
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
Gazi
1926

GRAFİK TASARIM EĞİTİMİNDE
YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI

Berat Yurtalan

DOKTORA TEZİ

GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

RESİM-İŞ EĞİTİMİ BİLİM DALI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

EYLÜL, 2025

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren 12 ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Berat

Soyadı : Yurtalan

Bölümü : Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı,
Resim-İş Eğitimi Bilim Dalı

İmza

Teslim tarihi : 18/09/2025

TEZİN

Türkçe Adı : Grafik Tasarım Eğitiminde Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı

İngilizce Adı : The Use Of New Media Technologies in Graphic Design Education

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazarın Adı Soyadı: Berat Yurtalan

İmza:

JÜRİ ONAY SAYFASI

Berat YURTALAN tarafından hazırlanan "Grafik Tasarım Eğitiminde Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile Gazi Üniversitesi Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı'nda Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: (Prof. Dr. Hüseyin ELMAS)
(Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi) …….
Başkan: (Prof. Dr. Serap BUYURGAN)
(Grafik Tasarımı Anabilim Dalı, Başkent Üniversitesi) …….
Üye: (Prof. Dr. Osman ÇAYDERE)
(Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi) …….
Üye: (Prof. Dr. Mustafa Cevat ATALAY)
(Geleneksel Türk Sanatları Anabilim Dalı, Hacı Bayram Veli Üniversitesi)…….
Üye: (Doç. Dr. Ali Ertuğrul KÜPELİ)
(Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi) …….

Tez Savunma Tarihi: 11/06/2025
Bu tezin Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı'nda Doktora tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

(Prof. Dr. Osman ÇİMEN)
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü …….

Aileme

TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde birçok kişinin katkıları olmuştur. Doktora eğitimim süresince yaptığım her çalışmada ve bu araştırmanın her aşamasında akademik bilgisi ve manevi desteği ile her zaman yanımda olan değerli hocam ve tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Hüseyin ELMAS'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez izleme komisinde yer alarak kıymetli görüş, ve önerileriyle araştırma sürecime önemli katkılar sağlayan hocalarım Sayın Prof. Dr. Serap BUYURGAN, Sayın Prof. Dr. Osman ÇAYDERE, Sayın Prof. Dr. Mustafa Cevat ATALAY ve Doç. Dr. Ali Ertuğrul KÜPELİ'ye teşekkürü bir borç bilirim. Bunun yanında akademik kariyerimin ilk zamanlarında bana bilimsellik ilkesini aşılayarak, bilime ve sanata olan inancıma büyük katkılar sağlayan değerli hocam Sayın Dr. Öğretim Üyesi Erdem OĞUZ'a teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmanın veri analizi sürecinde emeği olan, bitmek tükenmek bilmeyen sorularıma bıkmadan, usanmadan yanıt veren, yönlendiren değerli büyüğüm Dr. Ahmet DOĞAN'a teşekkür ederim.

Büyük fedakârlıklarla maddi, manevi her imkânı benim için seferber eden, bugünlere gelmemde mümtaz bir paya sahip olan, dualarını üzerimden hiç eksik etmeyen, beni güdüleyen, her zaman yanımda olan, bana güvenen, koşulsuz seven anneme ve aileme çok teşekkür ederim. Doğumları doktora eğitimimin başına ve sonuna rast gelen oğlum ve kızımla yoğun olduğum dönemlerde benim yerime ilgilenen biricik eşime, motivasyon kaynağım çocuklarım Ahmet Kerem ve Defne'ye teşekkürlerin en büyüğünü sunuyorum.

GRAFİK TASARIM EĞİTİMİNDE
YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI
DOKTORA TEZİ

Berat Yurtalan

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Eylül 2025

ÖZ

Sanatın, insanlık tarihi kadar eski bir olgu olduğu ve mağara duvarlarına yapılan betimlemelerin çok eski dönemlere dayandığı bilinmektedir. Bilim ve teknolojideki gelişmelerle birlikte sanatın ifade biçimlerinin de değişmesiyle sanat, hem bireylerin kendilerini ifade etme aracı olmuş hem de toplumlar arasında bir iletişim köprüsü işlevi görmüştür. Matbaanın icadı, sanayi devrimi ve bilgisayar teknolojilerinin gelişimi, sanatın ve özellikle grafik tasarımın gelişiminde önemli rol oynamıştır. Günümüzde yeni medya; iletişim, etkileşim ve katılımı ön planda tutan dijital ortamlardan oluşmakta, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırarak kullanıcıyı sürece dahil etmektedir. Sanat ve tasarım, geçmişten günümüze iletişim teknolojileri ile birlikte gelişmiş; bireyler ve toplumlar arası duygusal, kültürel ve düşünsel bağların kurulmasını sağlamıştır. Grafik tasarım eğitimi ve yeni medya teknolojilerinin söz konusu bağlarla birbirini etkilediği söylenebilir. Bu araştırma ile 2024-2025 Bahar Dönemi'nde Ankara'da bulunan altı üniversitenin ilgili fakültelerinin grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde akademik faaliyetlerine devam eden 3 ve 4. sınıftaki 209 öğrenci ile 37 öğretim elemanından elde edilen verilerle grafik tasarımı ve yeni medya teknolojilerine yönelik algıları incelenmiştir. Tarama modeline dayalı araştırma, kolay ulaşılabilir durum örneklemesi ile oluşturulmuştur. Araştırma ile elde edilen veriler AMOS 22 ve SPSS 22 programları ile analiz edilerek grafik tasarım eğitiminde yeni medya teknolojilerinin kullanımı; fizikî altyapı, bireysel eğitim, genel yeterlilik, kaynak erişimi ve içerik üretme istekliliği boyutlarında incelenmiştir. Vakıf üniversitelerinin sahip olduğu fiziki ve teknik altyapının daha etkili olduğu değerlendirilirken, devlet üniversitelerinde altyapı ve kaynak eksiklikleri öne çıkmaktadır.

Öğrenci ve öğretim üyeleri arasında eğitim yeterliliğine dair algısal farklılıklar bulunmaktadır. Öğretim programlarının alandaki gelişmelere uygun olarak güncellenmesi, dijital teknolojideki son gelişmelere yönelik donanım yatırımları, açık kaynak çözümleri ve sektörel iş birliklerinin önemi vurgulanmıştır. Eğitim kalitesinin artırılması için hem öğrencilerin hem de öğretim üyelerinin teknolojik gelişmelere uyum sağlayacak biçimde desteklenmesine yönelik öneriler ifade edilmiştir.

Anahtar Kelimeler : Grafik tasarım, görsel iletişim, yeni medya
Sayfa Adedi : xvi+120
Danışman : Prof. Dr. Hüseyin ELMAS

IN GRAPHIC DESIGN EDUCATION USE OF NEW MEDIA TECHNOLOGIES

(Ph.D Thesis)

Berat Yurtalan

GAZI UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF EDUCATIONAL SCIENCES

September 2025

ABSTRACT

It is known that art is a phenomenon as old as human history, and that depictions on cave walls date back to ancient times. With advancements in science and technology, art has evolved into a means of self-expression for individuals and a bridge of communication between societies. The invention of the printing press, the industrial revolution, and the development of computer technologies have played a significant role in the transformation of art, and particularly graphic design. Today, new media consists of digital environments that prioritize communication, interaction, and participation, eliminating the boundaries of time and space and engaging the user in the process. Art and design have evolved alongside communication technologies from past to present, enabling the establishment of emotional, cultural, and intellectual bonds between individuals and societies. It can be argued that graphic design education and new media technologies influence each other through these connections. This research examines the perceptions of graphic design and new media technologies regarding graphic design and new media technologies using data obtained from 209 students and 37 faculty members enrolled in the departments of graphics, graphic design, and visual communication design at the relevant faculties of six universities in Ankara during the 2024-2025 Spring Semester. The research, based on a survey model, employed a convenience sampling method. Data obtained through the study was analyzed using AMOS 22 and SPSS 22 programs, and the use of new media technologies in graphic design education was examined in terms of physical infrastructure, individual learning, general competence, resource access, and willingness to produce content. While the physical and technical infrastructure of foundation universities is considered more effective,

infrastructure and resource deficiencies are more pronounced in state universities. Perceptions of educational adequacy differ between students and faculty. The importance of updating curricula in line with developments in the field, hardware investments in the latest digital technologies, open-source solutions, and sectoral collaborations were emphasized. Recommendations were made to support both students and faculty in adapting to technological advancements to improve educational quality.

Key Words : Graphic design, visual communication, new media

Page Number : xvi+120

Supervisor : Prof. Dr. Hüseyin ELMAS

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU ……..……..…....… iii

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI …….……..……... iv

JÜRİ ONAY SAYFASI ……...…..……...… v

İTHAF SAYFASI …….……. vi

TEŞEKKÜR ……. vii

ÖZ ……..... viii

ABSTRACT ……..……..……..…. x

İÇİNDEKİLER …….……..... xii

TABLOLAR LİSTESİ ……..…….……...……… xv

BÖLÜM I ……..…….……... 1

1. GİRİŞ ……...……...……... 1

1.1. Problem Durumu ……..……....……...…… 4

1.2. Problem Cümlesi ……..…….……...…..…… 5

1.3. Alt Problemler ……...…….……..… 5

1.4. Amaç ……...…….……...……. 6

1.5. Önem …….…….…….……. 6

1.6. Sayıltılar ……..…….…… 7

1.7. Sınırlılıklar ……..…….……...…… 7

1.8. İlgili Araştırmalar …… 7

BÖLÜM II …… 13

2. KURAMSAL ÇERÇEVE …… 13

2.1. Grafik Tasarım …… 13

2.2. Grafik Tasarım Eğitiminin Türkiye'deki Gelişimi …… 19

2.3. Grafik Tasarım Eğitiminin Dünya'daki Gelişimi …… 24

2.4. Yeni Medya …… 26

2.5. Yeni Medyanın Özellikleri …… 28

2.6. Yeni Medyada Grafik Tasarımın Yeri …… 36

2.7. Yeni Medyanın Uygulama Alanları …… 36

2.8. Yeni Medyanın Türkiye'deki Gelişimi …… 39

BÖLÜM III …… 42

3. YÖNTEM …… 42

3.1. Araştırmanın Modeli …… 42

3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu …… 42

3.3. Veri Toplama Araçları …… 43

3.4. Verilerin Analizi …… 44

BÖLÜM IV …… 50

4. BULGULAR VE YORUM …… 50

4.1. Araştırma Bulguları …… 50

4.1.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler …… 50

4.1.2. Alt Problemlere İlişkin Bulgular ve Yorum …… 53

4.1.2.1.Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum …… 53

4.1.2.2.İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum …… 59

4.1.2.3.Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum ……... 64

4.1.2.4.Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum ……..... 68

4.1.2.5.Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum ……... 71

BÖLÜM V ……...…….…….…. 78

5. SONUÇ VE TARTIŞMA …….…….……...…..….. 78

5.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma ……..……..…..... 78

5.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma ……..……..... 79

5.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma ……...……..... 80

5.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma …….…..……..... 81

5.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma …….. 82

5.6. Öneriler ……..……..... 83

KAYNAKLAR …….…… 85

EKLER …….……..…. 95

Ek 1. Öğretim Elemanı Görüşme Formu ……. 96

Ek 2. Öğrenci Görüşme Formu …….…….……. 99

Ek 3. Etik Kurul İzin Belgesi …….……..……... 102

Ek 4. Örneklem Grubu Üniversitelerde Yer Alan Grafik, Grafik Tasarımı ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümlerinin Zorunlu ve Seçmeli Dersleri 103

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. *Doğrulayıcı Faktör Analizi* ……43

Tablo 2. *Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizinde Temel Alınan İst. Değerl.* …… 43

Tablo 3. *Betimleyici İstatistikler* …… 44

Tablo 4. *İlk Açımlayıcı Analizde Elde Edilen Ölçeğin Güvenirlik Analiz Sonuçları* ……. 45

Tablo 5. *Ölçeğin KMO ve Barlett's testi* …….. 56

Tablo 6. *Ölçeğin Toplam Açıklanan Varyans Tablosu* ……. 56

Tablo 7. *Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları* ……. 57

Tablo 8. *Katılımcılara Uygulanan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Sonuçları* ……. 57

Tablo 9. *Faktörlerin Tanımlayıcı İstatistikleri* ……... 58

Tablo 10. *Katılımcıların Cinsiyetlere Göre Dağılımı* …… 59

Tablo 11. *Katılımcıların Üniversitelere Göre Dağılımı* …… 59

Tablo 12. *Katılımcıların Üniversite Niteliğine Göre Dağılımı* …… 60

Tablo 13. *Katılımcıların Niteliğine Göre Dağılımı* ……. 60

Tablo 14. *Ölçekteki Maddelerin ve Faktörlerin Tanımlayıcı İstatistikleri* …… 60

Tablo 15. *5'li Likert Ölçeğine Göre Aritmetik Ortalamaların Değerlendirme Aralığı* …. 61

Tablo 16. *Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri* . 62

Tablo 17. *Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* …… 63

Tablo 18. *Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörünün Üniversite Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri* …… 64

Tablo 19. *Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* …… 65

Tablo 20. *Bireysel Eğitim/Üretim Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri* .. 66

Tablo 21. *Bireysel Eğitim/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* …… 67

Tablo 22. *Bireysel Eğitim/Üretim Faktörünün Üniversite Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri* …….. 68

Tablo 23. *Bireysel Eğitim/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* ……. 69

Tablo 24. *Bireysel Eğitim/Üretim Faktörünün Katılımcı Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri* *70*
Tablo 25. *Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İst.* *71*
Tablo 26. *Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* ... *71*
Tablo 27. *Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörünün Üniversite Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri* *73*
Tablo 28. *Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* ... *73*
Tablo 29. *Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörünün Katılımcı Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri* *74*
Tablo 30. *Kaynak/Telif/Üyelik Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri* *75*
Tablo 31. *Kaynak/Telif/Üyelik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* *75*
Tablo 32. *Kaynak/Telif/Üyelik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* *76*
Tablo 33. *Kaynak/Telif/Üyelik Faktörünün Katılımcı Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri* *77*
Tablo 34. *İsteklilik Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri* *78*
Tablo 35. *İsteklilik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* *78*
Tablo 36. *İsteklilik Faktörünün Üniversite Niteliğine Göre Ortalama ve Std. S. İst.* *79*
Tablo 37. *İsteklilik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri* *79*

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

İlk insanların mağara duvarları ve çeşitli yaşam alanlarına işledikleri betimlemeler sanatın çok eski çağlara dayandığının bir göstergesidir. İnsanlık tarihi ile yaşıt olduğu kabul edilen sanatın, günümüze gelinceye kadar çok çeşitli süreçlerden geçtiği bilinmektedir. Bireyin kendini etkili bir biçimde ifade etmesine yardımcı olan sanat, bilim ve teknolojinin kendisine sunduğu imkanlardan geçmişte olduğu gibi gelecekte de yararlanacaktır. Devamlı olarak değişim ve gelişim süreçlerini bünyesinde barındıran sanat eğitimi tarihsel süreç içerisinde devingen bir yapıda varoluşunu sürdürmektedir.

Matbaanın icadıyla bilginin yayılımı ve iletişim süreçleri önceki dönemlere göre oldukça hızlanmıştır. Sanayi devrimi ve devam eden süreçte seri üretimin ortaya çıkışı dünyada geri dönülmez gelişmelere sahne olmuştur. Bilgisayar teknolojilerinin sunduğu imkanlarla harmanlanan grafik tasarımı 21. yüzyılla birlikte ekranların hemen her alanda kullanımı ve İnternetin yaygınlaşmasıyla iletişim süreçlerine dahil olarak gelişimini bilgi ve iletişim teknolojileriyle birlikte sürdürmektedir. Bunun sonucunda sanat nesnesinin kendisi ve üretiminde kullanılan malzemeler alışılmışın dışındaki malzeme ve formlara dönüşmüştür. Etkileşimli deneyimlere imkan vererek izleyicisini sürece dahil eden bir yapıya bürünmüştür.

Sanat insan ihtiyaçlarından doğan sebeplerle çeşitlenmiştir. Sanat aracılığı ile insanlar hem çağdaşları ile hem de yaşadıkları çağdan yüzyıllar sonra bile iletişim kurabilmişlerdir. Bilinçli ya da bilmeden insan hayatını çevreleyen sanat ile insanın ilişkisi yaşamın her alanında kendini göstermiştir. Bu yönüyle sanat, aynı zaman diliminde yaşamış insanlar ile farklı zaman diliminde yaşamış insanlar arasında bağ kurabilen bir olgudur. Yüzyıllar öncesinden mağara duvarlarına çizilen bir hayvan figürü, bir testiye işlenmiş motif ya da kilden yapılmış bir tablete kazılan harfler izleyicisinin o dönemle bir bağ kurabilmesine yardımcı olabilmektedir. Sanat, kendi dönemi ile kendinden önceki dönemi harmanlayan,

kendinden sonraki döneme aktardıkları ile bilgiyi transfer ederek nesiller arası iletişime, eğitime katkı sağlayarak geleceği aydınlatan bir yapıdadır.

Sanat farklı zaman dilimlerinde yaşayan insanları bir araya getirdiği gibi farklı toplumları da etkileyip gelişimlerine katkı sağlayabilir. Bilgi bu yolla çeşitlenip farklı düşünsel süreçlere evrilip gelişimini sürdürebilir. Sanatla bilgi birikimi, değişim ve gelişimle birlikte insana dair her türden duygunun kaynağının çeşitlenmesi ve zenginleşmesi mümkündür. İnsan; üzüntü, sevinç, gurur, cesaret gibi kendine has hislerin yaşanmasına sanatla anlam katabilir. Tarihin her döneminde insan ve sanatın birlikteliğinden bahsedilebilir. Hayatın her alanında bulunan sanat, bulunduğu insan topluluğunda yaşananları farklı farklı süreçlerden geçirerek yeni ifade biçimleri ile ortaya koyan dinamik bir yapıdadır. Estetik açıdan farklı doyumlar elde edilse de sanat ve insan birlikteliği hayatın başrolleri arasındadır. İnsanlar çağlar boyunca ihtiyaçlarını karşılayabilmek için doğada yer alan malzemelerden yola çıkarak çeşitli araç ve gereç üretimine gitmişlerdir. Gerek hayat gerekse sanata yönelik bu türden araç ve gereçlerle hayatlarına yön vermişlerdir. Tarih öncesi çağlarda kullanılan malzemeler ile günümüzde kullanılan malzemeler çeşitlilik arz etmektedir. Bu açıdan bakıldığında hem geçmişte hem de günümüzde sanatın hayatla birlikteliği farklı disiplinlerin bir araya gelmesiyle oluşan bir yapıdadır.

İlk çağlardan günümüze kadar artarak ilerleyen bilgi, uygarlıkların ve medeniyetlerin şekillenmesinde etkin bir rol üstlenmiştir. Uygarlık; bir toplumu diğer toplumlardan ayıran, o topluma has özellikleri yansıtan hayata dair olguların, o toplumda işe koşulan her türlü alet ve teknolojinin, iş yapma biçim ve yöntemlerinin, inanışlarının, düşünsel ve sanata ilişkin etkinliklerin, sosyal ve politik örgütlenme biçimlerinin bütünü iken medeniyet; bireylerin ya da toplumların bilinçli olarak meydana getirdiği sosyal olaylar ve olguların bütünü olarak tanımlanır (Buyurgan ve Mercin, 2005). Bilgiye sahip olan ve onu değiştirerek geliştiren toplumlar diğer toplumların önüne geçerek onları etkilemişlerdir. Bilim ve teknolojideki gelişmeler insan hayatına dair ne varsa doğrudan etkilemektedir. İçinde bulunduğumuz bilgi çağının şüphesiz en büyük icadı bilgisayardır. Bilgisayar ve iletişim teknolojisi insan hayatını geri dönülmez bir biçimde ve hızda şekillendirmektedir. Bu baş döndürücü hızdaki değişimden etkilenen alanlardan biri de sanattır. İnsanlık tarihi ile ortaya çıktığı bilinen sanatın günümüzde söz konusu teknolojik gelişmelerle şekillendiği görülmektedir. Bu şekillenmenin iletişim ile birlikte gerçekleşmekte olduğu Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük tarafından yapılan tanımlamada da görülmektedir. Buna göre iletişim; duygu ve düşüncelerin, bireyler, insan toplulukları ya da kitleler arası söz, işaret, yazı, görüntü ve her

türlü görsel materyal, simge ve işaretler aracılığı ile değiş-tokuş edilmesi sürecine denilmektedir (TDK, 2023). Bireyler ya da toplumlar arası mesaj alışverişi olarak gerçekleşen iletişim süreci insana özgü duyuların yardımıyla önem kazanır. Görsel iletişim bu duyulardan en etkili olanı, belki de en önemlisi olarak gösterilebilir. Çünkü herhangi bir görsel, simge veya işaret evrensel olduğu takdirde sözel olarak gerçekleştirilebilen iletişimden daha anlaşılır, işlevsel ve amaca yönelik olabilir. O halde mağara duvarlarına işlenen ve yazı öncesi dönemlere rast gelen her türden görsel ögenin görsel iletişimin ilk örneklerini oluşturduğu söylenebilir.

Geçmişten günümüze kadar kullanılan, kendiliğinden şekillendirilmemiş her türden malzemenin bir tasarım ürünü olduğundan bahsedilebilir. Belli zihin egzersizleri, hayal gücümüz ve yaratıcı düşünce ile aklımıza kazınan önceden düşünülmüş ve istendik bir forma kavuşturulmuş malzemelerin tasarım olgusuna karşılık geldiği söylenebilir. Tasarım; bir ürün veya nesnenin bir bölümünün ya da tamamının çizgi, şekil renk, biçim, malzeme esnekliği veya dışındaki yüzeyin bezenmesi gibi duyularımızla algılayabileceğimiz görsel ögeye ait özelliklerin bir araya getirilmesine verilen isimdir (İncearık, 2011). Diğer taraftan tasarım; eğlenceli bir düşün sporu ve soyut düşünce boyutundan sıyrılarak somut algılama ve formsal evrene ilişkin fonksiyonel önerileri içine alan bir olgu olarak tanımlanır (İnan, 1998). Böylece tasarım; bir mesajı en yalın ve etkili haliyle hedef kitlesinin ilgisi, yaşı, dili, cinsiyeti ve içinde bulunduğu toplumun değerleri gibi özellikleri göz önünde bulundurularak iletilmesi durumunda amacına ulaşabilmesi açısından önemlidir (Çaydere, 2015). Günlük hayatta oldukça fazla alanda ve sıklıkla kullanılan etkileyici bir sözcük olan tasarım; akılda süzmek, istendik şekilde kurgulamak, çizmek, organize etmek, projelendirmek, düzenlemek, buluş yapmak ve yaratıcı süreçleri içine alan anlamları da karşılamaktadır (Odabaşı, 2002). Bir problem çözme aktivitesi olarak görülen tasarım, bir olgu veya yapının herhangi bir form içerisindeki halidir (Erkmen, 2001).

Yirminci yüzyılın ilk yarısı, metal kalıplara kazılarak yazılan, çizilen ve bunların çoğaltılmak üzere matbaa aracılığıyla basılabildiği görsel ürünün grafik tasarım terimine karşılık geldiği yıllar olarak bilinmektedir. Grafik tasarım, resim ve yazının bir arada kullanılmasıyla bir fikir, duygu, düşünce, hizmet ya da ürünün etkileyici bir şekilde tanıtılmasına imkân veren uygulamalara grafik sanatlar ismi verilebildiğinden dolayı, görsel iletişim sanatlarından biridir (Çaydere, 2016). Grafik tasarım, yaratıcı imgeler, kavramsal ve estetik anlatımlarla hedef kitleyi etkileyen ve fotoğraf, illüstrasyon, tipografi gibi yardımcı unsurlarla desteklenen bir kitle iletişim sanatıdır (Uslu, 2017).

Günümüzde yeni medya denildiğinde bünyesinde oldukça geniş bir anlamı ihtiva etmektedir. Bunun başlıca sebebi ise kullanıcısına iletişim, etkileşim, erişim ve algısal deneyimlere imkân veren ortamları içeren dijital teknolojilerden meydana geliyor olması gösterilebilir. Kavram olarak yeni medyadaki "yeni" sözcüğü, bilgisayar teknolojilerinin elverdiği imkanların kullanılarak, çabucak ve baş döndürücü bir hızda gerçekleşen ve kendinden sonrakine göre eskiyen bir yapıya bürünen kavram olmaktan çıkıp "en son" anlamını karşılayan bir terim anlamına karşılık geldiği söylenebilir. Yeni medyanın oldukça kapsamlı bir şekilde faaliyet gösterdiği alanların başında reklam, medya, kültür ve eğitim gelmektedir. Birçok disiplinin bir araya gelmesiyle birlikte bir disiplinlerarasılıktan bahsedilebilir. Temelde bilgisayar teknolojileri aracılığı ile işe koşulan yeni medya ile mekân ve zaman sınırlaması olmaksızın seçeneklerin çoğalması, iletişim süreçlerinin rol değiştirerek edilgenlikten etkenliğe geçişi ile birlikte katılımcı bir role bürünülen ve böylelikle kişinin bizzat kendisinin, sunulan ürün ya da hizmetin nesnesi haline gelerek onu deneyimlediği sayısız duruma bir başkasının eklenebildiği ortamlardır.

Yeni medyaya ilişkin yaygın olan anlayış bilgisayar teknolojilerinin üretimden çok dağıtım ve sergilemede kullanılıyor olmasıdır. Bilgisayar oyunları, sanal gerçeklik ortamları, İnternet, dijital kameralarla kaydedilen ve bilgisayar aracılığıyla kurgulanan video içerikler, animasyon filmleri, yine bilgisayar ortamında üretilip kâğıda basılan illüstrasyon ve fotoğraflar yeni medyanın en etkin olduğu alanlardan bazılarıdır.

1.1. Problem Durumu

Hayatın hemen her alanında olduğu gibi sanat eğitimi de dijital teknolojilerin gelişiminden etkilenmektedir. Etkili bir sanat eğitimi, içinde bulunulan çağın değişen durumlarına göre kendini yenileyebilen ve gelişen teknolojiye ayak uydurabilen bir yapıya uygun olarak oluşturulan öğretim programları ile etkili hale gelebilir (S. Buyurgan ve Buyurgan, 2018). Multidisipliner bir yapı ve bu yapıya ilişkin değerlerle desteklenen sanat eğitimi kendi değerlerini de katarak zamanı yakalayabilecek özelliklere bürünebilecektir. Sanayi devrimi ile 19. Yüzyılda meydana gelen gelişmeler üretimin daha önce görülmeyen hızda yapılabilmesini sağlarken fabrikasyon sistemi ile seri üretim ürünlerin artarak el emeği ile üretilen ürünlerin yerini almıştır (Alakuş ve Mercin, 2019). Gündelik hayatta yaygın olarak kullanılan ürünler yerini belli standartlara göre üretilmiş aynı kalıptan çıkan ve seri olarak imal edilmiş ürünlere bırakmıştır. Tarihsel süreç içerisinde diğer birçok alanda olduğu gibi sanat eğitimi alanında da araç, gereç, malzeme ve materyal değişikliği zamanın ihtiyaçlarına

uygun olarak değişiklik gösterebilir, gelişip başka alanlara aktarılabilir ve bunun sonucunda etki alanı genişleyebilir. Dijital teknolojiler geliştikçe insan yaşamını etkilemekte ve hayatın hemen her alanında bir arada bulunmaktadır. Bu sebeple iletişimdeki hız eskiye göre oldukça artmıştır. Ekranlar, projeksiyon cihazları vb. görüntüleme sistemleriyle sanat eserleri direkt olarak eserin kendisi ya da baskı sistemleriyle çoğaltılmış kopyasının dışına çıkarak yüksek kaliteye sahip görüntüleme sistemlerine taşınmış ve çeşitli uygulamalar aracılığıyla hareketlendirilmiştir. Neticede hayatın her alanında gelişen teknoloji ile birlikte üretilmiş bir sanat eseri, bir ürün ya da tasarım görebiliriz. Dijital yenilikler, sanat eğitimi ile birlikte hayatın birçok alanını etkilemiştir. Sanat üretimi kendine yepyeni bir mecra bulmuştur. Bu mecranın adı ekrandır. Ekranların gittikçe önem kazanmaya başlamasının temel nedeni, bilgisayar ve dijital teknolojilerin artarak ilerleyen bir yapıda olmalarıdır. Grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı eğitimi veren bölümlerin de söz konusu gelişmeleri yakından takip ederek içinde bulunulan çağın gereklerine sahip insan kaynağı yetiştirebilmesi, ilgili fakülteler için önem arz etmektedir.

1.2. Problem Cümlesi

Grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı eğitimi veren fakültelerdeki öğrenciler ve öğretim elemanlarının, yeni medya teknolojilerinin kullanım durumu nedir?

1.3. Alt Problemler

Genel problem durumunun desteklemesi amacıyla aşağıda ifade edilen alt problemlere yer verilmiştir.

1. Grafik tasarım eğitimi veren fakültelerde yeni medya teknolojilerine ilişkin fiziki ve teknik imkânlar nasıldır?
2. Grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları ile öğrenim gören öğrenciler üniversitelerindeki yeni medya teknolojilerine yönelik eğitimlere ilişkin görüşleri nasıldır?
3. Grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları ile öğrenim gören öğrenciler Türkiye'deki üniversitelerin yeni medya teknolojilerine yönelik eğitimlere ilişkin görüşleri nasıldır?
4. Yeni medya teknolojilerine yönelik eğitim materyallerine ve lisans haklarına erişime ilişkin görüşleri nasıldır?

5. Grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları ile öğrenim gören öğrencilerin yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretme konusunda kendi yeterliliklerine ilişkin görüşleri nasıldır?

1.4. Amaç

Bu araştırma; yüksek öğretim kurumlarında grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde öğrenim gören öğrenciler ile ders veren öğretim elemanlarının yeni medya teknolojilerine ilişkin görüşlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma ile Türkiye'de bulunan grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerine öğretim programı, öğretim materyali ve ders içerikleri hazırlanırken katkı sunabileceği düşünülmektedir.

1.5. Önem

Günümüzde birçok alanda olduğu gibi grafik tasarım da sürekli bir etkileşim ve dönüşüm süreci içerisindedir. Hızla ilerleyen teknolojik gelişmeler doğrultusunda, bireylerin bu değişime ayak uydurabilmeleri büyük ölçüde eğitim aracılığıyla mümkün hale gelmektedir. Bu araştırmada, grafik tasarım eğitimi alan öğrenciler ile bu alanda ders veren öğretim elemanlarının yeni medya teknolojilerine ilişkin düşünce ve beklentilerinin ortaya konulması, farkındalıklarının ise artırılması amaçlanmıştır. Grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinden mezun bireylerin, çağın gerektirdiği niteliklere uygun şekilde daha donanımlı yetişmelerine katkı sağlamak da çalışmanın bir diğer önemli yönünü oluşturmaktadır.

İlgili araştırmalarda ele alınanlara ek olarak Arıkan (2008), Armutçu (2006), Azazi (2019), Ceylan (2019), Çalışkan (2018), Duğan (2021), Gök (2017), Kalender (2022), Mercan (2021), Ortaç (2021), Polat (2022), Polat (2020), Tanyeri (2020), Türegün (2020), Ümit (2019), Vuruşan (2020), Winegard (2019), Yenice (2019), Yıldırım (2019) ve Yıldırım'a (2021) ait grafik tasarım ve yeni medya teknolojilerine ilişkin araştırmalar incelendiğinde genellikle nitel araştırma yöntemlerden yola çıkıldığı gözlemlenmiştir. Bu yönüyle araştırma, diğer araştırmalardan ayrılarak istatistiki veriler ışığında bu ve benzer ölçeklerin geliştirilmesinin faydalı olacağı, ölçek kullanılarak yükseköğrenim kurumlarının yeni medya teknolojileri eğitiminin güçlü ve gelişim alanlarının objektif metotlarla değerlendirilmesine imkân sağlayacağı, ayrıca yükseköğretim kurumlarının ilgili

bölümlerinin stratejik planlarını ve gelişim planlamalarını oluşturmaları sırasında katkı sunabileceği düşünülmektedir.

1.6. Sayıltılar

Alan uzmanları ve sanat eğitimi alan öğrencilerin, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan soruları içtenlikle ve tarafsızca cevaplandırdığı varsayılmıştır.

1.7. Sınırlılıklar

Bu araştırma, "Grafik Tasarım Eğitiminde Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı" isimli başlık ile ele alınarak araştırmacının konuya ilişkin literatür, kütüphane, İnternet taraması ve Ankara ilinde bulunan Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Mimarlık ve Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Atılım Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü, Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü ile aynı üniversitenin Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde 2024-2025 Öğretim Yılı, bahar döneminde öğrenim gören 3 ve 4. sınıf öğrencileri ile söz konusu bölümlerde ders veren öğretim elemanlarına uygulanan veri toplama araçları ile sınırlıdır.

1.8. İlgili Araştırmalar

Karaçalı (2009) tarafından yapılan "Türkiye'de Sanat ve Yeni Medya" isimli sanatta yeterlik tez çalışmasında yeni medya bağlamına ülkemizde sanatsal üretim yapan sanatçılar ve çalışmaları ele alınmıştır.

Güney (2014). "Dijital görsel kültür ve yeni medya ekseninde sanatın değişen rolü" isimli doktora tezi çalışmasında bilim, sanat ve teknoloji birlikteliğinin eğitim ortamlarına aktarımının gerekliliğine dikkat çekilmiştir. Ayrıca ülkemizde sanat eğitimi veren üniversitelerde yeterli sayıda olmayan yeni medya bölümlerinin teknoloji ve sanat birlikteliğinin ayrılmaz bir parçası olarak görülerek gelişimini sürdürmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Merdeşe, (2017) tarafından yapılan "Yeni medya sanatında devingen imgeler: Video alanlar" isimli sanatta yeterlik tez çalışmasında, yeni medya video sanatının dünden bugüne değişim evresi ve çağdaş sanat parametrelerindeki odak noktaları araştırılmıştır. Bu parametreler öncülüğünde videonun yapısal değişimini ve kavramsal alt yapısını multidisipliner, politik ve özel yeni bakış açısı sunmuştur. Videonun gelişim süreci ve videonun bilgisayar teknolojileri eklenerek ortaya çıkan yapısal değişimi incelemiş, yeni medyanın kökenini tarihsel ve kuramsal süzgeçten geçirerek verilerin zenginleştirilmesinde katkı sağlamıştır.

Kartal, (2018) tarafından yapılan "Yeni medya çağında fotoğraf estetiğinin yeniden kurgulanması" isimli doktora tezinde bilgisayar ve internet gibi teknolojik gelişmelerin ardından fotoğraf sanatının biçimsel, estetik yapısını konu almıştır. Tez içerisinde estetik ve yeni medya kavramları, yeni medya sanatı ve fotoğraf ilişkisine değinilmiştir.

Aydemir, (2019) tarafından yapılan "7-9 yaş eğitim hedefli yeni medya yazılımlarının görsel tasarımı" isimli doktora tezinde bilgisayar teknolojilerinin eğitimde kullanımını ve Web 2.0 araçlarıyla öğrencilere mekânsız ve zamansız eğitim imkânı sunulmasını ele almaktadır. Ancak, artan sayıda yeni medya uygulaması, tasarım sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Özellikle küçük yaş gruplarına hitap eden uygulamalarda, tasarımın öğrenme sürecine etkisi önemlidir. Çocukların gelişim özelliklerine uygun, profesyonelce tasarlanmış yeni medya uygulamalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırma, eğitim amaçlı yeni medya uygulamalarının tasarım ilkelerine uygunluğunu inceleyerek, Vitamin Eğitim, Morpa Kampüs ve Adapted Mind gibi uygulamaları çocukların gelişim özellikleri ve görsel tasarım açısından değerlendirmiştir.

Ahmadoghlı (2021), tarafından yapılan "Hareketli Grafik Kapsamında Tipografi ve Yeni Medya Sanatı" isimli sanatta yeterlik tezinde hareket, görsel iletişimde ilgi çekici bir unsur olmanın yanı sıra, anlam katmanı ekleyerek başarılı bir iletişim süreci oluşturulması hakkında bilgi verir. Grafik tasarım, uzun süre basılı medya ile sınırlı kalmışken, günümüzde ekran temelli iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla yeni alanlar kazanmıştır. Teknolojik gelişmeler ve kişiselleşen ekranlar, hareketli içeriklere olan talebi artırmıştır. Hareketli grafiklerin artışı, sanatsal faaliyetler ve etkileşimli tasarımlarda da önemli bir yer edinmiştir. Söz konusu araştırmada, tanımı, üretim aşamaları, kullanım alanları ve tipografinin bu bağlamdaki rolü incelenmiş, grafik tasarımcının bu yeni mecralarda üstlendiği roller ve geleceği hakkında öngörülerde bulunulmuştur.

