarımcıları, mesleki alan itibarıyla görsel sanatlar eğitimi veren okulların ilgili programlarından eğitim alarak meslek hayatına başlamakta ve deneyim ve tasarım tecrübeleriyle bu sektörde profesyonelliğe adım atmaktadır.

## 3. YÖNTEM (METHOD)

Bu alan öğrencilerinin yeni medya fırsatlarına yönelik yaklaşımlarının tespiti üzerine hedeflenen bir deney grubu oluşturulmuştur. İnceleme sonrası test edilmek için Gazi Üniversitesi Grafik Anasanat atölye öğrencileri seçilmiştir. 4 yıllık lisans eğitimi alan 20 adet aynı seviyedeki "Grafik Atölye" öğrencilerine sadece 5 soru sorulmuştur.

### 3.1. Çalışma Grubu (Study Group)

Bu öğrenciler genel tasarım ilkelerine ve yeterli bilgi ve deneyimine sahip ve homojen düzeyde olması gereğiyle ortalama düzeydeki 3. Ve 4. Sınıf öğrencilerinden oluşturulmuştur. Sorular, öğrencinin alan hakkında bilgi ve ilgi dağarcığının ölçülmesi ve eğitim programlarında yeni medya tasarım alanlarına yönelimini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Sorular;

- Bilişim dünyası ve yeni medya hakkında bilgisi olup olmadığı
- Yeni medya konusu ve kapsamı ile ilgili ders programlarında eğitim alıp almadığı
- Yeni medya alanlarından birisi için ders projesi yapıp yapmadığı

- Yeni medyayı iş olanağı olarak görüp görmediği
- Mezun olduğunda yeni medyada tasarımcı olarak fırsatlarına yönelip yönelmeyeceğidir.

Alınan sonuç beklendiği şekilde çıkmış öğrenciler, sözlü sorulara verdiği cevaplarda büyük oranda olumsuz görüş bildirmişlerdir. Bunun nedeninin ders kazanımlardan kaynaklı olduğu ise ders içerikleri incelendiğinde anlaşılmıştır. Yapılan durum değerlendirmesi sonucu sadece bir ders saatinde internetin çok kısa tarihçesinden bilişim dünyasına, yeni medyadan sosyal medyada tasarımın tüm uygulama çeşitleri ve boyutları örneklerle kapsamlı biçimde anlatılmıştır. Bir ders saati sonrası öğrencilerin tasarımın boyutları ve çeşitliliği ile ilgileri görüşleri değişmiş yeni ufuklar ve projeler hemen gündeme gelmiştir. Öğrencilerin yeni medya da tasarımcılığı bir fırsat olarak gördükleri en önemli tespit olmuştur. Bireyin tasarım eğitimi sonrasında iş olanakları bakımından beklediğinden çok daha geniş bir mecrada üretimler yapabileceği düşüncesi, gelecek ve meslek endişesini ortadan kaldırdığı ve daha ilgili olarak yeni medya alanları için vakit kaybetmeden araştırmaya yöneldiği gözlenmiştir. Yeni medyanın tasarımla ilişkisi ve grafik tasarımcı için öneminin 50 dakikalık kısa bir sürede anlatımından sonra bireyin bu değişimi, yeni medya hakkında ders kazanımları ve bilgi dağarcığının yetersizliğini gösterirken diğer bir yandan yeni medyanın olanaklarından ve fırsatlarından yararlanabilme ve proje geliştirebilme isteği ve yöneliminin tespiti bakımından oldukça önemli sonuçlar vermiştir.

#### 4. DENEYSEL ÇALIŞMA (EXPERIMENTAL WORK)

50 dakikalık sürede öğrencilere anlatılan ve tanıtımı yapılan yeni medyanın doğuşu, alan ilişkisi ve medyanın toplumlara etkilemedeki hakimiyeti ve gelecekteki beklentiler üzerine yapılan bilgilendirme ve sunumu; "**Bilgisayar'ın Gelişimi ve İnternet**" ve "**Yeni Medya Aracı İnternet**" olarak iki başlık altında aşağıdaki biçimiyle anlatılmıştır iki başlık altında aşağıdaki bilgiler alan ilişkisi, imkan ve fırsatları ile birlikte anlatılmıştır.

- **Bilgisayar'ın Gelişimi ve İnternet:** Bilgisayar teknolojinin kullanılmaya başlamasıyla yazılımlar geliştirilmeye başlanmış ve profesyonel anlamda ilk kullanım 1991 yılında internetle başlamıştır. İlk kullanılmaya başlandığında devasa boyutlarda, bir salonu kaplayacak kadar alan içerisinde muhafaza edilen bilgisayarların atası ENIAC tır. 1941 yılında savaş sırasında yapım emri verilen, 1945'de şekillenen ve 1947 yılında basına tanıtılan ilk elektronik bilgisayar ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer (Elektronik sayısal entegreli hesaplayıcı), günümüzdeki modern bilgisayarların atasıdır. ENIAC, ilk elektronik veri işleme kapasiteli ve elektrikle çalışan bilgisayardır. II. Dünya savaşı sırasında ABD'li bilim adamları tarafından icat edilmiştir. 167m<sup>2</sup>'lik bir alana ancak sığabilen ENIAC'ın ağırlığı da 30 tondur (<http://www.tarihiolaylar.com/tarihiolaylar/eniac-ilk-elektronik-bilgisayar-449>). Aradan geçen 45 yıllık süreç içerisinde bilgisayarların işlem hızı ve bilgi depolayabilme kapasiteleri artmış, boyut küçülmeye başlamış, 80 li yıllarda ev bilgisayarları adıyla sınırlı işlem yapabilen modelleri toplumun kullanımına sunulmuştur. Bilgisayarların gelişimindeki akıl almaz hız, 90 yıllarda internetin kullanımıyla dünyada yaygın hale gelmeye başlamıştır. 1991 yılında Lerner's-Bee tarafından icat edilen (world wide web) www'nin öyküsünü ve 10 yıl öncesine kadar etkilerini ve o yıllarda henüz yeni doğmakta olan sosyal