Yılmaz (2022) tarafından yapılan "Yeni Medyada Göç Odaklı Olağandışı Durum İletileri Üretmeye Dayalı Görsel-Algısal Sorgulama: Tasarım Tabanlı Araştırma Örneği" başlıklı doktora tezinde görsel sanatlar öğretmen adaylarına sosyal medya odaklı tasarım süreciyle sorgulayıcı, eleştirel ve dinamik bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır. Araştırma, 2020-2021 eğitim öğretim yılı boyunca Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Grafik Anasanat Atölye derslerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, 4. sınıf öğrencileri ve dersin yürütücüsünden oluşmaktadır. Veriler, katılımcı gözlem, odak grup görüşmeleri, öğrenci ürünleri gibi nitel tekniklerle toplanmış ve NVivo12 programıyla analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, öğrencilerin olağandışı durum iletileri üzerinden görsel ve algısal sorgulamalar yaparak sorgulayıcı bir bakış açısı geliştirdiklerini göstermektedir.

Tokaslan. (2024) tarafından yapılan "Görmenin teknik aracı olarak yeni medya ve resim sanatı ilişkisi" konulu sanatta yeterlik tezinde günümüz yeni medya araçları, toplumsal, kültürel ve ekonomik etkilerinin yanı sıra görme pratiklerini de şekillendirmektedir. İlkçağ optik teorilerinden başlayarak, perspektif, camera obscura, fotoğraf, sinema, televizyon, video ve dijital teknolojilere kadar gelişen teknikler, görme ve gösterme stratejilerini oluşturmuştur. Rönesans dönemiyle birlikte optik teoriler, resim ve perspektif teorilerine dönüşerek görsel kültürü güçlendirmiştir. 1960'larda bilgisayarın sanat aracına dönüşmesiyle, günümüz sanatçıları Jeff Koons, Dan Hays, Brian Alfred ve Julian Opie yeni medya olanaklarını kullanarak görme ve gösterme biçimlerinde yenilikler yaratmışlardır. Bu araştırma, bu sürecin resim sanatıyla ilişkilerini incelemektedir.

Alıcıoğlu, (2024) tarafından yapılan "Yetişkin sanat eğitimi sürecinde yeni medya etkileşimine dayalı A/R/tografik araştırma" konulu doktora tezinde yetişkin sanat eğitimi sürecinde yeni medya araçlarının etkisini incelemektedir. 14 haftalık bir eğitim programı çerçevesinde, katılımcıların sanat eğitimi alarak öznel gelişim, estetik farkındalık ve dijital sanat anlayışını kazandıkları gözlemlenmiştir. Ayrıca, yeni medya ve sosyal medyanın sanatın geniş kitlelere ulaşmasında ve demokratikleşmesinde önemli bir rol oynadığı ortaya çıkmıştır. Araştırma, dijital sanat eğitimine daha fazla yer verilmesinin ve teknolojik yeterliliklerin artırılmasının önemini vurgulamaktadır. Sanat ve dijital medyanın kamusal alandaki etkisinin artırılması gerektiği ifade edilmiştir.

Kanal (2024) tarafından yapılan "Türkiye'de Lisans Düzeyinde Sanat Eğitimi Veren Kurumlarda Yeni Medya ile İlişkili Ders İçeriklerinin İncelenmesi ve Öğrenci Görüşlerinin Belirlenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinde yeni medya ve ilgili ders içeriklerini incelemekte ve öğrencilerin bu derslere yönelik görüşlerini ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırmada karma yöntem benimsenmiş; nitel veri toplama aracı olarak doküman incelemesi, nicel veri toplama aracı olarak ise tesadüfi örneklem yöntemiyle belirlenen öğrencilere uygulanan anket kullanılmıştır. İncelenen üniversitelerin ders programları, öğrencilerin yeni medyayı iletişim ve çağdaş yaşamla ilişkilendirme becerisi kazandıklarını göstermektedir. Ayrıca, yeni medya eğitiminin yalnızca dijital araçlarla sınırlı kalmadığı; geleneksel sanat anlayışıyla ilişkilendirilerek disiplinlerarası bir yaklaşım benimsendiği görülmektedir. Elde edilen bulgular, sanat eğitimi veren üniversitelerde yeni medya konularının ders programlarında yeterince yer almadığını ve öğrencilerin bu alandaki bilgi düzeylerinin yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, araştırmada sanat eğitimi müfredatında yeni medya konularının hem teorik hem de uygulamalı yönleriyle daha kapsamlı şekilde ele alınması ve öğrencilere etkileşimli öğrenme ortamlarının sunulması önerilmektedir.

Tan (2024) tarafından yapılan "Yeni Medyanın Sanata Etkisi: Dijital Sanat Paradigmasında Değişen Sanat Algısı ve Sanatçıların Bakış Açısı" isimli yüksek lisans tez çalışmasına göre dijital sanatın hem sanatçılar hem de izleyiciler açısından yeni ifade alanları sunduğunu ve sanatın üretim, dağıtım ile algılanma biçimlerinde köklü dönüşümlere yol açtığını ortaya koymaktadır. Teknolojik gelişmelerin, sanatın sınırlarını genişleterek sanatsal pratiklere yeni bir dinamizm kazandırdığı belirlenmiştir. Dijital teknolojilerin sunduğu olanaklar, sanatçılara daha önce mümkün olmayan yaratıcı ifade biçimleri sunmakta; interaktif ve çok katmanlı eserlerin oluşumuna imkân tanımaktadır. Bu durum, izleyicilerin sanatla daha kişisel ve etkileşimli ilişkiler kurmasına olanak sağlayarak sanatın daha demokratik bir yapıya evrilmesine katkı sunmaktadır. Dijital sanatın sanatçılara hem ifade araçlarını çeşitlendirme hem de eserlerini daha geniş kitlelere ulaştırma imkânı sunduğu belirlenmiştir. Yapay zekâ, algoritmik sanat ve sanal gerçeklik gibi teknolojilerin sanatsal üretimde yeni yollar açtığı ve çok duyusal deneyimler yaratma potansiyeli taşıdığı vurgulanmaktadır. Türkiye bağlamında ise çalışmada, yerli sanatçıların uluslararası dijital sanat sahnesinde daha görünür hâle geldikleri ve kültürel mirası modern teknolojilerle yeniden yorumlayarak hem yerel hem de küresel izleyicilerin ilgisini çektikleri ifade edilmektedir. Eğitim alanındaki ilerlemeler ile özel sektörle kurulan iş birliklerinin, dijital sanatın Türkiye'deki sürdürülebilir gelişimini desteklediği görülmektedir. Ayrıca çalışma, sanat ile teknoloji arasındaki sınırların giderek daha belirsiz hâle geldiğini ve bu süreçte sanatın yeni ifade biçimlerine evrildiğini göstermektedir. Dijital sanatın, hem üretim yöntemlerini hem de

toplumsal işlevlerini dönüştürerek sanatın geleceğini şekillendirecek önemli bir alan olduğu vurgulanmaktadır.

Kurt (2024) tarafından yapılan "Çağdaş Sanat Tarihi Bağlamında Öz ve Yeni Medya İlişkisi" isimli yüksek lisans tez çalışmasında uygarlık tarihi boyunca üretilen görsel kültür ögeleri ve anlatılarının öz ve biçim ilişkileri çerçevesinde incelenerek, günümüz sanat ortamlarına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Dört bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde, sanat, sanat eseri, öz ve biçim kavramlarına açıklık getirilmiş ve tarihsel süreçteki önemli eserler üzerinden karşılaştırmalar yapılmıştır. İkinci bölümde ise tarihsel bağlamda etkili olmuş sanat akımları ve düşünce grupları değerlendirilmiş; bölüm sonunda Yeni Medya Sanatının kullanım alanlarına odaklanılmıştır. Üçüncü bölümde, 'Çağdaş' ve 'Güncel Sanat' kavramları açıklanmış, bu kavramlar Yeni Medya Sanatı bağlamında örneklerle karşılaştırılmıştır. Özellikle çağdaş sanat üretimlerinde ortaya çıkan görsel içeriklerin, öz ve biçim açısından nasıl yapılandığı analiz edilmiştir. Son bölümde ise medya araçlarının yalnızca sanat alanında değil, çeşitli endüstrilerde de kullanımına yer verilmiş; Yeni Medya Sanatının çağdaş sanatçılar için önemli bir ifade aracı olduğu vurgulanmıştır. Araştırma sonucunda, günümüzde üretilen sanatsal göstergelerin, tarih boyunca ortaya konmuş görsel anlatılarla güçlü bağlar kurduğu belirlenmiştir.

Çelikoğlu (2025) Tarafından Yapılan "Yeni Medya Teknolojilerinin Mekân Deneyimine Etkisi ve Antalya Arkeoloji Müzesi Örneği" adlı yüksek lisans tezinde dijitalleşmenin getirdiği yeni medya teknolojilerinin sanat mekânlarında yarattığı dönüşümü ve bu dönüşümün izleyici deneyimine etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Gelişen dijital ortamlarla birlikte hayatın pek çok alanında hızla yer bulan yeni medya, geleneksel medyanın sınırlı yapısının aksine, yüksek erişilebilirlik, etkileşim ve sürekli yenilenen bir yapı sunarak farklı alanlarda yaratıcı çözümler üretmektedir. Sanat alanında da çağdaş sanatçılar, bu teknolojileri bir üretim aracı veya alanı olarak kullanmakta; böylece farklı ifade biçimlerini deneyimleme fırsatı bulmakta ve izleyiciyle etkileşim kuran interaktif eserler ortaya koyabilmektedir. Yeni medya teknolojilerinin etkisi yalnızca sanat üretimiyle sınırlı kalmayıp, sanat mekânlarıyla izleyici arasındaki ilişkiyi de yeniden şekillendirmekte; özellikle mekân deneyimine içerik ve biçim açısından yeni bir boyut kazandırmaktadır. Bu bağlamda tez, müzeler gibi kültürel kurumların günümüz teknolojileriyle nasıl entegre olabileceğini ele almakta ve bu dönüşümün sürdürülebilir, etkileşimli ve eğitici yapıların oluşturulmasında nasıl bir rol oynayabileceğini irdelemektedir. Araştırma özelinde arkeoloji müzeleri odağa alınmış, örneklem olarak Antalya Arkeoloji Müzesi tercih edilmiştir.

Müzedeki Seramik Eserler Salonu incelenmiş; bilgi sunumu ve teknolojik entegrasyon konularındaki eksikliklerin ziyaretçi deneyimine etkisi değerlendirilmiştir. Bu amaçla sınırlı kapsamda bir alan araştırması gerçekleştirilmiş, veri toplama aracı olarak gözlem, belgelendirme ve anket yöntemlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, yeni medya teknolojilerinin müze deneyimini zenginleştirdiği ve özellikle incelenen salonda dijital iyileştirmelere ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, seçilen mekâna uygun başlangıç düzeyinde bir dijital kiosk örneği oluşturulmuştur.

Lotfi (2025) tarafından yapılan "Yeni Medya Tasarımlarında Yapay Zekâ Araçlarının Rolü" adlı sanatta yeterlik tezinde yapay zekâ teknolojilerinin yeni medya tasarımı üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, yapay zekânın grafik tasarım süreçlerine ve tasarımcıların mesleki rollerine olan yansımaları ele alınmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak, İstanbul il sınırları içinde yapay zekâ araçlarıyla sanat veya tasarım üretimi gerçekleştiren 19 katılımcıyla görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonuçları, yapay zekâ araçlarının tasarım süreçlerine hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Olumlu etkiler arasında, yapay zekânın yaratıcı süreçleri desteklemesi, zamanı verimli kullanmaya katkı sağlaması ve sorunlara farklı perspektiflerden çözüm üretebilmesi öne çıkmaktadır. Öte yandan, psikolojik etkiler ve etik sorunlar gibi bazı olumsuzluklara da dikkat çekilmektedir. Ayrıca, yapay zekânın özgün üretim kapasitesinin sınırlı olduğu, yalnızca insan yönlendirmesiyle işlev kazandığı ve bağımsız olarak yaratıcı tasarımlar ortaya koyamadığı belirtilmiştir. Çalışma sonucunda, yeni medya tasarımında yapay zekâ araçlarının destekleyici rolüne rağmen, yaratıcı düşüncenin merkezde yer alması gerektiği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, yapay zekâ teknolojilerinin yaygın kullanımının artan enerji tüketimiyle ilişkilendirilebileceği ifade edilerek, bu alanda sürdürülebilirlik ve enerji verimliliğine yönelik yeni araştırmalara ihtiyaç duyulduğu önerilmektedir.

BÖLÜM II

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Grafik Tasarım

Tarihin her döneminde, insanlar yaşadıkları çevrede gerçekleşen her türden olay hakkında bilgi sahibi olmayı arzulamıştır. Bu durumun insanın sosyal bir varlık olmasından ileri geldiği düşünülmektedir. İletişim ihtiyacından hareketle insan, her dönemde farklı yollarla ama aynı amaca hizmet etmesi için geliştirilen yöntemler kullanmıştır. Örneğin ateşin kullanılmaya başlamasıyla dumanla, hayvanların terbiye edilmesiyle birlikte güvercinle haberleşmeyi sağlamışlardır. İhtiyacın karşılanması için düşünerek ve karar vererek yapılan çözüm önerileridir. Her birey, yaşamını, çevresini ve günlük aktivitelerini doğal olarak tasarlar. Sanat da insanın bir parçası haline gelmiş ve tasarım öğeleriyle şekillenen bir alandır. Sanatçı, tasarımlarıyla eserinin nihai halini zihinlerinde tasarlarlar. Tasarım, sadece model, kalıp veya süsleme yapmak değil, bir ihtiyaca yönelik düşünülerek yapılan üretim sürecidir. Bu süreçte, tasarımın öğeleri birbirine entegre edilerek hem güzellik hem de işlevsellik oluşturulmalı, iletişim sağlanabilmelidir. Tasarımın amacı, bir bütünün parçalarının uyumunu yakalayarak istenilen sonuca ulaşmaktır. Her tasarımın bir hedefi vardır; bir amaca yönelik düzen yaratmak tasarım, bu düzeni estetikle zenginleştirmek ise sanattır (Becer, 2015). Bu bağlamda, tasarım hem insan duyularına hitap eder hem de matematiksel öğeler içerir. Özetle, tasarım, amacın gerçekleştirilmesi için düşünülüp yapılan yaratıcı bir süreçtir.

Grafik, Yunanca kökenli olup, yazmak ve kazımak anlamında kullanılmış, zamanla anlamı genişlemiştir. Başlangıçta tek renkli yazı anlamına gelen grafik, günümüzde farklı renkler, semboller, desenler ve çizgilerle zenginleşmiştir. Grafik, tarih boyunca baskı sanatı olarak kabul edilmiştir ve insanın güçlü iletişim araçlarından biri olmuştur. Deri, kemik ya da kâğıt gibi materyallerdeki grafikler, grafik sanatının tarihsel varlığının en önemli kanıtlarıdır. Grafikler, mesajları kalıcı, açık ve ekonomik bir şekilde iletmenin yollarını sunmuştur. Bazı

durumlarda, uzun metinlerin grafikler aracılığıyla aktarılması, bilgilerin daha anlaşılır ve verimli bir şekilde iletilmesine olanak sağlamaktadır (Gafuroğlulları, 2014). Grafik tasarım, grafiklerin planlanması ve tasarlanmasıdır. Bu görsel sanat dalı, iletişim amacı taşır ve teknolojiyle birlikte gelişmiştir. Reklam ve tanıtım gibi birçok alanda kullanılır. Grafik tasarımın tarihi çok eski olsa da bu sanat dalı yeniliklere açıktır ve gelişimi hızla devam etmektedir. Bu, grafik tasarımcısının sürekli olarak güncel bilgiye sahip olmasını gerektirir.

Grafik tasarımın amacı, bilgi kargaşasında kaybolan ve karar verme sürecinde zorlanan birey ve grupları etkilemek, onlara iletilmesi gereken mesajları aktarmaktır. Bu noktada yaratıcılık önemli bir rol oynar. Yaratıcılığın tanımı zor olsa da her tasarım ve mekanik sistemde bir yaratıcı süreç bulunmaktadır ve bu süreç insanların ilgisini çekebilen eserler ortaya koyabilir. Perrey ve Turner'a göre yaratıcılık, beş unsurdan oluşmalıdır: orijinallik (yapılan şey nadir, biricik ve sürpriz etkisi yaratmalı), esneklik (farklı fikirler, temalar ve konseptlerle ilişkilendirilmiş olmalı), detay (kompleks ve ayrıntılı olmalı), sentez (farklı nesnelerin ve fikirlerin bağlantı kurması) ve sanatsal değer (görsel, sözlü veya grafik anlamda estetik açıdan değerli olmalı). Grafik tasarım, eğitimden reklamcılığa kadar geniş bir alanda faaliyet göstermektedir ve sanatla iletişimi birleştiren bir disiplindir (Arıkan, 2008). Grafik tasarım, iletişim hedefine yönelik bir görsel anlatım biçimidir ve görseller ile metinlerin uyumlu bir şekilde organize edilmesidir. Grafik tasarım, grafik sanatlardan farklı olarak, işlev ve estetiği birleştirerek kitlelerle iletişim kurmayı amaçlayan bir görsel anlatım dilini ifade eder. Grafik tasarımcılar, belirli bir müşteriye ait mesajları, çeşitli iletişim araçlarıyla hedef kitleye iletmek için yaratıcı bir süreç uygularlar ve bu süreçte resimler, yazılar, ses, hareket, zaman, mekân ve etkileşim gibi unsurlar kullanılabilir. Grafik tasarımın çeşitli unsurları arasında amblem, logo, afiş, basın ilanı, etiket, ambalaj gibi öğeler bulunmaktadır. Grafik tasarım eğitimi, görsel algıyı geliştirmek ve tasarım yapabilme yeteneğini kazanmak için gereklidir. Bu eğitim, tasarımcıların hem estetik hem de işlevsel açıdan topluma katkı sağlayan özgün işler üretmelerini hedefler. Grafik tasarımın temel değerlerinin öğretildiği bir eğitim süreci, öğrencilere yaratıcı güçlerini geliştirme imkânı tanır ve onların mesleki yaşamlarında başarılı olmalarını sağlar.

Grafik tasarım, zekâ ve sanatsal becerilerin birleşiminden doğan bir alandır. Grafik kelimesi, Yunanca "grafikos" ve Fransızca "graphein" köklerinden türetilmiştir ve yazmak, çizim yapmak, işaret veya desen anlamlarına gelir (Erkmen, 1983). Bu alan, çizgilerle insan figürleri veya nesneleri göstererek sanatsal bir çalışma yapmayı ifade eder. "-graf" veya "-graphy" ile biten kelimeler, tasarlanmış bir biçimin görselleştirilmesini ifade eder. Örneğin;

"fotoğraf" ışıklı görüntülemenin, "litografi" taşla yazmanın örneğidir. Grafik sanatlar, özgün baskı yöntemleriyle yapılan sanat eserlerini ve kitle iletişim araçlarında kullanılmak üzere bilgi iletmek amacıyla tasarlanmış çizim, yazı, resim ve bunların düzenlemelerinden oluşur (Erkmen, 1983). Bir makine resmi, diyagram ya da bina planı çizmek gibi teknik çalışmalar da grafik tasarım alanına girer. Bu yönüyle grafik tasarım geniş kitlelere hitap eden, eğitim, tanıtım, biçimlendirme, reklâm, etkileşim ve uyarı amaçlarıyla yapılan bir sanat dalı olarak tanımlanır (Pekmezci, 2009).

Tasarım, bir yaratım sürecinin sonucu olarak ortaya çıkan proje, çizim, maket gibi ürünleri ifade eder (Sözen & Tanyeli, 1992). Ancak, bir tasarım, iletmesi gereken mesajı doğru bir şekilde iletemezse değer taşımaz. Benton & Bowles reklâm ajansından Robert Pliskin, tasarımın güzelliğinin izleyicinin algısına göre değiştiğini vurgular ve örneğin bir iş adamı için en güzel şeyin satış grafiğinde yükselen eğri olduğunu söyler.

Reklâm ajansları, satışa yönelik belirli hedeflere odaklanır ve iş bölümü ile başarı şansını artırır. Tasarımcılar, matbaacılık bilgisine sahip yardımcı grafik tasarımcılar ve grafik operatörleriyle iş birliği yaparak doğru kâğıt seçimi, renk uyumu ve kaplama gibi unsurları kullanarak etkili tasarımlar oluştururlar. Grafik tasarım, çağımızın görsel iletişim sanatıdır ve çevremizdeki her şeyin görsel değerleri, tasarım ilkelerinin uygulanmasıyla şekillenir. Grafik tasarımcılar, iletmek istedikleri mesajları doğru şekilde yönlendirir ve görsel öğeleri etkili bir biçimde düzenler.

Grafik tasarım, her türlü mesajı topluma iletmek, ürün veya hizmet tanıtmak için kullanılan estetik değer taşıyan bir görsel iletişim yöntemidir (Becer, 2015). XX. yüzyılın ilk yarısında kullanılan grafik tasarım, sadece basılı materyallerle sınırlı kalmayıp, film, video ve bilgisayarlarla üretilen görsel materyalleri de kapsamaya başlamıştır. Günümüzde, masaüstü yayıncılık programlarıyla veya el yapımı tasarımlarla üretilen görsel içerikler baskı öncesi ürünler olarak ortaya çıkar (Tepecik, 2002).

Tasarım, planlı ve belirli bir amaçla yaratılan bir üründür. Grafik tasarımda, sanatçının özgün biçimlendirmeleri veya çoğaltmaları kullanarak bilgi iletme ve kitle iletişim araçları için hazırlanan tasarımlar ortaya çıkar (Lynn, 1988). Grafik tasarım, bir iletişim sanatıdır ve hedef kitlenin kolayca algılayabileceği orijinal ve dikkat çekici değerler taşır. Bu tasarımlar, yorgun ve dikkati dağılmış izleyicinin ilgisini çekmeye yönelik yaratıcı süreçlerdir (Becer, 2015).

Grafik tasarım, iletişim çerçevesinde düşünceleri veya sorunları görselleştirerek daha anlaşılır hale getirmeyi amaçlar (Bodur, 2006). Her alanda kullanılan grafik tasarım örnekleri, taşıtlar, kentler, ambalajlar, semboller, hareketli görüntüler ve TV yayınları gibi unsurlarla çevremizi sarar. Geçmişten bugüne grafik tasarım, geleneksel değerleri yansıtarak estetik ve duyarlıkla birleştirilmiştir.

Grafik tasarımcı, çevresindeki tüm kaynakları kullanarak yaratıcı süreci geliştirir ve estetik açıdan değerli tasarımlar oluşturur. Grafik tasarımcı, mesajın doğru yazı karakteriyle ve uygun üslupla iletilmesini sağlar, illüstrasyonlar, fotoğraflar gibi materyalleri kullanabilir. Günümüz tasarımcıları, teorik ve pratik bilgi birikimlerini teknolojiyi kullanarak estetik ve amacına uygun tasarımlar yaratır.

Grafik tasarımda, sözel ve görsel bilgilerin düzenlenmesi ve iletilmesi önemli bir konudur. İyi bir tasarım, değerli bir yatırımdır çünkü günümüzdeki tüm insan etkinlikleri, grafik imgelerle iletişim kurabilme yeteneğine dayanır. Grafik iletişim sistemleri, fikir alışverişini sağlamaya yardımcı olur ve tüm toplumlarda yazılar, resimler ve fotoğraflar önemli iletişim araçlarıdır.

Grafik sanatların kökenleri, insanlık tarihinin ilk sanat ürünlerine kadar uzanır. Eski Mısır'da yapılan papürüs resimleri, Hititler ve Asurlardaki mühür baskıları ilk örnekler olarak kabul edilir. Grafik sanatlar, çeşitli basım ve çoğaltım teknikleriyle yapılan sanat dallarını kapsar ve özgün baskılar da bu sanatın bir parçasıdır. Grafik tasarım, görsel iletişim tasarımı olarak tanımlanır ve pazarlama stratejileri doğrultusunda çeşitli materyallerin görsel anlatımını içerir.

Eski Yunancadaki "grapnein" (yazmak) kelimesinden türeyen grafik kavramı, harfleri, kelimeleri, cümleleri, fotoğrafları, şekilleri ve renkleri belirli bir estetik anlayışla düzenleyip yerleştirme işidir. Bu yerleşim, yenilik ve çekicilik oluşturmayı amaçlar (Batı, 2012). Grafik, tüm sanatsal teknikler ve endüstriyel resim, yazı, çizim ile baskı tekniklerini kapsar. Grafik sanatlar denildiğinde ise, özgün olarak çizilmiş, yazılmış ve baskı amacıyla yapılan resimler ve bunların üretim süreçleri anlaşılmaktadır (Odabaşı, 2002).

Tasarım, günümüzde farklı meslek dallarını etkileyen ve her geçen gün daha da yaygınlaşan bir kavramdır (Armutçu, 2006). Tasarım, organizasyon ve yapıyı şekillendirmeye yönelik her türlü faaliyeti kapsar ve sadece bir model ya da süsleme oluşturmak değildir (Becer, 2007). Tasarım, bir ürün, hizmet ya da olayın tanıtımını yapmak amacıyla yeni bir varlık biçimi ortaya koymak anlamına gelir (Bölükoğlu, 2004).

Grafik tasarım, okunan ya da izlenen görsellerin belirli bir düzenle tasarlanması olarak tanımlanabilir. Planlama, grafik tasarımın en önemli özelliğidir; yaratıcı bir eylem olarak tasarım, belirli bir amacı gözeterek yapılır (Batı, 2012). Grafik tasarım, fikirleri, metinleri ve görselleri alarak onları baskı, elektronik ya da diğer süreçlerden geçirir ve görsel anlamda etkileyici bir biçimde sunar. Bu süreç, mesajın hedef kitleye doğru bir şekilde iletilmesini sağlamak için içeriğe düzen ve yapı ekler (Ambrose & Harris, 2012).

Tasarım, İngilizce'de "design" kelimesiyle tanımlanır ve zihinsel bir plan yapma, proje oluşturma gibi anlamları içerir. Grafik tasarım aynı zamanda "görsel iletişim tasarımı" olarak da adlandırılır ve resim ve yazıyı birbirini tamamlayan bir biçimde kullanarak, estetik değerlerle bir mesajı hedef kitleye iletme işlevi görür (Odabaşı, 2002).

Grafik tasarım, tarihsel olarak sanat akımları ve bilimsel, teknolojik gelişmelerle şekillenerek görsel kültürümüzü oluşturan önemli bir uygulama alanı olmuştur. Grafik tasarımın en temel işlevi, bir mesajı iletmek ya da bir ürünü tanıtmaktır. İletişim, grafik tasarımın varlık sebebidir (Ketenci & Bilgili, 2006). Grafik tasarım, yazılar, fotoğraflar ve resimler gibi öğeleri içerir ve bu öğeler grafik iletişimin temel bileşenleridir (Uçar, 2004).

Grafik tasarım, geniş etki alanına sahip ve yaratıcı becerileri kapsayan dinamik bir disiplindir. Sanat yönetimi, tipografi, sayfa düzeni ve diğer yaratıcı alanları içerir (Ambrose & Harris, 2012). İlk başta piktogramlar kullanılsa da zamanla sembollerle daha karmaşık bir yazı sistemi oluşturulmuş, endüstri devrimiyle birlikte toplumsal yaşamda önemli değişiklikler yaşanmıştır. Tasarım sanatları, bu değişimlere çözüm arayarak, insanın doğal çevresiyle olan bağını yeniden kurmayı hedeflemiştir.

Günümüzde tasarım, kâğıt üzerindeki ön çalışmalarla sınırlı kalmayıp, mimari ve endüstri tasarımı gibi geniş alanları kapsayan bir kavramdır (Armutçu, 2006). Tasarım sanatları, toplumun evrimiyle birlikte gelişmiştir ve her geçen gün yaşamımıza daha fazla etki etmektedir. Grafik tasarımcılar, toplumun kültürel, sosyal, ekonomik ve teknolojik özelliklerine göre tasarımlarını şekillendirir (Bölükoğlu, 2004).

Görsel kültürümüz, işaretler ve sembollerle iletişim kurmamıza olanak tanır. Örneğin, otomobillerin göstergelerinde, uzaktan kumandalarda ve diğer ürünlerde semboller yaygınlaşmıştır (Uçar, 2004). Grafik tasarım, yaşamın her alanında, dergilerden ambalajlara, tabelalardan kurumsal kimliklere kadar geniş bir yelpazede karşımıza çıkar (Ketenci & Bilgili, 2006).

Grafik tasarım sürecinde, sıradan bir ürün tasarımcı tarafından farklı bir biçime ve anlamına dönüşür. Bu süreçte tasarımcı, ürünlere farklı anlamlar yükler ve onları yeniden şekillendirir (Bölükoğlu, 2004). Grafik tasarım, mesajın algılanmasını ve yorumlanmasını etkileyebilir. Her tasarım, hedef kitleyle iletişim kurar ve estetik, yazı karakterleri ve renkler gibi unsurlar, tasarımda popüler kültürle uyumlu olarak kullanılır (Ambrose & Harris, 2012).

Grafik tasarımın amacı, sadece estetik zevke hitap etmek değil, aynı zamanda günlük yaşamda karşılaşılan sorunlara çözüm önerileri sunmak, bilgilendirmek ve uyarmaktır. Bu nedenle haberleşme, ulaşım, eğitim, sağlık gibi birçok alanda hizmet verir (Bilgin, 1988). Grafik tasarım, yaşamımızın bir parçası haline gelmiş ve sürekli değişen dinamiklerle gelişen bir disiplindir.

Grafik sanatlar, görsel düşüncenin ifadesidir. Bir ürün, organizasyon veya olayın tanıtım amacıyla iletişim kanalları oluşturacak şekilde yeni bir biçime dönüştürülmesidir. Bu süreçte, konu ve mesaj üzerinde yoğunlaşarak kitleyle etkili bir iletişim sağlanır. Grafik tasarım süreci, bir keşif ve buluşun ardından şiirsel bir bütünlük ortaya koyarken, aynı zamanda detaylı bir planlama sürecini de içerir. Grafik sanatlar, farklı basım teknikleri ile gerçekleştirilen görsel materyallerin tasarımıyla ilgilenen sanat dalları grubudur. Afişler, tekstil tasarımı, tipografi gibi alanlar bu kapsamda yer alır. Grafik sanatlar, resim ve heykel gibi sanat dallarından, işlevsel yönlerinin ön planda olmasıyla ayrılır. Yani, grafik sanatlarının ürünü sadece estetik bir amaca hizmet etmez, aynı zamanda somut kullanım alanlarına da hitap eder (Sözen & Tanyeli, 2012).

Grafik kelimesi Latince "grafayn" kökenine dayanır. İngilizce "graphic", Fransızca "graphique" kelimeleri de bu kökeni taşır ve günümüzde uluslararası iletişimde ortak bir anlam taşır. Grafik kelimesi, yazmak, çizmek, görüntülemek ve çoğaltmak anlamlarına gelir (Tepecik, 2002). Dilimizde, "yazmak" ve "çizmek" anlamlarıyla kullanılan grafik, çoğu dilde bu şekilde tanınır (Işıngör vd., 1986).

Grafik terimi, fotoğraf ve serigrafi gibi basılı çoğaltma teknikleriyle ilgili çalışmalarda da yer alır. Bu açıdan, grafik tasarımın çoğaltmaya dayalı yönü de vurgulanır. Bu nedenle, grafik tasarım güçlü bir kitlesel iletişim aracıdır (Hancı, 2008). Uçar'ın da belirttiği gibi, grafik tasarım, birçok ihtisas alanına sahip, teknik ve yaratıcı yönleriyle sürekli yenilik kazanan dinamik bir görsel iletişim dalıdır (Uçar, 2004).

Grafik tasarımın en önemli unsurlarından biri, iletişim yönüdür. Grafik tasarım her zaman bir iletişim süreciyle ilgilidir. Tasarımcı, görsel algılamanın doğasını, görsel yanılsamaların

rolünü ve sözel ile görsel iletişimin ilişkilerini bilmek zorundadır (Becer, 1997). Grafik tasarımın çağdaş, dinamik ve önemli olmasının, iletişimde etkin öğelerden biri olmasından kaynaklandığını belirtmektedir (Ketenci & Bilgili, 2006).

Tasarım, zihinde şekillendirilen bir düşüncenin, projenin ya da eserin dışa vurulmuş biçimidir. Tasarımcılar, çok branşlı uzmanlardır ve teknik ile yaratıcı becerileri birleştirerek görsel tasarımlar oluştururlar. Grafik tasarım, her türlü görsel materyalin yaratılmasıyla ilgilidir, örneğin kitaplar, dergiler, afişler, ilanlar ve davetiyeler (Tepecik, 2002).

Grafik tasarım, bir mesaj iletme ve bir ürün veya hizmeti tanıtma işlevi görür. Sanatçının özgün biçimlendirdiği eserin, basılı materyallerde ve kitle iletişim araçlarında kullanılmak üzere yapılan tasarımlarını kapsar (Sözen & Tanyeli, 2012). Bu yönüyle grafik tasarımın amacı sadece estetik zevkleri tatmin etmek değil, aynı zamanda günlük yaşamda karşılaşılan sorunlara çözüm önerileri sunmaktır. Çağdaş iletişim ortamlarında hayatın her alanında varlık gösterir. Toplumsal, kültürel, ekonomik ihtiyaçları karşılamak amacıyla her türden insan etkinliğinin ve ihtiyacının bir parçası olarak karşımıza çıkar. Günlük hayatta hangi yöne baksak muhakkak resim, afiş, basın ilanı, fotoğraf ve televizyonlardan animasyona kadar birçok alanda grafik tasarımdan yararlanılır.

2.2. Grafik Tasarım Eğitiminin Türkiye'deki Gelişimi

Türkiye'deki grafik tasarım uygulamaları, köklü ve zengin bir geçmişe dayanmaktadır. Türklerin İslamiyet'i kabul etmeleriyle birlikte Arap harflerini kullanmaya başlamaları, hat sanatının gelişmesine zemin hazırlamıştır. Bu sanatsal yazı biçimi, zamanla estetik bir form kazanarak duvar ve kitap süslemelerinde kullanılmış, özellikle Osmanlı döneminde zirveye ulaşmıştır. Bu süsleme geleneği, Türk grafik sanatlarının temelini oluşturan önemli bir görsel kültür mirası olarak kabul edilmektedir (Tarlakazan, 2010).

Grafik tasarım, toplumsal yapının farklı katmanları arasında kültür alışverişini sağlayarak, bireyler ve kurumlar aracılığıyla tarihsel mirası da bu yolla aktarır. Bu bağlamda, Türk grafik tarihi, Türk basımcılık tarihinin gelişimiyle paralel bir süreç izler. Grafik tasarımın gelişimi, Cumhuriyet öncesi ve sonrası olmak üzere iki ana döneme ayrılabilir. Cumhuriyet öncesi dönemde grafik tasarım, basımcılık tarihinin bir parçası olarak şekillenmiştir (Armutçu, 2006).

Matbaanın Osmanlı'daki tarihi, Fatih Sultan Mehmet dönemine kadar uzanır. Azınlık gruplarına ait Musevi, Ermeni ve Rum toplulukları, dini eserlerini basmak için kendi

matbaalarını kurmuşlardır (Tepecik, 2002). Grafik tasarım eğitimi, baskı sanatı ve teknolojisi ile doğrudan ilişkilidir; bu nedenle bu alanları birbirinden bağımsız değerlendirmek mümkün değildir. Türkiye'de grafik tasarımın gelişim süreci, ülkenin ilk matbaasının kuruluşuyla başlamıştır. Nitekim, 1727 yılında İbrahim Müteferrika tarafından kurulan ilk Türk matbaası, grafik sanatlarının temellerinin atıldığı en önemli aşamalardan biri olarak kabul edilmektedir (Ketenci & Bilgili, 2006). 1729'da ise ilk Türk matbaasında, Arapça "Vankulu Lugatı" yayımlandı ve bu eser, Türk basımcılığının ilk kitabı kabul edilir (Armutçu, 2006). 1860'lı yıllarda Türkçe gazeteler yayımlanmaya başlanmış ve 1880'lerde resimli ilanlar, dergilerde yer almaya başlamıştır. Bu dönemde grafik sanatların ilk örnekleri hattatların eserleriyle görülür. Ayrıca, Osmanlı döneminde tiyatro afişlerinin çalışılması, grafik tasarımın bir parçası olarak öne çıkmıştır (Maden, 1985). Bu matbaada basılan harita, atlas, gazete, sözlük, pul ve diğer basılı materyaller, Türk grafik tasarımının alt yapısını oluşturan erken dönem örneklerdir. Ayrıca, bu matbaada üretilen eserlerde illüstrasyonlar için ahşap ve metal gravür tekniklerinin kullanıldığı tespit edilmiştir (Uyan, 2021).

Rönesans döneminde ortaya çıkan yenilikler, yalnızca Avrupa'da değil, Osmanlı Devleti'nde de önemli etkiler yaratmış; bu etkiler, aynı zamanda Osmanlı'nın gerileme sürecini başlatan temel dinamiklerden biri olmuştur. Özellikle askeri alandaki başarısızlıklar, Osmanlı yöneticilerini çeşitli alanlarda reform girişimlerine yönlendirmiştir. Bu reformlar önce askeri ve eğitim alanında başlamış, daha sonra sanat dahil olmak üzere toplumun tüm kesimlerine yayılmıştır (Göktaş, 2009). Sanat alanındaki reformlar başlangıçta askeri amaçlı olmakla birlikte, zamanla estetik ve kültürel bir niteliğe dönüşmüştür. 18. yüzyıl, Osmanlı sanatının Batılı anlamda dönüşüme uğradığı ve yeni bir estetik anlayışın geliştiği bir dönemdir (Alakuş, 2003). Bu süreçte bazı yetenekli öğrenciler resim eğitimi almaları amacıyla Avrupa'ya gönderilmiştir (Tansuğ, 1993). Nitekim, 1835 yılında Mühendishane-i Berr-i Hümayun'dan ilk defa yurtdışına sanat eğitimi için öğrenci gönderilmiştir (Renda & Erol, 1980). 19. yüzyılın sonlarında Osmanlı İmparatorluğu'nda güzel sanatlar eğitimi sistemli bir biçimde gelişmeye başlamış; bu kapsamda, 1 Ocak 1882 tarihinde Sanayi-i Nefise Mektebi, Osmanlı'nın ilk resmi güzel sanatlar okulu olarak faaliyete geçmiştir (Gençel, 2021).

Grafik tasarımın Türkiye'deki evrimi, 19. yüzyıl sonlarına doğru ilanlar ve reklamcılıkla ilişkilendirilir ve bu dönem, reklamcılığın doğuşunun temelini oluşturur (Armutçu, 2006). Kurtuluş Savaşı sırasında Atatürk, Türk ordusunun moralini yükseltmek amacıyla basılı ilanlar ve yayınlar hazırlanmasını istemiştir (Tepecik, 2002).

Türkiye'de grafik tasarım alanındaki ilk profesyonel çalışmalar 1920'li yıllarda başlamıştır. İhap Hulusi, afiş sanatını yaygınlaştırmaya yönelik çalışmalar yapmış, Almanya'da "Kunstgewerbe Schule"de afiş üzerine eğitim almış ve çeşitli firmalar için afişler hazırlamıştır. Türkiye'ye döndükten sonra ise, afiş sanatçısı olarak çalışmalarını sürdürmüştür (Armutçu, 2006). Kendisi, Türk grafik tasarımında profesyonel olarak bu alandan geçimini sağlayan ilk tasarımcıdır (Mülayim, 1999). Kenan Temizan, Almanya'da moda dergileri için tasarımlar yapmış ve UFA ile TOBIS gibi Alman film şirketleri için reklam ve afişler hazırlamıştır. Türkiye'ye döndükten sonra, Güzel Sanatlar Akademisi'nde dersler vermiştir. Bu dönemde, İhap Hulusi**,** Münif Fehmi ve Kenan Temizan gibi isimler; afiş, kitap kapağı ve ilan tasarımları ile grafik sanatının Türkiye'deki öncüleri arasında yer almıştır. Ancak grafik tasarım eğitiminin kurumsallaşması Cumhuriyet'in ilanından sonra gerçekleşmiştir (Bektaş, 2003).

1923 yılında Tezyinat (süsleme) bölümü kurularak sanat eğitimi çeşitlendirilmiş; bu bölüm 1928 yılında Güzel Sanatlar Akademisi adını almış ve seramik, grafik, afiş, iç mimarlık ve süsleme sanatları gibi alanları bünyesinde toplamıştır. Cumhuriyet'in ilk yıllarında, geniş kitlelere duyurulması gereken ürünler için grafik tasarımlar, genellikle resim sanatçıları ve hattatlar tarafından yapılmıştır. Grafik tasarımın uzmanlık alanı olarak gelişmesi, uzun yıllar süren bir süreç olmuştur. Resim sanatında olduğu gibi yurtdışına sanat eğitimi almaları için devlet tarafından gönderilen sanatçılar gibi Türkiye'ye dönen tasarımcılar, bu süreçte önemli bir rol oynamışlardır. Bauhaus'un sanat ve endüstri arasındaki iş birliğini temel alan eğitim anlayışı, Türkiye'de de tasarım eğitiminin gelişimini etkilemiştir (Becer, 2015).

Sanat eğitimi kapsamında resim öğretmenliği kursları da geliştirilmeye başlanmış; 1927 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde resim öğretmenliği kursu açılmıştır. Ancak bu alanda ayrı bir bölüm kurulması, 1925–1926 yıllarında Türkiye'ye gelen eğitim reformcusu John Dewey ve G. Stiekler'in hazırladığı raporlar doğrultusunda gerçekleştirilmiş, bu raporların etkisiyle kurulan Gazi Orta Muallim Mektebi ve Terbiye Enstitüsü bünyesinde ilk resim bölümü açılarak 1932–1933 eğitim öğretim yılında faaliyetlerine başlamış ve müfredatında grafik tasarıma dair derslere de yer verilmiştir (Özsoy, 2007).

Sanayi-i Nefise Mektebi 1926 yılında Güzel Sanatlar Akademisi adını almış, dönemin müdürü Namık İsmail Bey tarafından 1927'de Afiş Atölyesi kurularak ülkemizdeki grafik tasarım eğitimi verilen ilk kurum olma ünvanını almıştır (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, 2025). Bu süreçte, akademiye yabancı eğitmenler de davet edilerek eğitim kadrosu zenginleştirilmiştir (Ketenci & Bilgili, 2006). 1936 yılında ise, bu atölyede Eric

Veber tarafından grafik tasarım dersleri verilmeye başlanmıştır (Sakman, 2015). Afiş Atölyesi'nin başkanlık görevine, 1932-1940 yılları arasında Mithat Özar, 1940-1950 yılları arasında Zeki Faik İzer, 1950-1988 yılları arasında ise Namık Bayık getirilmiştir (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, 2025). Afiş atölyesi, dönemin önemli grafik tasarımcılarının yetiştiği bir merkez hâline gelmiş; bu dönemde Almanya'dan Türkiye'ye dönen Kenan Temizan da bu atölyeye katkı sağlamıştır (Gürses, 2015). 1967'de Grafik Atölyesi adını almış, 1982'de Güzel Sanatlar Akademisi'nin Mimar Sinan Üniversitesi'ne dönüşmesiyle birlikte, bu atölye de Grafik Bölümü olarak yeniden adlandırılmıştır almıştır (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, 2025). Grafik eğitimi alanındaki önemli bir diğer adım, 1957 yılında İstanbul'da kurulan Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu'dur. Bu kurum, endüstriyel sanatlar ve tasarım alanlarında uzman bireyler yetiştirmeyi amaçlamıştır. 1970'li yıllarda aynı amaca hizmet eden bir diğer kurum olan Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksekokulu da eğitim hayatına dahil edilmiştir (Becer, 2015).

1950'lerden sonra Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş gibi sanatçılar, Türk grafik sanatlarına önemli katkılarda bulunmuşlardır (Tepecik, 2002). 1960'larla birlikte tüketim toplumuna dönüşen Türkiye'de, reklam ajanslarında grafik tasarım önemli bir meslek dalı haline gelmiştir. 1970'lerde ise, grafik tasarım dünya çapında bir sektör olma yolunda büyük bir ivme kazanmıştır (Maden, 1985). Grafik sanatlarının toplumla iç içe olması, afiş, illüstrasyon, tipografi, endüstri grafiği, animasyon gibi birçok alanı kapsaması sayesinde olmuştur (İçmeli, 1985). 1960 sonrası dönemde Türkiye'de sanayi üretiminin çeşitlenmesi ve buna paralel olarak tüketimin artması, ürün tanıtımı ve pazarlamasına yönelik yeni arayışları doğurmuştur. Bu süreçte reklamcılık sektörü hızlı bir ivme kazanmış, tanıtım materyallerine olan ihtiyaç artmıştır. Bu gelişmelere yanıt olarak, çok sayıda matbaa kurulmuş ve nitelikli grafik tasarımcı ihtiyacını karşılamak amacıyla ilgili eğitim kurumları güçlendirilmiştir. Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu ile Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksekokulu, bu alanda önemli görevler üstlenmiştir (Maden, 1985). Okulun eğitim kadrosunda yer alan Alman kökenli tasarım eğitmenleri sayesinde grafik tasarım, tekstil, iç mimarlık, seramik gibi alanlarda disiplinler arası bir anlayışla eğitim verilmiştir. Tasarım merkezli bu yaklaşım kısa sürede etkili sonuçlar vermiştir (Becer, 2015).

1969 yılında kurulan İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi, Batılı anlamda grafik tasarım eğitimi veren ilk kurumlardan biri olarak kabul edilmektedir (Sakman, 2015). 1970'li yıllarda kurulan Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksekokulu ise kısa süreli faaliyet göstermiş ve daha sonra akademik sistem içerisine entegre edilmiştir. 1978 yılı itibarıyla ise

grafik tasarımcılar, mesleki birlik çatısı altında birleşme yoluna giderek "Grafikerler Meslek Kuruluşu"nu kurmuş ve sektörel sorunlara çözüm üretme yönünde adımlar atmışlardır (Ketenci & Bilgili, 2006). 1980'li yıllarda, küresel ölçekte etkili olan iletişim çağının etkisiyle grafik tasarım ve reklam sektörü birbirinden ayrılmaz hale gelmiştir. Bu dönemde Türkiye'deki güzel sanatlar ve meslek liselerinde grafik tasarım bölümleri açılarak nitelikli insan gücü yetiştirilmesi hedeflenmiştir (Sakman, 2015).

Yükseköğretim sisteminde birlik sağlamak amacıyla 1982 yılında çıkarılan 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu ve 1983 tarihli 2809 Sayılı Teşkilat Kanunu kapsamında, akademiler üniversite statüsüne kavuşturulmuştur. Bu doğrultuda; İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Mimar Sinan Üniversitesi'ne, Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu ise Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'ne bağlanmıştır. Mimar Sinan Üniversitesi'nde yer alan Grafik Atölyesi, bu süreçte Grafik Bölümü adını almıştır (Uzun, 2014). Mimar Sinan Üniversitesi'nde 1988 yılında Prof. Namık Bayık'ın emekli olmasıyla, bölüm başkanlığı görevini 1988-1990 ve 1994-1996 yılları arasında iki dönem boyunca Prof. Süleyman Saim Tekcan üstlenmiş, bölümün bünyesinde bilgisayar atölyesini kurarak önemli bir yeniliğe imza atmıştır (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, 2025). Bu iki kurumun dışında, grafik tasarım eğitimi veren yeni bölümler de açılmıştır. Ankara'da Hacettepe Üniversitesi ve Bilkent Üniversitesi, Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi, İzmir'de ise Dokuz Eylül Üniversitesi bünyesinde Güzel Sanatlar Fakülteleri kurulmuş ve grafik bölümleri faaliyete geçmiştir. 1990'lı yıllarda ise Türkiye genelindeki birçok üniversitede Güzel Sanatlar Fakülteleri ile Eğitim Fakültelerine bağlı Resim-İş Eğitimi Öğretmenliği bölümleri açılmış; bu bölümlerin müfredatlarında grafik sanatlar ve grafik tasarım derslerine de yer verilmiştir (Becer, 2015). 20. yüzyılın ikinci yarısında ise uluslararası düzeyde grafik tasarım eğitimi, alt disiplinlere ayrılmaya başlamıştır. Bu dönemde gelişmiş ülkelerde görsel iletişim tasarımı eğitimi, grafik tasarım, reklam tasarımı ve illüstrasyon gibi alanlara ayrılmış; zamanla bu yapıya multimedya tasarımı da dahil edilmiştir (Karamustafa, 2003).

1980'li yıllardan itibaren hızla gelişen iletişim teknolojileri, grafik tasarım ile reklamcılığı birbirinden ayrılmaz iki alan hâline getirmiştir. Bu bağlamda, güzel sanatlar liseleri ve meslek liselerinde grafik tasarım bölümleri açılmış, bu bölümler grafik alanında nitelikli insan kaynağı yetiştirme amacı taşımıştır. Reklamcılık sektörü, grafik tasarımı pazarlama ve tanıtım süreçlerinin vazgeçilmez bir parçası hâline getirerek, bu alana yönelik uzman ihtiyacını artırmıştır (Kesici, 2000). Yükseköğretim kurumlarının yaygınlaşmasıyla birlikte,

grafik tasarım eğitimi üniversite düzeyinde ayrı bir disiplin olarak kabul edilmiştir. Günümüzde birçok üniversitede grafik tasarım programlarına giriş, genel sınav puanı ile yetenek sınavının birlikte değerlendirilmesi sonucu yapılmakta; bu sayede grafik tasarım alanında eğitim almak isteyen öğrenciler, alanında uzmanlaşmaları hedeflenerek yetiştirilmektedir.

2.3. Grafik Tasarım Eğitiminin Dünya'daki Gelişimi

Grafik tasarım, yalnızca estetik üretimden ibaret olmayan; kültürel, toplumsal ve teknolojik dinamiklerle şekillenen çok boyutlu bir iletişim disiplinidir. Bu disiplinin kökenleri, tarih öncesi çağlara kadar uzanmaktadır. MÖ 15.000 ila 3.600 yıllarına tarihlenen Lascaux Mağaraları'ndaki duvar resimleri, grafik anlatımın ilk örneklerini sunar. Bu resimler; hayvan figürleri, el izleri ve av sahneleri gibi unsurlar üzerinden görsel iletişimi sağlamakta ve insanın ilk anlatım biçimi olarak resme başvurduğunu göstermektedir (Akın, 2006).

Yazının icadı ile grafik tasarımın evriminde yeni bir dönem başlamıştır. Sümerler tarafından MÖ 3300-3000 yılları arasında geliştirilen çivi yazısı, yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda görsel bir sistem olarak grafik tasarım tarihinin önemli bir basamağını temsil eder (Ketenci & Bilgili, 2006). Bu yazı sistemi, zamanla pek çok medeniyetin yazı dili haline gelmiş ve tarihî belgelerin, edebi metinlerin, bilimsel bilgilerin aktarımında rol oynamıştır.

Grafik tasarımın gelişimi açısından bir diğer önemli kilometre taşı, kâğıdın Çin'de icadı ve ardından matbaanın Avrupa'da geliştirilmesidir. Johannes Gutenberg'in 1450'lerde geliştirdiği hareketli metal harf sistemi, bilgi üretiminde devrim yaratmış; kitap üretiminin maliyetini düşürerek grafik tasarımın daha geniş kitlelere ulaşmasını mümkün kılmıştır (Twemlow, 2006). Bu dönemde tipografi standardize olmuş, sayfa düzeni, harf biçimlendirme ve baskı teknikleri üzerine ilk eğitim pratikleri ortaya çıkmıştır (Meggs & Purvis, 2016).

Sanayi Devrimi ile birlikte grafik tasarım, kitlesel üretimin bir parçası haline gelmiştir. Litografi, çelik gravür ve ofset baskı gibi yeni teknikler sayesinde afiş, ilan ve ambalaj gibi görsel materyaller yaygınlaşmış; bu gelişmeler grafik tasarım eğitimini de kurumsallaştırmıştır. İngiltere'de 1837'de kurulan Government School of Design, bu alandaki ilk sistematik eğitim modeli olarak öne çıkmıştır (Ambrose & Harris, 2012). Bu

süreçte Arts and Crafts hareketi, estetik duyarlılığı el işçiliğiyle birleştirerek modern tasarım eğitimine önemli katkılar sağlamıştır (Droste, 2006).

20. yüzyılın başlarında grafik tasarım eğitiminin modern anlamda kurumsallaştığı Bauhaus Okulu'nda sanat ile endüstri arasında iş birliğini esas alan bir pedagojik yaklaşım benimsenmiştir (Kara, 2009). 1919 yılında Almanya'nın Weimar kentinde kurulan Bauhaus, sanat ve tasarımı bir arada ele alan disiplinlerarası bir eğitim modeli geliştirmiştir. Bu okulda tipografi, fotoğraf, baskı teknikleri gibi alanlarda hem teorik hem de pratik eğitimler verilmiştir (Hodge, 2020). Herbert Bayer gibi isimlerin öncülüğünde sade, okunabilir ve işlevsel tasarım anlayışı benimsenmiştir (Hollis, 2006).

Bauhaus'un ardından İsviçre'de gelişen "Uluslararası Tipografik Stil" (Swiss Style), grafik tasarım eğitimine netlik, düzen ve işlevsellik ilkelerini kazandırmıştır (Hollis, 2006). Basel Tasarım Okulu ve Zürih Sanat Okulu gibi kurumlar, Armin Hofmann, Emil Ruder ve Josef Müller-Brockmann gibi eğitmenlerin katkılarıyla bu stilin temel prensiplerini eğitim sistemlerine entegre etmişlerdir (Lupton, 2014).

1970'li yıllarda ise postmodernizm, modernizmin katı yapısına karşı alternatif bir bakış sunmuştur (Poynor, 2013). Bu dönemde grafik tasarım eğitiminde kültürel çeşitlilik, bireysel ifade ve eklektisizm öne çıkmış; Cranbrook Academy of Art gibi kurumlar, tipografi ve görsel dili yeniden yorumlamıştır (Heller & Vienne, 2012). Wolfgang Weingart gibi eğitmenler, grid sistemine dayalı yapıları kırarak "yeni tipografi" anlayışını geliştirmiştir.

1980'li yıllardan itibaren kişisel bilgisayarların yaygınlaşmasıyla birlikte dijital tasarım süreci önem kazanmıştır. Masaüstü yayıncılık teknolojileri ve dijital yazılımlar, hem grafik tasarımın üretim süreçlerini dönüştürmüş hem de eğitimin erişilebilirliğini artırmıştır. Bu değişim, aynı zamanda geleneksel el becerilerine dayalı yöntemlerin geri planda kalmasına neden olmuştur (Frascara, 2004).

2000'li yıllardan itibaren ise grafik tasarım eğitimi, dijitalleşme, küreselleşme ve kültürlerarası etkileşim gibi etkenlerle daha da çeşitlenmiştir. Günümüzde müfredatlar, yalnızca estetik ve teknik becerileri değil, aynı zamanda kullanıcı deneyimi, arayüz tasarımı, veri görselleştirme, etik tasarım ve yapay zekâ destekli araçları da kapsamaktadır (Norman, 2013). Grafik tasarım eğitimi, artık sadece geçmişin bilgi birikimini aktaran bir araç değil; aynı zamanda yenilikçi ve eleştirel düşünceyi teşvik eden bir platform haline gelmiştir.

Geçmişte tasarımcılar, bir projenin tüm aşamalarını bireysel olarak üstlenmek durumundayken; günümüzde teknolojinin sağladığı imkanlarla birlikte, grafik tasarımcılar farklı yaratıcı disiplinler arasında koordinasyonu sağlayan bir rol üstlenmeye başlamıştır.

2.4. Yeni Medya

Tarih boyunca yaşanan gelişmeler medyanın mesajı iletmeye dair değişimi ve gelişimini bünyesinde barındırmıştır. Günümüz ile karşılaştırıldığında medyanın geçmişteki örneklerinin oldukça farklılaştığı gözlemlenmektedir. Yazının icadı ile bağlayan süreç içinde bulunulan dönemin, zamanın en büyük gelişmelerine sahne olmasına imkân sağlamıştır. Tarihte kendine hatırı sayılır bir yer edinen medeniyetlerden olan Sümerler kil tabakalara kazınan çivi yazısı ile, Mısırlılar ise hiyeroglif ve papirüs kullanımı ile bilgiyi kullanabilme açısından kendi dönemlerinin gelişmiş bir kültüre sahip medeniyetlerindendir. İlk örnekleri mağara duvarlarına çeşitli amaçlarla işlenmiş olsa da alfabe kullanımı ile gelişmiş bir kültür ve medeniyet inşa edebilmeleri Romalıların yönetim açısından etkili çözümler geliştirmelerine olanak sağlamıştır. Avrupa'da meydana gelen Rönesans ve Reform hareketleri ile başlayan Aydınlanma Çağı, matbaanın icadıyla birlikte bilginin üretimi ve yaygınlaştırılmasına olanak sağlamış, insandan insana yerine insandan daha geniş kitlelere ulaşım sağlanmıştır. Artarak ilerleyen bilimsel bilginin kullanılması sonucu keşfedilen kitle iletişim araçları ile önceki dönemlerde benzeri olmayan şekilde ve hızda geniş kitlelerin, iletişimin etki alanından belirgin şekilde etkilendiği gözlemlenmektedir.

Türk Dil Kurumu'nun Güncel Türkçe Sözlüğünde (2023) medya; iletişim ortamı ve araçları olarak ifade edilmektedir. Afiş, broşür, kitap, dergi, gazete, televizyon vb. görsel iletişim araçları aracılığıyla kurulan iletişimin geleneksel medya olarak ifade edildiği bilinmektedir. Buna karşılık bilgisayar, cep telefonu, İnternet ve haberleşme uyduları ve ekranlar yeni medya teknolojilerinin kapsamında bulunmaktadır. Geleneksel medya olarak yıllarca kullanılagelen iletişim araçlarının yerine dijital teknoloji marifetiyle desteklenen yeni medya araçlarının karşılaştırılmasının anlam bakımından herhangi bir eksikliğe neden olabileceği, bu nedenle farklılıklarından bahsetmenin gerektiği düşünülmektedir. Yeni medyaya ilişkin benzeşik ama farklı tanımlamalar yapılmış olsa da kapsamı oldukça geniş sayılabilen bir mecra olduğu düşünülmektedir. Artarak ilerleyen bilgisayar teknolojileri bir yandan geleneksel medya ile birlikte gelişen yeni medya araçlarını, diğer yandan yine aynı imkânların sağladığı farklı ve yenilikçi yönleri bünyesinde barındırmaktadır.

Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak iletişim süreçlerinin temelinin dijital teknoloji tarafından oluşturulmuş, oldukça sık şekilde güncellenip yenilenen, değişen ve gelişen özelliklere sahip bir ortamdır (Standage, 2013). Bünyesinde bulunan yeni sözcüğünün yalnızca tarihsel bir anlam içermediği; yeni medyanın 20. Yüzyılın sonlarına rast gelen bilgisayar teknolojilerinin sağladığı imkânlarla dönüşen, İnternetle bütünleşen dijital ortamlar aracılığıyla oluşturulan ortamı ve iletişim araçlarını içerdiğinden bahsetmek mümkündür. Yeni denildiğinde eskinin karşıtı olan bir anlamı ifade etse de yeni medyanın geleneksel medyaya olan karşıtlığının onu tamamen yok sayma ya da reddetme anlamına gelmediği, teknolojik olarak üstünlüğe eskiyi de sürece dahil ederek yeni bir alternatif oluşturduğu düşünülmektedir (Timisi, 2003).

Geleneksel medya ile yeni medya arasında bir birliktelikten söz edilebilir. Söz konusu birliktelik beraberinde yeni bazı ortam, imkân ve araçları doğurmuştur. Geleneksel medyanın bilgisayar teknolojileri aracılığıyla oluşturulması, saklanması ve iletişim süreçlerine yeniden dahil edilebilmesi yeni medya ile aralarında pek de keskin olmayan ayrımların olduğunun göstergesidir. Teknolojinin sunduğu imkânlardan beslenen iletişim araçlarının eski ile yeninin içerik ve yaygınlaştırılması bakımından birbiriyle bütünleştirildiği savunulabilir. 1950'lerin ortalarında karmaşık sayısal verilerin hesaplanabilmesi için geliştirilen modern bilgisayarın ilk örneklerinin ortaya çıkışı özel şirketler ve çok sayıda devlet tarafından kullanılmakta olan hesap makinaları ve tabloların yerini almasıyla görüntü, ses ve metinsel medya içeriklerinin yükselişinden bahsetmek mümkündür. Geçmişte kullanılan bir fotoğraf, film ya da ses kaydının bilgisayar teknolojileriyle erişime açılıp sayısal bir veriye dönüştürülmesi sürecinin tamamıma yeni medya adı verilir (Manovich, 2001). Köken olarak camera obscura ile yüzlerce yıl öncesine dayanan, zaman içerisinde işlenerek fotoğraf, video kamera, televizyon ekranları ve son olarak bilgisayar ile birleşerek elektronik medyaya evrilen ve adına yeni medya denen kendinden önceki örneklerini de kapsayan çok yönlü ve etkili mecralardan biridir. Yeni medyayı böylesine etkili hale getiren etmenlerden biri de ekranlardır. Hayatın hemen her alanında, kitlesel ve kişisel alanlarda ekranların yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Modern toplumlarda yaşamın bir parçası olan ticari işletmeler, bankalar, kamusal alanlar ekranlar aracılığıyla hedef kitlelerine ulaşmaktadırlar. Öte yandan bireyin özel yaşamına cep telefonu, tablet ve bilgisayar ekranları aracılığıyla ulaşılabilmektedir. İster kişisel ister kitlesel yaşamımızın önemli kısmı ekranlar ve onların yansıttıkları mesajlar ile çevrilidir.

2.5. Yeni Medyanın Özellikleri

Dijital düzlemde bilgisayar teknolojileriyle birlikte ilerleyen yeni medya ortamları beraberinde verilerin sayısallaşması, saklama ve dağıtım koşullarının çeşitlenmesi ile birbirini etkileyerek ilerleyen sistemlerden oluşmaktadır. Bilgisayarın icadı ile başlayan süreç, İnternet ile ekranların işe koşulmasıyla bunlara bağlı olarak geliştirilen teknolojik araçların üretilmesine olanak sağlamıştır. Yüksek çözünürlüğe sahip dijital fotoğraf makinası, dijital kamera ve bu araçlarla üretilen veriyi işleme ve oynatmaya yarayan cihaz ve yazılımlar görüntünün sayısallaşmasına imkân vermiştir. Üretilen veriyi hard disk, flaş bellek ve İnternet aracılığıyla transfer etmek, saklamak ve yeniden işleyebilme olanağı doğmuştur. Yüksek kalitede kayıt yapabilen mikrofon, kayıt cihazları ve 3D ses sistemleri ile üretilen içeriklerin sürekli yenilenen teknolojinin devingen bir yapıyla üretilen araçlarıdır.

Bilgiye ulaşabilmedeki sınırlılıkların gelişen İnternet ve bilgisayar teknolojileri sayesinde çözümlenmesi, iletişim araçlarının ve kanallarının dijitalleşerek çeşitlenmesi, sosyal ağların günden güne hayatımızda daha fazla yer edinmesiyle çevrimiçi ortamlarda zaman ve mekân ayrımı olmaksızın etkileşimde bulunulabilmesi gibi özellikleriyle yeni medya; bünyesinde dijitallik, etkileşimlilik, sanallık ve hız gibi özellikleriyle öne çıkmakta ve insan hayatının her safhasında kendine yer edinen bir kavramı karşılamaktadır. Ayrıca Lister vd. (2009) yeni medyanın başlıca özelliklerinin; dijitallik, etkileşimsellik, hipermetinsellik, sanallık, ağ yapılılık ve simülasyon olduğunu vurgulamıştır.

Kavram olarak yeni medya, dijital teknolojiyle üretilen etkileşimli iletişim süreçlerine dayanan, sürekli gelişen ve yenilenen bir alan olarak tanımlanabilir. 1960'larda kullanılmaya başlanan ancak 1990'ların ortalarına doğru yoğunlaşan, yalnızca fotoğraf, video ve metin gibi dijitalleşmiş medya unsurlarını değil, aynı zamanda etkileşimli medya olarak da tanımlanmaktadır (Chun, 2006). Yeni medyanın en temel özelliği, teknolojik gelişmelerle birlikte kullanıcıya etkileşim ve çoklu deneyim olanakları sunmasıdır (Alioğlu, 2011).

Yeni medya, izleyici rolündeki bireyleri, aktif kullanıcı statüsüne dönüştürmüş ve kendi içeriklerini üretebilecekleri bir alan oluşturmuştur. Teknolojik yeniliklerle birlikte, yeni medya dijital iş gücünü temsil eden 'procumer' yani üretici-tüketici-kullanıcı formunu oluşturmuştur. Dijital iş gücü, karmaşık ve ulusötesi süreçlerden geçerek yeni medya ortamlarında şekillenmektedir (Çakır, 2014).

2.5.1. Dijitallik

Zaman ve içinde bulunulan toplum, kültür ve sahip olunan şartların sunduğu imkânlarla birliktelik, sosyal bir varlık olan insan için kaçınılmaz bir özelliktir. Gelişen teknolojiyle yeni medya ortamları medya ile olan geçmiş deneyimleri ve görme biçimlerini eskiden olduğundan farklı bir hale getirmiştir. Bilgisayar öncesi dönemde kullanılan analog medya, bilgisayarlı dönemde dijitalleştirilmiş analog medya yani yeni medya adını alır.

İkili sistem olarak isimlendirilen dijital kavramı bilgisayar sistemlerinin temelini oluşturmaktadır. 0 ve 1 sayılarının sembolize edildiği ikili kodlara alınarak dijital ortama iletilen verilere dönüştürülür. Sayısal olarak anlamlı işaretlerle kodlanan her türden veri (fotoğraf, video, ses, grafik vb.) ve bilgisayar algoritmaları ve yazılımlarıyla üzerlerinde işlem yapılabilir hale çevrilebilmektedir. Bu özelliğiyle bir görüntü matematiksel bir formül ya da değer olarak tanımlanabilmektedir.

1980'lerin ardından bilgisayarların yalnızca bilim insanlarının kullanımına sunulmasının ötesine geçerek bireylerin de erişebileceği bir araç haline gelmesiyle birlikte, her türlü bilginin dijital ortama aktarılması süreci başlamıştır. İnternetin gelişimiyle birlikte, günümüzdeki dijital dünya şekillenmeye başlamıştır. Dijital dünyanın etkisiyle, günümüz bilgileri dijital, yani sayısal hale dönüştürülmeye başlanmıştır. Dijitallik, bilgisayarların temelini oluşturan ikili sistem kavramı üzerinden tanımlanır. Dijital ortama aktarılmış veriler, 0 ve 1'lerle sembolize edilerek ikili koda dönüştürülür. Fotoğraflar, sesler, videolar ve grafikler gibi veriler, matematiksel anlam taşıyan işaretlerle kodlanır. Bu dijital veriler, bilgisayar yazılımlarının algoritmalarını kullanarak matematiksel işlemlerle işlenebilir. Manovich (2001), yeni medyayı dijitalleştirilmiş analog medya olarak tanımlar ve tüm dijital medya (metinler, durağan görseller, sesli veya görsel veriler, şekiller, üç boyutlu alanlar) aynı dijital kodu kullanmakta olduğunu ifade eder. Bu durum, farklı medya türlerinin yalnızca bir cihaz, yani bilgisayar aracılığıyla görüntülenebilmesine olanak sağlar. Analog medya kopyalandıkça her seferinde kalite kaybına uğrarken, dijital medya kopyalanırken bozulmadan sonsuza kadar çoğaltılabilir.

Dijitalleşme; zaman ve mekândan bağımsız olarak nesnelerin sanal ortamda var olmasına, çoğaltılmasına, ağlar üzerinden iletilmesine, büyük veri miktarlarının hızla aktarılmasına, bellek ve disklerde depolanmasına ve paylaşılmasına imkân tanır. Firmalar, verilerini dijital ortama aktararak daha hızlı ve verimli çalışma olanakları yaratmaktadır. Fiziksel ortamda bulunan veriler dijital hale getirildikten sonra, bilgisayar uygulamalarıyla üzerinde yenilikçi ve yaratıcı çalışmalar yapılabilir veya geliştirme süreçlerine tabi tutulabilir.

2.5.2. Etkileşim

Yeni medya iletişim sistemlerinde, bireylerin karşılıklı ve anlık geri bildirim sağladığı bir etkileşim düzeyine ulaşabildiği belirtilmektedir. Bu durum, bireylerin yeni medyada daha aktif bir rol üstlenmelerine ve içerikleri istedikleri gibi şekillendirmelerine olanak tanır. Geleneksel medyanın aksine, yeni medya ortamlarında etkileşim, kullanıcıların içerik ve diğer kullanıcılarla daha doğrudan ve aktif bir şekilde iletişim kurmalarını mümkün kılar. Bu süreç, bireylerin yalnızca alıcı değil, aynı zamanda içerik üreticisi ve yönlendiricisi olmalarını sağlar. Etkileşim, bireylerin diğer bireylerle, kitlelerle ve teknolojik içeriklerle karşılıklı iletişim kurmalarını sağlayan bir özelliktir. İletişim teknolojilerinin gelişimi, tek yönlü iletişimden bireysel, çift yönlü iletişime geçişi mümkün kılmaktadır. Bu sayede, kullanıcılar geri bildirimlerde bulunabilir, içeriklere kendi yorumlarını ekleyebilir ve kendi ihtiyaçları doğrultusunda iletişim süreçlerini yönlendirebilir. Geleneksel medyada bireyler genellikle pasif alıcılar iken, yeni medyada kullanıcılar daha aktif bir rol üstlenir. Özellikle sosyal medya platformları, kullanıcıların diğer bireylerle yüz yüze benzeri bir iletişim kurmalarını, içeriklere geri bildirimde bulunmalarını ve kendi tercihleri doğrultusunda etkileşimde bulunmalarını sağlar. Yeni medyada zaman ve mekân kavramlarının esnekliği, kişisel etkileşimi arttırır ve daha kaliteli bir iletişim deneyimi sunar (Rogers, 1986).

Etkileşim kavramı, yeni medyanın geleneksel medyadan ayrılmasını sağlayan temel özelliklerden biri olarak tanımlanmakta, medya içeriği ile kullanıcı arasındaki mesafeyi ortadan kaldırıp medya kullanımını daha bireyselleştirilmiş hale getirerek, kullanıcıların pasif alıcılardan aktif katılımcılara dönüşmelerini sağlamaktadır (İspir, 2013). Geleneksel medya, izleyiciyi, okuyucuyu veya dinleyiciyi birer pasif alıcı olarak tanımlarken, yeni medya, bu bireyleri "kullanıcı" olarak adlandırır. Kullanıcılar, medya içeriğiyle etkileşime girerek, kendi beklentileri ve ihtiyaçlarına göre içerikleri şekillendirebilir. Kitlesizleştirme, yeni medya sayesinde kitle iletişimi içerisindeki bireylerin özel mesajlarla ve kişiselleştirilmiş içeriklerle hedeflenebilmesini ifade eder. Etkileşimli haberleşme sistemleri, her bireye farklı bir mesaj sunma imkânı yaratır. Bu durum, mesajın kaynaktan alıcıya doğru olan akışında bir dönüşüm meydana getirir. Bireyler, kendi içeriklerini oluşturabilir ve mevcut içerikleri kendi ihtiyaçlarına göre şekillendirebilirler. Örneğin, büyük firmalar milyonlarca kişiye aynı mesajı iletmekle birlikte, her bir kullanıcı kendi kişisel geri bildirimini verebilir ve içerikleri daha özgün bir şekilde alıp iletebilir. Bu, kitlesizleşmenin bir örneğidir; kullanıcılar, istedikleri zaman istedikleri kişilerle iletişim kurup, mesajlar alıp gönderebilirler. Eş zamanlılık, yeni medya iletişim teknolojilerinin sunduğu bir diğer önemli

özelliktir. Bu özellik, kullanıcıların mesajları kendi uygun zamanlarında gönderip alabilmelerine olanak tanır. Geleneksel medya, belirli zaman dilimlerinde yayın yaparak kullanıcının bu zaman dilimlerine uymasını gerektirirken, yeni medya eş zamanlılık sayesinde zamanın daha esnek bir şekilde yönetilmesini sağlar. Bireyler, içeriklere istedikleri zaman ve herhangi bir yerden ulaşabilirler, böylece zamanın sınırları ortadan kalkar. Bu, kullanıcıya özgür bir iletişim deneyimi sunar ve iletişimdeki zaman kavramını yeniden şekillendirir (Rogers, 1986).

Etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamanlılık, yeni medyanın temel özellikleri arasında yer alır ve bu özellikler, yeni medya teknolojilerinin geleneksel medyadan ayrılmasını sağlayan en belirgin faktörlerdir. Çok yönlü iletişim olanakları, medya kullanıcılarını yaratırken, kitlesizleştirme, medyada bireyselliği ön plana çıkartır ve eş zamanlılık, zaman bağımsız iletişimi mümkün kılar. Bu özellikler, yeni medyanın sınırlarının sürekli olarak genişlemesini sağlar. Yeni medya, kullanıcıların içeriklerle etkileşime girmesini mümkün kılar. Etkileşim, kaynak ile alıcı arasındaki iletişimin tek yönlü değil, çok yönlü bir hale gelmesini sağlar (Pavlik, 1998). Etkileşim, tek yönlü, çift yönlü veya çok yönlü olarak gerçekleşebilir. Geleneksel medyada, kullanıcılar pasif durumdayken, yeni medya, kullanıcıya çok yönlü iletişim imkânları sunar. Kullanıcılar, etkileşim sürecinde hangi bölümlerle, hangi şekilde ve ne zaman iletişim kuracaklarına karar verebilirler.

Dijital medya, kullanıcılara medya üzerinde etkileşimde bulunma fırsatları sunan önemli bir araçtır. Bu fırsatlar, yeni medyanın etkileşimli potansiyelinden kaynaklanır ve kullanıcılara medya içeriğiyle daha güçlü bir bağ kurma, daha bağımsız bir ilişki geliştirme ve içerik üzerinde daha fazla kontrol sağlama imkânı verir (Erişti, 2018). Etkileşim, yeni medyanın en önemli değerlerinden biridir. Geleneksel medyanın pasif tüketim modelinin aksine, yeni medya etkileşimli bir deneyim sunar. Bu etkileşim, kullanıcıyı sadece bir tüketici olarak görmeyip, aynı zamanda medya içeriğiyle güçlü bir bağ kurarak daha bağımsız bir ilişki geliştiren bir birey olarak tanımlar. Bu anlayış, özellikle neo-liberal toplumların bireyselleştirilmiş seçimler ve özelleştirilmiş yaşam tarzları sunma amacına dayanır. Bu bağlamda, dijital medya etkileşimi, kullanıcıların kişisel tercihlerine dayalı içerik seçimlerini en üst düzeye çıkarmayı amaçlar (Lister vd., 2009). Teknolojik gelişmeler, etkileşim için yeni fırsatlar yaratmaktadır. Sosyal ağlar, içerik üretimi ve paylaşımı sağlayan platformlar ve dijital TV gibi uygulamalar, çok yönlü iletişimi destekler ve kullanıcılara geniş bir etkileşim yelpazesi sunar. Bu sayede, kullanıcılar dijital medyada daha fazla kontrol ve kişiselleştirilmiş bir deneyim elde ederler.

2.5.3. Hipermetin

Hipermetin terimi, ilk olarak bilim insanı Vannevar Bush tarafından 1945 yılında yayımlanan *"As We May Think"* adlı makalesinde ortaya atılmıştır. Bush, bu makalede, günümüz bilgisayarlarının işleyişinden farklı olarak mekanik bir sistemle çalışan ve "memex" olarak adlandırdığı teorik bir cihazdan bahsetmektedir. Memex, bireylerin kitaplarını, belgelerini ve diğer kayıtlarını saklayabileceği bir aygıttır. Bu aygıtta her belge, birbirine bağlantılarla bağlanarak, kullanıcıların bu belgeler arasındaki ilişkiler sayesinde hızlıca ulaşabilmesini sağlar. Bu fikir, daha sonra bilgisayar hipermetini kavramını geliştiren Ted Nelson'a ilham vermiştir. Hipermetin terimi, Nelson tarafından kullanılmaya başlanmış ve 1987 yılında yayımlanan *"Literary Machines"* adlı eserinde, hipermetini "ardışık olmayan yazı" veya "okuyucuya seçimler sunan metin" olarak tanımlamıştır.

Gerçekten de hipermetin, internet ortamında kullanılan doğrusal olmayan bir yazı türü olarak tanımlanabilir. Bir okuyucu, bir kitabı baştan sona sırayla okuyabileceği gibi, bazı bölümleri atlayarak veya sıralamayı değiştirerek metni farklı bir şekilde keşfedebilir. İnternette, bu deneyim çok daha çeşitlenmiştir çünkü dijital ortamda seçenekler çok daha fazladır. Okuyucular, metinler, görseller, videolar ve diğer içerikler arasında, bunlar arasındaki hipermetinsel bağlantılar sayesinde gezinebilir ve her birinin deneyimini özelleştirebilirler. Landow (1997), bu durumu *hipermedya* kavramı ile tanımlar. Ona göre, görsel bilgi, ses, animasyon ve diğer veri türleri hipermetindeki metin işlevini genişleterek daha zengin bir deneyim sunar. Hipermetin, bilgisayar ekranındaki yazılarda bağlantılar içeren kelimelerdir. Bu şekilde, bilgisayarlar veya bilgisayarlar arası bağlantılarla, metinlerin köprü işlevi gören diğer bilgi alanlarına hızlıca erişim sağlanabilir. Bu, bilgiye ulaşımda esneklik yaratır. Elektronik bilgi, yazılı metinlerin yanı sıra, grafikler veya diğer dijital medya türlerinde de sunulabilir.

Hipermetin, bağlı metin ya da köprülerle örülü metin olarak tanımlanabilir. Bu metinler, *HTML* adı verilen işaretleme diliyle kodlanır. HTML, World Wide Web'in (İnternetin) bilgi sunma formatı olarak yaygın bir dosya türüdür. HTML sayfaları, metinleri çeşitli biçimlerde görüntülemeyi, resim ve ses eklemeyi mümkün kılar. Bu sayfaların görüntülenmesi için ağ tarayıcıları adı verilen yazılımlar kullanılır ve bu yazılımlar sayesinde sayfalar arasında gezilebilir. Sayfalar arasındaki bu gezinti, *hiperbağlar* aracılığıyla sağlanır (Heeter, 1989). Hipermetin, hem bir uygulama hem de bir araştırma konusu olarak çift yönlü bir geçmişe sahiptir. Bir hipermetin, birbirine bağlanmış bir dizi farklı içerik parçasından oluşur. Kullanıcı, bu içerikler arasında gezinmek için arayüz tasarımındaki navigasyon araçlarını

kullanarak bağlantı ağını keşfeder. Web üzerindeki her "düğüm", birkaç girişe ve çıkışa, yani bağlantıya sahiptir. Dijital olarak kodlanmış bir metinde, bir bölüm başka bir bölümden kolayca erişilebilir. Bu, metnin her bölümünün okuyucuya eşit mesafede olduğu anlamına gelir. Bu teknoloji, veri konumlarının birbirine bağlı ve her birine anında erişilebilen birkaç bağlantıya sahip olduğu fikrini sunar (Lister vd., 2009).

Hipermetin, kullanıcıların ihtiyaç duyduğu içeriklere hızla ulaşabilmesi için tasarlanmış bir araçtır. Kullanıcı, bir metnin içinde derinlemesine bilgiye ulaşmak için, hipermetin sayesinde yoğun bir ortamdan daha ayrıntılı bilgilere hızlı bir geçiş yapabilir. Bu, özellikle dijital kütüphanelerde konular arasında geçişler ve bölüm seçimleri için büyük bir avantaj sağlar. İnternet sitelerinde ise, hipermetin aracılığıyla sosyal medya sayfalarına ve diğer içeriklere de kolayca erişilebilir. Hipermetinselliğin en önemli avantajı, geleneksel kitle iletişim araçlarının sınırlamalarını aşma konusunda sunduğu kolaylıklar ve esnekliklerdir. Yeni medya ortamında, hipermetinsellik sayesinde web sayfaları arasında geçiş yapmak mümkündür. İnternetin en belirgin özelliği, her tür bilginin doğru bir şekilde sınıflandırılıp organize edilerek dijital ortamda yer alabilmesidir. Hipermetinsellik, geleneksel medya biçimlerinden farklı olarak, içeriklerin sunumunu ve işlenişini yeniden şekillendirir. Geleneksel medya, doğrusal bir yapıya sahiptir ve bu yapıda iletişim genellikle tek yönlüdür. İletişimin bu sınırlayıcı doğası, izleyicilerin pasif kalmasına neden olur. Oysa internet ortamı, doğrusal olmayan bir yapıya sahiptir. İçerikler parçalara ayrılmıştır, detaylıdır, renklidir ve sıkıcı değildir. İnternetin bu özelliklerinden biri de, kullanıcıların aynı sayfa üzerinde bir metnin belirli bir yerine veya farklı sayfalara bağlantılar aracılığıyla ulaşabilmesidir. Böylece, metinlerin düzeni doğrusal olmaktan çıkarak, kullanıcılara istediği zaman, istedikleri yerden bilgiye erişim fırsatı sunar. Bu doğrusal olmayan yapı, internet kullanıcısını daha etkin bir katılımcı yapar ve onu geleneksel medya izleyicisinden çok daha aktif kılar (Birsen, 2013).

2.5.4. Sanallık

Sanal, gerçekte var olmayan, ancak gerçek olmasa da sahte ya da yanlış olmayan kavramları tanımlar (TDK, 2023). Sanal dünyalar, mekanlar, nesneler, kimlikler ve deneyimler, yeni medya tartışmalarının temel unsurlarıdır. Yeni medya teknolojileri, çoğunlukla sanal ortamlar üretmektedir. "Sanal" terimi, özellikle sanal gerçeklik bağlamında sıkça kullanılsa da, bu terim karmaşık ve çok katmanlı bir anlam taşır. Sanal gerçeklik, kullanıcıların bilgisayar grafikleri ve dijital video ile yaratılmış bir ortamda etkileşimde bulunarak gerçek dünyayı deneyimlemelerini sağlayan bir teknolojidir. Filmler ve diğer medya, insanların

gerçek dünyadan farklı sanal bir dünyada yaşamalarını tasvir ederken, sanallık teknolojisi genellikle postmodern kültürlerin ve günlük deneyimlerin bir yansıması olarak karşımıza çıkar. Bu tür uygulamalar, sanal mağazaların veya bankaların gezilmesi, sanal toplantıların yapılması ve ekran tabanlı 3D dünyaların keşfi gibi yeni medya kültürlerinin temel yapı taşlarını oluşturur (Lister vd., 2009).

Sanal gerçeklik uygulamaları, gerçek dünyaya benzer ortamlar yaratmayı amaçlar ve ses, görsel öğeler, 3D gözlükler, kulaklıklar ve diğer cihazlarla desteklenir. Böylece kullanıcı, fiziksel olarak mevcut olmayan bir dünyayı duyularıyla deneyimleyebilir. Sanal gerçeklik, bireylerin etkileşimde bulunduğu ve üç boyutlu bilgisayar teknolojileri ile oluşturulmuş, gerçeğe oldukça yakın ortamları kapsar. Dijital dünyada var olmanın ve burada yeni yaşam biçimleri oluşturmanın, sanal gerçeklikle mümkün olduğu ve bunun insanın duyusal deneyimlerini genişleterek farklı yaşam biçimlerine olanak tanıdığı vurgulanır (Avcı, 2018). Özellikle oyun ve tasarım sektörlerinde, sanal dünyalar kullanıcılara sürükleyici, keşfetmeye dayalı ve interaktif deneyimler sunar. Bu sanal ortamlar, insanların fiziksel dünyada var olmayan ancak dijital ortamda var olan şeyleri deneyimlemelerini sağlar. Bu tür uygulamalar, sanat dünyasında da yeni alanlar yaratmaktadır.

2.5.5. Ağ Yapısal

Yeni medya ürünlerinin yayılımı ve tüketimi, internet gibi ağ bağlantıları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Küresel ölçekte kullanılan internet, yeni medya içeriklerinin dağıtılmasında en büyük platformdur. Yeni medyada içerik üretmek, yayınlanan içerikleri değiştirmek ya da yeni içerikler oluşturmak için bilgisayar tabanlı bir ağa bağlı olmak zorunludur. Bu ağda medya üreticileri, tüketicileri ve izleyicileri etkileşim içinde olurlar. İnternetin sunucu ağları, kurumsal intranetler, çevrimiçi eğitim platformları, büyük çok oyunculu oyunlar, sanal dünyalar, sosyal medya siteleri, blog ağları, forumlar ve e-posta listeleri gibi çeşitli ağlardan oluştuğunu belirtilir (Lister vd., 2009). Tüm bu ağlar, genellikle güvenlik duvarları, şifreler, erişim izinleri, bant genişlikleri ve cihazların verimlilikleri gibi sınırlamalarla çerçevelenmiştir ve nihayetinde, herkesin birbirine bağlandığı küresel bir ağ olan internetin bir parçasıdır. Bu ağ, geleneksel sabit telefon hatları veya masaüstü bilgisayarlarla değil, kablosuz mobil cihazlar, dizüstü bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve diğer taşınabilir cihazlarla erişilebilir hale gelmiştir. Yeni medyayı eski kitle iletişim araçlarından ayıran temel fark, bunun dağılmış bir medya yapısına sahip olmasıdır. Yeni medyanın üretim ve dağıtımı, merkezi olmayan, bireyselleşmiş ve günlük yaşamın dinamiklerine yakın bir şekilde şekillenir. Medya içeriklerinin hem tüketimi hem de üretimindeki bu değişiklikler, dağıtım sürecinin bir sonucudur.

2.5.6. Simülasyon

Simülasyon, sanayi, bilim ya da eğitimde işlemleri deney koşulları altında oluşturarak bu olayları inceleme ve araştırmaya yönelik çözümleme tekniği, izlence olarak tanımlanır (TDK, 2023). Teknik açıdan ise, simülasyon, gerçek bir dünyadaki süreç veya sistemlerin zaman içinde taklit edilmesidir. Simülasyon, gerçek bir ortamın yapay bir versiyonunun oluşturulmasıdır. Gerçek dünyada uygulaması pahalı ya da yüksek risk taşıyan bir sürecin simüle edilmesi, bu risklerden kaçınmak ve maliyetleri azaltmak için etkili bir yol sunar. Örneğin, pilot eğitiminde uçuş simülasyonları, gerçekte karşılaşılabilecek risklerin önüne geçilmesini ve maliyetlerin düşürülmesini sağlar. Baudrillard'a göre simülasyon, gerçekliğin tüm göstergelerinin gerçek yerine geçmesiyle oluşan "hiper-gerçeklik"tir. Bu bağlamda, simülasyonun özü, gerçeğin bir kopyası ya da benzeri değil, onun yerine geçen bir şeydir. Simülasyonun doğasında "gerçek" yoktur, sadece "sahte gerçeklik" vardır. Baudrillard'a göre, simülasyon, gerçekliğin kökeninden yoksun olarak üretilen bir modeldir (Avcı, 2018).

Dijital kültürle ilgili olarak, "sanal" terimi genellikle "simülasyon" ile iç içe geçmiş bir anlam taşır. Simülasyon, yeni medya literatüründe sıkça kullanılan, fakat genellikle tanımlanmayan bir kavramdır. Simülasyon, taklit etme veya temsil etme anlamına gelir ancak kesinlikle "sahte" ya da "yanıltıcı" değildir. Simülasyon, gerçek süreçlerin ve sistemlerin dijital olarak üretilmesidir ve sonuçları gerçek dünyadaki nesneleri taklit eden yeni gerçekler yaratır. Başka bir deyişle, simülasyon gerçekliği taklit etmeden önce gerçektir (Lister vd., 2009). Simülasyon, bir sürecin gerçekçi sonuçlarını almak için gerçeğe yakın bir modelin üretilmesi amacını taşır. Bu modelde, gözlem yapmak, test etmek ve değiştirmek mümkündür. Simülasyon sayesinde bir süreç defalarca çalıştırılabilir, değişkenler modifiye edilebilir ve her seferinde farklı sonuçlar elde edilebilir. Bu sayede simülasyon, gerçek dünyada karşımıza çıkabilecek tüm olasılıkları ve riskleri dijital ortamda deneyimlememize olanak tanır. Son olarak, hipermetin, birbirine bağlı metinler veya köprülerle işaretlenmiş metinler olarak tanımlanabilir. Hipermetinler, HTML adlı bir işaretleme diliyle kodlanır. HTML, internet üzerindeki sayfalarda bilgilerin görüntülenmesinde kullanılan yaygın bir dosya formatıdır. HTML sayfaları, metinleri, görselleri ve sesleri ekrana farklı şekillerde yerleştirmeyi mümkün kılar. Bu sayfalara tarayıcılar aracılığıyla erişilir ve kullanıcılar sayfalar arasında ve metinler içinde gezinebilir. Bu gezinti, hiperbağlar kullanılarak sağlanır (Heeter, 1989).

2.6. Yeni Medyada Grafik Tasarımın Yeri

Grafik tasarım, günümüzün dijital çağında kendini sürekli yenileyen bir disiplindir. Yeni medya dünyasında, özellikle dinamik ve değişken içeriklerin bulunduğu bir ortamda grafik tasarım, geleneksel yöntemlerin ötesine geçmiştir. Grafik tasarım, sadece estetik değil, aynı zamanda etkileşimli bir iletişim aracı haline gelmiştir ve yeni medyanın hemen her alanında aktif bir rol üstlenmektedir. Geleneksel grafik tasarım, bireysel tasarımcılar tarafından belirli uzmanlıklar ve eğilimler doğrultusunda oluşturulabilirken, yeni medya bu sınırlamaları aşarak çok daha kapsamlı bir etkileşim ve iş birliği süreci gerektirir. Günümüzde grafik tasarımcılar, çeşitli disiplinleri bir araya getirerek tek bir yeni medya platformunda birleşik bir eser ortaya koyabilmektedirler.

Etkileşimli medya, görsel-işitsel unsurların ve sinematik öğelerin birleşimiyle hareketli bir kompozisyon yaratır. Bu tür medya, bilginin doğrusal bir şekilde sunulmasından farklı olarak, kullanıcıya özgün bir deneyim sunar. Geleneksel kitaplar veya filmler gibi doğrusal anlatımların aksine, etkileşimli medya kullanıcının tercih ettiği bir yolu takip etmesine olanak tanır ve her izleyici, kendine ait bir bilgi yolculuğuna çıkarak medya ile etkileşimde bulunur. Yeni medya teknolojilerinin sunduğu imkanlarla grafik tasarım, sanat ve tasarım dünyasında önemli bir rol oynamaktadır. Teknolojinin ilerlemesiyle bu rol, her geçen gün daha da büyümekte ve çeşitlenmektedir. Grafik tasarım, özellikle ekran tabanlı içeriklerde ve hareketli grafiklerin sergilendiği alanlarda büyük bir yer tutar.

Etkileşimli yeni medya projeleri genellikle görsel-işitsel tasarımcılar, metin yazarları, bilgisayar programcıları, içerik tasarımcıları, yönetmenler, grafik tasarımcılar, veri analistleri, mimarlar, görüntü yönetmenleri ve yapımcılar gibi profesyonellerin bir araya geldiği ekipler tarafından oluşturulur. Matbaa ürünlerinin aksine, etkileşimli medya ürünleri açık uçlu ve dinamik yapılar sunar. Bu tür medya, içerik sürekli olarak eklenip değiştirilebileceği için sonsuz bir revizyon süreci sağlar. Bu esneklik, içeriklerin güncellenmesini ve yenilenmesini kolaylaştırır (Philip & Alston, 2006).

2.7. Yeni Medyanın Uygulama Alanları

Günümüzün yeni medya anlayışı, sosyal medya, sanal gerçeklik dünyaları, dijital oyunlar ve elektronik yayınlar gibi platformları içerir (Creeber & Martin, 2008). Yeni medya tasarım süreçlerinde, grafik tasarımcılar genellikle çok çeşitli alanlarda görev alırlar: kavram ve tasarım geliştirme, dijital görseller, fotoğraflar, videolar, sesler ve animasyonlar üretme,

etkileşim tasarımı oluşturma, programlama dillerine hâkim olma ve çoklu ortam projeleri geliştirme gibi becerilere sahip olurlar. Teknolojinin ilerlemesi ve yeni medya bileşenlerinin artan çeşitliliği, tasarım sürecinin disiplinlerarası bir şekilde genişlemesine neden olmuştur. Yeni medya tasarım ortamları: mobil cihazlar, tabletler ve her türlü ekran arayüz tasarımı, sosyal medya platformlarına dayalı etkileşimli tasarımlar, sanal ve artırılmış gerçeklik tasarımı, hareketli görüntü ve animasyonlar, 3D modelleme, oyun ve eğlence arayüzleri, kinetik tipografi tasarımı, hipermetin içerik geliştirme, etkileşimli piktogramlar şeklinde sıralanabilir.

2.7.1. Sosyal Medya

Sosyal medya, kullanıcıların kişisel profilleri aracılığıyla birbirleriyle çok yönlü bir şekilde iletişim kurdukları, yüksek etkileşimli dijital platformlardır. Bu platformlara erişim kolaylığı, sistematik yapı ve etkileşim imkanları gibi özelliklerle dikkat çeker. Eskiden, bilgilere ulaşmanın ve mevcut bilgilerin hedef kitleye sunulmasının oldukça sınırlı olduğu bir ortam söz konusuyken, günümüzde bu sınırlamalar giderek ortadan kalkmaktadır. Sınırların kalktığı bu dijital ortamda, dijital kirlilik ve bilgi yükü gibi kavramlar da medya tasarım süreçlerine dahil olmaktadır (Erişti, 2018).

2.7.2. Sanal ve Artırılmış Gerçeklik

Yeni medyanın önemli bir yönü olan sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri, kendilerini yeniden tanımlamak ve gelişen medya platformlarında yer almak isteyen birçok sistem için büyük bir fırsat sunmaktadır. Sanal gerçeklik, kullanıcıların gerçek dünyadaki deneyimlere benzer, üç boyutlu bir ortamda etkileşimde bulunmalarını sağlayan bir teknoloji olarak, iletişimin yeni bir boyuta taşınmasını sağlar. Bu teknolojilerle, sanal ortamda kullanıcılar, gerçek dünyadaki gibi etkileşimde bulunabilir ve görsel iletişimdeki sınırlar yeniden şekillenir.

Artırılmış gerçeklik ise gerçek dünyadaki nesneler veya ortamların üzerine dijital müdahaleler ekleyerek yeni bir deneyim yaratır. Bu teknoloji, kullanıcıların çevreleriyle etkileşimde bulunarak bilgi edinmelerini ve hayal dünyalarını genişletmelerini sağlar. Teknolojik gelişmeler, bu tür uygulamalara daha kolay erişim imkânı sunmaktadır. Sanal gerçeklikte her şey dijital ortamda yaratılırken, artırılmış gerçeklikte dijital ve fiziksel dünyalar birleşir. Bu bağlamda, sanal gerçeklik, artırılmış gerçekliğin gelişimine öncülük eden bir aşama olarak kabul edilebilir.

2.7.3. Oyun Tasarımı

Son yıllarda, özellikle 21. yüzyılın başından itibaren oyun tasarımı, grafik tasarımcılarının en fazla tercih ettiği alanlardan biri haline gelmiştir. Bu sektör, ekonomik, kültürel ve teknolojik açıdan hızlı bir şekilde büyümekte olup, birçok farklı tasarım disiplinini içerisinde barındırmaktadır. Video oyunları için sanatsal içeriklerin ve grafik ögelerinin üretildiği bu alanda, oyun tasarımı bir prodüksiyon sürecinin başlangıcını oluşturur. Oyun tasarımcıları, arayüz, ortam ve karakter tasarımı gibi unsurların ilk taslaklarını geliştirirken, hareketli grafik tasarımı, hikâye anlatımı ve post prodüksiyon süreçleri de benzer üretim süreçlerini takip eder.

Oyun tasarımcıları, hareketli grafiklerden farklı disiplinleri bir araya getirerek oyun mekaniğini ve işleyişini planlarlar. Bu alanda, tasarımcıların eğitim süreçleri de özel olarak şekillenmekte ve çoğu oyun tasarımcısı, özgün bir eğitim sürecine sahip olmaktadır. Eric Zimmerman ve Katie Salen, "Rules of Play: Game Design Fundamentals" adlı eserlerinde, oyun tasarımcısını sadece bir grafik tasarımcı, endüstriyel tasarımcı veya mimar olarak değil, aynı zamanda bir deneyim tasarımcısı olarak tanımlarlar. Oyun tasarımı, sosyoloji, edebiyat ve kültürel çalışmalar gibi diğer alanlardan beslenen bir disiplin olarak gelişmektedir (Zimmerman & Salen, 2003).

2.7.4. Kinetik Tipografi

Kinetik tipografi, günümüzde sinema ve televizyon dünyasında olduğu kadar dijital medya platformlarında da önemli bir yer tutmaktadır. Hareketli yazı, mesajı iletmek için dinamik bir görsel anlatım kullanarak izleyicinin ilgisini çeker. Grafik tasarımcılar ve tipograflar, web siteleri, oyun fragmanları, veri görselleştirmeleri ve mobil uygulamalar gibi birçok projede hareketli yazılar kullanmaktadırlar. Ekran temelli iletişimde, kinetik tipografinin hem bilgilendirme hem de estetik açıdan iki temel amacı vardır: bilgi iletmek ve estetik bir görünümle dikkat çekmek.

Günümüzde, özellikle çok sayıda bilginin aktarıldığı bir dünyada, bilginin sunum şekli oldukça önemlidir. Hareketli yazılar, bilginin görsel olarak vurgulanmasını sağlar, ancak sadece hareketli grafiklerle dikkat çekmek bazen mesajın doğru bir şekilde iletilmesini engelleyebilir. Kinetik tipografi, yalnızca dijital medya ile sınırlı değildir; sinema jenerikleri gibi alanlarda da yer almakla birlikte, dijital medya içinde çok daha geniş bir kullanım alanına sahiptir.

Kinetik tipografi, geleneksel baskı sanatıyla bir çelişki oluşturur; çünkü tipografi, genellikle sabit bir formda basılır. Ancak kinetik tipografi, metnin hareket etmesiyle anlam kazandığı bir türdür ve ekranlar aracılığıyla bu hareketlilik daha belirgin hale gelir. Bu tür yazılar, görsel etkileşimi artırır ve kullanıcıyı içeriğe çekmek amacıyla kullanılır. Hiper metinler, kinetik tipografinin etkili kullanım alanlarından biridir ve bu metinler sayesinde kullanıcılar, dijital platformlarda hızlı ve etkili bir şekilde içeriklere erişebilirler. Kinetik tipografi, her türlü yeni medya teknolojisi için içerik karakterize etme ve kullanıcı etkileşimini artırma amacına hizmet eder (Erişti, 2018).

2.8. Yeni Medyanın Türkiye'deki Gelişimi

Bilgisayar ve internet teknolojilerinin Türkiye'de kullanılmaya başlanması ve zamanla geniş toplum kesimlerine ulaşması, yeni medya sanatının ülkedeki tarihsel gelişimini anlamada önemli bir çerçeve sunmaktadır. Türkiye'de bilgisayar teknolojisinin ilk kez 1960 yılında Karayolları Genel Müdürlüğü tarafından kullanılmasının ardından, 1966 yılından itibaren üniversiteler ve çeşitli kamu kurumlarında yer bulduğu görülmektedir. Bilgisayarlar, kodlama ve ağ sistemlerinin ilerlemesi, yeni toplumsal yapılar oluşturmuş ve bilgi süreçlerini hızlandırmıştır. Bu sayede, yeni medya araçları geleneksel medyanın yerini almaya başlamıştır. Manovich'e (2001) göre, yeni medya belirli özellikleri sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod dönüşümdür (Winegard, 2019). Everett M. Rogers bunlara ek olarak etkileşim, kitlesizleşme ve eşzamanlılık olarak da sıralamaktadır (Yanık, 2016). Sahip olduğu özellikler açısından yeni medyanın geleneksel medya araçlarına oranla daha etkili bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

İletişim teorisyeni Marshall McLuhan tarafından ortaya atılan Küresel Köy kavramına göre, yeni medya teknolojileri ile yaygınlaşan dijital iletişim, dünyayı adeta küçük bir köy haline getirdiğini belirterek medya ile kültür arasındaki güçlü bağa dikkat çekmiştir (Levinson, 1999). Kültürel değişimler zamanla gerçekleşir ve bu süreçte medya iletişiminin önemli bir rolü vardır. Toplum, kültür ve sanat arasındaki ilişki ise her yönüyle birbirini etkileyen bir dinamik bir süreçten oluşur. Bu etkileşimden en çok etkilenenlerdendir biri de sanatçılardır. Yeni medya araçları, sanatçının geleneksel olarak kullandığı en önemli mecra olan tuvalini dijital teknolojilerle birlikte bilgisayar teknolojileriyle birlikte kullanılan ekranlara dönüştürmüştür. Yapay zekâ, akıllı uygulamalar, sanal gerçeklik teknolojileri, konuşma çözümleme sistemleri ve robotik kodlama gibi ileri düzey teknolojiler, sanatçının eserlerinde öne çıkmaya başlamıştır.

Dünyada hızla gelişen yeni medya sanatı, Türkiye'de de bazı sanatçılar ve sergilerle ilk adımlarını atmıştır. 1970'lerde Türkiye'deki sanat ortamı, dünyada olduğu gibi modern sanat ve kuramlarının tekrardan sorgulandığı dönemin bir yansıması olarak görülmüştür (Yılmaz, 2009). Mekâna yönelik enstalasyonlar yapan ilk kadın sanatçımız olan Füsun Onur bu dönemdeki ürettikleriyle dikkat çeken sanatçının, duyulmayan müziği görünür kılma çabası değişen sanat algısının ve sanat nesnesinin sorgulanmasının bir örneğidir.

Türkiye'de yeni medya sanatına yönelik ilk denemeler, İstanbul Teknik Üniversitesi'nde düzenlenen bir sergiyle gerçekleştirilmiştir. 1966'da Viyana'da düzenlenen "Bilgisayar Sanatı: Ars Intermedia Grubunun Çalışmaları" başlıklı sergide, grubun yenilikçi çalışmalarına yer vermiştir. 1970'lerde video ve kavramsal sanatın ülkemizdeki ilk temsilcilerinden olan Nil Yalter, feminizm ve toplumsal cinsiyet ekseninde kadın kimliği ve yaşamını sorgulamıştır. Türkiye'de video ve bilgisayar teknolojilerini kullanan ilk sanatçılardan biri olan fotoğraf ve multimedya sanatçısı Teoman Madra'dır (Kalender, 2022). Madra, 1998 yılında 'web n video art' adlı çalışması ile yeni medya sanatına geçiş yapmıştır. 1966'daki ilk sergiden yaklaşık 30 yıl sonra düzenlenen 'Somut Öngörüler' sergisi, Türkiye'de yeni teknolojilerle üretilen sanat eserlerini tanıtmıştır. 21. yüzyıl da Türkiye'de, sanal ortam ve baskı teknolojileri alanlarında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmelerin ışığında, 1990'lı yılların sonuna kadar yeni medya sanatının gelişimi yavaş bir süreç izlemiştir (Polat 2022). Ancak, 2000'lerin başından itibaren, Nomad, Technê Dijital Performans Platformu, Beden İşlemsel Sanatlar Derneği ve diğer kolektifler, yeni medya sanatını derinleştiren çalışmalar yapmıştır. Seminerler, paneller ve festivaller, yeni medya sanatının tanınmasında önemli rol oynamıştır.

Günümüze gelindiğinde Los Angeles merkezli çalışan bir medya sanatçısı, yönetmen ve araştırmacı olan Refik Anadol, ülkemizde ve dünyada yeni medya sanatının en yenilikçi ve dikkat çekici isimlerinden biridir (Polat 2022). Sanatında veri, teknoloji, yapay zekâ ve mimariyi bir araya getirerek dijital çağın estetik ve düşünsel imkanlarını sorgular. Sanat pratiği, yapay zekâ, veri bilimi, mimarlık ve yeni medya sanatını bir araya getiren disiplinlerarası bir yapıdadır (Anadol, 2020). İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde Görsel İletişim Tasarımı eğitimi aldıktan sonra, Amerika'da UCLA Medya Sanatları bölümünde yüksek lisans yaparak kariyerine uluslararası ölçekte yön vermiştir. Kurucusu olduğu Refik Anadol Studio ise sanat, teknoloji ve bilim kesişiminde işler üretmekte ve Google, Microsoft, Nvidia gibi teknoloji devleriyle projeler yürütmektedir. Dijital teknolojilerin ve etkileşimli ortamların sunduğu olanaklarla çalışan Refik Anadol'un sanatı, yeni medya sanatı

bağlamında değerlendirilebilir. Anadol'un işleri bu alanda özellikle veri heykelleri (data sculpture), veri boyama (data painting), mimari projeksiyonlar (architectural projection mapping) ve yapay zekâ ile sanat üretimi gibi kategorilere girer. O, dijital veriyi bir sanat malzemesi olarak görür ve bu verilerden yeni estetik formlar yaratır.

Sanatçının en bilinen serilerinden biri olan "Machine Hallucinations" (Makine Halüsinasyonları), milyonlarca görsel verinin yapay zekâ sistemleriyle işlenmesi sonucunda ortaya çıkar (Refik Anadol, 2024). Anadol bu projede, bir makinenin düş gördüğü varsayımı üzerinden görsel bir dünya yaratır. Örneğin, MoMA'nın (Modern Sanat Müzesi) arşivindeki eserlerden oluşan bir veri seti, yapay zekâ tarafından analiz edilir ve yeniden yorumlanır. Ortaya çıkan görseller ne makineye ne de insana ait olan, soyut bir estetik düzlemde varlık kazanır. Bu, yapay zekâ ile yaratıcı üretim arasındaki sınırları sorgulayan önemli bir yaklaşımdır. Refik Anadol'un sanatında mimarlık da önemli bir rol oynar. Sanatçı, veriye dayalı çalışmalarını çoğu zaman büyük ölçekli mimari yüzeylere projekte eder. En dikkat çekici projelerinden biri olan "WDCH Dreams", Frank Gehry'nin tasarladığı Walt Disney Konser Salonu'nun dış cephesine yansıtılmış bir enstalasyondur. Bu projede, Los Angeles Filarmoni Orkestrası'nın 100 yıllık arşiv verileri yapay zekâ tarafından analiz edilmiş ve binanın yüzeyi bu verilerin estetik bir yansımasına dönüştürülmüştür. Bu tür işler, dijital sanatın kamusal alandaki karşılığını da gündeme getirir.

Refik Anadol'un sanat pratiği, yalnızca teknik bir yenilik değil, aynı zamanda kavramsal bir sorgulama alanıdır. İşlerinde sıkça karşılaştığımız üç temel tema vardır: veri, hafıza ve mekân. Anadol, dijital veriyi bir hafıza biçimi olarak ele alır; kişisel ya da kolektif hafızayı dijitalleştirir ve mekânla etkileşim içinde sunar (Refik Anadol, 2024). Bu anlamda onun çalışmaları, hem fiziksel bir mekânı dönüştürür hem de dijital bir belleği somutlaştırır. Sanatçının estetik yaklaşımı post-dijital sanat bağlamında da değerlendirilebilir. Dijital teknolojilerin sıradanlaştığı bir çağda, bu teknolojilerle yeni anlamlar üretmeye çalışır. Görsel dili yoğunlukla soyut, katmanlı ve deneyimseldir. Seyirciyle etkileşimli ya da çevresel veriye tepki veren yapıtları, izleyiciyi sadece gözlemci değil, deneyimin bir parçası haline getirir.

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, kullanılan yöntem, model, araştırmaya katılım sağlayan çalışma grubu ile veri toplama araçları aracılığıyla toplanan verilerin çözümlenmesine yönelik kullanılan yöntem ve teknikler belirtilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma, betimsel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama modeliyle yapılmıştır. Betimsel araştırma yöntemleri, verilen bir durumu aydınlığa kavuşturmak, standartlar konusunda durum değerlendirmeleri yapmak ve birbirleriyle ilişkili olduğu düşünülen olaylar arasındaki ilişkileri ortaya koymak için tercih edilir (Çepni, 2009). Tarama modelleri, geçmişten başlayarak günümüze yansıyan bir durumu kendi koşulları içinde doğal haliyle betimlemeyi amaç edinen onu herhangi bir nedenle değiştirme ya da etkileme çabası göstermeyen bir araştırma yaklaşımıdır (Kıncal, 2014).