medyanın bu günkü yapısını tanımlayan düşüncelerini Weinberg' in makalesinde aşağıda alıntıda olduğu gibi bulmaktayız. Sosyal medya, bilginin, farklı bakışların/düşüncelerin ve deneyimlerin kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak sağlayan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanıdır (Weinberg, 2009:1). Bu yıllardan sonra bilgisayar destekli tasarım yöntemine reklamcılık ve tasarım piyasasında geçildiğini söyleyebiliriz. Eğitim boyutunda düşünüldüğünde ise Türkiye'den bir örnek verildiğini düşündüğümüzde Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi, Grafik öğretmenliği anabilim dalının 1995 yılında Dünya Bankası desteğiyle kurulan Grafik tasarım ve animasyon stüdyolarında eğitime geçmiş olması bilgisayar teknolojisiyle eğitimin tanışma yıllarına bir örnek olarak gösterilebilir.

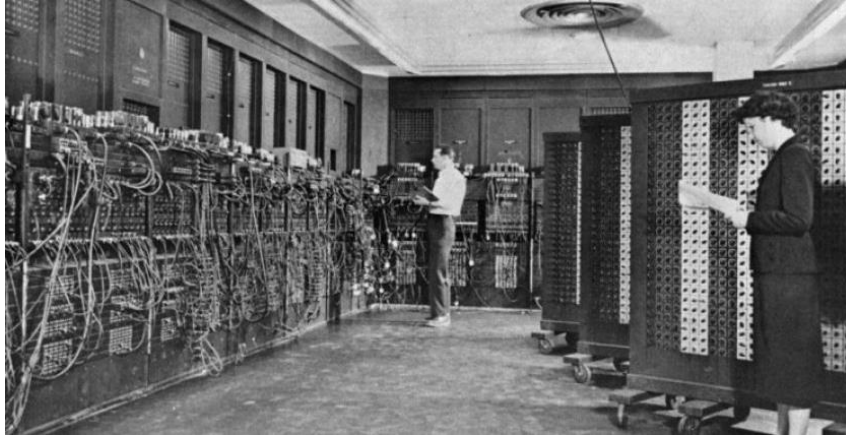


Figure 1. Dünyanın ilk bilgisayar

<https://www.wired.com/2014/11/eniac-uneearthed/>  
(Figure 1. The world's first computer)

- **Yeni Medya aracı "İNTERNET"**: Yaşadığımız çağa birçok isimler yakıştırılmaktadır. Bunların en önde gelenlerinin ilk başında "Enformasyon ve Bilişim Çağı" gelmektedir. 1990'lı yıllarda başlayan ve 20. yüzyılın en büyük buluşlarından biri olarak kabul edilen internet, toplumun sosyal yapısını da etkilemektedir. Bir diğer isim olarak "Bilgi Çağı" adının verilmesinde bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin bir diğer yaklaşımla bilişim teknolojilerinin gelişimini ve etkisini gösterebiliriz. İnternet günümüz dünyasında askeri savunma ve haberleşme sistemlerinden, finans sektörüne kadar ülkelerin geleceğini etkileyen birçok alanda son derece etkili bir silah haline de gelmiştir. İnternet sunduğu olanaklarla geleneksel medyadan ayrılmaktadır. İnternetin sağladığı web uygulamalarında ise iletişim kuran taraflar arasında eş zamanlı ve iki yönlü enformasyon akışı sağlanmaktadır (Sayımer, 2008:29). İnternetin yeni medya aracı olarak enformatik anlamda kullanımı, bilgiye erişim kolaylığı tasarım eğitiminde yeni bir dönemin başlangıcına yol açmıştır. Tasarımcı için bireye yönelik hızlı ve kolay etki alanı için yeni bir ortam gelişirken, toplumun artık önemli bir bölümünün ayrılmaz parçası olan iletişim ağlarıyla onlara kolay ve hızlı erişimin yolları da açılmıştır. Tasarımcı için son derece ekonomik bir mecra olan, yeni medya ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte Dikener'e göre toplumumuz günümüzde interneti daha çok kişilerarası bir sohbet ortamı, biraz da sörf ortamı olarak algılamakta, internetin bir

haberleşme, bilgi, eğitim ortamı olduğunun farkına varamamaktadır (Dikener, 2010). Bu farkındalığın ise yine tasarımcı için oldukça önemli bir avantaj olmasının gözden kaçmadığını, yeni medya tanıtım sektöründen anlamaktayız. Bir başka yaklaşıma göre; İnternet, toplumsal ve teknolojik alanda her türlü değişikliklerden etkilenererek bu değişime kendisini kısa sürede uydurabilen ve önemli olanaklar sunabilen bir iletişim aracıdır (Karaçor, 2007:47).