3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2024-2025 Öğretim Yılı Bahar Dönemi'nde Ankara'daki üniversitelerin güzel sanatlar eğitimi verilen fakültelerinde yer alan grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinin 3 ve 4. sınıflarında öğrenim gören öğrenciler ve ders veren öğretim üyeleri oluşturmaktadır. Örneklemde ise, belirlenen evreni temsil edebilecek öğrenci ve öğretim üyelerinden kolay ulaşılabilir durum örneklemesi yoluyla belirlenen katılımcılardan elde edilen veriler kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örneklemesi yöntemi; araştırmacı tarafından standart, tipik vaka ya da temsil edici olarak belirlenen katılımcı ya da katılımcıların araştırmaya eklenmesi olarak tanımlanır (Ekiz, 2013). Buna göre; Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Mimarlık ve Güzel Sanatlar

Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Atılım Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü ve Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü ile aynı üniversitenin Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde eğitim gören 209 öğrenci ve ders veren 37 öğretim elemanı olmak üzere 246 katılımcı araştırmaya katkıda bulunmuştur.

3.3. Veri Toplama Araçları

Tarama araştırmalarında araştırmacı veri toplama aracı olarak literatürde yer alan anket, test ya da ölçekleri hiç değiştirmeden ya da kendi amacına uygun değişiklikler yaparak kullanabilir, tamamen bağımsız bir veri toplama aracı da tasarlayabilir (Metin, 2014). Araştırmada kapsamında danışman rehberliğinde verilerin toplanması amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek, eşit aralıklı ve beş dereceli puanlanabilen (1-2-3-4-5) likert tipidir. Puanlandırılma için “kesinlikle katılıyorum” maddesi için 5 puan, “katılıyorum” maddesi için 4 puan, “kararsızım” maddesi için 3 puan, “katılmıyorum” maddesi için 2 puan ve “kesinlikle katılmıyorum” maddesi için 1 puan belirlenmiştir.

Akademisyen ve öğrencilerin görüşlerini tespit etmek amacıyla geliştirilen ölçek için öncelikle ölçek maddelerinin belirlenmesi amacıyla, konunun uzmanı akademisyenlerle soru havuzu oluşturulmuştur. Ardından oluşturulan soru havuzunda yer alan maddelerin ölçekte yer alıp almamasının belirlenebilmesi amacıyla grafik tasarımı ve ölçme değerlendirme uzmanlarından oluşan 7 kişilik gruba, soruların ölçekte yer alıp almamasına yönelik düşüncelerini içeren anket gönderilmiştir. Katılımcılardan gelen cevaplar değerlendirildiğinde tüm maddelere ilişkin ortalamaların 3,5’in üzerinde olduğu görüldüğünden ölçekte yer alan maddelerin güvenilirlik düzeyinin belirlenmesi için 7 akademisyen ve 21 öğrenciden oluşan gruba ölçekler uygulanmıştır. Hem akademisyen hem de öğrenciler için oluşturulan ölçekte negatif içerikte olan 4 adet ifadeye verilen cevaplar tersine (transpoze) çevrilerek ölçeklerin Cronbach’s alfa değerleri hesaplanmıştır.

Bir ölçekte yer alan 20 maddenin geçerlik güvenirlik çalışmasını yapabilmek için ihtiyaç duyulan örneklem sayısı en az 100 en fazla 200’dür (Karatay, 2012). Buna göre araştırmada yer alan 21 madde için 246 katılımcı, geçerlik ve güvenirlik çalışması için yeterli sayıdadır.

3.4. Verilerin Analizi

3.4.1. Ölçme Araçlarının Güvenirliği ve Geçerliği

Araştırma kapsamında analizlere başlamadan öğrenci ve öğretim üyelerinin verdikleri cevaplar incelenerek birleştirilmiştir. Ölçekte yer alan 17,18,19 ve 20. soruların içerikleri olumsuz nitelikte olduğu için katılımcılar tarafından verilen cevaplar tersine çevrilmiştir.

Ölçeğin orijinal makaledeki yapıya uygun olarak geçerlik analizlerinin yapılması sürecinde ilk önce ölçeklerin orijinal faktör yapılarına uyumu AMOS 22 programında yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile incelenmiştir. Bu aşamada yapılan analizlerde ölçeklerin uyum değerleri Tablo 1'de görüleceği üzere kabul edilebilir değer aralıklarının dışında olduğu görülmüştür. Bu nedenle araştırma kapsamında analizlerin güvenli bir şekilde yorumlanabilmesi için geçerlik analizlerine SPSS 22 programında Açımlayıcı Faktör Analizleri (AFA) yapılarak devam edilmiştir.

Tablo 1

Doğrulayıcı Faktör Analizi

$\chi 2$/sd	RMSEA
10,504	,177

SPSS 22 programı kullanılarak yapılan Açımlayıcı Faktör Analizleri sonucunda belirlenen faktör yapılarına uygun olarak her bir faktör yapısı için tekrar normallik ve güvenirlik analizleri yapılmıştır.

Ölçeklerin güvenirlik, normal dağılım, Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizleriyle yapı geçerliklerinin değerlendirilmesinde esas alınan istatistik değerleri Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2

Ölçeklerin Geçerlik ve Güvenirlik Analizinde Temel Alınan İstatistik Değerleri

Normal Dağılım Analizleri			
	Kabul Edilebilir Değer	İyi Uyum Değeri	Kaynak
Kolmogorov-Smirnov	p>0,05		(Saruhan ve Özdemirci, 2016)
Çarpıklık (Skewness)	±2,0	±1,0	(George ve Mallery, 2016)
Basıklık (Kurtosis)	±2,0	±1,0	

Güvenirlik Analizi		
	İstatistik Değeri / Açıklama	Kaynak
Cronbach's Alpha	1> α> 0,9 mükemmel	(George ve Mallery, 2016) (Yıldız ve Uzunsakal, 2018)
	0,9> α> 0,8 iyi	
	0,8> α> 0,7 kabul edilebilir	
	0,7> α> 0,6 şüpheli	
	0,6> α> 0,5 zayıf	
	a < 0,5 kabul edilemez	
Örneklem Uygunluğu (Faktör Analizi)		
	İstatistik Değeri / Açıklama	Kaynak
Kaiser-Meyer-Olkin	1> α> 0,9 mükemmel	(George ve Mallery, 2016)
	0,9> α> 0,8 iyi	
	0,8> α> 0,7 orta/ iyiye yakın	
	0,7> α> 0,6 orta	
	0,6> α> 0,5 kötü	
	A <.5 kabul edilemez	

Model Uyum İstatistikleri			
	Kabul Edilebilir Değer	İyi Uyum Değeri	Kaynak
RMSEA	0,05 <RMSEA<0,10	RMSEA ≤ 0,05	(Byrne, 2015) (Çapık, 2014) (Çınar, 2019) (Saruhan ve Özdemirci, 2016) (Thakkar, 2020)
SRMR	0,05 <SRMR<0,10	SRMR ≤ 0,05	
AGFI	0,85 ≤AGFI<0,90	0,90 ≤ AGFI	
RFI	0,85 ≤RFI<0,90	0,90 ≤ RFI	
CFI	0,95 ≤CFI<0,97	0,97 ≤ CFI	
GFI	0,90 ≤GFI<0,95	0,95 ≤ GFI	
IFI	0,90 ≤IFI<0,95	0,95 ≤ IFI	
NFI	0,90 ≤NFI<0,97	0,97 ≤ NFI	
$\chi 2/sd$	$2 \leq \chi 2/sd \leq 5$	<2	

Araştırmada elde edilen verilerin normallik dağılımları çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri aracılığıyla incelenmiştir (Saruhan ve Özdemirci, 2016). Buna göre Tablo 3'te (betimleyici istatistikler) görüleceği üzere katılımcılara uygulanan ölçekteki tüm maddelere ilişkin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri (-1,5 ile +1,5) arasında olduğundan verilerin normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Ölçeklerden elde edilen veriler normal dağılıma uygun olduğundan ilgili analizlerdeki diğer varsayımların karşılanması durumunda parametrik analizlere dâhil edilebilir nitelikte olduğu ifade edilebilir.

Tablo 3

Betimleyici İstatistikler

Maddeler	N	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
					Standart Hata		Standart Hata
S01	246	3,41	1,087	-,307	,155	-,833	,309
S02	246	2,85	,984	-,289	,155	-,515	,309
S03	246	3,24	1,189	-,260	,155	-,860	,309
S04	246	2,76	1,197	,141	,155	-,933	,309
S05	246	3,04	1,301	-,128	,155	-1,122	,309
S06	246	2,79	1,116	,106	,155	-,770	,309
S07	246	2,99	1,222	,029	,155	-,978	,309
S08	246	2,80	1,034	-,008	,155	-,661	,309
S09	246	3,04	1,208	-,064	,155	-,989	,309
S10	246	2,92	,970	-,242	,155	-,419	,309
S11	246	3,13	1,104	-,287	,155	-,612	,309
S12	246	3,09	1,036	-,283	,155	-,328	,309
S13	246	3,53	1,060	-,594	,155	-,111	,309
S14	246	3,33	1,014	-,238	,155	-,515	,309
S15	246	3,57	1,103	-,527	,155	-,385	,309
S16	246	3,88	1,058	-,879	,155	,279	,309
S17	246	1,92	,968	1,109	,155	1,072	,309
S17 (TRNS)	246	4,077	,968	-1,109	,155	1,072	,309
S18	246	2,26	1,099	,726	,155	,029	,309
S18 (TRNS)	246	3,736	1,098	-,726	,155	,029	,309
S19	246	2,70	1,249	,227	,155	-1,062	,309
S19 (TRNS)	246	3,305	1,249	-,227	,155	-1,062	,309
S20	246	2,89	1,209	,129	,155	-,829	,309
S20 (TRNS)	246	3,110	1,209	-,129	,155	-,829	,309
S21	246	3,00	1,219	-,082	,155	-,756	,309

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenirliğinin değerlendirilmesi amacıyla Cronbach's alfa katsayısı değerleri incelenmiştir. Tablo 4'te öğrenci ve öğretim üyelerine uygulanan ölçeklerin güvenilirlik düzeyleri görülmektedir. Buna göre, uygulanan ölçeğin iyi güvenilirlik düzeyinde olduğu söylenebilir (George ve Mallery, 2016; Yıldız ve Uzunsakal, 2018). Bununla birlikte ilk aşamada yapılan Açımlayıcı Faktör Analizinde elde edilen faktörlerin güvenirlik analizleri incelendiğinde Tablo 4'te görüldüğü üzere 4. Faktörün Cronbach'a alpa değerinin kabul edilebilir güven değerinin (,463<,5) altında olduğu görülmektedir. Yapılan analizlerde ölçekte yer alan 1. maddenin silinmesinin ilgili faktörün

ve ölçeğin genel güvenilirlik düzeyini artıracağı tespit edilmiştir. Bu nedenle ölçekte yer alan 1. madde silinerek Açımlayıcı Faktör Analizleri yeniden yapılmıştır.

Tablo 4

İlk Açımlayıcı Analizde Elde Edilen Ölçeğin Güvenirlik Analiz Sonuçları

Faktör İsmi	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
F1	,916	6
F2	,816	6
F3	,766	4
F4	,463	3
F5	,571	2
Ölçek Geneli	,893	21

Ölçekte yer alan 1. maddenin silinmesinin ardından kalan ifadelerin, bu araştırma katılımcılarının cevaplarına göre ne şekilde gruplandığının tespit edilmesi ve araştırma alt problemlerinin test edilebilmesi amacıyla yeniden Varimax Döndürme Tekniği kullanılarak Açımlayıcı Faktör Analizi yapılmıştır.

Tablo 5'te görüleceği üzere ölçeğin Kaiser-Meyer Olkin Örneklem Uygunluğu test sonucu (0,925) olarak bulunmuştur. Buna göre faktör analizi için kullanılan verilerin yeterli sayıda olduğu söylenebilir (George ve Mallery, 2016).

Tablo 5

Ölçeğin KMO ve Barlett's testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçüsü		,925
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki Kare	2762,217
	Serbestlik Derecesi (sd)	190
	Anlamlılık Düzeyi (sig.)	,000

Tablo 6 incelendiğinde değişkenlerin 5 faktör altında toplandığı görülmektedir. Birinci faktör toplam varyansın %21,245'ini, ikinci faktör toplam varyansın %16,281'ini, üçüncü faktör toplam varyansın %13,293'ünü, dördüncü faktör toplam varyansın %9,053'ünü, beşinci faktör toplam varyansın %7,581'ini açıklamaktadır. Toplam açıklanan varyans %67,453'tür. Açıklanan toplam varyans %50'den büyük olduğu için faktör analizinin açıklama düzeyi yeterlidir (Saruhan ve Özdemirci, 2016).

Yapılan faktör analizi sonucu elde edilen 5 adet faktörden 1. Faktörü oluşturan 6 madde eğitim ortamlarının sahip olduğu her türden imkânı belirtmek amacıyla "Fizikî ve teknik

altyapı", 2. Faktörü oluşturan 6 madde öğretim programlarının öneminden ötürü "Bireysel eğitim/üretim", 3. Faktörü oluşturan 4 madde hedef kazanımlara ulaşılma durumunu belirtmek amacıyla "Alandaki gelişmeler/üretim", 4. Faktörü oluşturan 2 madde program ve materyal durumlarını belirtmek amacıyla "Kaynak/telif/üyelik", 5. Faktörü oluşturan 2 madde konu ile ilgili içerik takibi ve ürün ortaya koymak amacıyla "İsteklilik" olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 6

Ölçeğin Toplam Açıklanan Varyans Tablosu

Faktör	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)
F1: Fiziki ve teknik altyapı	4,249	21,245	21,245
F2: Bireysel eğitim/üretim	3,256	16,281	37,527
F3: Alandaki gelişmeler/üretim	2,659	13,293	50,819
F4: Kaynak/telif/üyelik	1,811	9,053	59,872
F5: İsteklilik	1,516	7,581	67,453

Faktör analizi sonrasında ölçekte yer alan ifadelerin faktörlere göre dağılımı Tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 7

Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek	Birleşenler				
İfadeleri	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5
S07	,840				
S05	,818				
S04	,780				
S09	,768				
S08	,730				
S06	,719				
S11		,757			
S03		,660			
S13		,615			
S21		,606			
S16		,603			
S15		,540			
S12			,758		
S14			,652		
S10			,618		
S02			,500		
20 ters				,838	
19 ters				,817	
17 ters					,858
18 ters					,663

Tablo 8'de yapılan ikinci faktör analizi sonrasında belirlenen alt faktörlere ilişkin Cronbach's alfa değerleri görülmektedir. Buna göre 1. Maddenin çıkarılması sonrasında ölçeğin Cronbach's alfa düzeyi ,900'e; Faktör 4'ün Cronbach's alfa düzeyi ise ,726'ya yükselmiştir. Bu değerler göz önünde bulundurulduğunda, ölçeğin geneli, Faktör 1, Faktör 2, Faktör 3 ve Faktör 4 güvenilirliğin iyi düzeyde, Faktör 5'in ise sosyal bilimler için yeterli düzeyde olduğu (Saruhan, Özdemirci, 2016) söylenebilir.

Tablo 8

Katılımcılara Uygulanan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Faktör ismi	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
F1	,916	6
F2	,816	6
F3	,766	4
F4	,726	2
F5	,571	2
Ölçek Geneli	,900	20

Ölçeğin belirlenen faktör yapısının normal dağılıma uygunluğunu belirleyebilmek için basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Bu amaçla Açımlayıcı Faktör Analizinde belirlenen faktörlerde yer alan ifadelerin ortalamaları hesaplanarak her bir katılımcının belirlenen faktörlere ilişkin değerlendirmeleri bulunmuştur. Tablo 9'da her bir faktöre ilişkin, ortalama değer, standart sapma, basıklık ve çarpıklık değerleri görülmektedir. Ölçekte yer alan maddelerin basıklık ve çarpıklık değerleri incelendiğinde her bir faktörün söz konusu değerleri (+1; -1) aralığında olduğu görüldüğünden normal dağılıma uygun olduğu ifade edilebilir.

Tablo 9

Faktörlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

				Çarpıklık		Basıklık	
	N	Ortalama	Standart Sapma	İstatistik	Std. Hata	İstatistik	Std. Hata
F1		2,9038	,99009	-,140	,155	-,835	,309
F2		3,3923	,81122	-,264	,155	-,162	,309
F3	246	3,0447	,76734	-,365	,155	-,195	,309
F4		3,2073	1,08877	-,071	,155	-,761	,309
F5		3,9065	,86508	-,695	,155	,354	,309

BÖLÜM IV

4. BULGULAR ve YORUM

4.1. Araştırma Bulguları

Bu bölümde, alan çalışmasına katılan çalışanların sosyo-demografik bilgileri ve ölçeklerdeki ifadelere verdikleri cevaplardan oluşan verilerden elde edilen bulgular yer almaktadır.

4.1.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan kişilerin özelliklerini ortaya koymak amacıyla öğrencilere cinsiyet, öğrenim görülen üniversite, fakülte ve bölümle birlikte hangi sınıfta olduğuna ilişkin sorular sorulmuştur. Öğretim üyelerine ise, cinsiyet, mezun olduğunuz lisans bölümü, eğitim durumu, unvanı, üniversitesi, üniversitenizin niteliği, akademik deneyimi ve akademik deneyim dışında grafik tasarıma yönelik özel sektör deneyimi (yıl) sorulmuştur.

Genel olarak katılımcıların tanımlayıcı istatistikleri:

Araştırmaya katılım sağlayan 246 kişinin 84'ü (%34,1) erkek, 162'si (%65,9) kadındır.

Tablo 10

Katılımcıların Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)	Toplam Yüzde
Erkek	84	34,1	34,1
Kadın	162	65,9	100,0
Toplam	246	100,0	

Katılımcıların dahil oldukları üniversiteler incelendiğinde 33 katılımcının Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Mimarlık ve Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünden, 26 katılımcının Atılım Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık

Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünden, 36 katılımcının Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünden, 19 katılımcının Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünden, 33 katılımcının Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümünden ve 99 katılımcının ise Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü ile aynı üniversitenin Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünden olduğu görülmektedir. Hacı Bayram Veli Üniversitesinden katılımın yüksek olmasının sebebinin grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinin iki farklı fakülte bünyesinde yer almasından kaynaklandığı ifade edilebilir.

Tablo 11

Katılımcıların Üniversitelere Göre Dağılımı

Üniversite	Frekans	Yüzde (%)	Toplam Yüzde
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	33	13,4	13,4
Atılım Üniversitesi	26	10,6	24,0
Başkent Üniversitesi	36	14,6	38,6
Bilkent Üniversitesi	19	7,7	46,3
Hacettepe Üniversitesi	33	13,4	59,8
Hacı Bayram Veli Üniversitesi	99	40,2	100,0
Toplam	246	100,0	

Katılımcılar mensubu oldukları okulların devlet üniversitesi veya vakıf üniversitesi ayrımına göre incelendiğinde 165 katılımcının devlet üniversitesinde, 81 katılımcının ise vakıf üniversitesi bünyesinde olduğu görülmektedir.

Tablo 12

Katılımcıların Devlet/Vakıf Üniversitesinde Yer Alma Durumlarını Gösterir Dağılım

Üniversite Niteliği	Frekans	Yüzde (%)	Toplam Yüzde
Devlet	165	67,1	67,1
Vakıf	81	32,9	100,0
Toplam	246	100,0	

Tablo 13'de 209 katılımcının öğrenci, 37 katılımcının ise öğretim üyesi/öğretim görevlisi olduğu görülmektedir.

Tablo 13

Katılımcıların Öğrenci/Öğretim Üyesi Olma Durumlarını Gösterir Dağılım

Katılımcı Niteliği	Frekans	Yüzde (%)	Toplam Yüzde	Kümülatif Yüzde
Öğrenci	209	85,0	85,0	85,0
Öğretim Üyesi	37	15,0	15,0	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Katılımcıların tüm sorulara verdikleri cevaplar ve ölçekte yer alan faktörlerin ortalamaları, standart sapmaları, çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 14'te görülmektedir.

Tablo 14

Ölçekteki Maddelerin ve Faktörlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

İfade	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
S02		2,85	,984	-,289	-,515
S03		3,24	1,189	-,260	-,860
S04		2,76	1,197	,141	-,933
S05		3,04	1,301	-,128	-1,122
S06		2,79	1,116	,106	-,770
S07		2,99	1,222	,029	-,978
S08		2,80	1,034	-,008	-,661
S09		3,04	1,208	-,064	-,989
S10		2,92	,970	-,242	-,419
S11		3,13	1,104	-,287	-,612
S12		3,09	1,036	-,283	-,328
S13		3,53	1,060	-,594	-,111
S14	246	3,33	1,014	-,238	-,515
S15		3,57	1,103	-,527	-,385
S16		3,88	1,058	-,879	,279
17 ters		4,08	,9679	-1,109	1,072
18 ters		3,74	1,0988	-,726	,029
19 ters		3,31	1,2489	-,227	-1,062
20 ters		3,11	1,2089	-,129	-,829
S21		3,00	1,219	-,082	-,756
F1		2,90	,99009	-,140	-,835
F2		3,39	,81122	-,264	-,162
F3		3,05	,76734	-,365	-,195
F4		3,21	1,08877	-,071	-,761
F5		3,91	,86508	-,695	,354

4.1.2. Alt Problemlerin İncelenmesi

Araştırmada kullanılan ölçek sorularına verilen cevapların değerlendirilmesinde aralıkların eşit olduğu varsayılmış, aritmetik ortalamalar için puan aralığı 0,80 olarak hesaplanmıştır (Puan Aralığı = (En Yüksek Değer – En Düşük Değer) /5 = (5 – 4) /5 = 4/5 = 0,80). Bu hesaplamaya göre aritmetik ortalamaların değerlendirme aralığı Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15

5'li Likert Ölçeğine Göre Aritmetik Ortalamaların Değerlendirme Aralığı

Aralık	Seçenek	Seçenek	Seçenek
1,00-1,80	Hiç Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Kesinlikle Yetersiz
1,81-2,60	Az Katılıyorum	Katılmıyorum	Yetersiz
2,61-3,40	Bir Ölçüde Katılıyorum	Kararsızım	Ne Yeterli Ne Yetersiz (Ortalama)
3,41-4,20	Çoğunlukla Katılıyorum	Katılıyorum	Yeterli
4,21-5,00	Tamamen Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kesinlikle Yeterli

4.1.2.1.Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Grafik tasarım eğitimi veren fakültelerde yeni medya teknolojilerine ilişkin fiziki ve teknik alt yapı yeterli midir?

Katılımcıların yeni medya teknolojilerine ilişkin fiziki ve teknik altyapıya yönelik genel algıları, ortalamanın 2.90 düzeyinde olmasıyla "ne yeterli ne yetersiz" olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgu, mevcut altyapının ne tam anlamıyla yeterli ne de tamamen yetersiz görüldüğünü, dolayısıyla iyileştirme potansiyeli taşıdığını ve belirli eksiklikleri barındırdığını düşündürmektedir. Tablo 16'da sunulan betimleyici istatistikler, faktör ortalamasının (F1) 2.90 olduğunu ve ilgili madde ortalamalarının S04 için 2.76'dan S09 için 3.04'e kadar değiştiğini göstermektedir. Bu dağılım, katılımcıların genel yeterlilik algısının orta düzeyde konumlandığını ve altyapı konusunda net bir memnuniyet veya memnuniyetsizlik durumunun olmadığını ortaya koymaktadır.

Tablo 16

Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri

İfade	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
S04	246	2,76	1,197	,141	-,933
S05		3,04	1,301	-,128	-1,122
S06		2,79	1,116	,106	-,770
S07		2,99	1,222	,029	-,978
S08		2,80	1,034	-,008	-,661
S09		3,04	1,208	-,064	-,989
F1		2,90	,99009	-,140	-,835

Söz konusu faktörde özel ve devlet üniversitesi mensuplarının arasında görüş farklılığı incelendiğinde öncelikle Tablo 17'da yer alan Levene Testi değerlerine bakılarak varyansların eşit olup olmadığı incelenmiştir.

Tablodaki bütün ifadelerin Levene testi sonuçlarında, S04, S07, S08 ve Faktör 1'in p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Bu durumda söz konusu maddeler için her iki grubun varyanslarının farklı olmadığı görülmektedir. Bu durumda ilgili maddeler için tablonun devamı incelenirken "eş varyans varsayımı" satırındaki veriler dikkate alınarak ortalamaların eşitliği yorumlanacaktır. S05, S06 ve S09 için ise Levene Testi p değeri 0,05ten küçük olduğu için "eş varyans varsayımı" karşılanmadığından ilgili maddenin ikinci satırındaki veriler incelenerek yorumlanacaktır. Buna göre söz konusu faktörde her bir ifade için T-testi'nin p değerleri 0,05'ten küçük (0,00) olduğu görüldüğünden özel ve devlet üniversitesi mensuplarının grafik tasarım eğitimi veren fakültelerde yeni medya teknolojilerine ilişkin fiziki ve teknik alt yapı yeterliliği konusunda görüş farklılıkları olduğu söylenebilir. Buna göre, üniversitelerin yönetim veya planlama süreçlerinde, üniversite türü farklılıklarını dikkate alarak fiziksel ve teknik altyapılarını iyileştirmeleri gerektiğine dair önemli bir ipucu sunmaktadır.

Tablo 17

Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
S04	Eş varyans varsayımı	,018	,893	-6,412	244	0,000	-0,965	0,150
	Eş varyans varsayımı yok			-6,393	157,932	0,000	-0,965	0,151
S05	Eş varyans varsayımı	4,249	,040	-4,836	244	0,000	-0,817	0,169
	Eş varyans varsayımı yok			-5,053	178,737	0,000	-0,817	0,162
S06	Eş varyans varsayımı	8,652	,004	-4,294	244	0,000	-0,628	0,146
	Eş varyans varsayımı yok			-3,975	131,253	0,000	-0,628	0,158
S07	Eş varyans varsayımı	,308	,580	-5,086	244	0,000	-0,804	0,158
	Eş varyans varsayımı yok			-5,139	163,462	0,000	-0,804	0,156
S08	Eş varyans varsayımı	,291	,590	-4,127	244	0,000	-0,561	0,136
	Eş varyans varsayımı yok			-4,009	147,736	0,000	-0,561	0,140
S09	Eş varyans varsayımı	8,158	,005	-4,140	244	0,000	-0,657	0,159
	Eş varyans varsayımı yok			-4,479	195,820	0,000	-0,657	0,147
F1	Eş varyans varsayımı	,831	,363	-5,861	244	0,000	-0,739	0,126
	Eş varyans varsayımı yok			-6,034	171,829	0,000	-0,739	0,122

Tablo 18 incelendiğinde, genel olarak devlet üniversitesi mensuplarının vakıf üniversitesi mensuplarına göre çok daha düşük düzeyde değerlendirme yaptığı görülmektedir. Özellikle S04 ifadesinde (Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin fizikî açıdan (mekân, ışık, ısı-yalıtım vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.) devlet üniversitesi mensupları yetersiz değerlendirmesinde bulunmaktayken vakıf üniversitesi mensupları yeterli değerlendirmesinde bulunmaktadır. Bu görüş farklılığından hareketle vakıf üniversitelerinde öğrenim gören öğrenciler ve görev yapan öğretim elemanları devlette olanlara kıyasla fiziki ve teknik altyapı konusunda daha fazla imkana sahip olduklarını düşünmektedirler. Bu algı farklılığı, vakıf üniversitelerinin fiziki ve teknik altyapı konusunda devlet üniversitelerine göre daha iyi imkanlara sahip olduğu yönündeki yaygın kanıyı desteklemektedir. Bu durum, bu kurumların yeni medya teknolojilerine yapılan yatırımlar veya daha esnek bütçe yapıları ile ilişkili olabilir. Bu eşitsizlik, eğitim kalitesi ve öğrencilerin teknolojiye erişimi açısından önemli bir farklılaşmaya işaret etmektedir. Devlet üniversitelerindeki öğrencilerin, fiziki ve teknik altyapı konusunda güncel teknolojik imkanlara erişimde dezavantajlı konumda olabileceği, bu durumun ise ilgili öğrencilerin mezuniyet sonrası sektördeki rekabetçiliklerini etkileyebileceği düşünülmektedir.

Vakıf üniversitesi mensupları, S04, S05, S07, S09 maddeleri için genel olarak üniversiteleri yeterli düzeyde bulurken devlet üniversitelerindekiler ne yeterli ne yetersiz seviyesinde görmektedir. Faktör 1 genelinde her ne kadar iki grupta ne yeterli / ne yetersiz değerlendirmeleri grubunda yer alsa da vakıf üniversitesi mensuplarının istatistiki olarak anlamlı bir şekilde devlet üniversitesi mensuplarından daha yüksek değerlendirmeye sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 18

Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörünün Devlet/Vakıf Üniversitesindeki Katılımcılara Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri

V3_		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ort.
S04	Devlet	165	2,442	1,106	0,086
	Vakıf	81	3,407	1,116	0,124
S05	Devlet	165	2,776	1,294	0,101
	Vakıf	81	3,593	1,138	0,126
S06	Devlet	165	2,582	0,988	0,077
	Vakıf	81	3,210	1,242	0,138
S07	Devlet	165	2,727	1,176	0,092
	Vakıf	81	3,531	1,141	0,127
S08	Devlet	165	2,612	0,973	0,076
	Vakıf	81	3,173	1,058	0,118
S09	Devlet	165	2,824	1,249	0,097
	Vakıf	81	3,481	0,989	0,110
F1	Devlet	165	2,661	0,954	0,074
	Vakıf	81	3,399	0,876	0,097

Levene Testi sonuçları, tüm maddelerde varyansların eşit olduğunu göstermektedir ($p > .05$). Tablo 19'daki T-testi sonuçlarına göre, fiziki ve teknik altyapı konusunda öğrenciler ve öğretim elemanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir görüş farklılığı bulunmamaktadır. Bu durum, öğrenci ve öğretim elemanlarının fiziki altyapı konusundaki algılarının benzer olduğunu düşündürmektedir. Bu ortak algı, altyapı iyileştirmeleri için ortak bir zemin ve iş birliği potansiyeli sunabilir. Her iki paydaş grubunun da altyapının mevcut durumunu benzer şekilde deneyimlemesi, sorunun veya yeterlilik alanının kurum genelinde hissedildiğini göstermektedir.

Tablo 19

Fiziki ve Teknik Altyapı Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
S04	Eş varyans varsayımı	,288	,592	1,513	244	,132	,322	,213
	Eş varyans varsayımı yok			1,592	51,876	,117	,322	,202
S05	Eş varyans varsayımı	,041	,840	,363	244	,717	,084	,232
	Eş varyans varsayımı yok			,350	48,139	,728	,084	,241
S06	Eş varyans varsayımı	,093	,760	,988	244	,324	,197	,199
	Eş varyans varsayımı yok			1,007	50,446	,319	,197	,195
S07	Eş varyans varsayımı	,066	,797	,393	244	,695	,086	,218
	Eş varyans varsayımı yok			,380	48,235	,706	,086	,226
S08	Eş varyans varsayımı	1,076	,301	1,993	244	,047	,365	,183
	Eş varyans varsayımı yok			1,888	47,579	,065	,365	,193
S09	Eş varyans varsayımı	2,108	,148	-,073	244	,942	-,016	,216
	Eş varyans varsayımı yok			-,064	45,185	,949	-,016	,246
F1	Eş varyans varsayımı	0,804	0,371	0,980	244,000	0,328	0,173	0,177
	Eş varyans varsayımı yok			0,897	46,413	0,375	0,173	0,193

4.1.2.2.İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Grafik tasarım eğitimi veren ve alan bireyler üniversitelerinde yeni medya teknolojilerine yönelik eğitimleri yeterli görmekte midir?

İlgili alt probleme ilişkin maddeler incelendiğinde en düşük ortalamaya sahip maddenin S21 (3,00) en yüksek ortalamaya sahip maddenin ise 3,88 ortalama ile S16 olduğu görülmektedir. Faktör ortalaması 3,39 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler göz önünde bulundurulduğunda Tablo 2'de yer alan referans aralıklarına göre katılımcıların S13, S15 ve S16 ifadelerinde belirtilen konularda üniversitelerinin yeterli olduğunu diğer maddelerde ise ne yeterli/ ne yetersiz düzeyinde değerlendirdiği görülmektedir. Faktör ortalaması üst sınıra çok yakın olsa da ne yeterli ne yetersiz değerlendirme düzeyinde olduğu, genel eğilimin yeterliliğe doğru olduğunu ancak tam bir yeterlilik algısının oluşmadığını göstermektedir.

Tablo 20

Bireysel Eğitim/Üretim Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri

İfade	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
S03		3,24	1,189	-,260	-,860
S11		3,13	1,104	-,287	-,612
S13		3,53	1,060	-,594	-,111
S15		3,57	1,103	-,527	-,385
S16		3,88	1,058	-,879	,279
S21		3,00	1,219	-,082	-,756
F2		3,39	,81122	-,264	-,162

Tablo 21'deki S15 maddesi haricindeki ifadelerin Levene Testi sonuçlarında, p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Bu durumda söz konusu maddeler için her iki grubun varyanslarının farklı olmadığı görülmektedir. Levene İstatistikleri göz önünde bulundurularak yapılan T-testi tablosundaki incelemelerde S15, S21 ve Faktör 2'de gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı görüş farklılıkları olduğu söylenebilir. Bu bulgu, üniversite türünün bireysel eğitim ve üretim yeterliliği algısında da önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Tablo 21

Bireysel Eğitim/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
S03	Eş varyans varsayımı	0,026	0,872	-1,940	244,000	0,054	-0,311	0,160
	Eş varyans varsayımı yok			-1,966	164,850	0,051	-0,311	0,158
S11	Eş varyans varsayımı	1,199	0,275	-1,495	244,000	0,136	-0,223	0,149
	Eş varyans varsayımı yok			-1,482	155,423	0,140	-0,223	0,151
S13	Eş varyans varsayımı	0,568	0,452	-0,750	244,000	0,454	-0,108	0,144
	Eş varyans varsayımı yok			-0,756	162,340	0,451	-0,108	0,143
S15	Eş varyans varsayımı	4,591	0,033	-3,599	244,000	0,000	-0,526	0,146
	Eş varyans varsayımı yok			-3,694	170,491	0,000	-0,526	0,142
S16	Eş varyans varsayımı	0,004	0,947	-0,496	244,000	0,620	-0,071	0,144
	Eş varyans varsayımı yok			-0,503	164,371	0,616	-0,071	0,142
S21	Eş varyans varsayımı	0,561	0,454	-3,174	244,000	0,002	-0,515	0,162
	Eş varyans varsayımı yok			-3,162	157,554	0,002	-0,515	0,163
F2	Eş varyans varsayımı	1,169	0,281	-2,692	244,000	0,008	-0,293	0,109
	Eş varyans varsayımı yok			-2,771	171,763	0,006	-0,293	0,106

Tablo 22 incelendiğinde, Faktör 2'nin genel ortalamasında ve bu faktörün bileşenleri olan S15, S21 maddelerinde vakıf üniversitesi mensuplarının kendi üniversitelerine yönelik tatmin düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan hareketle vakıf üniversitelerinde öğrenim gören öğrenciler ve görev yapan öğretim elemanları devlette olanlara kıyasla yeni medyaya ilişkin olarak bireysel eğitim ve üretime yönelik daha fazla imkana sahip olduklarını düşünmektedirler. Dolayısıyla vakıf üniversite mensupları, kendi üniversitelerini yeterli düzeyde bulurken devlet üniversitelerindekiler kendi üniversitelerini ne yeterli ne yetersiz seviyesinde görmektedir.

Vakıf üniversitelerindeki daha yüksek tatmin düzeyi, bu kurumların yeni medya eğitim müfredatlarını daha hızlı güncelleyebilmesi, sektörle daha yakın iş birliği yapabilmesi veya daha modern öğretim yöntemleri benimseyebilmesiyle ilişkili olabilir. Bu durum, devlet üniversitelerinin müfredat ve eğitim yaklaşımlarını yeni medya dinamiklerine daha iyi uyarlaması gerektiği yönünde bir ihtiyacı ortaya koymaktadır. Devlet üniversitelerinin bürokratik süreçleri ve kısıtlı bütçeleri, müfredat güncellemelerini ve yeni teknolojilere adaptasyonu yavaşlatabilir, bu da öğrenci ve öğretim elemanlarının eğitim kalitesine yönelik algılarını olumsuz etkileyebilir.

Tablo 22

Bireysel Eğitim/Üretim Faktörünün Üniversite Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri

V3_		N	Ort.	Std. Sapma
S03	Devlet	165	3,133	1,197
	Vakıf	81	3,444	1,151
S11	Devlet	165	3,061	1,092
	Vakıf	81	3,284	1,121
S13	Devlet	165	3,497	1,069
	Vakıf	81	3,605	1,045
S15	Devlet	165	3,400	1,103
	Vakıf	81	3,926	1,022
S16	Devlet	165	3,855	1,072
	Vakıf	81	3,926	1,034
S21	Devlet	165	2,830	1,193
	Vakıf	81	3,346	1,206
F2	Devlet	165	3,296	0,822
	Vakıf	81	3,588	0,756

Söz konusu faktörde öğrenciler ve öğretim üyeleri arasındaki farklılıklar incelendiğinde, Tablo 22'de görüleceği üzere, S03 ve S13'ün Levene İstatistiği 0,05'ten küçük diğer maddeler ve faktör 2'nin Leneve İstatistiği p değerinin ,05 değerinden büyük olduğu

görülmektedir. Bu veriler göz önünde bulundurularak T-testi değerlendirildiğinde, S03; S11 ve Faktör 2 kapsamında öğrenci ve öğretim üyelerinin görüşlerinde istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olduğu söylenebilir.

Tablo 23

Bireysel Eğitim/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi					
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)		Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
S03	Eş varyans varsayımı	10,862	,001	- 4,736	244,000	0,000	-	0,963	0,203
	Eş varyans varsayımı yok			- 5,651	59,431	0,000	-	0,963	0,170
S11	Eş varyans varsayımı	,735	,392	- 3,475	244,000	0,001	-	0,669	0,193
	Eş varyans varsayımı yok			- 3,709	52,584	0,001	-	0,669	0,180
S13	Eş varyans varsayımı	4,967	,027	- 1,399	244,000	0,163	-	0,264	0,189
	Eş varyans varsayımı yok			- 1,599	56,471	0,115	-	0,264	0,165
S15	Eş varyans varsayımı	,224	,636	- 1,261	244,000	0,208	-	0,248	0,197
	Eş varyans varsayımı yok			- 1,279	50,181	0,207	-	0,248	0,194
S16	Eş varyans varsayımı	,001	,981	- 1,098	244,000	0,273	-	0,207	0,189
	Eş varyans varsayımı yok			- 1,080	48,957	0,285	-	0,207	0,192
S21	Eş varyans varsayımı	,042	,838	- 1,913	244,000	0,057	-	0,414	0,216
	Eş varyans varsayımı yok			- 1,983	51,175	0,053	-	0,414	0,209
F2	Eş varyans varsayımı	,626	,430	- 3,246	244,000	0,001	-	0,461	0,142
	Eş varyans varsayımı yok			- 3,417	51,889	0,001	-	0,461	0,135

Tablo 24 incelendiğinde öğretim üyelerinin genel olarak kendi üniversitelerine ilişkin yeterlilik algısının öğrencilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle S03, S11 ve Faktör 2'deki görüş farklılıkların istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılık olduğu görülmektedir. Öğretim üyeleri kendi üniversitelerini yeterli olarak görme eğilimindeyken öğrenciler çok düşük olmamakla birlikte kendi üniversitelerini ne yeterli/ne yetersiz düzeyinde değerlendirmektedir. Öğretim üyelerinin kendi üniversitelerindeki eğitim yeterliliğine ilişkin daha olumlu algısı, öğrencilerin deneyimlediği pratik sorunları veya beklentileri tam olarak yansıtmayabilir. Bu durum, müfredatın teorik ve pratik uygulamaları arasındaki algısal bir boşluğa veya öğretim üyelerinin kendi katkılarını daha yeterli görme eğilimine işaret edebilir. Öğrenci beklentileri ile mevcut eğitim çıktıları arasında bir uyumsuzluk, eğitim programlarının etkinliğini düşürebilir. Öğretim üyeleri, müfredatın teorik kapsamını ve kendi öğretim çabalarını yeterli bulurken, öğrenciler, sektörün hızla değişen taleplerine ayak uydurma ve pratik uygulama becerileri kazanma konusunda eksiklikler hissedebilirler. Bu algısal farklılığın giderilmesi, eğitim kalitesinin artırılması için öğrenci geri bildirimlerinin daha etkin bir şekilde değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Tablo 24

Bireysel Eğitim/Üretim Faktörünün Katılımcı Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri

V5_		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ort.
S03	Öğrenci	209	3,09	1,175	,081
	Öğr. Üyesi	37	4,05	,911	,150
S11	Öğrenci	209	3,03	1,094	,076
	Öğr. Üyesi	37	3,70	,996	,164
S13	Öğrenci	209	3,49	1,084	,075
	Öğr. Üyesi	37	3,76	,895	,147
S15	Öğrenci	209	3,54	1,105	,076
	Öğr. Üyesi	37	3,78	1,084	,178
S16	Öğrenci	209	3,85	1,054	,073
	Öğr. Üyesi	37	4,05	1,079	,177
S21	Öğrenci	209	2,94	1,221	,084
	Öğr. Üyesi	37	3,35	1,160	,191
F2	Öğrenci	209	3,32	0,80	0,06
	Öğr. Üyesi	37	3,78	0,75	0,12

4.1.2.3.Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Grafik tasarım eğitimi veren ve alan bireyler Türkiye'deki üniversitelerin yeni medya teknolojilerine yönelik eğitimlerini yeterli görmekte midir?

Bu bölümde, grafik tasarım eğitimi veren ve alan bireylerin Türkiye'deki üniversitelerin yeni medya teknolojilerine yönelik eğitimlerini genel olarak ne düzeyde yeterli gördükleri incelenmiştir. Tablo 25 incelendiğinde S14 ifadesinin en yüksek ortalama değere sahip (3.33), olduğu, S02 ifadesinin en düşük ortalama değere sahip (2.85) olduğu görülmektedir. Faktörün genel ortalaması (3,05) göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların Türkiye'deki üniversitelerde yeni medya teknolojilerine yönelik eğitimleri yeterli düzeyde bulmadığı ifade edilebilir. Bu bulgu, ülke çapında yeni medya eğitiminde bir yetersizlik algısına işaret etmektedir ve bu durumun yalnızca belirli üniversitelerle sınırlı kalmayıp daha geniş bir sorun olduğunu düşündürmektedir.

Tablo 25

Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri

İfade	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
S02	246	2,85	,984	-,289	-,515
S10		2,92	,970	-,242	-,419
S12		3,09	1,036	-,283	-,328
S14		3,33	1,014	-,238	-,515
F3		3,05	,76734	-,365	-,195

Tablo 26'daki tüm ifadelerin ve Faktör 3'ün Levene testi sonuçlarında, p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Bu durumda söz konusu maddeler için her iki grubun varyanslarının farklı olmadığı görülmektedir. Levene istatistikleri göz önünde bulundurularak yapılan T-testi tablosundaki incelemelerde vakıf üniversiteleri ile devlet üniversitelerine mensup bireylerin görüşlerinde S12 ve Faktör 3'te gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı görüş farklılıkları olduğu söylenebilir.

Tablo 26

Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
S02	Eş varyans varsayımı	1,630	,203	-1,685	244	,093	-,224	,133
	Eş varyans varsayımı yok			-1,669	155,031	,097	-,224	,134
S10	Eş varyans varsayımı	,031	,860	-1,062	244	,289	-,140	,132
	Eş varyans varsayımı yok			-1,077	165,278	,283	-,140	,130
S12	Eş varyans varsayımı	2,486	,116	-1,190	244	,235	-,167	,141
	Eş varyans varsayımı yok			-1,153	146,631	,251	-,167	,145
S14	Eş varyans varsayımı	,032	,858	-2,385	244	,018	-,325	,136
	Eş varyans varsayımı yok			-2,375	157,349	,019	-,325	,137
F3	Eş varyans varsayımı	,028	,866	-2,070	244	,040	-,21403	,10341
	Eş varyans varsayımı yok			-2,074	160,073	,040	-,21403	,10318

Tablo 27 incelendiğinde, vakıf üniversite mensuplarının "Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversiteler -öğretim programlarına ek olarak- öğrencilerin yeni medya teknolojilerini kullanabilmelerine (yarışma, çalıştay, proje vb. etkinlikler düzenleme) olanak

tanımasını" yeterli düzeyde gördüğü, devlet üniversitesi mensuplarının ise ne yeterli / ne yetersiz düzeyde gördüğü söylenebilir. Söz konusu madde ve Faktör 3'ün genelinde vakıf üniversiteleri mensuplarının istatistiki olarak anlamlı bir şekilde daha yüksek değerlendirmeye sahip olduğu söylenebilir. Bu bulgu, özel/vakıf üniversitelerinin yeni medya teknolojilerinin kullanımını teşvik eden ek etkinlikler konusunda daha proaktif bir yaklaşım sergilediğini göstermektedir. Bu durum, devlet üniversitelerinin müfredat dışı etkinlikler ve pratik uygulama fırsatları yaratma konusunda eksiklikler yaşadığına ve bu alanda iyileştirmeler yapması gerektiğine işaret etmektedir. Ülke genelinde yeni medya becerilerinin geliştirilmesi için bu tür fırsatların artırılması, mezunların sektördeki yeterliliklerini doğrudan etkileyecektir.

Tablo 27

Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörünün Devlet/Vakıf Üniversitesindeki Katılımcılara Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri

V3_		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ort.
S02	Devlet	165	2,78	,971	,076
	Vakıf	81	3,00	1,000	,111
S10	Devlet	165	2,87	,983	,076
	Vakıf	81	3,01	,942	,105
S12	Devlet	165	3,03	1,003	,078
	Vakıf	81	3,20	1,100	,122
S14	Devlet	165	3,22	1,000	,078
	Vakıf	81	3,54	1,013	,113
F3	Devlet	165	2,9742	,76391	,05947
	Vakıf	81	3,1883	,75883	,08431

Üçüncü faktör ve ilgili maddelerine yönelik olarak öğrenci ve öğretim üyeleri arasında görüş farklılığı incelendiğinde Tablo 28'de görüleceği üzere tüm ifadelerin Levene testi sonuçlarında, p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Bu durumda söz konusu maddeler için her iki grubun varyanslarının farklı olmadığı görülmektedir. Levene istatistikleri göz önünde bulundurularak yapılan T-testi tablosundaki incelemelerde Faktör 3 genelinde öğrenciler ve öğretim üyeleri arasında görüş farklılığı olmadığı, yalnızca S2'de gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olduğu söylenebilir.

Tablo 28

Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
S02	Eş varyans varsayımı	3,281	,071	-2,296	244	,023	-,400	,174
	Eş varyans varsayımı yok			-2,660	57,353	,010	-,400	,150
S10	Eş varyans varsayımı	,479	,490	1,103	244	,271	,191	,173
	Eş varyans varsayımı yok			1,090	49,127	,281	,191	,175
S12	Eş varyans varsayımı	,080	,778	-,316	244	,752	-,059	,185
	Eş varyans varsayımı yok			-,341	53,034	,735	-,059	,172
S14	Eş varyans varsayımı	,352	,554	1,594	244	,112	,287	,180
	Eş varyans varsayımı yok			1,631	50,599	,109	,287	,176
F3	Eş varyans varsayımı	,136	,713	,036	244	,971	,00491	,13714
	Eş varyans varsayımı yok			,035	49,196	,972	,00491	,13854

Tablo 29 incelendiğinde öğretim üyelerinin S02 maddesinde öğrencilere göre daha olumlu bir değerlendirmeye sahip olduğu ifade edilebilir. Bu durum, Türkiye genelindeki yeni medya eğitimlerinin yeterliliği konusunda genel bir ortak algı olmasına rağmen, bu konuda

öğretim üyelerinin daha iyimser bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektedir. Bu farklılık, öğretim üyelerinin müfredatın teorik yeterliliğine daha fazla odaklanırken, öğrencilerin pratik uygulama ve sektör beklentileri doğrultusundaki eksiklikleri daha fazla hissetmesinden kaynaklanabilir.

Tablo 29

Alandaki Gelişmeler/Üretim Faktörünün Katılımcı Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri

V5_		N	Ort.	Std. Sp.	Ort. Std. Sp.
S02	Öğrenci	209	2,79	1,002	,069
	Öğr. Üyesi	37	3,19	,811	,133
S10	Öğrenci	209	2,95	,967	,067
	Öğr. Üyesi	37	2,76	,983	,162
S12	Öğrenci	209	3,08	1,053	,073
	Öğr. Üyesi	37	3,14	,948	,156
S14	Öğrenci	209	3,37	1,016	,070
	Öğr. Üyesi	37	3,08	,983	,162
F3	Öğrenci	209	3,05	0,77	0,05
	Öğr. Üyesi	37	3,04	0,78	0,13

4.1.2.4.Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Yeni medya teknolojilerine yönelik eğitim materyallerine ve lisans haklarına erişim sıkıntısı yaşanmakta mıdır?

Yeni medya teknolojilerine ilişkin lisans haklarına erişim sıkıntısı yaşanmasına ilişkin ifadelerin ve Faktör 4'ün ortalaması incelendiğinde katılımcıların ne yeterli/ ne yeterli değil düzeyinde bir değerlendirmede bulunduğu görülmektedir (ortalama = 3.21). Bu durum, erişim konusunda net bir yeterlilik veya yetersizlik algısının bulunmadığını, ancak belirli zorlukların yaşandığını düşündürmektedir. Tablo 30'daki betimleyici istatistikler, 19. madde için ortalamanın 3.31, 20. madde için ise 3.11 olduğunu göstermektedir. Bu orta düzeydeki algı, materyal ve lisans erişiminin ne tamamen sorunsuz ne de tamamen kısıtlı olduğunu, ancak bazı iyileştirme alanlarının mevcut olduğunu ima etmektedir.

Tablo 30

Kaynak/Telif/Üyelik Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri

İfade	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
19 ters	246	3,31	1,2489	-,227	-1,062
20 ters		3,11	1,2089	-,129	-,829
F4		3,21	1,08877	-,071	-,761

Faktör 4 ve ilgili maddelerine yönelik olarak Tablo 30'daki tüm ifadelerin ve Levene testi sonuçlarında, p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Levene istatistikleri göz önünde bulundurularak yapılan T-testi tablosundaki incelemelerde vakıf üniversiteleri ile devlet üniversitelerine mensup bireylerin görüşlerinde istatistiki olarak anlamlı görüş farklılıkları olmadığı söylenebilir. Bu bulgu, yeni medya teknolojilerine yönelik eğitim materyallerine ve lisans haklarına erişim sorunlarının üniversite türünden bağımsız olarak tüm kurumlarda benzer şekilde yaşandığını göstermektedir. Bu, sorunun üniversite bazında değil, daha geniş bir sistemsel veya sektörel düzeyde ele alınması gerektiğini düşündürmektedir.

Tablo 31

Kaynak/Telif/Üyelik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
19 ters	Eş varyans varsayımı	,240	,624	-,575	244	,565	-,0976	,1697
	Eş varyans varsayımı yok			-,567	152,810	,572	-,0976	,1723
20 ters	Eş varyans varsayımı	,318	,573	-,460	244	,646	-,0756	,1643
	Eş varyans varsayımı yok			-,473	171,164	,637	-,0756	,1598
F4	Eş varyans varsayımı	,011	,916	-,586	244	,559	-,0866	,1479
	Eş varyans varsayımı yok			-,588	160,863	,557	-,0866	,1473

Faktör 4 ve ilgili maddelerine yönelik olarak öğrenci ve öğretim üyeleri arasında görüş farklılığı incelendiğinde Tablo 32'de görüleceği üzere tüm ifadelerin Levene testi sonuçlarında, p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Levene istatistikleri göz önünde bulundurularak yapılan T-testi tablosundaki incelemelerde Faktör 4 genelinde ve 20. maddede öğrenciler ve öğretim üyeleri arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olduğu söylenebilir.

Tablo 32

Kaynak/Telif/Üyelik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
19 ters	Eş varyans varsayımı	,163	,687	1,907	244	,058	,4225	,2216
	Eş varyans varsayımı yok			1,902	49,503	,063	,4225	,2221
20 ters	Eş varyans varsayımı	,582	,446	2,089	244	,038	,4473	,2141
	Eş varyans varsayımı yok			2,290	53,998	,026	,4473	,1953
F4	Eş varyans varsayımı	1,482	,225	2,258	244	,025	,4349	,1926
	Eş varyans varsayımı yok			2,444	53,288	,018	,4349	,1780

Tablo 33 incelendiğinde, tek tek maddeler ve faktör genelinde öğretim üyelerinin lisans ve materyal ulaşımına yönelik algısının daha düşük olduğu görülmektedir. Buradan hareketle grafik tasarım ve yeni medyaya ilişkin öğretim materyali, yazılım, telif ve üyelik vb. kullanım haklarına erişim sıkıntısı algısının öğrencilerde daha yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Bu farklılık, öğrencilerin bu materyalleri günlük pratiklerinde daha yoğun

kullanmaları ve dolayısıyla erişim kısıtlamalarından daha fazla etkilenmeleriyle açıklanabilir. Öğretim üyeleri, kurumsal lisanslar veya daha sınırlı kullanım ihtiyaçları nedeniyle bu sıkıntıyı öğrenciler kadar derinden hissetmeyebilirler. Bu durum, öğrencilerin öğrenme süreçlerinde karşılaştıkları somut engellerin altını çizmektedir.

Tablo 33

Kaynak/Telif/Üyelik Faktörünün Katılımcı Niteliğine Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri

V5_		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ort.
19 ters	Öğrenci	209	3,368	1,2416	,0859
	Öğr. Üyesi	37	2,946	1,2460	,2048
20 ters	Öğrenci	209	3,177	1,2217	,0845
	Öğr. Üyesi	37	2,730	1,0710	,1761
F4	Öğrenci	209	3,273	1,0962	,0758
	Öğr. Üyesi	37	2,838	,9793	,1610

4.1.2.5.Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorum

Grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları ile öğrenim gören öğrenciler yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretme konusunda kendilerini yeterli görmekte midir?

Bu bölümde, grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları ile öğrenim gören öğrencilerin yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretme konusunda kendilerini ne düzeyde yeterli gördükleri incelenmiştir. Faktör 5 ve ilgili maddelerin ortalamaları incelendiğinde katılımcıların kendilerini yeni medya teknolojilerinin kullanımına yönelik isteklilik konusunda kendilerini yeterli gördüğü söylenebilir. Bu yüksek ortalama, katılımcıların yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretme konusunda güçlü bir motivasyona ve öz yeterlilik algısına sahip olduğunu göstermektedir. Tablo 34'teki betimleyici istatistikler, 17. madde için ortalamanın 4.08, 18. madde için ise 3.74 olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, teknolojik altyapı ve eğitim yeterliliğine ilişkin bazı çekincelere rağmen, bireysel düzeyde yeni medya kullanımı konusunda yüksek bir istekliliğin var olduğunu düşündürmektedir.

Tablo 34

İsteklilik Faktörü ve İlgili Maddelerin Betimleyici İstatistikleri

İfade	N	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
17 ters	246	4,08	,9679	-1,109	1,072
18 ters		3,74	1,0988	-,726	,029
F5		3,91	,86508	-,695	,354

Tablo 35'te de görüleceği üzere Faktör 5 ve ilgili maddelerine yönelik olarak devlet ve vakıf üniversitesi mensupları arasında görüş farklılığı incelendiğinde tüm ifadelerin Levene testi sonuçlarında, p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Levene istatistikleri göz önünde bulundurularak yapılan T-testi tablosundaki incelemelerde Faktör 5 genelinde ve 17. maddede devlet üniversiteleri ve vakıf üniversiteleri mensupları arasında istatistiki olarak anlamlı görüş farklılıkları olduğu söylenebilir.

Tablo 35

İsteklilik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

		Eş varyanslar için Levene Testi		Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
17 ters	Eş varyans varsayımı	,088	,767	2,298	244	,022	,2992	,1302
	Eş varyans varsayımı yok			2,201	142,422	,029	,2992	,1360
18 ters	Eş varyans varsayımı	1,349	,247	1,811	244	,071	,2687	,1484
	Eş varyans varsayımı yok			1,754	146,650	,082	,2687	,1532
F5	Eş varyans varsayımı	3,343	,069	2,444	244	,015	,2840	,1162
	Eş varyans varsayımı yok			2,305	137,239	,023	,2840	,1232

Tablo 36 incelendiğinde devlet üniversitesi mensuplarının vakıf üniversitesi mensuplarına göre daha yüksek değerlendirmeye sahip olduğu söylenebilir. Buradan hareketle devlet üniversitelerinden olan katılımcıların kendilerini yeni medya teknolojilerinin kullanımına yönelik isteklilik konusunda kendilerini vakıf üniversitelerinden olan katılımcılara göre daha yeterli gördüğü söylenebilir. Bu bulgu, fiziki altyapı ve bireysel eğitim yeterliliği algısındaki dezavantajlara rağmen, devlet üniversitelerindeki bireylerin yeni medya teknolojilerini kullanma konusunda daha yüksek bir içsel motivasyona veya adaptasyon yeteneğine sahip olabileceğini düşündürmektedir. Bu durum, kaynak kısıtlılıklarına rağmen bireysel çaba ve öğrenme istekliliğinin önemini vurgulamaktadır.

Tablo 36

İsteklilik Faktörünün Devlet/Vakıf Üniversitesindeki Katılımcılara Göre Ortalama ve Standart Sapma İstatistikleri

V3_		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ort.
17 ters	Devlet	165	4,176	,9170	,0714
	Vakıf	81	3,877	1,0414	,1157
18 ters	Devlet	165	3,824	1,0589	,0824
	Vakıf	81	3,556	1,1619	,1291
F5	Devlet	165	4,000	,8040	,0626
	Vakıf	81	3,716	,9550	,1061

Beşinci faktör ve ilgili maddelerine yönelik olarak öğrenci ve öğretim üyeleri arasında görüş farklılığı incelendiğinde Tablo 37'da da görüleceği üzere 18. maddenin Levene istatistiği değerinin 0,05'ten küçük, 17. madde ve Faktör 5'in Levene testi sonuçlarında, p değerleri 0,05 ten büyük olduğu görülmektedir. Levene istatistikleri göz önünde bulundurularak yapılan T-testi tablosundaki incelemelerde Faktör 5 genelinde öğrenciler ve öğretim üyeleri arasında istatistiki olarak anlamlı görüş farklılığı olmadığı söylenebilir. Bu bulgu, yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretme konusundaki istekliliğin, öğrenci ve öğretim elemanı rolleri arasında benzer düzeyde olduğunu göstermektedir. Her iki grubun da yeni medya teknolojilerine yönelik yüksek bir motivasyona sahip olması, bu alandaki eğitim ve üretimin geliştirilmesi için ortak bir zemin sunmaktadır.

Tablo 37

İsteklilik Faktörü Eş Varyanslılık ve T-testi İstatistikleri

Eş varyanslar için Levene Testi				Ortalamaların eşitliği için T-testi				
		F	p	t	df	p. (çift kuyruk)	Ortalama Farkı	Standart Hata Farkı
17 ters	Eş varyans varsayımı	,331	,566	1,451	244	,148	,2500	,1722
	Eş varyans varsayımı yok			1,405	48,334	,167	,2500	,1780
18 ters	Eş varyans varsayımı	6,185	,014	-,775	244	,439	-,1519	,1961
	Eş varyans varsayımı yok			-1,001	66,391	,320	-,1519	,1518
F5	Eş varyans varsayımı	,313	,576	,317	244	,751	,0490	,1546
	Eş varyans varsayımı yok			,349	54,196	,729	,0490	,1405

Grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde ders veren öğretim elemanları ve öğrenim gören öğrencilerin yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin görüşlerini değerlendirmek amacıyla oluşturulan veri toplama aracında yer almayan ve katılımcılar tarafından ifade edilmek istenen konu ile ilgili başka sorunlara ilişkin görüşmeler gerçekleştirilmiştir. 37 öğretim elemanından 8'i görüş bildirmiştir. 37 öğretim elemanından 8'i görüş bildirmiştir. Bu görüşlere göre, yeni medya teknolojilerinin etkili hale gelebilmesi için üniversiteler tarafından yeterli maddi desteğin sağlanması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca, kullanım alanlarına ilişkin sektörel problemler ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi gerekliliği belirtilmiştir. Yapay zekâ desteğinin sağlanması ve sınırlarının belirlenmesi, öğretim programlarının güncellenmesi ve yeni medyaya ilişkin etik kuralların belirlenmesi de öğretim elemanlarının önemli gördüğü konular arasında yer almaktadır. Bu görüşler, öğretim üyelerinin hem kurumsal destek hem de müfredatın güncelliği ve etik boyutları konusunda beklentileri olduğunu göstermektedir.

209 katılımcıdan oluşan öğrenci grubundan 87 kişi ile gerçekleştirilen görüşmelerde ise, öğretim elemanlarının geleneksel yöntemleri dayatmamaları ve kendilerini geliştirmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Öğrenciler, teknoloji çağının gereklerine uygun araç-gereç, malzeme, yazılım desteği ve tasarım özgürlüğü imkanının tanınmasını talep etmişlerdir. En temel gereksinimlerden olan internet hızının yükseltilmesi, grafik tasarım ve yeni medyaya ilişkin eğitimlerin yanında yaratıcı düşünceyi destekleyici eğitim içeriklerinin öğretim programlarına eklenmesi gerektiği de öğrenciler tarafından dile getirilmiştir. Öğrencilerin bu talepleri, pratik uygulama, güncel araçlara erişim ve yaratıcı düşüncenin teşvik edilmesi gibi somut ihtiyaçlara odaklandıklarını göstermektedir. Öğretim elemanlarının kendilerini geliştirmesi ve geleneksel yöntemlerden uzaklaşması yönündeki beklenti, öğrencilerin yeni medya alanındaki dinamik değişimlere daha hızlı adapte olabilen bir eğitim ortamı arayışında olduklarını düşündürmektedir. Bu nitel bulgular, nicel analizlerle ortaya konan altyapı yetersizlikleri ve eğitim kalitesi algısındaki farklılıkları destekleyici niteliktedir. Özellikle maddi destek, müfredat güncelliği, teknolojik araçlara erişim ve öğretim elemanlarının yetkinliği gibi konular, hem öğretim elemanlarının hem de öğrencilerin ortak paydada buluştuğu ve iyileştirme beklediği alanlardır.

Araştırma kapsamında veri toplanan üniversitelerin grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerindeki zorunlu ve seçmeli dersler isimleri, kredi ağırlıkları ve ders içerikleri yönünden incelenerek ele alınmıştır. Yapılan isim analizinde araştırmanın konusunu oluşturan yeni medya adıyla Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Mimarlık ve Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde okutulan ve seçmeli dersler arasında yer alan Yeni Medya ile Yeni Medya Tasarımı ve Dijital Yayıncılık adlı derslerin okutulduğu tespit edilmiştir. “Medya” kelimesi ile yapılan taramada Atılım Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümünde “Sosyal Medya Tasarımı”, “Disiplinlerarası Medya Uygulamaları” adlı uygulama dersleri ile Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümünde ise “Film ve Medya Tarihi” adlı teorik dersin bulunduğu görülmüştür.

Lister vd. (2009) tarafından yeni medyanın başlıca özelliklerinin; dijitallik, etkileşimsellik, hipermetinsellik, sanallık, ağ yapılılık ve simülasyon olduğu vurgusundan hareketle örneklem grubu üniversitelerin grafik, grafik tasarımı ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde okutulan dersler yukarıda ifade edilen özellikler ışığında gerek isim gerekse ders içeriği yönünden tekrar ele alınmıştır. Her ne kadar yeni medya adıyla doğrudan doğruya öğretim programlarında yer verilmemiş olsa da yukarıda ifade edilen özellikleri

bünyesinde barındırması itibariyle oldukça fazla sayıda ve çeşitlilik arz eden bir yapıda öğretim programlarında yer verilmiştir. Buna göre; Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Mimarlık ve Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde okutulan zorunlu derslerden Bilgi Teknolojileri Kullanımı, Bilgisayar Destekli Tasarım I, Bilgisayar Destekli Tasarım II, Dijital İllüstrasyon, Üç Boyutlu Modelleme I, Üç Boyutlu Modelleme II derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir. Seçmeli derslerden ise Oyun Tasarımı, Çizgi Film Tasarımı I-II, Web Tasarım, Video Post Prodüksiyonu, Belgesel Fotoğrafçılığı derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir.

Atılım Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümünde okutulan zorunlu derslerden Grafik Tasarım Programına Giriş, Bilgisayarla Tasarım I, Bilgisayarla Tasarım II, Sayısal Tipografi, Masaüstü Yayımcılık, Web Grafik Tasarım I, Grafik Tasarım I-VI derslerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Seçmeli derslerden ise Görsel Tasarımda Ses, Müzik ve Efekt, Sayısal İllüstrasyon, Web Grafik Tasarım II, İnteraktif Grafik Tasarımı, Sinema ve TV Grafiği, Bilgisayar Oyunları İçin Karakter ve Sahne Tasarımı, Animasyon I, Animasyon II, 3ds Max Modelleme, Belgesel Film Yapımı derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir.

Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünde okutulan zorunlu derslerden Grafik Tasarım Programları, Dijital Tipografi, Sinema-TV Grafiği, Dijital Canlandırma, Grafik Tasarım Proje I-VI derslerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Seçmeli derslerden ise Dijital Canlandırma, Reklam Fotoğrafçılığı, İleri Tipografi, Etkileşimli Tasarım, Masaüstü Yayıncılık, Kinetik Tipografi, Hareketli Grafik Tasarım derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir.

Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünde okutulan zorunlu derslerden Grafik Tasarımı I-VI, Arayüz Tasarım Stüdyosu, Hareketli Görüntü Tasarımı Stüdyosu VI derslerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Seçmeli derslerden ise Web Design, Animasyon ve Film Grafikleri II, Animation & Film/TV Graphics II, Hareketli Grafikler, İleri Düzey Fotoğrafçılık, Typographic Design And Theories, Bilgi Tasarımı ve Data Görselleştirme, İllüstrasyon I-II, Ses Tasarımı I-II, Yenilikçi Tasarım ve Girişimcilik I-II derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir.

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümünde okutulan zorunlu derslerden Temel Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kullanımı, Fotografik, Sayısal Ortamda Tasarım I-II, Reklam Grafiği, Sayısal Tipografi, İnternet ve Arayüz Tasarımı derslerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Seçmeli derslerden ise Bilgisayar Destekli Tasarım I,

Bilgisayarda Grafik Tasarımı I-II, Fotografik II, Animasyon I-II, Video Kurgu I-II, Reklam Fotoğrafçılığı II, Dijital Oyun ve Grafik Tasarımı, Etkileşim Tasarımı I-II, Web Sitesi Tasarımı I-II, İllüstrasyon I-II, Üç Boyutlu Tasarım ve Sergileme Yöntemleri, Dijital Oyun Arayüz Tasarımı derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir.

Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünde okutulan zorunlu derslerden Enformatik Bilgisayar Uygulamaları, Grafik Tasarım I-II, Grafik Tasarım Proje I-II, Dijital Tipografi, Bilgisayar Destekli Tasarım I-II, Masaüstü Yayıncılık, Reklam Fotoğrafçılığı, Dijital İllüstrasyon I-II, Web Tasarım I-II, Animasyon I-II, Çoklu Ortam Tasarımı derslerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Seçmeli derslerden ise İleri Düzey Web Tasarımı Sinema ve Televizyon Grafiği, Ambalaj Tasarımı, Mekân İçi Grafik Tasarımı, Animasyon ve Film derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir. Aynı üniversitenin Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde okutulan zorunlu derslerden Temel Bilgi Teknolojileri, Bilgisayarla Tasarım I-II, Fotoğraf I-III, Tipografi I-II, Yayın Grafiği, Dijital Tasarım II, İnternet Yayıncılığı derslerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Seçmeli derslerden ise Video Kurgu II, Sergileme Tasarımı II, Çokluortam Tasarımı, Sinema ve Sanat II derslerinin okutulduğu tespit edilmiştir.

BÖLÜM V

SONUÇ ve TARTIŞMA

Günümüzde grafik tasarım ve yeni medya alanları, yalnızca sanatsal yaratıcılığı değil, aynı zamanda teknolojik yetkinliği de zorunlu kılan disiplinler hâline gelmiştir. Bu bağlamda, yükseköğretim kurumlarında bu alanlara yönelik eğitim programlarının yalnızca kuramsal bilgi ile sınırlı kalmaması, aynı zamanda uygulama olanaklarıyla desteklenmesi büyük bir gereklilik hâline gelmiştir. Teknoloji temelli tasarım süreçlerinin yürütüldüğü grafik tasarım ve yeni medya bölümlerinde fiziksel mekânların, atölye düzenlemelerinin, bilgisayar teknolojileri donanımının yeterliliği ve teknolojik gelişmelerin sürekli takibi, eğitimin kalitesini doğrudan etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır (McCullough, 2013).

5.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma

Fiziki ve teknik altyapı konusunda, katılımcıların genel algısı "ne yeterli ne yetersiz" düzeyindedir. Ancak, üniversite niteliğine göre anlamlı farklılıklar bulunmaktadır; vakıf üniversiteleri mensupları altyapıyı daha yeterli bulurken, devlet üniversiteleri mensupları daha düşük değerlendirmelerde bulunmuştur. Bu durum, vakıf üniversitelerinin daha esnek bütçe ve yatırım imkanlarına sahip olabileceğini ve bunun eğitim kalitesine yansıdığını düşündürmektedir. Öğrenci ve öğretim elemanlarının altyapı konusundaki benzer algıları, bu alandaki iyileştirmeler için ortak bir zemin olduğunu göstermektedir. Erdoğan (2025) tarafından dijital yeterliklerin öğretimine ilişkin eksikliklerden bazılarının donanımsal ve fiziki eksiklikler olduğu sunucuna varılmıştır. Karagöl (2019) tarafından grafik anasanat dersinin yürütülmesinde teknik donanımların yetersiz olduğu, araştırmaya katılan üniversitelerde farklılık gösterdiği ifade edilmiştir. Bu anlamda söz konusu araştırmalar ile benzer sonuçlara ulaşıldığı söylenebilir.

Yükseköğretim düzeyinde grafik tasarım ve yeni medya eğitimi, uygulamalı eğitim anlayışını merkeze alır. Bu anlayış, öğrencilerin birebir üretim yapabilecekleri, deneme-yanılma yoluyla öğrenebilecekleri stüdyo ve atölye ortamlarını gerektirir. Öğrencilerin

yaratıcı potansiyelini açığa çıkarabilmesi, ancak özgür, esnek ve teknik donanım açısından zenginleştirilmiş mekânlarda mümkün olabilmektedir (Laurel, 2003). Bu atölyeler; grafik tabletler, büyük formatlı yazıcılar, ışık kutuları, fotoğraf/video çekim stüdyoları, ses düzenleme alanları gibi teknolojik ekipmanlarla donatıldığında, öğrencilerin endüstri standartlarına uygun işler üretmeleri kolaylaşır. Ayrıca, fiziksel mekânın düzeni, ergonomisi ve çalışma gruplarına olanak tanıyan yapısı da iş birliğine dayalı üretimi teşvik etmektedir (Brown & Thomas, 2011). Grafik tasarım ve yeni medya teknolojileri eğitimi, sadece bir görsel anlatım dili öğretmekle kalmaz; aynı zamanda öğrencileri çağın dijital üretim araçlarıyla buluşturur. Bu buluşmanın sağlıklı gerçekleşebilmesi için fiziksel altyapının, teknik donanımın ve güncel teknolojik bilgi birikiminin bir arada sunulması gerekmektedir. Yükseköğretim kurumlarının bu alanlara yönelik yatırım yapması, yalnızca öğrencilerin bireysel gelişimlerini değil, aynı zamanda yaratıcı endüstrilerin gelişimini de destekleyecektir.

5.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma

Yeni medya teknolojileri eğitimlerinin bireysel düzeydeki yeterliliği incelendiğinde, katılımcılar kendi üniversitelerindeki eğitimi belirli alanlarda yeterli bulsa da genel olarak "ne yeterli ne yetersiz" düzeyinde bir algı mevcuttur. Yine, vakıf üniversiteleri mensuplarının kendi üniversitelerindeki eğitimden daha fazla tatmin olduğu görülmüştür. Bu durum, vakıf üniversitelerinin müfredat güncellemeleri ve sektör iş birlikleri konusunda daha hızlı hareket edebildiğini düşündürmektedir. Öğrenci ve öğretim üyeleri arasındaki algı farklılıkları dikkat çekicidir; öğretim üyeleri eğitimi daha yeterli bulurken, öğrenciler daha eleştirel bir bakış açısına sahiptir. Bu algısal boşluk, müfredatın pratik uygulamaları ve öğrenci beklentileri arasında bir uyumsuzluk olduğunu işaret etmektedir.