Figure 2. İnternet

<https://etud.com/teknolojinin-bize-kazandirdiklari/>  
(Figure 2. İnternet)

İnternet, kullanılmaya başlamasından günümüze kadar geçen bu sürede bilişim teknolojilerinden haberleşme yöntem ve metotlarına kadar birçok önemli değişimim temelini oluşturmuştur. Başlangıçta bir amaç için oluşturulan internetin artık herkesin evinde ailenin bir parçası olarak yer aldığı bilinmektedir. Toplumun haberleşme, sosyalleşme ve bilgi edinimindeki önemli ihtiyaç ve rolü ise sosyal medyanın temel kurulum amaç ve yapısını oluşturmuştur. Geçmişten günümüze insanların tek yapmak istedikleri, bilgisayarla veya bilgisayar olmadan birbirleri ile iletişim kurma çabasıdır. Bu sebeple üretilmiş, yaratılmış birçok iletişim türü vardır. Sosyal medya da bunlardan en önemlisini oluşturuyor. Yani kısacası, sosyal medya eski teknolojinin getirmiş olduğu birikimleri toparlayıp, yeni teknolojilerle ortaya çıkan, bilgi paylaşımına ve iletişime yarayan eş zamanlı bir dijital platformdur (<http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/>). O günden itibaren baktığımızda internet ilk oluşturulma amacın çok ötesine geçtiğini görmekteyiz. Son 30 yılda oluşturulan ağlar ve sitelere bakacak olursak, İnternetin bugüne gelişinde amacının çok ötesinde bir gelişme gösterdiği sosyal medya ağı ile tüm dünyayı sardığı aşağıdaki listede görüldüğü gibi açıkça anlaşılmaktadır. Kısaca sosyal medyanın gelişiminde önemli tarihlere bir göz atacak olursak,

- 1971: İlk atılan e-mail
- 1991: www'nin doğuşu
- 1994: İlk blog
- 1995: Classmates.com kuruluşu
- 1995: MIRC ve ICQ geldi
- 1996: Ask.com arama motoru hayatımıza girdi
- 1999: Blogger kuruldu
- 2000: Özgür ansiklopedi Wikipedia yayınlandı
- 2003: Blogger'a rakip geldi, WordPress
- 2004: En çok kullanılan sosyal ağ doğdu, Facebook
- 2005: Flickr ve YouTube doğdu
- 2006: 140 karakter geldi, Twitter



2009: Check-In kavramıyla tanıştık, Foursquare  
2011: Google Plus geldi, ortamlar değişti  
2012: Pinterest ile fotoğraf arşivi  
(<http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/>).



Resim 3. Sosyal medya manzarası

<https://2kere2beseder.com/2012/10/23/yeni-medya-duzeninde-savasi-kim-kazanacak/>

(Figure 3. Social media landscape)

İnternet, kullanılmaya başlamasından günümüze kadar geçen bu kısa sürede bilişim teknolojilerinden haberleşme yöntem ve metotlarına kadar medyanın önemli birçok alanında da değişim temelini oluşturmuştur. Reklamcılık ve tanıtım sektörü ise internetten en büyük payı alan ve öncelikli faydalanan sektör olma özelliğini sürekli korumaktadır. Yanık, bir makalesinde; McLuhan'ın yaklaşık kırk yıl önce teknolojik gelişmelerin iletişim ve etkileşim biçimlerini kökten değiştireceğini öngörerek medyaya çağının ötesinde anlamlar yüklemiş, onu odak noktası haline getirmiş (McLuhan ve Fiore, 1967) ve ünlü "media is the message" deklarasyonu ile yalnızca içeriğin değil medyanın kendisinin de tüm yaşam biçimini dönüştürüp değiştireceğine dair bir perspektif ortaya koyduğundan bahsetmektedir. Yeni medya toplumu ve bireyleri erişim ve sanal ulaşım için sosyal medya kanallarını kullanmakta ve kendi özgün sitelerini kurarak yönetiminde dahi etkili olmaktadır. Bir başka tespite göre ise Sosyal medya kimse farkında olmadan doğdu! Aslında her şey kimse farkında olmadan, 1971 yılında iki tane yan yana duran bilgisayarın birbirine e-mail atmasıyla başladı. Bir zamanlar basit numaralar bulabilmek için yüzlerce kayıt olduğumuz ICQ ve bilmediğimiz kişilerle, farklı kanallar içerisinde MIRC üzerinden "chatleşerek". Bir süre sonra da bu programlardan farklı olarak, theglobe.com adlı sosyal paylaşım sitesi çıkarıldı. Fikir olarak çok beğenildi ve bundan 2 yıl sonra da sixdegrees.com rakip olarak karşılıklarına çıktı. Bu platform, insanlara profil yaratma ve arkadaş listesi oluşturma imkanı sağlandı. Yani bir nevi günümüzün Facebook'un ilk adımları o zaman atılmış oldu. Aynı senede insanlara anında mesaj olanağı da sunuldu (<http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/>).



Başlangıçta bir amaç için geliştirilen internetin zaman içerisinde işlevini geliştirerek günümüz dünyasında haberleşme ve iletişim araçlarının temelini oluşturduğunu görmekteyiz. Bu gelişim sosyal medya olarak son on yılda farklı iletişim olanaklarının sağlandığı birçok uygulama ve kanal ile desteklenmektedir. İnsanlara dünyaya açılım, bilgiye erişim ve kendini anlatım ve tanıtım imkanı sağlayan görsel iletişime dayalı yeni kanalların ve ağların oluşum ve kullanımını günden güne artmaktadır. Toplumun haberleşme ve bilgi edinimindeki önemli ihtiyaç ve rolü ise sosyal medyanın temel kurulum amaç ve yapısını oluşturmuştur. İnternetin bugüne gelişindeki sürece bakıldığında, amacının çok ötesinde bir gelişme gösterdiği sosyal medya ağı ile tüm dünyayı sardığı açıkça görülmektedir.