Yeni medya teknolojileri; artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), yapay zekâ, etkileşimli medya, dijital oyun tasarımı ve mobil uygulama geliştirme gibi pek çok alt disiplini içinde barındırmaktadır. Bu teknolojiler, hem ifade biçimlerini hem de üretim yöntemlerini sürekli dönüştürmektedir. Dolayısıyla grafik tasarım ve yeni medya eğitiminin içeriği de bu dönüşüme paralel olarak güncellenmelidir (Jenkins, 2006). Akademik kadronun teknolojik gelişmeleri takip etmesi, yeni araç ve teknikleri ders içeriklerine entegre etmesi, öğrencilerin değişen sektör dinamiklerine uyum sağlamaları açısından büyük önem taşır. Ayrıca, sektörel yaz kampları, atölye çalışmaları, seminerler vb. etkinliklerle öğrencilerin teknolojiye doğrudan temas etmesi teşvik edilmelidir (Lankshear & Knobel, 2008).

Öğrencilerin yalnızca kendi üniversitelerindeki ders planı ile sınırlı kalmadan, diğer üniversitelerde hangi derslerin verildiğini, hangi yazılım ve donanımların kullanıldığını, hangi staj ve portfolyo uygulamalarının zorunlu tutulduğunu araştırmaları, mesleki farkındalık açısından önemlidir. Örneğin bir öğrenci, başka bir üniversitede artırılmış gerçeklik odaklı bir seçmeli dersin olduğunu fark ederek bu alana yönelme kararı alabilir. Bu tür farkındalıklar, öğrencinin kişisel gelişiminde olduğu kadar kariyer planlamasında da etkili olur.

5.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma

Türkiye genelindeki yeni medya teknolojileri eğitiminin yeterliliği konusunda ise katılımcılar genel olarak eğitimi "yeterli bulmamaktadır." Bu durum, ülke çapında bir yetersizlik algısının varlığını göstermektedir. Vakıf üniversiteleri mensupları yine daha olumlu bir değerlendirmeye sahipken, devlet üniversiteleri mensupları "ne yeterli ne yetersiz" düzeyinde kalmaktadır. Bu bulgu, özel üniversitelerin yeni medya teknolojileri kullanımını teşvik eden ek etkinlikler konusunda daha aktif olabileceğini düşündürmektedir.

Grafik tasarım ve yeni medya teknolojileri, sürekli değişen dijital kültürle birlikte evrimleşen ve yükseköğretim düzeyinde dinamik programlarla desteklenmesi gereken disiplinlerdir. Bu bağlamda, hem öğrencilerin hem de öğretim elemanlarının yalnızca kendi üniversitelerindeki öğretim programlarıyla yetinmemesi; Türkiye'deki diğer üniversitelerin ilgili bölümlerini ve program yapılarını da yakından takip etmesi, eğitimde kalite ve güncellik açısından büyük bir önem taşımaktadır. Her üniversitenin sahip olduğu öğretim planı, farklı akademik perspektifler, teknik imkânlar ve müfredat yapıları doğrultusunda şekillenmektedir. Bu nedenle grafik tasarım ve yeni medya eğitimi veren bölümlerdeki ders içeriklerinin, kullanılan yazılımların, öğretim yöntemlerinin ve proje tabanlı yaklaşımların birbirinden farklılık göstermesi doğaldır. Üniversitelerde uygulanan öğretim programlarının değişen ihtiyaç ve şartlar göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi gerekmektedir. (İlhan & Kalaycı, 2019). Özellikle öğretim elemanlarının, diğer üniversitelerde hangi yeni medya teknolojilerinin kullanıldığını, hangi çağdaş sanat ve tasarım teorilerinin öğretildiğini incelemeleri; kendi müfredatlarını güncellemeleri açısından önemli bir referans noktası oluşturmaktadır. Farklı üniversitelerin öğretim programlarının takibi, aynı zamanda kurumlar arası iş birliğini de teşvik eder. Örneğin bir üniversitenin grafik tasarım bölümünde uygulanan disiplinlerarası bir proje yaklaşımı, başka bir kurumda benzer bir yapının kurulmasına ilham verebilir. Ayrıca öğretim elemanlarının ulusal kongrelere, çalıştaylara ve

tasarım etkinliklerine katılarak diğer üniversitelerdeki meslektaşlarıyla fikir alışverişinde bulunmaları, akademik etkileşimi güçlendirir. Bu süreçte edinilen bilgiler, ders içeriklerinin yeniden yapılandırılmasından, ortak proje geliştirilmesine kadar pek çok alanda fayda sağlar. Günümüzde birçok üniversite, öğretim planlarını, ders içeriklerini ve akademik faaliyetlerini dijital platformlar aracılığıyla paylaşmaktadır. Bu sayede öğrenciler ve akademisyenler farklı üniversitelerin müfredatlarına kolayca erişebilmekte; programlar arası analiz ve kıyaslama daha erişilebilir hâle gelmektedir. Ayrıca açık ders malzemeleri, çevrimiçi seminerler ve akademik bloglar gibi kaynakların yaygınlaşması, bilgi paylaşımını hızlandırmakta ve eğitimde şeffaflığı artırmaktadır.

Yükseköğretim kurumlarının öğretim programları arasında sağlıklı bir iletişim kurulması, ulusal ölçekte belli standartların oluşmasına da katkı sunar. Türkiye'de yükseköğretimde kalite güvencesi ve akreditasyon süreçleri kapsamında, benzer programlar arasında uyum ve denklik önemli bir ölçüttür (Yükseköğretim Kalite Kurulu [YÖKAK], 2022). Grafik tasarım ve yeni medya gibi uygulama temelli alanlarda bu uyumun sağlanması, mezunların sektörle daha kolay entegre olabilmesine ve rekabet gücünün artmasına katkı sağlar.

5.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma

Eğitim materyallerine ve lisans haklarına erişim konusunda, katılımcılar genel olarak "ne yeterli ne yeterli değil" düzeyinde bir algıya sahiptir. Üniversite türüne göre anlamlı bir farklılık bulunmazken, öğrenci ve öğretim üyeleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir; öğrenciler erişim sıkıntısını daha yüksek düzeyde hissetmektedir. Bu durum, öğrencilerin materyalleri daha yoğun kullanmaları ve dolayısıyla erişim kısıtlamalarından daha fazla etkilenmeleriyle açıklanabilir.

Grafik tasarım ve yeni medya alanlarında kullanılan yazılımlar, hızla değişen ve gelişen bir yapıya sahiptir. Adobe Creative Cloud başta olmak üzere birçok profesyonel yazılım, tasarım sürecinde vazgeçilmez araçlar olarak kabul edilmektedir. Bu yazılımların lisanslı, güncel sürümlerle öğrenci kullanımına sunulması, çağdaş tasarım anlayışına uygun ürünlerin geliştirilmesini sağlar. Ayrıca, bilgisayarların işlemci gücü, grafik kartı, RAM kapasitesi gibi donanımsal özellikleri de görsel işleme süreçlerinin verimliliğini doğrudan etkiler (Manovich, 2013). Eğitim ortamlarında kullanılan teknolojik donanımın güncel olması, öğrencilere yalnızca teknik avantaj sağlamakla kalmaz; aynı zamanda onların meslekî yeterlilik ve özgüven geliştirmelerini destekler.

5.5. Beşinci Alt Probleme İlişkin Sonuç ve Tartışma

Yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretme konusundaki isteklilik algısı genel olarak yüksek bulunmuştur. İlginç bir şekilde, devlet üniversitesi mensupları bu konuda vakıf üniversitesi mensuplarına göre kendilerini daha yeterli görmektedir. Bu durum, kısıtlı imkanlara rağmen devlet üniversitelerindeki bireylerin daha yüksek bir motivasyona veya adaptasyon yeteneğine sahip olabileceğini düşündürmektedir. Öğrenci ve öğretim üyeleri arasında ise bu isteklilik konusunda genel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Yükseköğretimde grafik tasarım ve yeni medya eğitimi, sadece teknik ve estetik becerileri değil, aynı zamanda proje yönetimi, takım çalışması ve müşteri ile iletişim gibi profesyonel becerileri de kapsamalıdır. Bu doğrultuda üniversitelerin sektörle iş birliği içerisinde olması, öğrencilerin gerçek projeler üzerinde çalışma şansı yakalaması açısından kritik öneme sahiptir. Bu tür deneyimler, öğrencilerin hem portfolyo oluşturmasını hem de mezun olduktan sonra iş gücü piyasasına daha hazır şekilde katılmalarını sağlar. Günümüzde grafik tasarım eğitimi, yalnızca görsel estetik ya da geleneksel tasarım becerileriyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda dijital içerik üretiminde yeni medya teknolojilerini etkin şekilde kullanmayı da içeren çok yönlü bir öğrenme sürecine dönüşmektedir. Artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), interaktif medya, hareketli grafikler ve mobil uygulama tasarımı gibi alanlar, grafik tasarımcıların yeni medya ortamlarında üretim yapmalarını zorunlu kılmaktadır (Manovich, 2013). Bu bağlamda, yükseköğrenim düzeyinde grafik tasarım öğrencilerinin ve öğretim elemanlarının bu teknolojileri kullanarak dijital içerik üretme konusundaki yeterlik algıları, eğitimin niteliğini doğrudan etkilemektedir.

Yükseköğretim kurumlarında grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin dijital araç ve ortamları etkin şekilde kullanabilmeleri, yaratıcı üretim süreçlerini çağın gereklerine uygun biçimde gerçekleştirebilmeleri açısından temel bir gerekliliktir. Öğrencilerin dijital içerik üretme sürecinde hangi teknolojileri ne ölçüde kullandıkları ve bu konudaki yeterliliklerine ilişkin öz değerlendirmeleri, onların öğrenme motivasyonlarını, özgüvenlerini ve mesleki yeterlilik gelişimlerini doğrudan etkiler. Benzer şekilde, öğretim elemanlarının da yeni medya teknolojilerini ders içeriklerine entegre edebilme becerileri ve bu konudaki yeterlik algıları, öğrencilerin gelişim sürecine rehberlik edebilme kapasiteleriyle yakından ilişkilidir. Yeni medya teknolojilerini etkin biçimde kullanabilen öğretim elemanları, hem pedagojik hem de teknik açıdan öğrencilere yol gösterici bir rol üstlenmektedir. Özellikle teknolojik gelişmelerin hızlı değişimi, sürekli güncellenme gerekliliği ve dijital pedagojik içerik üretiminde yeterli destek sistemlerinin bulunmaması, öğretim elemanlarının yeterlik

algılarını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle, hem öğretim elemanları hem de öğrenciler için sürekli mesleki gelişim ve dijital beceri eğitimi önem kazanmaktadır.

5.6. Öneriler

Özellikle devlet üniversitelerinde yeni medya teknolojilerine yönelik fiziki ve teknik altyapının güçlendirilmesi için acil yatırımlar yapılmalıdır. Bu, güncel donanım, yazılım lisansları ve stüdyo/atölye imkanlarının artırılmasını içermelidir. Üniversitelerin teknolojik altyapılarını güncellemesi, çağdaş araçlarla donatılmış stüdyo ortamları yaratması ve dijital içerik üretimini merkezine alan ders içerikleri geliştirmesi önem arz etmektedir.

Yeni medya teknolojilerinin hızla değişen doğası göz önüne alındığında, grafik tasarım müfredatları düzenli olarak güncellenmeli ve sektörün güncel ihtiyaçlarına göre esneklik kazanmalıdır. Bu süreçte, vakıf üniversitelerinin daha dinamik müfredat geliştirme yaklaşımları model alınabilir.

Öğretim elemanlarının yeni medya teknolojileri ve pedagojileri konusunda sürekli mesleki gelişimlerini destekleyici eğitimler, çalıştaylar ve sertifika programları düzenlenmelidir. Öğrencilerin beklentilerini karşılayabilmek ve geleneksel yöntemlerin ötesine geçebilmek için öğretim üyelerinin kendilerini güncel tutmaları teşvik edilmelidir.

Öğrencilerin yeni medya yazılımlarına, eğitim materyallerine ve telif haklarına erişimini kolaylaştıracak kurumsal çözümler geliştirilmelidir. Üniversiteler, toplu lisans anlaşmaları veya açık kaynak alternatifleri gibi yöntemlerle bu erişim sıkıntısını gidermeye yönelik stratejiler geliştirmelidir.

Öğrencilerin yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretme becerilerini geliştirecek yarışmalar, çalıştaylar, proje tabanlı dersler ve sektör iş birlikleri artırılmalıdır. Bu tür etkinlikler, teorik bilginin pratik uygulamaya dönüşmesini sağlayacak ve öğrencilerin mezuniyet sonrası işgücü piyasasına üst seviyede hazır olmalarına katkıda bulunacaktır.

Yeni medya eğitimlerinin yanı sıra, öğrencilerin yaratıcı düşünme, problem çözme ve eleştirel analiz becerilerini destekleyici eğitim içerikleri müfredata entegre edilmelidir. Yapay zekâ gibi yeni teknolojilerin etik boyutları ve sınırları da eğitim programlarında ele alınmalıdır.

Öğrenci ve öğretim elemanları arasındaki algısal farklılıkları gidermek amacıyla düzenli geri bildirim mekanizmaları oluşturulmalı ve bu geri bildirimler eğitim programlarının

iyileştirilmesinde etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Bu, eğitim kalitesine yönelik ortak bir anlayışın geliştirilmesine yardımcı olacaktır.

Grafik tasarım eğitiminin dijital dönüşüm çağında rekabetçi ve yaratıcı bireyler yetiştirebilmesi, yalnızca öğrenci potansiyeline değil, aynı zamanda öğretim elemanlarının donanımına ve eğitim ortamlarının yeterliliğine bağlıdır. Bu bağlamda hem öğrencilerin hem de akademisyenlerin yeni medya teknolojileriyle dijital içerik üretimi konusunda kendilerini geliştirebilmeleri için süreklilik arz eden bir öğrenme ve dönüşüm süreci gereklidir. Üniversitelerin bu alanlardaki dijital yetkinliği artıracak programlar, atölyeler ve iş birlikleri geliştirmesi; bireysel yeterlik algılarını olumlu yönde etkileyecek ve eğitim kalitesini artıracaktır.

Bu önerilerin hayata geçirilmesi, Türkiye'deki grafik tasarım eğitiminin yeni medya teknolojileri çağının gerekliliklerine uygun hale gelmesine ve geleceğin yetkin grafik tasarımcılarının yetiştirilmesine önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Ahmadoghli, A. (2021). *Hareketli grafik kapsamında tipografi ve yeni medya sanatı.* Sanatta Yeterlilik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.

Akın, Z. E. (2006). *Görsel iletişimde mağaradan markaya*. İstanbul: Alternatif.

Alakuş, A.O. (2003). Dünden bugüne güzel sanatlar eğitimimizin genel bir görünümü. *Milli Eğitim Dergisi,* 160, s:1-9.

Alakuş, A. & Mercin, L. (2019). *Sanat eğitimi ve görsel sanatlar öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi.

Alıcıoğlu, E. (2024). *Yetişkin sanat eğitimi sürecinde yeni medya etkileşimine dayalı a/r/tografik araştırma*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Alioğlu, N. (2011). *Yeni medya sanatı ve estetiği*. İstanbul: Papatya.

Ambrose, G. & Harris P. (2012). *Grafik tasarımın temelleri*. İstanbul: Literatür.

Anadol, R. (2020). Synaesthetic Architecture: A Building Dreams. *Architecture Design*, 90, s:76-85.

Arıkan, A. (2008). *Grafik tasarımda yapısal öğelerin algısı ile sosyodemografik değişkenler arasındaki ilişki: Selçuk üniversitesi örneği*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Arıkan, A. G. (2009). *İmgeden baskıya grafik tasarım corel draw uygulamaları*. Konya: Eğitim.

Armutçu, E. (2006). *Eğitim fakülteleri grafik tasarım ana sanat atölyeleri ders içerikleri*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Aydemir D. (2019). *7-9 yaş eğitim hedefli yeni medya yazılımlarının görsel tasarımı*. Doktora Tezi, On Dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

Azazi, Z. (2019). *Türkiye'de yeni medya sanatı ve kent imgesi.* Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.

Batı, U. (2012). Grafiğin tasarımı: 'tasarımın temel prensiplerine bir daha bakmak'. *Grafik Tasarım Dergisi*, Mart-Nisan, (47), 52-53.

Becer, E. (2007). *Modern sanat ve yeni tipografi*. Ankara: Dost.

Becer, E. (2015). *İletişim ve grafik tasarım*. Ankara: Dost.

Bektaş, D. (2003). Cumhuriyetin ilk döneminde grafik tasarım (1923-1943). *Sanat Dünyamız* (89), 194-199.

Birsen, H. (2013). *Dijital iletişim ve yeni medya.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Bodur, F. (2006). Yazılı basında fotoğraf dışında kullanılan görsel ögeler: grafikler ve illüstrasyonlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, (6). 124-132.

Bölükoğlu, H. (2004). Grafik tasarım eğitiminin toplumsal sorunların kavranmasındaki rolü. *II. Sanat Eğitimi Sempozyumu*, Ankara: Gündüz, 75-79.

Brown, J. S., & Thomas, D. (2011). *A new culture of learning: Cultivating the imagination for a world of constant change*. California: CreateSpace.

Bryne, Z. S. (2015). *Understanding Employee Engagement: Theory, Research, and Practice.* New York: Routledge.

Buyurgan, S. & Buyurgan, U. (2018). *Sanat eğitimi ve öğretimi.* Ankara: Pegem Akademi.

Buyurgan, S. & Mercin, L. (2005). Kültür, sanat, uygarlık. Özsoy, V. (Ed.), *Görsel sanatlar eğitiminde müze eğitimi ve uygulamaları* içinde (s. 9-28). Ankara: Görsel Sanatlar Eğitimi Derneği.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç E., Akgün Ö. E., Karadeniz Ş. & Demirel F. (2019). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* Ankara: Pegem Akademi.

Cavalier, J.J. (2004). *Medya ve iletişim teknolojileri* (M. Çamdereli, Çev.). İstanbul: Salyangoz.

Ceylan, S. (2019). *Yeni medya sanatı olarak glitch art ve kinetik tipografi arasındaki görsel ilişki (Cumalıkızık Örneği).* Yüksek Lisans Tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Chun, W.H.K. (2006). Did somebody say new media. W.H.K. Chun & T. Keenan (Eds.), *New media, old media: a history and theory reader* içinde (s. 1-10). New York: Routledge.

Çakır, M. (2014). Yeni medya ve küresel şirketler ilişkisinde sanal ekipler ve crowdsourcing etkisi. *Online Academic Journal of Information Technology,* 5 (16), s. 43-70.

Çalışkan, F. (2018). *Yeni medya sanatında "yeni" üzerine bir araştırma: yeni olan nedir?* Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çapık, C. (2014). Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulayıcı Faktör Analizinin Kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 17*(3), 196-205.

Çaydere, O. (2015). *Grafik tasarım programlarına ilişkin öğretim elemanı ve öğrenci görüşleri.* Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Çaydere, O. (2016). Grafik Tasarım Eğitiminde Temel Tasarımın Önemi. *E-Journal of New World Sciences Academy Fine Arts. 11 (2) s.93-97.*

Çepni, S. (2009). *Araştırma ve proje çalışmalarına giriş*. Trabzon: Tüfed.

Çınar, Ö. (2019). *Yapısal Eşitlik Modeli: Örnek Bir Uygulama.* İstanbul: Hiperyayın.

Dedeal, M. N. (2003). İletişim tasarımı ve çoklu ortam. İstanbul: Pusula.

Droste, M. (2006). *Bauhaus, 1919–1933*. Berlin: Taschen.

Duğan, M. (2021). *Yeni medya ortamlarında hareketli infografik tasarımı ve bir uygulama.* Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Ekiz, D. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı.

Erdoğan, B (2025). *21. yüzyıl dijital yeterliklerin öğretimine ilişkin görsel sanatlar öğretmen adaylarına yönelik bir program tasarısı.* Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Erişti, S.D. (2018). *Yeni medya ve görsel iletişim tasarımı*. Ankara: Pegem Akademi.

Erkmen, B. (1983). Hazırlanmamış bir grafik sanatlar sözlüğünden bazı alıntılar. *Hürriyet Gösteri Sanat ve Edebiyat Dergisi,* (31), 74-91.

Erkmen, N. (2001). *Çağdaş eğitimde kültür ve sanat*. İstanbul: ÇYDD.

Frascara, J. (2004). *Communication design: Principles, methods, and practice*. New York: Allworth.

Gafuroğulları, D. (2014). Grafik tasarımının reklam afişlerinde kullanımı: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları örneği. *TheTurkish Online Journal of Design. Art and Communication – TOJDAC*, 4 (2), 53-71.

Gençel, Ö. (2021). *Sanayi-i nefise mektebi (1882-1928).* Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

George, D., & Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step A Simple Guide and Reference.* New York: Routledge.

Göç, S. (2017). *Yeni medya sanatı olarak glitch ve görsel iletişim yansıması.* Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Gökay, M (2019). Görsel sanatlar eğitimi. Alakuş, A. O. & Mercin, L. (Eds.), *Sanat eğitimi ve görsel sanatlar öğretimi* içinde (s. 13-18). Ankara: Pegem Akademi.

Göktaş, Y. (2009). Modern Eğitim Kurumlarının Batılılaşma Dönemindeki Gelişimi (1700-1900). *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi,* 22, s.11-25.

Güney, E. (2014). *Dijital görsel kültür ve yeni medya ekseninde sanatın değişen rolü.* Doktora Tezi, Ondokuzmayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

Gürses, N. (2015). *Cumhuriyet sonrası türk grafik tasarımcılarının türk grafik tasarım eğitimine etkileri.* Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

Heeter, C. (1989). *Implications of new ınteractive technologies for conceptualizing communication.* New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Heller, S., & Vienne, V. (2012). *100 ideas that changed graphic design*. London: Laurence King.

Hodge, S. (2020). *Gerçekten bilmeniz gereken elli sanat fikri.* İstanbul: Domingo.

Hollis, R. (2006). *Swiss graphic design: The origins and growth of an international style, 1920–1965*. London: Laurence King.

İlhan, E. & Kalaycı, N. (2019). Yükseköğretimde öğretim programları nasıl değerlendirilmelidir? Dört aşamalı değerlendirme farklı modellerine dayalı tasarımlar. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, *9*(3), s: 23–39.

İnan, Ç. (1998). *Soyut ve somut tasarım olgusunda anlatım yöntemleri.* İstanbul: Maltepe Üniversitesi.

İncearık, M. E. (2011). *Grafik tasarım rehberi.* İstanbul: Kodlab.

İspir, B. (2013). Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi. *Dijital iletişim ve yeni medya.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University.

Kalender, E. (2022). *Yeni medyanın Türkiye'deki gelişimi: Candaş Şişman örneği.* Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Kara, İ. M. (2009). *Türkiye ve uluslararası bauhaus sanat ve tasarım fakültelerinde grafik eğitimi program içerikleri ve işleyişler.* Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Estitüsü, Ankara.

Karamustafa, S. (2003). *21. Yüzyıl Türkiyesi`nde görsel iletişim tasarımı eğitimi*. Sanatta Yeterlik Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Karasar, N. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemi.* Ankara: Nobel.

Karatay, H. & Pektaş, S. (2012). *Türkçe ders kitaplarının değerlendirilmesine yönelik bir ölçek geliştirme*: Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Adıyaman.

Kartal H. (2018). *Yeni medya çağında fotoğraf estetiğinin yeniden kurgulanması.* Doktora tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Kesici, S. (2000). *Meslek liseleri ile Anadolu güzel sanatlar liselerinin grafik/sanat Eğitiminin incelenmesi.* Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Ketenci, H. F. & Bilgili C. (2006). *Görsel iletişim & grafik tasarımı*. İstanbul: Beta.

Kıncal, R.Y. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* Ankara: Nobel.

Köse, E. (2014). Bilimsel araştırma modelleri. Kıncal, R. Y. (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* içinde (s. 99-123). Ankara: Nobel.

Kristeller, P. O. (1980). *The modern system of the arts: renaissance thought and the arts.* New Jersey: Princeton University.

Landow, G. P. (1997). *Hypertext.* Baltimore: The Johns Hopkins University.

Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). *Digital literacies: Concepts, policies and practices*. New York: Peter Lang.

Laurel, B. (2003). *Design research: Methods and perspectives*. Massachusetts: MIT.

Levinson, P. (1999). *Digital McLuhan: A Guide to the information millennium.* London: Routledge.

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media, A Critical Introduction.* Oxfordshire: Routledge.

Lupton, E. (2014). *Graphic design thinking: Beyond brainstorming*. New Jersey: Princeton Architectural.

Maden, S. (1985). *Türk grafik sanatı tarihi.* Grafik Sanatı Dergisi (1), 58-61.

Maden, S. (1985). *Türk grafik sanatı tarihi.* Grafik Sanatı Dergisi (2), 61-63.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge; The MIT.

Manovich, L. (2013). *Software takes command*. New York: Bloomsbury Academic.

McCullough, M. (2013). *Digital ground: Architecture, pervasive computing, and environmental knowing*. Massachusetts: MIT.

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' history of graphic design* (6th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.

Mercan, S. (2021). *Çağdaş sanat ve yeni medya bağlamında ostranenie olgusu ve bir fotoğraf projesi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.

Merdeşe, T. (2017*). Yeni medya sanatında devingen imgeler: video alanlar.* Sanatta Yeterlilik Tezi, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi (2025). *Tarihçe*. https://msgsu.edu.tr/akademik/iletisim-fakultesi/bolumler/grafik-tasarimi-bolumu/#:~:text=Tarih%C3%A7e,tasar%C4%B1m%20e%C4%9Fitimi%20veren%20ilk%20kurumdur. adresinden erişilmiştir.

Mülayim, S. (1999). *Yüzyılın (1900-1999) kültür ve sanat kronolojisi*. İstanbul Kaknüs.

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things* (Revised and expanded ed.). Ney York: Basic Books.

Odabaşı, A. H. (2002). *Grafikte temel tasarım.* İstanbul: Yorum Sanat.

Orçan, F. (2019). *Açımlayıcı ya da doğrulayıcı faktör analizi.* Ankara: Nobel.

Ortaç, Ö. (2021). *Yeni medya teknolojilerinin müze farkındalığı üzerindeki etkisi: covid-19 pandemi sürecinde Türkiye'deki sanal müzeler.* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Önay, B. (Eds.) *Yeni medya ve kurumsal reklamcılık* içinde (s. 41-66). İstanbul: Derin.

Özdemir, E. (2014). Tarama yöntemi. Metin, M. (Ed.), *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri* içinde (s. 77-97). Ankara: Pegem Akademi.

Özsoy, V. (2015). Görsel sanatlar eğitimi – resim-iş eğitiminin tarihsel ve düşünsel temelleri. Ankara: Pegem Akademi.

Pavlik, J. (1998). *New media technology: Cultural and commercial perspectives.* Boston: Ally and Bacon.

Pekmezci, H. (2009). *Tüm yönleriyle serigrafi-ipek baskı*. Ankara: İlke.

Philip, B. M. & Alston, W. (2006). *Meggs' history of graphic design.* Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Polat, C. (2022). *Yeni medyanın Türkiye'deki gelişimi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.

Polat, S. K. (2020). *Yeni medya ortamlarında grafik tasarım.* Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Poynor, R. (2013). *No more rules: Graphic design and postmodernism*. London: Laurence King.

Read, H. (2018). *Sanat ve toplum.* İstanbul: Hayalperest.

Refik Anadol (2024). https://refikanadol.com/refik-anadol/ adresinden erişilmiştir.

Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: the new media in society.* New York: A Division of Macmillan.

Sakman, S. (2015). *Resim-iş eğitimi programında okutulan anasanat atölye grafik dersine yönelik öğrenci görüşleri.* Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Saruhan, Ş. C., & Özdemirci, A. (2016). *Bilim, felsefe ve metodoloji.* İstanbul: Beta.

Sözen M. & Tanyeli, U (2012). *Sanat kavram ve terimleri sözlüğü*. İstanbul: Remzi.

Standage, T. (2013). *Writing on the wall-social media-the first 2000 years*. New York: Blooms Bury.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics.* Boston: Pearson.

Tansuğ, S. (1993). *Çağdaş Türk Sanatı*. İstanbul: Remzi.

Tanyeri, B. (2020). *Yeni medyada fotoğraf ve videografi bağlamında grafik tasarımın evrimi ve içerik üretimi.* Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Tarlakazan, E (2010*). İlköğretim görsel sanatlar dersi 6. sınıf kazanımlarının iş birlikli öğrenme yöntemi etkinlikleri ile gerçekleştirilmesinin öğrenci erişişine etkis*i. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Tepecik, A. (2002). Grafik sanatlar (tarih-tasarım-teknoloji). Ankara: Detay Sistem Ofset.

Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost.

Thakkar, J. J. (2020). *Structural equation modelling application for research and practice (with AMOS and R).* Kharagpur: Springer.

Tokaslan, İ. (2024). *Görmenin teknik aracı olarak yeni medya ve resim sanatı ilişkisi.* Sanatta Yeterlik Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Turan, E.A. (2014). Yeni medya araştırmaları. Sayımer, İ. (Ed.), *Yeni medya ortamları ile dönüşen izleyicinin elektronik sözlük ve talk show ara kesitinde izlenmesi* içinde (s. 99-148). Konya: Literatürk Academia.

Türegün, T. (2020). *Büyük verinin yeni medya sanatında kullanımı; veri resmi ve veri heykeli.* Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Türk Dil Kurumu. (2023). Türkçe sözlük. Ankara: Türk Dil Kurumu.

Twemlow, A. (2006). *Graphic design: A user's manual*. London: Laurence King.

Uçar, T. F. (2004). *Görsel iletişim ve grafik tasarım*. İstanbul: İnkılap.

Uslu, Y. (2017). *Grafik tasarımda mükemmel kusurluluk afişler.* Bursa: Ekin.

Uyan, Ö (2021). *1928-1938 yılları arası harf devrimi'nin Türk grafik tasarımına yansılamaları.* Sanatta Yeterlik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.

Ümit, D. (2019). *Yeni medya sanatı: teknoloji-sanat birlikteliği.* Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Vuruşan, K. (2020). *Seramik ve cam sanatında yeni medya.* Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

Winegard, E. (2019). *Dijital medya teknolojilerinin sanatın ve tasarımın yaygınlaşmasındaki yeri ve önemi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yanık, A. (2016). Yeni Medya Nedir Ne Değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,* (s. 903).

Yenice, M. N. (2019). *Sanatta yeni medya kullanımının kökenine dair bir araştırma ve bir uygulama denemesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.

Yıldırım, H. (2019). *Yeni medya ve grafik tasarım.* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yıldız, D. & Unsakal, E. (2018). *Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması.* Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, İstanbul.

Yılmaz, A. N. (2009). Türk Heykelinde Bir Öncü Sanatçı: Füsun Onur. *Sanat ve Tasarım Dergisi,* 1(2), 203-221.

Yılmaz A. (2022). *Yeni medyada göç odaklı olağandışı durum iletileri üretmeye dayalı görsel- algısal sorgulama: tasarım tabanlı araştırma örneği*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Yükseköğretim Kalite Kurulu (YÖKAK). (2022). *Yükseköğretim kurumları için kalite güvencesi rehberi*. https://www.yokak.gov.tr/

Zimmerman, E. & Salen, K. (2003). *Rules of play: game design Fundamentals.* Cambridge, Massachusetts: MIT.

EKLER

Ek 1. Öğretim Elemanı Görüşme Formu

Bu araştırma; Grafik, Grafik Tasarımı ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinde ders veren öğretim elemanlarının, yeni medya teknolojilerinin alanlarında kullanımına yönelik yaşadıkları sorunları belirlemeyi amaçlamaktadır. Yapılan görüşmede amaç; sizlerin bu konudaki görüş ve önerilerinizi ortaya koymaktır.

Grafik tasarım eğitiminde yeni medya teknolojilerinin kullanımı ile ilgili verdiğiniz cevapların mevcut durumun ortaya konması, muhtemel sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilebilmesi, söz konusu programların niteliğinin arttırılması adına katkılar sağlayacağına inanıyor, kıymetli vaktinizi bu araştırmaya ayırdığınız için teşekkür ediyorum.

Berat YURTALAN
Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Güzel Sanatlar Eğitimi, Resim-İş Eğitimi A.B.D
Doktora Öğrencisi

A-KİŞİSEL BİLGİLER

Öğretim Elemanının;

Cinsiyeti : Kadın ☐ Erkek ☐

Eğitim Düzeyi : Lisans ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora/Sanatta Yeterlik ☐

Unvanı : Arş. Gör. ☐ Öğretim Görevlisi ☐
Doktor Öğretim Üyesi ☐ Doçent ☐ Profesör ☐

Mezun Olduğu Bölüm : Grafik/Grafik Tasarımı ☐
Görsel İletişim Tasarımı ☐
Resim/Heykel/Seramik ☐
Resim-İş Öğretmenliği ☐
Diğer ☐

Üniversite/Fakülte/Bölüm: …… / ……..…… / ……

Üniversitenin Niteliği : Devlet ☐ Vakıf ☐

Akademik Deneyim (Yıl) : 1-5 ☐ 6-10 ☐ 11-15 ☐ 16-20 5 21-… ☐

Akademik deneyim dışında grafik tasarıma yönelik deneyiminiz var mı? Var ☐ Yok ☐

Özel Sektör Deneyimi (Yıl) : 1-5 ☐ 6-10 ☐ 11-15 ☐ 16-20 ☐ 21-… ☐

B - Grafik Tasarım Eğitimi ve Yeni Medya ile ilgili aşağıda verilen ifadelere ilişkin görüşlerinizi belirtiniz.

İfadeler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Türkiye'deki üniversitelerde verilen grafik tasarım eğitimi programlarını takip ediyorum.					
Türkiye'deki üniversitelerde verilen grafik tasarım eğitiminin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde verilen grafik tasarım eğitiminin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin fizikî açıdan (mekân, ışık, ısı-yalıtım vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde grafik tasarım eğitimi verilen tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin fizikî açıdan (mekân, ışık, ısı-yalıtım vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin teknolojik donanım açısından (bilgisayar ve çevre birimleri, dijital kameralar, ses kayıt cihazları, yazıcı, tarayıcı vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde grafik tasarım eğitimi verilen tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin teknolojik donanım açısından (bilgisayar ve çevre birimleri, dijital kameralar, ses kayıt cihazları, yazıcı, tarayıcı vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin yazılım teknolojileri açısından (masaüstü yayıncılık, video ve görüntü işleme, mobil cihaz uygulamaları vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde grafik tasarım eğitimi verilen tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin yazılım teknolojileri açısından (masaüstü yayıncılık, video ve görüntü işleme, mobil cihaz uygulamaları vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin yeni medya teknolojilerine ilişkin verilen eğitimin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde yeni medya teknolojilerine ilişkin verilen eğitimin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					

Türkiye'de grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin, mezun olduklarında yeni medya teknolojilerini etkili bir biçimde kullanabileceğini düşünüyorum.					
Üniversitemde grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin, mezun olduklarında yeni medya teknolojilerini etkili bir biçimde kullanabileceğini düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversiteler -öğretim programlarına ek olarak- öğrencilerin yeni medya teknolojilerini kullanabilmelerine (yarışma, çalıştay, proje vb. etkinlikler düzenleme) olanak tanır.					
Üniversitem, grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin yeni medya teknolojilerini kullanabilmelerine (yarışma, çalıştay, proje vb. etkinlikler düzenleme) olanak tanır.					
Kendi çalışmalarımda ve/veya verdiğim eğitimlerde yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretirim.					

C - Grafik Tasarım Eğitimi ve Yeni Medya ile ilgili temel sorunlara ilişki görüşlerinizi belirtiniz.

İfadeler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Grafik tasarım eğitimi alan öğrenciler, yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin istekli değildir.					
Grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları, yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin istekli değildir.					
Grafik tasarım eğitiminde, yeni medya teknolojilerine ilişkin öğretim materyali/kaynak sıkıntısı yaşanmaktadır.					
Yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin telif/izin/üyelik vb. kullanım haklarına erişim sıkıntısı yaşanmaktadır.					
Üniversitemizde yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin her türden destek sağlanmaktadır.					

Grafik tasarım eğitiminde yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin yukarıdaki ifadelerin dışında karşılaşılan sorunlar nelerdir? Belirtiniz.