Sanal ortamda iyi ve kötü, doğru ve yanlış, faydalı ve zararlı her tür bilgi bulunmaktadır. Bu noktada internet okuryazarı olmanın önemi üzerinde durmak yerinde olacaktır. İnternet okuryazarı olmak gerek sosyal medyayı ve gerekse internet yayıncılığını iyi anlamayı ve iyi analiz etmeyi beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın bu denli etkin bir duruma gelmesi internet aracılığıyla gerçekleşmiş böylelikle yayıncılığın çehresi giderek yön değiştirmeye başlamıştır (Kırık ve Karakuş, 2013). Reklamcılık sektöründe artık birçok grafik tasarımcının evinden serbest olarak (freelance) tasarım işi yaptığı ve bu sektörel piyasada yer aldıkları bilinmektedir. Yeni medya topluma ve bireylere erişim ve ulaşım için sosyal medya kanallarını kullanma imkanı sağlarken kullandıkları iletişim sitelerinde dahi yetkili ve etkili olma imkanı da sunmaktadır. Yeni medyayı "yeni" yapan ve aynı zamanda geleneksel medyadan ayıran temel özellikleri zaman ve mekandan bağımsız olması ve etkileşimi en üst noktaya taşımasıdır (Lievrouw, 2011).

Bu olağan üstü gelişim sosyal medya olarak son on yılda farklı iletişim olanaklarının sağlandığı bir çok uygulama ve kanal ile desteklenmekte, insanlara dünyaya açılım, bilgiye erişim ve kendini anlatım ve tanıtım imkanı sağlayan görsel iletişime dayalı yeni yeni kanalların ve ağların oluşumuna da yol açmaktadır. Bu gelişim aynı zamanda görsel sanatlar alanında üretimler yapan tasarımcılara da yeni ufuklar sağlamaktadır. Görsel sanatlar alanında eğitim yapan okulların özellikle donanımlarıyla teknolojik gelişimle aynı hızda kendini yenilemeye başlamış olduğu görülmektedir. Günümüzde güzel sanatlar eğitimi, tasarım alanı programlarının müfredatlarına 30 yıl önceki ile mukayeseli olarak karşılaştırdığımızda bu değişimin bariz farkı görülecektir. Tasarım teknolojilerinin proje uygulamalarına yansıdığını, bilgisayar ortamında tasarım yönteminin artık neredeyse tamamen kullanılmakta olduğunu, bilgisayarın tasarımcının eli kolu gibi kullandığı temel araç olduğu görülmektedir. Yeni medyada tasarımcı, sosyal medya kanallarından web sayfalarına kadar film, reklam filmi, web sayfası, animasyonlar, logo tasarımı, illüstrasyon, fotoğrafçılık gibi dijital sanatın her boyunda tasarımlar yapabilme tecrübe ve yeterliliğini kazanma şansını da yakalayabilmektedir. Çünkü eski medyaya göre üretim ve yayın maliyetleri karşılaştırılamayacak ölçüde düşmüştür. Başarıların göstergesi ise izlenme sayısı ve tasarımın etkisi ve yayınlımlıyla takip edilebilmektedir.



Resim 4. Sosyal medya iletişim ağları  
<https://newmediadl.cas.msu.edu/homework/1116/108098>  
(Figure 4. Social media communication networks)

Sosyal medya ise yeni medyanın en etkili sosyal iletişim ağlarını oluşturan büyük bölümüdür. Günümüzde sosyal medya siteleri denildiğinde akla sadece Facebook, Twitter ve Instagram geliyor. Tumblr ve Pinterest de bunların arkasından gelen daha az kullanıcı kitlesine sahip siteler olarak bilinmektedir. Ancak popüler siteler dışında farklı özellikleri ile dünyada aktif olarak kullanılan sosyal medya siteleri bulunmaktadır. Günümüzde oldukça geniş kullanıcı kitlesine sahip yukarıdaki ağlar bulunduğu kadar popüler olma amacıyla tasarlanan ağların bu günkü durumu aşağıda verilmiştir.

<b>Facebook</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Twitter</b>	Tür: Mikroblog, Sosyal Ağ Sitesi, RSS
<b>WordPress</b>	Tür: Blog
<b>Google Plus</b>	Tür: Dijital Kimlik, Sosyal Ağ Sitesi
<b>LinkedIn</b>	Tür: Profesyonel Ağ Sitesi
<b>Instagram</b>	Tür: Fotoğraf/Video Paylaşım Ağı
<b>Windows Live</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Badoo</b>	Tür: Arkadaşlık Sitesi
<b>Tumblr</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi, Mikroblog
<b>Technorati</b>	Tür: Blog Tarama Ağı
<b>MySpace</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Flixter</b>	Tür: Sinema / Sosyal Ağ Sitesi
<b>Flickr</b>	Tür: Fotoğraf/Video Paylaşım Ağı
<b>Last.fm</b>	Tür: Çevrimiçi Müzik Paylaşım Sitesi, Mikroblog
<b>Fotolog</b>	Tür: Fotoblog
<b>LiveJournal</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi, Blog
<b>Foursquare</b>	Tür: Konum Tabanlı Sosyal Ağ Sitesi
<b>Xing</b>	Tür: Profesyonel Ağ Sitesi
<b>StumbleUpon</b>	Tür: Sosyal İmlleme Sitesi
<b>DeviantArt</b>	Tür: Sosyal Sanat Paylaşım Sitesi
<b>GoodReads</b>	Tür: Sosyal Kütüphane Sitesi
<b>Blogger</b>	Tür: Blog
<b>Youtube</b>	Tür: Video Paylaşım Sitesi
<b>My Yahoo</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>SlideShare</b>	Tür: Dosya Paylaşım Ağı
<b>Vimeo</b>	Tür: Video Paylaşım Sitesi
<b>PhotoBucket</b>	Tür: Fotoğraf/Video Paylaşım Ağı
<b>FriendFeed</b>	Tür: Sosyal İmlleme/Ağ Sitesi
<b>GrooveShark</b>	Tür: Çevrimiçi Müzik Paylaşım Sitesi
<b>DailyMotion</b>	Tür: Video Paylaşım Sitesi



<b>Fizy</b>	Tür: Çevrimiçi Müzik Paylaşım Sitesi
<b>MyLife</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Netlog</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Formspring</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Classmates</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Tagged</b>	Tür: Sosyal Ağ Sitesi
<b>Pinterest</b>	Tür: Görsel Tabanlı Sosyal Ağ Sitesi

İnternetteki sosyal medya sitelerinin içerisinde tasarımcıların en sık olarak ziyaret ettiği site ise, "DeviantArt" tasarım ve sanat sitesidir. DeviantArt sosyal sanat paylaşım sitesi türünde olup sanat ve tasarım ağırlıklı görsellerin sunulduğu güncel bir görsel sanat sitesi olarak bilinmektedir. Aktif Kullanıcı Sayısı: 25 Milyon kişi civarındadır. Özellikle grafik tasarım ve fotoğrafçılık ile ilgilenenlerin aktif bir şekilde kullandığı paylaşım sitelerinden en sık en çok ziyaret edilen ilgi duyulanıdır. Genel olarak farklı türlerden birçok fotoğraf paylaşımının yapıldığı DeviantArt'da her gün 140 binin üzerinde paylaşım yapılıyor. Ayrıca kullanıcılar grafik tasarım veya fotoğraf çıktılarını sayfası üzerinde satabiliyor (<https://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri/>).

50 dakikalık sürede öğrencilere anlatılan günümüz reklam ve tasarım alanlarından en önemlisi olan yeni medya ile mesleki irtibatları üzerine anlatılan yukarıdaki bilgiler sonunda öğrencilerin alan ilişkisi, yeni medyanın imkan ve fırsatlarına yönelimi yeni ufukları gelecekteki beklentileri üzerine görüşlerinde değişimler olduğu görülmüştür. Yukarıdaki bilgiler kapsamında yapılan yeni medya tanıtım ve bilgilendirme öncesinde öğrencilere uygulanan test sorularından elde edilen aşağıdaki tabloda verilen (Tablo 1) sonuçlar tasarımcı öğrencinin mesleki alanıyla yeni medya için ilgi, bilgi ve ilişki düzeyini belirgin biçimde ortaya koymuştur.

## 5. ANKET ÇALIŞMASI (SURVEY STUDY)

Yeni medyanın reklamcılık sektöründeki bu önemli konum ve durumuna ilişkin ilgi ve yönelimin ve yeni medya fırsatlarına yönelik yaklaşımlarının tespiti amacıyla öncelikle bir deney grubu oluşturulmuştur. Bu öğrenciler genel tasarım ilkelerine ve yeterli bilgi ve deneyimine sahip ve homojen düzeyde olması gereğiyle ortalama yetenek düzeyindeki 3. ve 4. Sınıf öğrencilerinden oluşturulmuştur. Yine bu deney grubu öğrenciler orta öğretimde de grafik tasarım eğitim tabanlılar arasından seçilmiştir. 3. ve 4. sınıflar öğrencileri için yapılan bu anket, ikinci yarıyıl döneminin başlangıcında olup, son sınıfın son yarıyılında dahi yeni medya kazanımlarına ait herhangi bir içeriğin müfredatta bulunmadığı da mevcut ders programları incelemesine göre tespit edilmiştir. Hazırlanan sorularla, tasarım eğitimi alan öğrencilerin bilişim dünyasıyla alan ilişkisi test edilmiştir. Yeni medyanın tasarımcı için önemi hakkında yukarıda verilen kısa bilgilendirme çalışması ardından üniversitenin grafik tasarım atölye öğrencilerinin saha alan bilgilerini ölçmek amacıyla yapılan ve yukarıda da açıklandığı gibi bu alan için tasarımcı akademisyen eğitimcilerinin de desteğiyle hazırlanan 5 kısa soru oluşturulmuştur.

### 5.1. Test 1: (Ön test) (Test 1: (Pre-test))

Hedef olarak seçilen lisans eğitimi 3.ve 4. sınıfta olup 20 grafik tasarım öğrencisine yapılan yukarıdaki bilgilendirme öncesi sorulan ilk teste ait sorular aşağıda verilmiştir.

- Bilişim dünyası ve yeni medya hakkında yeterli mesleki alan bilginiz var mı?

- Yeni medyaya yönelik ders programlarında herhangi bir eğitim aldınız mı?
- Yeni medya alanlarından birisi için ders projesi veya tasarım yaptınız mı?
- Yeni medyayı mesleki iş alanı olarak görüyor musunuz?
- Mezun olduğunda yeni medyada tasarımcı olarak fırsatlara yönelir misiniz? Şeklinde hazırlanmıştır.

#### 5.1.1. Ön Test Bulguları (Preliminary Test Findings)

Bu sorular öğrencinin alan hakkında bilgi ve ilgi dağarcığının ölçülmesi ve eğitim programların da yeni medya tasarım alanlarına yönelimini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Alınan sonuçlara göre elde edilen veriler tablosu aşağıda grafik olarak hazırlanmış, alınan cevapların yüzdelik oranları ise mukayese amacıyla yine aşağıda Tablo 1'de verilmiştir. 20 kişiden oluşan grafik tasarım öğrencilerinin yeni medya alan ilgisi, bilgi ve yönelimine ilişkin tutum ve yaklaşımlarını ölçmek amacıyla hazırlanan sorular ve alınan cevapların yüzdelik oranların gösterir tablo verileri aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 1. Öntest bulguları  
(Table 1. pre-test finding)

Sorular	Cevaplar					
	Evet		Hayır		Kararsız	
(20 Lisans Öğrencisinin Her Biri İçin)	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
Bilişim Dünyası ve Yeni Medya Hakkında Yeterli Mesleki Alan Bilginiz Var Mı?	2	%10	17	%85	1	%5
Yeni Medyaya Yönelik Ders Programlarında Herhangi Bir Eğitim Aldınız Mı?	0	%0	19	%95	1	%5
Yeni Medya Alanlarından Birisi İçin Ders Projesi veya Tasarım Yaptınız Mı?	0	%0	20	%100	0	%0
Yeni Medyayı Mesleki İş Alanı Olarak Görüyor Musunuz?	1	%5	18	%90	1	%5
Mezun Olduğunda Yeni Medyada Tasarımcı Olarak Fırsatlara Yönelir Misiniz?	1	%5	15	%75	4	%20

Yapılan test çalışmaları değerlendirildiğinde;

- Soruda sorulan "Bilişim dünyası ve yeni medya hakkında yeterli mesleki alan bilginiz var mı?" sorusuna 20 öğrenciden sadece 2 kişi evet cevabı verirken 17 öğrenci hayır cevabı vermiş, 1 öğrenci ise kararsız kalmıştır.
- Soruda sorulan "Yeni medyaya yönelik ders programlarında herhangi bir eğitim aldınız mı?" sorusuna 20 öğrencinin birinden evet cevabı çıkmamış, 19 öğrenci hayır cevabı verirken, 1 öğrenci ise kararsız kalmıştır.
- Soruda sorulan "Yeni medya alanlarından birisi için ders projesi veya tasarım yaptınız mı?" sorusuna 20 öğrencinin tümünden hayır cevabı çıkmış, evet veya kararsız cevabı alınamamıştır.
- Soruda sorulan "Yeni medyayı mesleki iş alanı olarak görüyor musunuz?" sorusuna 20 öğrenciden sadece 1 kişi evet cevabı verirken 18 öğrenci hayır cevabı vermiş, 1 öğrenci ise kararsız kalmıştır.
- Soruda sorulan "Mezun olduğunda yeni medyada tasarımcı olarak fırsatlara yönelirmisiniz?" sorusuna 20 öğrenciden sadece 1 kişi



evet cevabı verirken 15 öğrenci hayır cevabı vermiş, 4 öğrenci ise kararsız kalmıştır.

Sorulan beş sorudan ilk üç soru öğrencinin sosyal medya ve yeni medya tasarımlarıyla ilgili eğitim ve çalışma irtibatının varlığını ölçme amacı taşırken, sonraki dördüncü ve beşinci soru ise çalışma alanı, iş sahası ile ilgili ufkunu, niyetini ve girişimci yönünü ölçer nitelikte hazırlanmıştır.

Alına cevaplara göre;

- Soruya verilen cevaplara göre öğrencilerin %85 oranında bilişim dünyası ve yeni medya hakkında yeterli mesleki alan bilgisine sahip olmadıkları,
- Soruya verilen cevaplara göre öğrencilerin %95 oranında yeni medyaya yönelik ders programlarında herhangi bir eğitim almadıklarını yansıttıkları,
- Soruya verilen cevaplara göre öğrencilerin %100 oranında yeni medya alanlarından herhangi biri için ders projesi veya tasarımı yapmadıkları cevabı alınmıştır.

Bu üç soruya ait alınan cevaplar ders program içerikleri ve ders uygulamalarında çok süratli biçimde güncellenme gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sonraki 4. ve 5. Soruda alınması umulan sorular beklenilenden daha olumsuz çıkmış,

- Soruya verilen cevaplara göre sadece bir kişi (%5)evet cevabı vermiş ve sadece bir kişinin (%5)kararsız kaldığı, bu öğrencilerin (%90 oranında) yeni medyayı mesleki iş alanı olarak görmedikleri cevabı alınmıştır.
- Soruya verilen cevaplarda, sadece bir kişi (%5)evet cevabı vermiş dört kişi (%20) kararsız kalırken, bu öğrenciler (%75 oranında) hayır cevabıyla, mezun olduğunda, yeni medyada tasarımcı olarak fırsatlara yönelmeyeceklerini belirtmişlerdir.

Bir grafik tasarım öğrencisinin tanıtım sektörünün en büyük icra alanı olan yeni medya ile ilgili yetersizliği dikkat çekici bulunmuş, gerek gelecek ve iş kaygısı gerekse mesleki alan sürdürülebilirliği açısından yönelimi gerekirken, ilgisizliğinin sebepleri arasında ders kazanımlarının da etkili olduğu düşünülmüştür. Özellikle ilk sorudan son soruya kadar birbiriyle ilişkili olarak öğrencinin eğitimini ve eğilimini ölçen test sonucu alınan cevaplar beklenenin ötesinde şaşırtıcı bulunmuş ve yeni medyanın eğitim müfredatında yeteri kadar ders programlarında işlenmediği gibi alan öğretmenlerinin de proje bazında yeterli düzeyde öğrenciyi yönlendirmedikleri anlaşılmıştır. Yeni medyanın iş imkanlarından bir grafik tasarımcı adayının bilgi sahibi olmadığı ve eğitim süresince irtibatlı tasarımlar yapmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin ön test sorularına verdiği cevaplara göre alınan sonuçlar, öğrencilerin yeni medya fırsatları ve çalışma alanlarını bilmedikleri yönünde olumsuz çıkmıştır.

## 5.2. Test 2: (Son Test) (Test 2: (Final Test))

Yapılan test çalışmalarının bitiminde öğrenciye 50 dakikalık süresince verilen yeni ve sosyal medya ile ilgili bilgilendirme ve yeni medya olanaklarından haberdar edilmeleri sonucunda yapılan son test uygulamasında ön test'de sorulan 1., 2. ve 3. sorular çıkarılmış, sadece ön test için sorulan 4. ve 5. sorular tekrar sorulmuştur. Son test uygulamasıyla çıkarılan bu sorular, aşağıda, tablo 2'de verilmiştir.

Ön test soru grubundan çıkarılan ilk 3 soru:

- Bilişim dünyası ve yeni medya hakkında yeterli mesleki alan bilginiz var mı?
- Yeni medyaya yönelik ders programlarında herhangi bir eğitim aldınız mı?

- Yeni medya alanlarından birisi için ders projesi veya tasarım yaptınız mı?

Bunun nedeni ise sorulan ilk üç sorunun yapı itibarıyla bireyin internetin ve yeni medyanın fırsatlarının farkında olup olmadığı ve bununla ilgili olarak lisans düzeyinin ilk iki yılında almış olduğu eğitim süresince bir kazanımı olup olmadığı sorgulanması amaçlanmıştır.

### 5.2.1. Son Test Bulguları (Final Test Findings)

20 kişiden oluşan grafik tasarım öğrencilerine yeni medya alan ilgisi tanıtımı sonrası yapılan son test uygulaması için sorulan sorular ve cevapların yüzdeler oranların gösterir tablo verileri.

Tablo 2. Son test bulguları  
(Table 2. Post test finding)

Sorular	Cevaplar					
	Evet		Hayır		Kararsız	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
20 adet lisans öğrencisinin her biri için sorular						
Yeni medyayı mesleki iş alanı olarak görüyor musunuz?	17	%85	1	%5	2	%10
Mezun olduğunda yeni medyada tasarımcı olarak fırsatlara yönelir misiniz?	19	%95	0	%0	1	%5

Son test sonuçları incelendiğinde; birinci soruya verilen cevaplara göre öğrencilerin %85 oranında yeni medyayı mesleki iş alanı olarak görmek istedikleri sonucu ortaya çıkarırken, bu soruda 1 kişi hayır cevabı vermiş, 2 kişi de kararsız kalmıştır. Son test ikinci sorusuna verilen cevaplara göre öğrencilerin %95 oranında, mezun olduklarında yeni medyada tasarımcı olarak fırsatlara yönelme konusunda kararlı oldukları ortaya çıkarırken sadece 1 öğrencinin kararsız kaldığı görülmüştür. Öğrenciler, her iki soruya sonuç olarak birbirini doğrular biçimde ve yüksek oranda evet cevabı vermiştir. Sorulan son test soruları, öğrencinin alan bilgisi ve ilgi dağarcığının ölçülmesi ve eğitim programlarından beklentileri ve çalışma sahası türü seçimi ve yönelimini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu sorulardan alınan cevaplar ise, öğrencinin çalışma alanlarına yeni ufuklar ve hedefler oluşturup oluşturulmaması yönünde son derece önemli bulunmuştur.

### 6. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSIONS)

Yapılan son test uygulamasında öğrencilerin tümünün sorulara çok yüksek oranda evet cevabı verdiği, kararsız veya hayır cevabının çok az düzeyde çıktığı görülmüştür. Alınan cevaplarda grafik tasarım eğitiminde gelişmekte olan medya olanaklarıyla öğrencilerin alan ilişkisine yönelik tutum ve yaklaşımlarında büyük değişim görülmüştür. Yeni medyanın kısa tanıtımı ve yeni medya ve sosyal medyada tasarımın tüm boyutlarının örneklerle kapsamlı biçimde anlatılması sonrası alınan sonuçlara bakıldığında yapılan ön test ve son teste göre ortaya çıkan fark ise, öğrencinin mesleki alan ufkundaki değişimin bariz farklılığı bakımından dikkat çekici bulunmuştur. Yeni medya sektörünün bağımsız çalışan (Freelance) grafik tasarımcıları için bir fırsat ve mutlaka çalışılması gerekli bir iş sahası olarak görüldüğü anlaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin tamamının bu ortamı mutlaka çalışma alanı olarak tercih edecekleri cevaplar alınmıştır. Bir ders saati bilgi aktarımı sonrasında öğrencilerin tüm görüşlerindeki bu bariz farklılık değişimle yeni ufuklar ve iş imkanları ve girişimci projelerinin konuşularak hemen gündeme geldiği, yeni medya da



tasarımcılığı bir fırsat olarak gördükleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin bilgilendirme sonrasında tahmin ettiklerinden çok daha geniş bir tasarım alanı ve ortamında tasarım yapabilme imkanı gördükleri, iş kaygılarına çözüm ve mesleğini başarıyla sürdürebileceği umudunu hissettikleri, vakit kaybetmeden yeni medya kanallarını tanımaya yöneldikleri görülmüştür.

## 7. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Teknolojik gelişimin getirdiği yeni iletişim ve bilişim araçları, günümüzde bireyin hayatında vazgeçilmez bir kullanım alanını oluşturmuştur. Bilişim teknolojileri insanlara, düşünce, fikir ve eserlerini paylaşacakları bir ortam sağlarken, yararlanacağı olanakları da bireylere çok hızlı ve kapsamlı biçimde sunmaktadır. Bu sektörün günden güne gelişimi ve kullanım alanlarının artması, yeni uygulamaların ve fikirlerin oluşmasını ve yeni medyanın oluşumunu sağlamaktadır. İnternet, sosyal iletişim ağları ve teknolojileri ve bu gelişimin günümüzden etkili alanı olan sosyal medya ağları, dünyada bilişim ve iletişim sınırlarının ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Yeni medya, reklamcılık ve tanıtımın yanı sıra güncel bilgiye erişimin de tek adresi haline gelmiştir. Yeni medya, dünyanın son 30 yıla kadar tanıdığı geleneksel medyanın çok ötesinde erişim ağlarına sahip yüzlerce kanallarıyla tasarımcıya, reklam tanıtım ve fikrini icra etme olanağı sağlayan yeni bir ortam sunmaktadır. Bu ortamda tasarımcı kendine yeni ufuklar seçebilmekte, birçok sınırları aşabilmekte ve kendini dünyaya tanıtılabilme imkanı bulabilmektedir. Reklamcılık ve tanıtım sektörü ise internetten en büyük payı alan yeni tanıtım reklam mecrası olarak ortamı en verimli ve etkili kullanan sektör olmaya devam etmektedir. Tanıtım reklam sektörünün en önemli gücü olan tasarım alanı için yetişen görsel sanatlar ve grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin, bilişim, sanat ve tasarım alanındaki yeniliklerden dünya ile aynı anda haberdar olması son derece önemlidir. Son yıllarda özellikle sanat ve tasarım alanındaki çalışmaların sanal ortama taşınması, milyonlarca bireyin erişimine olanak sağlamaktadır. İnternetin gelişimi ve yeni medyanın oluşumu ile tasarımcı için yeni ufuklar açıldığı görülmektedir. Bilişim teknolojilerinin bu hızlı gelişimine grafik tasarım eğitim programlarının ders içeriği, kazanım sonuçları ve proje bazındaki uygulamalarıyla ilişki ve varlığının sorgulandığı (1 ve 2 nolu tablo) anketlere göre eğitim programlarının yetersiz kaldığı öğrencilerin alan hakkındaki test cevaplarından anlaşılmaktadır. Bu anlamda güzel Sanatların Grafik tasarım eğitimi alanlarındaki müfredatın yeniden gözden geçirilmesi, ders içerikleriyle yeni medyanın bu imkanlarından ve sunduğu piyasa olanaklarından öğrencinin irtibatlı hale getirilmesinin kaçınılmaz olduğu yapılan bu test sonucunda ortaya çıkmıştır. Yeni medya sektörünün fırsat ve imkanlarına göre grafik tasarım eğitiminin yeniden şekillenmesi, sürekli güncel halde tutulması gerektiği görüşüne varılmıştır.

## KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Dikener, O., (2010) . İnternet Reklamcılığında Web Tasarımı, Konya: Aybil Yayıncılık.
- Karaçor, S., (2007). Reklam İletişimi İnternet ve Gazete Reklamlarının Etkilerine Yönelik Bir Araştırma, Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Kırık, A.M. ve Karakuş, M.K., (2013) Sosyal Medya ve İnternet Teknolojisi ile Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı: Sosyal TV. Online Academic Journal of Information Technology 2013 Spring. Vol:4, Num:12, DOI:10.5824/1309-1581.2013.2.003.x





- 
- Lievrouw, A.L., (2011). *Alternative and Activist New Media*. Polity, Cambridge: Polity Press.
  - Marshall, M.L. and Quentin, F., (1967). *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. Corte Madera. CA: Gingko.
  - Sayımer, İ., (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
  - Weinberg, T., (2009 ). *The New Community Rules: Marketing on the Social Rules*, USA: O'Reilly Media
  - Yanık, A., (2016).Yeni Medya Nedir Ne değildir?, *Journal of International Social Research*. Aug2016, Vol:9 Issue:45, pp:898-910.
  - <http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/> (03.01.2019).
  - <https://etud.com/teknolojinin-bize-kazandirdiklari/> (01.01.2019)
  - <https://newmediadl.cas.msu.edu/homework/1116/1080988> (02.02.2019).
  - <https://www.seokursu.com.tr/sosyal-medya-siteleri/> (11.12.2018).
  - <https://www.wired.com/2014/11/eniac-unearthed/> (28.12.2018).