…….

…….

Grafik tasarım eğitiminde yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin görüş ve önerileriniz nelerdir? Belirtiniz.

…….

Kıymetli vaktinizi bu araştırmaya ayırdığınız için teşekkür ediyorum.

Ek 2. Öğrenci Görüşme Formu

Bu araştırma; Grafik, Grafik Tasarımı ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin, yeni medya teknolojilerinin alanlarında kullanımına yönelik yaşadıkları sorunları belirlemeyi amaçlamaktadır. Yapılan görüşmede amaç; sizlerin bu konudaki görüşlerinizi ortaya koymaktır.

Grafik tasarım eğitiminde yeni medya teknolojilerinin kullanımı ile ilgili verdiğiniz cevapların mevcut durumun ortaya konması, muhtemel sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilebilmesi, dolayısıyla söz konusu programların niteliğinin arttırılması adına katkılar sağlayacağına inanıyor, kıymetli vaktinizi bu araştırmaya ayırdığınız için teşekkür ediyorum.

Berat YURTALAN
Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Güzel Sanatlar Eğitimi, Resim-İş Eğitimi A.B.D
Doktora Öğrencisi

A-KİŞİSEL BİLGİLER

Öğrencinin;

Cinsiyeti : Kadın ☐ Erkek ☐

Üniversitesi : ……

Fakültesi : ……

Bölümü : ……

Sınıfı : ……

B - Grafik Tasarım Eğitimi ve Yeni Medya ile ilgili aşağıda verilen ifadelere ilişkin görüşlerinizi belirtiniz.

İfadeler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Türkiye'deki üniversitelerde verilen grafik tasarım eğitimi programlarını takip ediyorum.					
Türkiye'deki üniversitelerde verilen grafik tasarım eğitiminin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde verilen grafik tasarım eğitiminin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin fizikî açıdan (mekân, ışık, ısı-yalıtım vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde grafik tasarım eğitimi verilen tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin fizikî açıdan (mekân, ışık, ısı-yalıtım vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin teknolojik donanım açısından (bilgisayar ve çevre birimleri, dijital kameralar, ses kayıt cihazları, yazıcı, tarayıcı vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde grafik tasarım eğitimi verilen tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin teknolojik donanım açısından (bilgisayar ve çevre birimleri, dijital kameralar, ses kayıt cihazları, yazıcı, tarayıcı vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin yazılım teknolojileri açısından (masaüstü yayıncılık, video ve görüntü işleme, mobil cihaz uygulamaları vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde grafik tasarım eğitimi verilen tasarım stüdyolarının/atölyelerinin/dersliklerinin yazılım teknolojileri açısından (masaüstü yayıncılık, video ve görüntü işleme, mobil cihaz uygulamaları vb.) yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversitelerin yeni medya teknolojilerine ilişkin verilen eğitimin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Üniversitemde yeni medya teknolojilerine ilişkin verilen eğitimin yeterli seviyede olduğunu düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin, mezun olduklarında yeni medya teknolojilerini etkili bir biçimde kullanabileceğini düşünüyorum.					
Mezun olduğumda yeni medya teknolojilerini etkili bir biçimde kullanabileceğimi düşünüyorum.					
Türkiye'de grafik tasarım eğitimi veren üniversiteler -öğretim programlarına ek olarak- öğrencilerin yeni medya teknolojilerini kullanabilmelerine (yarışma, çalıştay, proje vb. etkinlikler düzenleme) olanak tanır.					

Üniversitem, yeni medya teknolojilerini kullanabilmeme (yarışma, çalıştay, proje vb. etkinlikler düzenleme) olanak tanır.					
Kendi çalışmalarımda ve/veya aldığım eğitimlerde yeni medya teknolojilerini kullanarak içerik üretirim.					

C - Grafik Tasarım Eğitimi ve Yeni Medya ile ilgili temel sorunlara ilişki görüşlerinizi belirtiniz.

İfadeler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin istekli değilim.					
Öğretim elemanları, yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin istekli değildir.					
Grafik tasarım eğitiminde, yeni medya teknolojilerine ilişkin öğretim materyali/kaynak sıkıntısı yaşamaktayım.					
Yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin telif/izin/üyelik vb. kullanım haklarına erişim sıkıntısı yaşamaktayım.					
Üniversitemiz öğrencilerine yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin her türden destek sağlanmaktadır.					

Grafik tasarım eğitiminde yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin yukarıdaki ifadelerin dışında karşılaşılan sorunlar nelerdir? Belirtiniz.

…….

…….

…….

Grafik tasarım eğitiminde yeni medya teknolojilerinin kullanımına ilişkin görüş ve önerileriniz nelerdir? Belirtiniz.

…….

…….

…….

Kıymetli vaktinizi bu araştırmaya ayırdığınız için teşekkür ediyorum.

Ek 3. Etik Kurul İzin Belgesi

Evrak Tarih ve Sayısı: 26.07.2023-E.709922

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Komisyonu

Sayı : E-77082166-302.08.01-709922 26.07.2023
Konu : Bilimsel ve Eğitim Amaçlı

Dağıtım Yerlerine

Üniversitemiz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı **Doktora Öğrencisi Berat YURTALAN'ın, Prof.Dr.Hüseyin ELMAS'ın** danışmanlığında yürüttüğü ***"Grafik Tasarım Eğitiminde Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı"*** adlı tez çalışması ile ilgili konu Komisyonumuzun **11.07.2023** tarih ve **13** sayılı toplantısında görüşülmüş olup,

İlgilinin çalışmasının, yapılması planlanan yerlerden izin alınması koşuluyla yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığına oybirliği ile karar verilmiş ve karara ilişkin imza listesi ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Araştırma Kod No: 2023 - 905

Prof. Dr. İsmail KARAKAYA
Komisyon Başkanı

Ek:1 Liste
DAĞITIM
Gereği:
Sayın Prof. Dr. Hüseyin ELMAS

Bilgi:
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne

Bu belge,güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Ek 4. Örneklem Grubu Üniversitelerde Yer Alan Grafik, Grafik Tasarımı ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümlerinin Zorunlu ve Seçmeli Dersleri

ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ MİMARLIK VE GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ DERSLERİ

1. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GSF101	TEMEL TASARIM I	7
GSF103	PERSPEKTİF	5
GSF105	ÇİZİM I	7
GSF107	SANAT TARİHİ	3
İNG101	TEMEL İNGİLİZCE I	4
TDL101	TÜRK DİLİ I	2
TİT101	TÜRK İNKILAP TARİHİ I	2

2. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
BLG102	BİLGİ TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI	3
GSF102	TEMEL TASARIM II	8
GSF106	ÇİZİM II	8
GTS102	GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINA GİRİŞ	3
İNG102	TEMEL İNGİLİZCE II	4
TDL102	TÜRK DİLİ II	2
TİT102	TÜRK İNKLAP TARİHİ II	2

3. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GTS201	TASARIM ATÖLYE I	7
GTS203	BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM I	5
GTS209	İLLÜSTRASYON	5
SEC201	SEÇMELİ DERSLER	0

4. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GTS202	TASARIM ATÖLYE II	7
GTS204	BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM II	5
GTS210	DİJİTAL İLLÜSTRASYON	5
SEC201	SEÇMELİ DERSLER	0

5. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GTS301	TASARIM ATÖLYE III	9
GTS303	ÜÇ BOYUTLU MODELLEME	9
SEC301	SEÇMELİ DERSLER	0

6. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GTS300	STAJ	6
GTS302	TASARIM ATÖLYE IV	9
GTS304	ÜÇ BOYUTLU MODELLEME II	9
SEC302	SEÇMELİ DERSLER	0

7. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GTS401	TASARIM ATÖLYE V	8
GTS405	ANİMASYON	8
SEC401	SEÇMELİ DERSLER	0

8. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GTS400	İŞYERİ EĞİTİMİ	22
GTS408	BİTİRME PROJESİ VE SERGİSİ	8

ATILIM ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ

GRAFİK TASARIMI BÖLÜMÜ DERSLERİ

1. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
HIST101	ATATÜRK İLK. VE İNKILÂP TARİHİ I	2	0	2
HIST201	UYGARLIK TARİHİ	3	0	3
ENG121	TEMEL İNGİLİZCE I	4	0	3
GRT181	GRAFİK TASARIM PROG. GİRİŞ	1	2	5
GRT101	GRAFİK TASARIMINDA TEMEL TAS. I	2	4	10
GRT111	GRAFİK TASARIMINDA DESEN I	2	2	7
KRY111	KARİYER PLANLAMA	1	0	1
ATU100	ÜNİVERSİTE HAYATINA GİRİŞ	1	0	1

2. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
HIST102	ATATÜRK İLK. VE İNKİLÂP TARİHİ II	2	0	2
GRT102	GRAFİK TASARIMINDA TEMEL TAS. II	2	4	10
GRT112	GRAFİK TASARIMINDA DESEN II	2	2	7
GRT142	SANAT TARİHİ	3	0	4
GRT114	FORM İNŞA	1	2	4
ENG122	TEMEL İNGİLİZCE II	4	0	3

3. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
ENG221	TEMEL İNGİLİZCE III	3	0	3
GRT201	GRAFİK TASARIM I	2	4	10
GRT221	TİPOGRAFİ	1	2	5
GRT223	BİLGİSAYARLA TASARIM I	1	2	5

4. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
ENG222	TEMEL İNGİLİZCE IV	3	0	3
GRT226	BİLGİSAYARLA TASARIM II	1	2	5
GRT202	GRAFİK TASARIM II	2	4	10
GRT222	SAYISAL TİPOGRAFİ	1	2	5

5. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
GRT333	GÖSTERGEBİLİM	2	0	3
GRT325	MASAÜSTÜ YAYIMCILIK	1	2	5
GRT399	STAJ I	0	0	6
GRT301	GRAFİK TASARIM III	2	4	10
GRT321	İLLÜSTRASYON	1	2	5

6. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
GRT302	GRAFİK TASARIM IV	2	4	10
GRT352	AMBALAJ GRAFİĞİ	1	2	5
GRT326	WEB GRAFİK TASARIM I	1	2	5
GRT342	GRAFİK TASARIM TARİHİ	2	0	3

7. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
TURK401	TÜRK DİLİ I	2	0	2
GRT499	STAJ II	0	0	6
GRT415	GRAFİK TASARIMI V	2	4	9

8. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
TURK402	TÜRK DİLİ II	2	0	2
GRT416	GRAFİK TASARIMI VI	2	4	10

ALAN İÇİ SEÇMELİ DERSLER

DERS KODU	DERS ADI	TEORİK	UYG.	AKTS
ATU400	ARAŞTIRMA PROJESİNE KATILIM	2	0	6
GRT213	ESTETİĞE GİRİŞ	2	0	3
GRT231	FOTOĞRAFÇILIK	1	2	4
GRT232	TANITIM FOTOĞRAFÇILIĞI	1	2	4
GRT241	TÜRK SANAT TARİHİ	2	0	3
GRT243	MİTOLOJİ VE İKONOGRAFİ	2	0	3
GRT261	RENK VE KOMPOZİSYON	1	2	4
GRT271	GÖRSEL TAS. SES, MÜZİK VE EFEKT	1	2	4
GRT2182	MODELAJ VE MAKET	1	2	4
GRT284	ÇAĞDAŞ SANAT AKIMLARI	2	0	3
GRT286	GRAFİK ÖYKÜLEME	1	2	4
GRT313	ÖZGÜN BASKI I	1	2	4
GRT314	ÖZGÜN BASKI II	1	2	4
GRT317	GÖRÜNTÜ ESTETİĞİ	2	0	3
GRT322	SAYISAL İLLÜSTRASYON	1	2	4
GRT331	BASIM TEKNİK VE YÖNTEMLERİ	1	2	4
GRT332	TASARIM PSİKOLOJİSİ	2	0	3
GRT351	BİLGİLENDİRME TASARIMI	2	2	6
GRT361	ÇAĞDAŞ SANAT ATÖLYE	1	2	4
GRT364	YARATICI METİN YAZARLIĞI	1	2	4
GRT374	ENDÜSTRİ GRAFİĞİ	1	2	4
GRT376	WEB GRAFİK TASARIM II	2	2	6
GRT377	DÖVME KÜLTÜRÜ VE TASARIMI	2	1	4
GRT378	SOSYAL MEDYA TASARIMI	1	2	4
GRT390	ÇİZGİ ROMAN I	2	2	6
GRT413	KLİGRAFİ	1	2	4
GRT414	SANATÇI KİTABI	2	2	6
GRT428	ALTERN. FOTOĞ. VE KARANLIK ODA	2	2	6
GRT431	ARAŞTIRMA TEKNİKLERİ	2	0	3
GRT451	İNTERAKTİF GRAFİK TASARIMI	2	2	6
GRT452	PORTFOLYO TASARIMI	2	2	6
GRT472	SİNEMA VE TV GRAFİĞİ	2	2	6
GRT474	BİL. OY. İÇİN KAR. VE SAHNE TAS.	2	2	6
GRT476	AJANS İŞLETME	2	0	3
GRT481	ANİMASYON I	2	2	6
GRT482	ANİMASYON II	2	2	6
GRT483	3DS MAX MODELLEME	2	2	6
GRT484	DİSİPLİNLERARASI MEDYA UYG.	2	2	6

GRT485	SANAT VE ÜTOPYA	2	0	3
GRT487	BELGESEL FİLM YAPIMI	2	2	6
GRT490	ÇİZGİ ROMAN II	2	2	6
GRT491	SANAT SOSYOLOJİSİ	2	0	3
GRT492	TASARIM ANALİZİ	2	0	3
GRT493	ORTAK EĞİTİM UYGULAMASI I	2	0	3
GRT494	GÜNCEL SANAT VE YORUMU	2	0	3
GRT495	ORTAK EĞİTİM UYGULAMASI II	3	0	6
GRT497	ORTAK EĞİTİM UYGULAMASI III	3	0	6
GRT498	SANAT FELSEFESİ	2	0	3

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ

GRAFİK TASARIMI BÖLÜMÜ DERSLERİ

1. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
GRA121	TEKNİK ÇİZİM VE PERSPEKTİF	2	4
GRA125	TEMEL FOTOĞRAF	2	3
GSF123	DESEN I	3	5
GSF125	SANAT TARİHİ I	3	3
GSF127	TEMEL TASARIM I	4	8
İNGL101	İNGİLİZCE I	4	5
TÜRK101	TÜRK DİLİ I	2	2
GRA121	TEKNİK ÇİZİM VE PERSPEKTİF	2	4

2. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
GRA124	TEMEL TASARIM II	4	8
GRA126	GRAFİK TASARIM PROGRAMLARI	3	5
GRA130	DESEN II	3	5
GSF126	SANAT TARİHİ II	3	3
GSF128	ESTETİK	2	2
İNGL102	İNGİLİZCE II	4	5
TÜRK102	TÜRK DİLİ II	2	2

3. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
ATA201	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I	2	2
GRA221	GÖRSEL İLETİŞİM	3	4
GRA227	GRAFİK TASARIM TARİHİ	2	3
GRA229	GRAFİK TASARIM PROJE I	4	8
GRA233	TİPOGRAFİ TASARIMI	3	4
GRA235	IŞIK VE FOTOĞRAF	3	4
İNGL201	İNGİLİZCE III	4	5
ATA201	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I	2	2

4. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
ATA202	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II	2	2
GRA230	GRAFİK TASARIM PROJE II	4	8
GRA232	ÇAĞDAŞ GRAFİK TASARIM VE YORUMU	3	4
GRA236	DİJİTAL TİPOGRAFİ	3	4
GRA238	CANLANDIRMA	3	4
GRA320	STAJ I	-	3
İNGL202	İNGİLİZCE IV	4	5

5. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
GRA333	GRAFİK TASARIM PROJE III	4	8
GRA335	İLLÜSTRASYON	3	5
GRA337	SİNEMA, TV GRAFİĞİ	2	3
GSF001	SEÇİMLİK DERS I	3	4
GSF002	SEÇİMLİK DERS II	3	5
GSF003	SEÇİMLİK DERS III	3	5

6. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
GRA334	GRAFİK TASARIM PROJE IV	4	8
GRA338	WEB TASARIMI	3	4
GRA340	PAZARLAMA İLT. VE REKLAM ANALİZİ	2	2
GRA420	STAJ II	-	2
GSF004	SEÇİMLİK DERS IV	3	4
GSF005	SEÇİMLİK DERS V	3	5
GSF006	SEÇİMLİK DERS VI	3	5

7. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
GRA427	GRAFİK TASARIM PROJE V	4	8
GRA429	MATBAA TEKNOLOJİSİ	2	2
GRA431	AMBALAJ TASARIMI I	3	4
GRA433	SEMİNER	2	2
GSF007	SEÇİMLİK DERS VII	3	4
GSF008	SEÇİMLİK DERS VIII	3	5
GSF009	SEÇİMLİK DERS IX	3	5

8. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
GRA428	GRAFİK TASARIM PROJE VI	4	8
GRA430	AMBALAJ TASARIMI II	3	4
GSF010	SEÇİMLİK DERS X	3	4
GSF011	SEÇİMLİK DERS XI	3	4
GSF012	SEÇİMLİK DERS XII	3	5
GSF013	SEÇİMLİK DERS XIII	3	5

SEÇİMLİK DERSLER

DERS KODU	DERS ADI	KREDİ	AKTS
GRA448	DİJİTAL CANLANDIRMA	3	5
GRA449	MODELAJ	3	5
GRA451	PORTFOLYO TASARIMI	3	5
GRA452	TEKNOLOJİ VE SANAT	3	5
GRA453	SERİGRAFİ	3	5
GRA454	REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI	3	5
GRA455	KALİGRAFİ	3	5
GRA456	KENT GRAFİĞİ	3	5
GRA457	SERAMİK TASARIM	3	5
GRA458	ÖZGÜN BASKI TEKNİKLERİ	3	5
GRA459	MEKÂN İÇİ GRAFİK TASARIM	3	5
GRA461	İLERİ TİPOGRAFİ	3	5
GRA462	ETKİLEŞİMLİ TASARIM	3	5
GRA464	TASARIM ESTETİĞİ	3	4
GRA465	ÇAĞDAŞ SANAT VE SORUNLARI	3	4
GRA466	TASARIM KÜLTÜRÜ	3	4
GRA467	ELEŞTİRİ	3	5
GRA469	ENDÜSTRİ GRAFİĞİ	3	5
GRA470	MASAÜSTÜ YAYINCILIK	3	4
GRA471	KİNETİK TİPOGRAFİ	3	5
GRA472	GÖRSEL ALGI	3	4
GRA473	GÖSTERGEBİLİM	3	4
GRA474	DENEYSEL KALİGRAFİ	3	5
GRA475	HAREKETLİ GRAFİK TASARIM	3	5
GRA476	DESEN	3	5
GSF352	KÜLTÜR TARİHİ	3	4
GSF353	TELİF HAKLARI HUKUKU	3	4
GSF355	SANAT SOSYOLOJİSİ	3	4
GSF356	BİLGİLENDİRME TASARIMI	3	4
GSF357	SANAT PSİKOLOJİSİ	3	4
GSF358	MÜZE SERGİLEME YÖNTEMLERİ	3	4
GSF359	GENEL İŞLETME	3	4
GSF360	GİRİŞİMCİLİK	3	4

BİLKENT ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ

GRAFİK TASARIMI BÖLÜMÜ DERSLERİ

1. AKADEMİK YIL GÜZ DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
FA 105	TEMEL TASARIM I	6	8,5
FA 103	DESEN I	3	5
FA 171	SANAT VE KÜLTÜRE GİRİŞ I	3	5
GRA 131	TASARIM ARAÇ VE TEKNİKLERİ	3	5
ENG 101	İNGİLİZCE VE KOMPOZİSYON I	5	5
TURK 101	TÜRKÇE I	2	3
GE 100	ORYANTASYON	1	2

1. AKADEMİK YIL BAHAR DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
FA 106	TEMEL TASARIM II	6	8,5
FA 104	DESEN II	3	5
FA 172	SANAT VE KÜLTÜRE GİRİŞ II	3	5
GRA 132	YAZI VE TİPOGRAFİYE GİRİŞ	3	5
ENG 102	İNGİLİZCE VE KOMPOZİSYON II	5	5
TURK 102	TÜRKÇE II	2	3

2. AKADEMİK YIL GÜZ DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
GRA 201	GRAFİK TASARIMI I	6	8,5
GRA 211	TİPOGRAFİ I	3	5
GRA 218	FOTOĞRAFÇILIK ESASLARI	3	5
GRA 225	GÖRSEL TEKNİKLERE GİRİŞ	3	5
FA 271	SANAT TARİHİ I	3	5
HIST 200	TÜRKİYE TARİHİ	4	6,5
GE 250	ÜNİVERSİTE ETKİNLİK PROGRAMI I	0	1

2. AKADEMİK YIL BAHAR DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
GRA 202	GRAFİK TASARIMI II	6	8,5
GRA 212	TİPOGRAFİ I	3	5
GRA 316	ARAYÜZ TASARIM STÜDYOSU	3	5
GRA 317	HAREKETLİ GÖRÜNTÜ TASARIMI STÜDYOSU	3	5
FA 272	SANAT TARİHİ II	3	5
GE 251	ÜNİVERSİTE ETKİNLİK PROGRAMI II	0	1

3. AKADEMİK YIL GÜZ DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
GRA 301	GRAFİK TASARIMI III	6	8,5
GRA 290	YAZ STAJI I	0	6
GRA 341	GRAFİK TASARIMI TARİHİ	3	5
FA 361	SANAT FELSEFESİ	3	5
	KISITLI SEÇMELİ		

3. AKADEMİK YIL BAHAR DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
GRA 302	GRAFİK TASARIMI IV	6	8,5
GRA 344	REKLAM PSİKOLOJİSİ	3	5
GRA 347	TASARIM KONULARI	3	5
	KISITLI SEÇMELİ		

4. AKADEMİK YIL GÜZ DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
GRA 401	GRAFİK TASARIMI V	6	8,5
GRA 390	YAZ STAJI II	0	6
FA 420	SANAT ESERLERİ ANALİZİ I	3	5
MAN 333	PAZARLAMA PRENSİPLERİ	3	5
	KISITLI SEÇMELİ		

4. AKADEMİK YIL BAHAR DÖNEMİ

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
GRA 402	GRAFİK TASARIMI VI	8	10
GRA 423	MESLEKİ UYGULAMALAR	3	5
GRA 422	SANAT ESERLERİ ANALİZİ II	3	5
	KISITLI SEÇMELİ		

SINIRLI SEÇMELİ DERSLER

DERS KODU	DERS ADI	KREDİLER	
		KREDİ	AKTS
GRA 207	KAVRAMSAL TASARIM	3	5
GRA 210	WEB DESIGN	3	5
GRA 215	ANİMASYON VE FİLM GRAFİKLERİ II	3	5
GRA 216	ANIMATION & FILM/TV GRAPHICS II	3	5
GRA 217	HAREKETLİ GRAFİKLER	3	5
GRA 219	İLERİ DÜZEY FOTOĞRAFÇILIK	3	5
GRA 313	TYPOGRAPHIC DESIGN AND THEORIES	3	5

GRA 315	BİLGİ TASARIMI VE DATA GÖRSELLEŞTİRME	3	5
GRA 323	LOGO, SEMBOL VE ANLAM	3	5
GRA 333	AMBALAJ TASARIMI	3	5
COMD 207	FİLM VE MEDYA TARİHİ	3	5
GRA 421	İLLÜSTRASYON I	3	5
GRA 422	İLLÜSTRASYON II	3	5
COMD 207	HISTORY OF THE FİLM AND MEDIA	3	5
COMD 361	SES TASARIMI I	3	5
COMD 362	SES TASARIMI II	3	5
COMD 364	ALANDIŞI ÖĞRENCİLER İÇİN VİDEO PRODÜK.	3	5
COMD 437	POST PRODÜKSİYON TEKNİKLERİ	3	5
FA 213	BASKI TEKNİKLERİNE GİRİŞ I	3	5
FA 214	BASKI TEKNİKLERİNE GİRİŞ II	3	5
GE 401	YENİLİKÇİ TASARIM VE GİRİŞİMCİLİK I	3	6,5
GE 402	YENİLİKÇİ TASARIM VE GİRİŞİMCİLİK II	3	6,5

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ
GRAFİK BÖLÜMÜ DERSLERİ

1. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRA105	TEMEL FOTOĞRAF	4
GRA115	TEMEL TASARIM EĞİTİMİ I	8
GRA123	DESEN I	5
İNG127	TEMEL İNGİLİZCE I	3
TKD103	TÜRK DİLİ I	2

2. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
BEB650	TEMEL BİL. VE İLT. TEKN. KULLANIMI	2
GRA110	GÖRSEL İLETİŞİM	4
GRA116	TEMEL TASARIM EĞİTİMİ II	8
GRA124	DESEN II	5
İNG128	TEMEL İNGİLİZCE II	3
TKD104	TÜRK DİLİ II	2

3. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
AİT203	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKLAP TARİHİ I	2
GRA215	FOTOGRAFİK	4
GRA217	SAYISAL ORTAMDA TASARIM I	4
GRA233	TEMEL GRAFİK EĞİTİMİ I	6
GRA245	YAZI	5

4. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
AİT204	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKLAP TARİHİ I	2
GRA218	SAYISAL ORTAMDA TASARIM II	4
GRA234	TEMEL GRAFİK EĞİTİMİ II	6
GRA248	TİPOGRAFİ	5

5. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRA333	REKLAM GRAFİĞİ	6
GRA335	GRAFİK TARİHİ I	3
GRA341	DENEYSEL TİPOGRAFİ	4
GRA345	GRAFİK TAS. ALAN UYGL. I	5
GRA371	REKLAM ANALİZİ	4

6. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRA334	YAYIN GRAFİĞİ	6
GRA336	GRAFİK TARİHİ II	3
GRA342	SAYISAL TİPOGRAFİ	4
GRA346	GRAFİK TAS. ALAN UYGL. II	5

7. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRA400	STAJ	2
GRA433	AMBALAJ GRAFİĞİ	6
GRA467	İNTERNET VE ARAYÜZ TASARIMI	4
GRA471	GRAFİK TASARIMI I	8

8. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRA446	TASARIM DEĞERLENDİRME	8
GRA472	GRAFİK TASARIM II	8
GRA476	SUNUM TASARIMI	6

SEÇMELİ DERSLER

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRA226	TASARIM OKUMALARI	4
GRA119	BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM I	4
GSF151	GENEL SANAT TARİHİ I	4
GSF154	KÜLTÜR TARİHİ	4
GSF106	MODELAJ	4
GSF152	GENEL SANAT TARİHİ II	4
GRA201	DESEN III	5

GRA279	SOSYAL SORUMLULUK, ETİK VE GRAFİK TASARIM	4
GSF219	BİLGİSAYARDA GRAFİK TASARIMI I	4
GSF254	ESTETİK VE SANAT FELSEFESİ	4
GRA202	DESEN IV	5
GRA216	FOTOGRAFİK II	4
GRA226	TASARIM OKUMALARI	4
GSF207	MİTOLOJİ VE İKONOGRAFİ	4
GSF220	BİLGİSAYARDA GRAFİK TASARIMI II	4
GRA305	GRAFİK TASARIM I	4
GRA307	ANİMASYON I	5
GRA309	VİDEO KURGU I	5
GRA313	REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI I	5
GRA315	İLLÜSTRASYON I	5
GRA319	DENEYSEL DESEN ATÖLYESİ I	5
GRA339	KAVRAMSAL GRAFİK TASARIM	5
GRA372	GÖSTERGEBİLİM	3
GSF345	YAZI VE TİPOGRAFİ I	4
GSF385	TÜRKİYE'DE KÜLTÜR VE SANAT YÖNETİMİ	4
GRA306	GRAFİK TASARIM II	4
GRA308	ANİMASYON II	5
GRA310	VİDEO KURGU II	5
GRA314	REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI II	5
GRA316	İLLÜSTRASYON II	5
GRA320	DENEYSEL DESEN ATÖLYESİ II	5
GRA340	KONSEPT TASARIMI	5
GSF346	YAZI VE TİPOGRAFİ II	4
GRA405	GÜNCEL FOTOĞRAF I	5
GRA407	ANİMASYON I	5
GRA409	VİDEO KURGU I	5
GRA415	İLLÜSTRASYON I	5
GRA439	DİJİTAL OYUN VE GRAFİK TASARIMI	5
GRA441	ETKİLEŞİM TASARIMI	5
GSF469	WEB SİTESİ TASARIMI I	5
GRA406	GÜNCEL FOTOĞRAF II	5
GRA408	ANİMASYON II	5
GRA410	VİDEO KURGU II	5
GRA 416	İLLÜSTRASYON II	5
GRA420	ÜÇ BOYUTLU TASARIM VE SERGİLEME YÖNT.	5
GRA424	GRAFİK TASARIM KURAMLARI	5
GRA440	DİJİTAL OYUN ARAYÜZ TASARIMI	5
GRA442	ETKİLEŞİM TASARIMI II	5
GSF436	İLETİŞİM VE TASARIM	5
GSF470	WEB SİTESİ TASARIMI II	5
GSF472	SUNUM DOSYASI TASARIMI	4

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ
GRAFİK TASARIMI BÖLÜMÜ DERSLERİ

1. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-101	TASARIM İLKE VE YÖNTEMLERİ I	3
GRF-103	TEKNİK ÇİZİM-PERSPEKTİF	2
ING-101	İNGİLİZCE I	3
STF-101	TEMEL TASARIM I	7
STF-103	DESEN I	5
STF-105	SANAT TARİHİ I	2
STF-107	UYGARLIK TARİHİ	2
STF-109	SANAT KAVRAMLARINA GİRİŞ	2
TAR-101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKLAP TARİHİ I	2
TÜR-101	TÜRK DİLİ I	2

2. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
ENF-102	ENFORMATİK BİLGİSAYAR UYGULAMALARI	4
GRF-102	TASARIM İLKE VE YÖNTEMLERİ II	3
ING-102	İNGİLİZCE II	3
STF-102	TEMEL TASARIM II	7
STF-104	DESEN II	5
STF-106	SANAT TARİHİ II	2
STF-108	TASARIM TARİHİ	2
TAR-102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKLAP TARİHİ II	2
TÜR-102	TÜRK DİLİ II	2

3. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-201	GRAFİK TASARIM I	5
GRF-203	TİPOGRAFİ	4
GRF-205	GRAFİK TASARIMDA ÜRETİM TEKNİKLERİ	2
GRF-207	TEMEL FOTOĞRAF	4
GRF-209	İLLÜSTRASYON TEKNİKLERİ	4
GRF-211	BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM I	7
GRF-213	GÖRSEL İLETİŞİM	2
STF-201	TÜRK SANATI	2

4. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-202	GRAFİK TASARIM II	4
GRF-204	DİJİTAL TİPOGRAFİ	4
GRF-206	BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM II	6
GRF-208	MASAÜSTÜ YAYINCILIK	4
GRF-210	REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI	4

GRF-212	DİJİTAL İLLÜSTRASYON I	4
GRF-214	GRAFİK TASARIM TARİHİ	2
STF-202	SANATLARARASI ETKİLEŞİM	2

5. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-301	GRAFİK TASARIM PROJE I	4
GRF-303	WEB TASARIM I	4
GRF-305	DİJİTAL İLLÜSTRASYON II	4
GRF-307	ANİMASYON I	4

6. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-302	GRAFİK TASARIM PROJE II	4
GRF-304	ANİMASYON II	4
GRF-306	WEB TASARIM II	4
GRF-308	AJANS ORGANİZASYONU VE İŞLETMECİLİĞİ I	2
STF-302	ÇAĞDAŞ SANAT	2

7. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-401	MEZUNİYET PROJESİ I	8
GRF-403	PORTFOLYO TASARIMI I	4
GRF-407	AJANS ORGANİZASYONU VE İŞLETMECİLİĞİ II	2
GRF-409	ÇOKLU ORTAM TASARIMI I	4
GRF-411	STAJ DEĞERLENDİRME I	2

8. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-402	MEZUNİYET PROJESİ II	8
GRF-404	PORTFOLYO TASARIMI II	4
GRF-406	ÇOKLU ORTAM TASARIMI I	4
GRF-408	TELİF HAKKI HUKUKU	2
GRF-410	STAJ DEĞERLENDİRME II	2

SEÇMELİ DERSLER

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GRF-412-Z	WEB SİTESİ YÖNETİMİ	4
GRF-414-S	İLERİ DÜZEY WEB TASARIMI	2
GRF-416-S	MİTOLOJİ VE İKONOGRAFİ	2
GRF-418-S	REKLAM ANALİZİ	2
GRF-422-S	WEB PROJE YÖNETİMİ	4
GRF-424-S	SİNEMA VE TELEVİZYON GRAFİĞİ	4
GRF-426-S	AMBALAJ TASARIMI	4

GRT-412-Z	MEKÂN İÇİ GRAFİK TASARIMI	4
GRT-414-S	MARKA VE PAZARLAMA STRATEJİLERİ	2
GRT-416-S	MİTOLOJİ VE İKONOGRAFİ	2
GRT-418-S	BASKI TEKNİKLERİ	2
GRT-422-S	ANİMASYON VE FİLM	4
GRT-424-S	AMBALAJ	4
GRT-426-S	TİPOGRAFİK TASARIM	4
PDF302	REHBERLİK VE ÖZEL EĞİTİM	4
PDF404	ÖĞRETMENLİK UYGULAMASI	10

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI BÖLÜMÜ DERSLERİ

1. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-109	BİLGİSAYARLA TASARIM I	4
ING-101	İNGİLİZCE I	3
SBA-103	SANAT TARİHİ I	3
TAR-101	ATATÜRK İLKE VE İNKLAP TARİHİ I	2
TSE-109	TEMEL BİLGİ TEKNOLOJİLERİ	3
TSEG-103	TEMEL TASARIM I	9
TSEG-105	DESEN I	4
TÜR-101	TÜRK DİLİ I	2

2. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-110	BİLGİSAYARLA TASARIM II	2
GIT-152	FOTOĞRAF I	4
ING-102	İNGİLİZCE II	3
SBA-104	SANAT TARİHİ II	3
TAR-102	ATATÜRK İLKE VE İNKLAP TARİHİ II	2
TSE-110	TEMEL BİLGİSAYAR VE İLETİŞİME GİRİŞ	3
TSEG-104	TEMEL TASARIM II	8
TSEG-106	DESEN II	3
TÜR-102	TÜRK DİLİ II	2

3. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-207	TİPOGRAFİ I	3
GIT-251	FOTOĞRAF II	4
GIT-201	PROJE I	9
TSEG-205	DESEN III	4

4. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-110	PROJE II	9
GIT-152	TİPOGRAFİ II	6
ING-102	ÇAĞDAŞ SANAT KURAMLARI	3
SBA-104	GÖRSEL ALGININ TEMELLERİ	3
TAR-102	FOTOĞRAF III	5
TSE-110	DESEN IV	3

5. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-317	YAYIN GRAFİĞİ	5
GIT-321	GÖRSEL TASARIM TARİHİ I	3
GIT-301	PROJE III	9
SBA-305	İLETİŞİM SOSYOLOJİSİ	3

6. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-308	AMBALAJ TASARIMI	5
GIT-314	ARAŞTIRMA TEKNİKLERİ VE ETİK	3
GIT-316	GÖRSEL TASARIM TARİHİ I	3
GIT-302	PROJE IV	9
GIT-306	DİJİTAL TASARIM II	3
GIT-312	GÖRSEL ALGI PSİKOLOJİSİ	3

7. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-413	İNTERNET YAYINCILIĞI	3
GIT-401	PROJE V	9
GIT-405	PORTFOLYO TASARIMI	5

8. YARIYIL

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-402	MEZUNİYET PROJESİ	12

SEÇMELİ DERSLER

DERS KODU	DERS ADI	AKTS
GIT-432	VİDEO KURGU II	5
GIT 434	SİBER KÜLTÜR II	5
GIT 436	SERGİLEME TASARIMI II	5
GIT 438	USTALAR SINIFI	5
GIT 440	ÇOKLUORTAM TASARIMI	5
PDF302	REHBERLİK VE ÖZEL EĞİTİM	4
PDF404	ÖĞRETMENLİK UYGULAMASI	10
RES 414	DENEYSEL SANAT VI	5

SBA 404	SANAT FELSEFESİ 2	5
SBA 408	YAPIT ANALİZİ 2	5
SBA 410	SİNEMA VE SANAT 2	5
SBA 416	ÇAĞDAŞ TÜRK SANATI	5
TSE 402	ÖZGÜN BASKI RESİM 6	5



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR…