

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
SANAT VE TASARIM DOKTORA PROGRAMI

DOKTORA TEZİ

FOTOĞRAF VE VIDEO LİSANS BÖLÜM
ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ
ESTETİK, PLASTİK VE ETİK BİLİNÇ
YANSIMASININ İNCELENMESİ

ERKAN ÇİÇEK

14721004

TEZ DANIŞMANI
PROF. İLHAN ÖZKEÇECİ

İSTANBUL

2017

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
SANAT VE TASARIM DOKTORA PROGRAMI

DOKTORA TEZİ

FOTOĞRAF VE VIDEO LİSANS BÖLÜM
ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ ESTETİK,
PLASTİK VE ETİK BİLİNÇ YANSIMASININ
İNCELENMESİ

ERKAN ÇİÇEK

14721004

TEZ ONAY SAYFASI

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih :

Tezin Savunulduğu Tarih : 05.07.2017

Tez Oy birliği / Oy çokluğu ile başarılı bulunmuştur.

Unvan Adı Soyadı

İmza

Tez Danışmanı : Prof. İlhan ÖZKEÇECİ

Jüri Üyeleri : Yrd. Doç. Dr. Mehmet NUHOĞLU

Yrd. Doç. Dr. Salih DENLİ

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emin KAHRAMAN

Yrd. Doç. Dr. Haldun NARMANLIOĞLU

İSTANBUL

2017

ÖZ

FOTOĞRAF VE VIDEO LİSANS BÖLÜM ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ ESTETİK, PLASTİK VE ETİK BİLİNÇ YANSIMASININ İNCELENMESİ

Erkan Çiçek
Temmuz, 2017

Konu ve çerçeve açısından bu çalışma, sosyal medya ağlarının Türkiye’de ki evreni ve etkililiği ile fotoğraf ve video sanatının plastik, estetik ve etik boyutları anket çalışması ve literatür taraması yapılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmamızda, betimsel araştırma modeli uygulanmıştır. Betimsel araştırma modeli; ilgi duyulan bir konu hakkında ayrıntılı bilgi toplama ve konuyu tanımlamadır. Fotoğraf ve video bölümü lisans programında öğrenim gören öğrencilere başarı, katılım ve kullanım düzeyli sorular sorularak görüşlerine başvurulmuş; tutum ölçer ve doküman incelemesi yolları tercih edilmiştir. Ayrıca Araştırma için çoktan seçmeli bir başarı testi de amaç doğrultusunda kullanılmıştır.

Sosyal Medya ağlarının zaman içerisinde çeşitlenmesi ve çoğalması ile birlikte üretilen içeriğin niteliği; üreten ve tüketen denkleminde tartışmaya yol açmıştır. Güzel Sanatlar Fakülteleri bünyesinde verilen fotoğraf ve video eğitimlerinin niteliği; estetik, plastik ve etik açısından aranır olmuş ve gerekliliğine paralel önemi de artmıştır. Bu bağlamda bu tez çalışmasının en önemli çıktısı, fotoğraf ve videoya dair estetik, plastik ve etik eğitimi alan öğrencilerin, sosyal medya ağları içerisindeki paylaşımlarında mesleki birikimlerinin etkisi altında kaldıkları ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Fotoğraf, Video, Sosyal Medya, İletişim, Estetik-Plastik-Etik.

ABSTRACT

INVESTIGATION OF AESTHETIC, PLASTIC AND ETHICAL CONSCIOUS REFLECTION OF UNDERGRADUATE STUDENTS IN SOCIAL MEDIA, IN PHOTOGRAPHY AND VIDEO.

Erkan Çiçek
July, 2017

This thesis bases on an applicative questionnaire and literature evaluation in order find out the plastic, aesthetic and ethical dimensions of photography and video art inthe social media in Turkey.

In our research, a descriptive research model has been applied. Descriptive research model; Collects detailed information about a subject of interest and defines the subject.The students who are studying in the photo and video department have been asked for their approaches; particularly about their success, participation and usage level in social media, accordingly methodically the attitude measuring and document review have been preferred. In addition, a multiple choice success test has been applied for the purpose of the research. Following the diversification and multiplication of social media networks over time, the quality of outcomes, have been discussed from various perceptive by productions and consumers of such media components.

In this respect the quality of photography and video education given in the Faculty of Fine Arts; particularly in aesthetics, plastic and ethics became important, so that its necessity has been increased parallel to the above mentioned reasons. In this context, the most important output of this thesis is that the students who received aesthetics, plastic and ethics education about photography and video are under the influence of their professional accumulation in their social media networks.

Keywords: Art, Photography, Video, Social Media, Communication, Aesthetic-Plastic-Ethics.

ÖN SÖZ

Bu tez çalışmasında; sabırlı, paylaşımcı, öğretici deneyimlerini ve en başta gönül dünyasını bana açan ve beni öğrencisi olarak kabul eden danışmanım Sayın Prof. İlhan Özkeçeci hocama teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, tezimle ilgili her türlü yardımlarını esirgemeyen ve doktora serüvenimde pay sahibi olan; Prof. Dr. Suat Gezgin, Prof. Dr. Yusuf Devran, Prof. Dr. Ceyhan Kandemir, Prof. Dr. Ali Murat Yel, Prof. Dr. Ergün Yolcu, Prof. İbrahim Delice, Doç. Dr. Evren Bilge Kutlay, Doç. Dr. Yusuf Yurdigül, Doç. Dr. Ebubekir Ayan, Yrd.Doç.Dr. Ali Murat Kırık, Yrd. Doç. Dr. Mehmet Nuhoglu, Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emin Kahraman, Yrd. Doç. Dr. Salih Denli, Yrd.Doç.Dr. Hasan Alpago ve Yrd. Doç. Dr. Haldun Narmanlıoğlu'na teşekkür ederim.

Son olarak, tez çalışmasını hazırlarken bana manevi destek sağlayan annem ve babam ile erken yaşta aramızdan ayrılan kardeşim Baki Çiçek'e sonsuz dua ve teşekkür ederim.

İstanbul, Temmuz 2017

Erkan Çiçek

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖN SÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	1
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	4
1.4. Varsayımlar	4
1.5. Çalışma Evreni ve Sınırlılıklar.....	4
2. FOTOĞRAF VE VİDEO SANATINA GENEL BAKIŞ	6
2.1. Fotoğraf.....	6
2.1.1. Fotoğrafın Tarihsel Süreci	7
2.1.2. Dijital Fotoğraf Kavramı.....	9
2.2. Video.....	10
2.2.1. Video Sanatının Kurgusal Evreni	11
2.3. Fotoğraf ve Videodaki Sanat Akımları	19
3. SOSYAL MEDYA AĞLARI.....	34
3.1. Sosyal Paylaşım Ağları	34
3.2. Fotoğraf Kullanımlı Sosyal Paylaşım Siteleri.....	35

3.2.1. Flickr	36
3.2.2. Fotolog	37
3.2.3. Dailybooth.....	37
3.2.4. PhotoBucket	38
3.2.5. Gravatar.....	39
3.2.6. Panoramio	39
3.2.7. Foodspotting	40
3.2.8. Instagram.....	41
3.2.9. DeviantART	42
3.3. Video Kullanımlı Sosyal Paylaşım Siteleri.....	42
3.3.1. Youtube.....	43
3.3.2. Vimeo.....	44
3.3.3. DailyMotion	44
3.4. Çok Amaçlı Diğer Sosyal Ağ Siteleri	45
3.4.1. LinkedIn	45
3.4.2. Foursquare.....	45
3.4.3. Skype.....	46
3.4.4. Facebook.....	46
3.4.5. Twitter.....	47
3.4.6. Whatsapp.....	47
3.4.7. Messenger	48
3.4.8. Viber	48
3.4.9. Snapchat.....	49
3.4.10. So.cl	49
3.4.11. Forrst	49
3.4.12. Dribbble	50
3.4.13. Tutorial9.....	50
3.4.14. Dzone	50
3.4.15. DesignFloat	50
3.4.16. Designmoo	51
3.4.17. SlideShare	51
3.4.18. Tumblr.....	52
3.4.19. Flixster	52
3.4.20. Google+.....	52
3.4.21. Myspace	53
3.5. Sosyal Medyanın Genel Değerlendirilmesi	53

4. FOTOĞRAF, VİDEO VE SANAT İLİŞKİSİ	57
4.1. Sanatın Unsurları	58
4.1.1. Çizgi.....	58
4.1.2. Ton	60
4.1.3. Renk	61
4.1.4. Biçim.....	63
4.1.5. Birlik	64
4.2. Sanatın İlkeleri.....	65
4.2.1. Hareket.....	65
4.2.2. Üstünlük ve Bütünlük	66
4.2.3. Ahenk.....	67
4.2.4. Denge	68
4.2.5. Oran.....	70
4.2.6. Ritm.....	72
4.3. Sanat Öğretisi Olarak Estetik Kavramı	75
4.3.1. Altın Oran	76
4.4. Etik Açısından Fotoğraf.....	77
4.5. Sanatta İçerik ve Biçim.....	80
 5. FOTOĞRAF VE VİDEO LİSANS BÖLÜM ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ ESTETİK, PLASTİK VE ETİK BİLİNÇ YANSIMASININ İNCELENMESİNİ TESPİT ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.....	 82
5.1. Araştırmanın Modeli	82
5.2. Evren ve Örneklem	83
5.3. Veri Toplama Teknikleri.....	83
5.3.1. Tutum Belirleme Formunun Geliştirilmesi	84
5.3.2. Başarı Testinin Geliştirilmesi (TEST)	84
5.4. Verilerin Analizi	85
5.4.1. Ölçme Aracının Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi	86
5.4.2. Başarı Testinin Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi.....	97
5.5. Araştırmaya Yönelik Bulgular ve Yorum.....	99
5.5.1. Araştırmaya Katılan Öğrencilere Ait Demografik Özelliklerin Dağılımı.....	99
5.5.2. Öğrencilerin Fotoğraf ve Video Bölümü Konusundaki Görüş ve Beklentilerine İlişkin Bulgular, Dağılımlar ve Sonuçlar	103

5.5.2.1. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin “Tutum Belirleme Testi Hakkındaki Görüş ve Beklentilerine İlişkin Bulgular.....	103
5.5.2.2. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağlar Testi Hakkındaki Görüş ve Beklentilerine İlişkin Bulgular	130
5.5.2.3. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin “Başarı Testi” Hakkındaki Bilgi Düzeylerine İlişkin Bulgular	146
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	171
6.1. Kişisel Bilgilere İlişkin Sonuçlar	172
6.2. Tutum Belirleme Testine İlişkin Sonuçlar	172
6.3. Başarı Testine İlişkin Sonuçlar	174
6.4. Sosyal Ağlar Testine İlişkin Sonuçlar	176
6.5. Öneriler	179
KAYNAKÇA.....	183
EKLER	194
EK-1 Başarı Formu	194
EK-2 Tutum / Görüş Belirleme Formu	200
EK-3 Sosyal Medya Ağları kullanımı Formu	202
EK-4 Öğrenci Başarı Testi Geçerlilik Madde Analizi	206
ÖZ GEÇMİŞ.....	214

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1: KMO Barlett Testi Aralıkları	87
Tablo 2 : KMO ve Bartlett Testi İstatistikleri	87
Tablo 3 : Açıklanan Varyans	88
Tablo 4 : Tanımlanan Faktör Varyansları.....	89
Tablo 5 : Rotated Component Matrix	92
Tablo 6 : Güvenilirlik İstatistikleri.....	94
Tablo 7 : Item-Total Statistics.....	95
Tablo 8 : Başarı Testinin Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi	97
Tablo 9 : Pilot Uygulama Sonucuna Göre Soruların Madde İstatistikleri	98
Tablo 10: Araştırmaya Katılan Öğrencilere Ait Demografik Bilgiler	99
Tablo 11 : Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyet Bazında Dağılımları.....	100
Tablo 12: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Üniversite Bazında Dağılımları.....	101
Tablo 13 : Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bölüm Dağılımları.....	101
Tablo 14 : Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıf Bazında Dağılımları.....	102
Tablo 15: Cinsiyete Göre Tutum Belirleme Testine İlişkin Görüşler Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi.....	103
Tablo 16: Üniversite ve Bölümlere Göre Tutum Belirleme Testine İlişkin Görüşler Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi.....	104
Tablo 17: Sınıf Seviyelerine Göre Tutum Belirleme Testine İlişkin Görüşler Arasındaki Farkın Kruskal Walls Testi.....	105
Tablo 18: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Tutum Belirleme Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları.....	106
Tablo 19: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Tutum Belirleme Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz.....	109
Tablo 20: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağlar Testi Görüş ve Beklentilerine İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz.....	130
Tablo 21: Cinsiyete Göre Başarı Testi Sonuçları Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi.....	146
Tablo 22: Üniversitelere Göre Başarı Testi Sonuçları Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi.....	147
Tablo 23: Sınıf Seviyelerine Göre Başarı Testi Sonuçları Arasındaki Farkın Kruskal Walls Testi.....	148

Tablo 24 :	Başarı Testindeki Doğru Cevap Yüzdeleri	149
Tablo 25 :	Üniversitelere Göre Başarı Testine Verilen Doğru Cevaplar ve Oranları.....	150
Tablo 26:	Sınıf Seviyelerine Göre Başarı Testine Verilen Doğru Cevaplar ve Oranları.....	151
Tablo 27:	Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Başarı Testi Sorularını Doğru ve Yanlış Cevaplama Yüzdelere İlişkin Bulgular	152
Tablo 28:	Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Başarı Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz	153



ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1: Rönesans'ta Kullanılan Camera Obscura	7
Şekil 2: Thomas Wedgwood'un Bir Çalışması	8
Şekil 3: Louis Daguerre, "Boulevard du Temple/Temple Bulvarı", 1838	8
Şekil 4: Nam June Paik, "Buddha Watching TV", 1974-1997	12
Şekil 5: Nam June Paik, "Candle-TV", 1990	13
Şekil 6: Nam June Paik, "Beuys/Voice", 1987	13
Şekil 7: Nam June Paik, Watchdog II, 1997	14
Şekil 8: Nam June Paik, "TV Çello", 1971	15
Şekil 9: Bruce Nauman, "Live Taped Video Corridor", 1970	15
Şekil 10: Bruce Nauman, "One Hundred Live and Die", 1984	16
Şekil 11: Gary Hill, "İnasmuch As It Is Always Taking Place", 1990.....	17
Şekil 12: Gary Hill, "Withershins", 1995.....	17
Şekil 13: Paul McCarthy, "Peter, Paul", 2001-2002	18
Şekil 14: Shirin Neshat, "Rebellious Silence/Asi Suskunluk", 1994.....	18
Şekil 15: C. Monet "Katedraller"	22
Şekil 16: Yousuf Karsh, "Portrait Of Winston Churchill On The Cover Of Life Magazine" ..	23
Şekil 17: Max Ernst, 1933.....	24
Şekil 18: Salvador Dali, "The Phenomenon of Ecstasy/Coşkunun", 1933 (Surrealist Fotoğraf, [08.01.2016])	25
Şekil 19: Robinson "Fading Away", 1861 ve Rejlander "A Night out Homeless", 1857	26
Şekil 20: Jan Van Eyck, Aziz Francesco'nun Stigmatları Alışı, 1438.....	27
Şekil 21: William Blake, Adem ile Havva, Habil'in Cesedini Buluyor, 1825	28
Şekil 22: Mari Mahr, "New Mexico 1931", 1981	29
Şekil 23: Etienne Carjat, "Charles Baudelaire portresi", 1863	30
Şekil 24: Ernst Haas, "La Suerte de Varas", 1956.....	30
Şekil 25: Muybridge, "The Horse in Motion", 1878	31
Şekil 26: Henry Peter Emerson, "At Plough, The End of the Furrow", 1887.....	31
Şekil 27: Andy Warhol, "Campbell Çorbaları" Reklam Çalışması, 1962	32
Şekil 28: Andy Warhol, "Marylin Monroe" portresi 1960.....	33
Şekil 29: Flickr	36
Şekil 30: Fotoblog.....	37
Şekil 31: Dailybooth	37

Şekil 32:	PhotoBucket	38
Şekil 33:	Gravatar	39
Şekil 34:	Panoramio	39
Şekil 35:	Foodspotting.....	40
Şekil 36:	Instagram.....	41
Şekil 37:	DeviantArt	42
Şekil 38:	YouTube.....	43
Şekil 39:	Vimeo.....	44
Şekil 40:	Dailymotion	44
Şekil 41:	“Düz Çizgi” ve “Kıvrımlı Çizgi” Fotoğrafı	
Kaynak;	”Sinemanın 5 Temel Ögesi: Joseph Mascelli”	60
Şekil 42:	Fotoğrafta Renk	62
Şekil 43:	Fotoğrafta Renk	62
Şekil 44:	“Ters Üçgen Kompozisyon” fotoğrafı ve taslak fotoğrafı, Universal City Studios	
arşivinden, Kaynak:	Sinemanın 5 Temel Ögesi: Joseph Mascelli	63
Şekil 45:	Fotoğrafta Hareket	66
Şekil 46:	Fotoğrafta Üstünlük ve Bütünlük	67
Şekil 47:	Biçimsel ve Hareket Uyumu.....	68
Şekil 48:	Fotoğrafta Denge.....	69
Şekil 49:	Fotoğrafta Oran	71
Şekil 50:	Doğru Oranlanmamış Fotoğraf	72
Şekil 51:	Doğru Oranlanmış Fotoğraf	72
Şekil 52:	Fotoğrafta Ritim.....	73
Şekil 53:	Fotoğrafta Ritim.....	74
Şekil 54:	Piero della Francesca, “İsa’nın Kırbaçlanması”	76
Şekil 55:	Altın Oran.....	77
Şekil 56:	Arthur Rothstein, Güney Dakota, 1936	78
Şekil 57:	Scree Plot Grafiği	91

1. GİRİŞ

Tez çalışmasının giriş bölümünde bu araştırmayı yapmanın amacı, araştırmanın önemi, araştırma sorusu ve temel hipotez ele alınmaktadır. Diğer taraftan araştırmanın kapsamı ve özgün tarafları da araştırmanın evreni ve sınırlılıkları adı altında ayrıntılarıyla ortaya konulmuştur.

1.1. Problem

Sanat eğitiminin her türlü toplumlara ve evreni güzele ve daha iyiye taşıdığı için Güzel Sanatlar Fakültelerinin bireyi hayata hazırlamada önemli bir işlev gördüğünü söylemek mümkündür.

Cumhuriyetle birlikte 90 yıldan bu yana görsel ve plastik sanat eğitimlerini sürdüren Güzel sanatlar fakültelerimiz şimdi, teknolojik alt yapıdan Öğretim elemanlarına kadar birçok konuda dünden daha iyi durumdadırlar. Fakat bilim ve teknolojinin son imkânları devletimiz tarafından hem öğrencilere hem de öğretim elemanlarına sunulmasına karşın “ne derece hedeflendiği şekilde işe koşulabilmektedir” sorusu orta yerde durmaktadır.

Güzel Sanatlar, İletişim ve Sanat-Tasarım Fakülteleri şemsiyesi altında bulunan Sanat Bölümlerinin kimilerine göre en önemli Programı Fotoğraf ve Videodur. Usta-çırak ilişkisi ile öğretilen Fotoğrafçılık eğitiminde yaygın kanı bu bölümü bitirenlerin aldıkları eğitim sonrası sanki sadece fotoğrafçı olacağı düşüncesidir. Hâlbuki Fotoğraf ve Video Programını bitiren bir öğrenci Kitle İletişim Araçları kategorisinde faaliyet gösteren tüm yayın organlarında çalışacak birikimle mezun olmaktadır.

Üniversitelerde ve piyasada yakın zamana kadar verilen fotoğraf ve video eğitimlerinin tümü Analog Sistemin bir gereği olarak düşünülmüş ve uygulanmıştı ancak iletişim ya da dijital gelişmelerin bir sonucu olarak Sayısal/Dijital Sistemin piyasaya hakim olması ile birlikte, beraberinde birden fazla soruna yol açmıştır. Bu

sorunların başında etik sorunu gelmektedir. Sosyal Medya ağlarının zaman içerisinde çeşitlenmesi ve çoğalması ile birlikte üretilen içeriğin niteliği; üreten ve tüketen denkleminde tartışmaya yol açmıştır. Güzel Sanatlar Fakülteleri bünyesinde verilen Fotoğraf ve Video eğitimlerinin niteliği; estetik, plastik ve etik açısından aranır olmuş ve gerekliliğine paralel önemi de artmıştır.

Günümüzde Dijital teknoloji insan hayatının her noktasında varlığını göstermektedir. Birey günlük yaşamında birçok işini sosyal medya üzerinde mobil cihazlarla veya yerleşik cihazlarla hallederek katma değer sağlamaktadır. Dijital teknolojinin bu derece insan hayatına girdiği günümüzde, fotoğraf teknolojileri ve dolaylı olarak fotoğraf ve video sanatı da bu değişimden etkilenmiştir. Kökten değişime uğrayan sektör beraberinde üretim süreci üzerinde, belli kurallar ve ortak ilkeler üzerinden bir üretimi ve okumayı gereklilik kılmıştır. Sosyal medya ortamlarını kullanan bir fotoğraf ve video programı öğrencisi aldığı eğitim gereği görseller üzerinde etkili okumalar yapıyor olması beklenen bir sonuçtur. Aksi takdirde Fotoğraf ve Video programlarında verilen eğitimin niteliği tartışılır ya da revize edilmelidir düşüncesi gelişir.

Fotoğraf ve Video bölümlerinin ders içerikleri incelendiğinde fotoğraf ve video sanatına yönelik kuramsal ve uygulamalı bir içeriğin varlığı görülmektedir ancak verilen bu eğitimin sosyal medya tercihleri üzerinde estetik, plastik ve etik bilinç oluşturmada hangi öneme sahiptir ya da ne gibi bir sonuç doğurmaktadır henüz tespit edilmiş değildir. Fotoğraf ve Video Anabilim Dalı öğrencileri 4 yıllık eğitimleri sonucunda;

1. Uygulamadaki Öğretim içeriklerine yönelik içerik yeterliliklerin ne derece öğrenciye yansıyor yansımadağı,
2. Öğrencilerin ne derece estetik, plastik ve etik fotoğraf ürünleri çıkarabildiğini ya da üreterek tüketebildiği,
3. Derslerin çağımızın teknolojisine uygun işlenip işlenmediği,
4. Derslerin içerik bakımından sosyal medya ortamlarındaki görsel ve içerik okumalarımızda tercihlerimizde ne derece yönlendirici ve etkili olduğunu tespit ederek nitelikli ve sonuç alıcı bir eğitim amaçlanmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Genel fotoğraf bilincinin sosyal medya ağları içerisindeki etkisinin Estetik, Plastik ve Etik açısından incelenmesidir.

Temel amaç; Fotoğrafa dair estetik, plastik ve etik eğitimi alan bir öğrencinin, uygulamada yani sosyal medya ağları üzerinde ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktır.

Diğer bir deyişle, öğrencilerde Fotoğrafa özgü oluşan estetik, plastik ve etik normlarının sosyal medya ağları kullanımında tercihlerini etkileme durumu ele alınacaktır. Bu amaca ulaşmak için aşağıdaki konulara cevap aranmıştır;

1. Başarı Testi uygulanmıştır. Bölüm veya program derslerinden Plastik, Estetik, Etik ve Temel Dijital Fotoğrafçılık konularını içeren derslerden çoktan seçmeli sorular sorulmuştur. Bu sorular ile Fotoğraf ve Video öğrencilerinin “teorik bilgi” düzeyleri ve görüşleri” ortaya konulmuştur. Başarı Testindeki sorular; 4 yıllık Eğitim ve öğretim sürecinde programda yer alan dersleri kapsamaktadır. Bu bölümdeki soruların ana hatları ile başlıklara dağılımı şu şekildedir: Temel Dijital Fotoğrafçılık Testi (1-18 arası), Estetik Öğeler (19-23 arası), Plastik Öğeler (24-26 arası), Etik Öğeler (27-31 arası).

2. Fotoğrafta Plastik-Estetik-Etik Tutum / Görüş Belirleme Formu uygulanmıştır. Açık uçlu sorulardan oluşan bu bölümdeki sorulara Katılım Düzeyinde cevaplar verilmiştir. Bu testle; Fotoğrafta Plastik-Estetik-Etik konuları hakkındaki bilgi düzeyleri, görüş ve beklentilerin ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu bölümdeki soruların ana hatları ile Başlıklara dağılımı şu şekildedir: Temel Dijital Fotoğrafçılık Testi (K32 ile K49 arası), Estetik Öğeler (K50 ile K54 arası), Plastik Öğeler (K55 ile K57 arası), Etik Öğeler (K58 ile K62 arası).

3. Sosyal Medya Görüş Formu uygulanmıştır. Fotoğrafta Plastik-Estetik-Etik ve Temel Dijital Fotoğrafçılık Öğelerinin Sosyal Medya Ağları kullanımında etkisinin ölçülmesi yapılmıştır. Bu formda sorular, fotoğraf ve video sanatına yönelik düşüncelerin estetik, plastik ve etik açısından okunması ve değerlendirilmesi şeklinde tasarlanmıştır. Sosyal Medya Görüş Formundaki Sorular üç temel başlıkta ele alınmıştır. Bunlar: Fotoğraf alanında çok kullanılan sosyal medya alanları, Video alanında çok kullanılan sosyal medya alanları ve Diğer çok kullanılan sosyal medya alanları şeklinde oluşturulmuştur.

1.3. Araştırmanın Önemi

Önem açısından tez çalışmasının bulgularından yola çıkarak araştırmamızın önemini şöyle özetleyebiliriz:

1. Fotoğraf ve video bölümü lisans eğitimi ders programının, günümüz teknolojisine paralel ilerleyip ilerlemediği, öğrencilerin dijital fotoğrafçılık ve video teknikleri konusundaki başarı düzeyi ve derslerde yaşanan problemlerin tespitinin ortaya konulması birçok açıdan önem arz etmektedir.

2. Bir diğer önem ise, Fotoğraf ve Video Anabilim Dalları'nda verilen fotoğraf ve video derslerinin kur tanımlarında, sayısal fotoğraf kavramının nasıl daha verimli kullanılacağına ilişkin gelecekteki çalışmalara öncülük etmesidir.

Gelecekteki çalışmalara öncülük etmesi açısından, sürdürülen fotoğraf ve video lisans eğitiminin verimliliğinin artırılmasının tespiti ve çözüm yollarının ortaya konulması amaçlanmıştır.

3. Bu çalışmanın, ileri zamanlarda yapılacak benzer çalışmalara örnek teşkil ederek öncülük etmesi bakımından önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

1.4. Varsayımlar

Varsayımsal açıdan; anket çalışmasına katılan öğrencilerin (Fotoğraf ve Video Bölümünde fotoğraf ve video derslerini alan lisans seviyesindeki öğrenciler), internet ve sosyal medya kullandığına dair beyanları esas alınarak yürütülmüştür. Yıldız Teknik Üniversitesi (İstanbul), Bahçeşehir Üniversitesi (İstanbul), ve Gazi Üniversitesi (Ankara) Fotoğraf ve Video Bölümleri'nde verilmekte olan fotoğraf ve video derslerinin işleniş biçimleri paralellik göstermektedir.

1.5. Çalışma Evreni ve Sınırlılıklar

Türkiye genelinde çalışma evrenimizin sadece üç üniversitede bulunması örneklem seçimimizi de kolaylaştırmıştır. Türkiye sınırları içerisinde faaliyet gösteren Vakıf ve Devlet Üniversitelerinin Güzel Sanatlar ve İletişim Fakültelerinin Fotoğraf ve Video Bölümlerinin 1., 2., 3. ve 4. Sınıf öğrencileri tercih edilmiştir.

Türkiye'de Fotoğraf ve Video Bölümleri olan ve aynı zamanda çalışma evrenimizi teşkil eden Üniversiteler; Yıldız Teknik Üniversitesi (İstanbul) ve Bahçeşehir Üniversitesi (İstanbul) ve Gazi Üniversitesi (Ankara)'dır. Araştırmamızda örneklem olarak Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversitesi uygun görülmüştür.

Araştırmada sadece Fotoğraf ve Video Anabilim Dalı'nda lisans düzeyinde öğrenim gören ve fotoğraf ve video derslerini almakta olan 1., 2.,3. ve 4. Sınıf öğrencilerle sınırlıdır.Tezin kavramsal çerçevesi, video ve fotoğraf sanatının sosyal medya ağıları içerisinde estetik, plastik ve etik zihin üzerinden okunması ile sınırlı tutulmuştur. Çalışma sürecinde, dijital fotoğrafçılığın bir gereğı olarak video performansları ve uygulamaları kapsam dışı bırakılmıştır.



2. FOTOĞRAF VE VIDEO SANATINA GENEL BAKIŞ

En sade ve bilinen anlamıyla “anı dondurmak” anlamında kullanılan fotoğraf sözcüğü aslında kullanıldığı günden beri birçok ihtiyacı karşılamıştır. Belge niteliği taşımanın yanı sıra birçok disipline yardımcı eleman olarak işe koşan özelliği ile fotoğraf elemanı varlığını her geçen sürdürmektedir. Örneğin fotoğrafın sanat mı değil mi tartışmasının başladığı günden bu yana fotoğraf sanatı her geçen gün daha çok ihtiyaç haline gelerek disiplinlerarası özelliği ile vazgeçilmezliğini ve sanata katkısını arttırmıştır. Günümüz dijital ya da diğer deyişle sayısal teknolojisi fotoğrafı daha da dev bir sanayi dalına dönüştürerek ihtiyaç haline getirmiştir. En az 11 karenin bir araya gelerek 1 saniyede oluşturduğu hareketli fotoğrafların adı olan video ise fotoğraf sanatının etkisini bir adım daha ileri taşıyarak işlevini sürdürmüştür. Bu bağlamda video sanatı, ilk kez ticari televizyona bir tepki olarak, 1960’ların başında bazı sanatçıların uygulamalarıyla ortaya çıkmıştır. Video sanatın ortaya çıkışı teknolojik sebeplerle açıklanabileceği gibi, sanatta yaşanan değişimlerle de açıklanabilir gelişimleri kapsamaktadır. Video sanatı da, diğer elektronik teknolojisine dayanan sanat akımları ve dalları gibi toplumun görüntülere birer tüketim malzemesi olarak bakmasından ortaya çıkan bir sanat dalıdır.

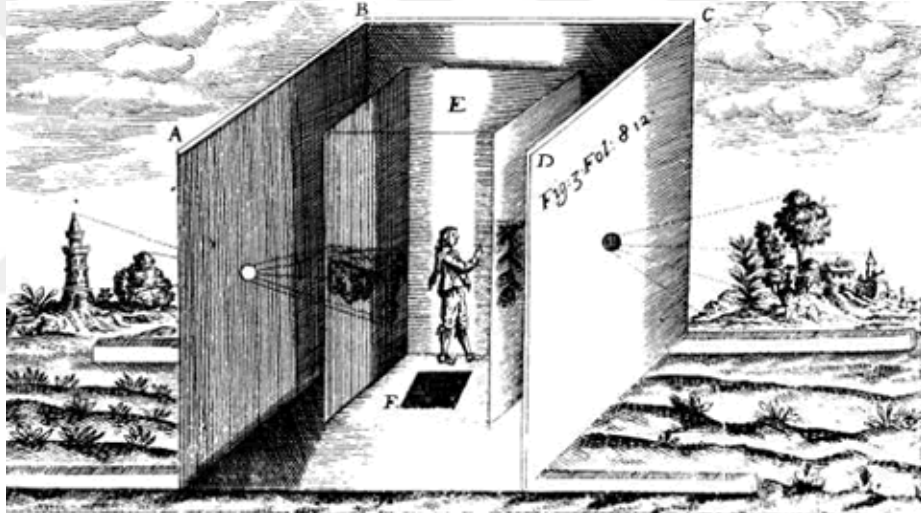
2.1. Fotoğraf

Fotoğrafın tarihsel süreci serüveninde analog fotoğraf makinaları ile dijital fotoğraf makinaları çok büyük oranda aynıdır. Zira makinaların çalışma prensipleri, süreçleri, netleme ve pozlama ile ilgili kontrol sistemleri ve makineyi kullanabilmek için gerekli olan beceriler dünden bugüne çok farklılık arz etmemektedir. Sadece bu anlamda farklılığın en büyük ve en belirleyici olduğu aşama, objektiften içeri giren ışığın kaydedilmesi aşamasında meydana gelmektedir. Sorun, yeni sistemde görüntü, film yerine belleklere sayısal olarak kaydedilmektedir.

2.1.1. Fotoğrafın Tarihsel Süreci

Günümüzde adeta büyük bir sanayi dalına dönüşen ve şirketler bazında milyar dolar sermaye ile ifade edilen fotoğraf, asırlar önce çeşitli bilim adamlarının çalışmalarıyla başlayan, uzun bir serüven sonunda ortaya çıkan ve XIX. yy'ın en dikkat çeken buluşlarından birisidir (Gençcelep, 2011: 2). Bu bağlamda, ışık ile yazmak anlamına gelen fotoğraf kelimesinin kökü, Yunanca ve Latince dillerine dayanır. Photos (ışık) ve graphis (yazı) kelimelerinin birleşiminden oluşur (Anonim, 2013: 1).

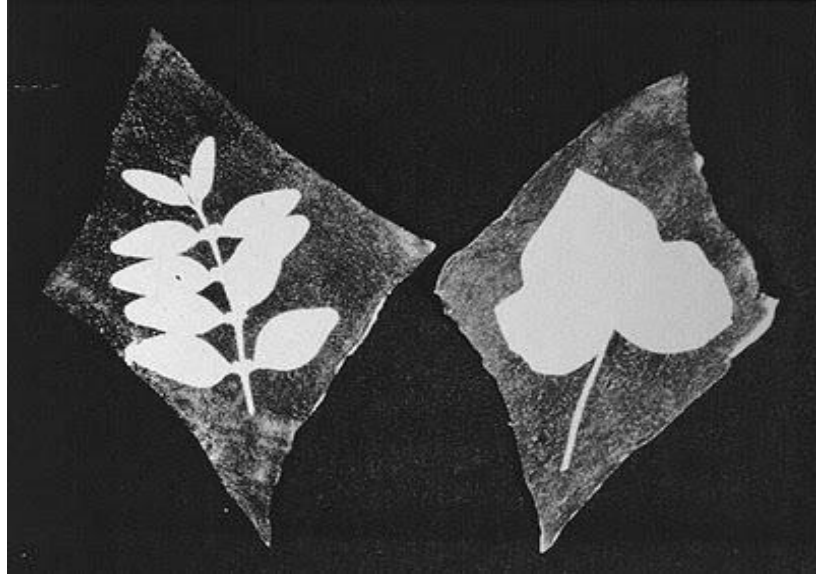
İlk kez X. yüzyılda, Arap bilim adamı (optikçi, matematikçi) İbni-l Heysem güneş tutulmasını izlemek için “camera obscura” olarak adlandırılan ilkel karanlık kutuyu kullanmıştır (Kanburoğlu, 2004: 21). Bu karanlık kutunun çalışması ise, karanlık bir odanın bir duvarına bir iğne deliği (pinhole) açıldığında dışarıdaki cisimlerin görüntüsünün, deliğin karşısındaki duvara ters olarak düşmesi şeklindedir.



Şekil 1: Rönesans'ta Kullanılan Camera Obscura

(Gençcelep, 2011: 2)

Rönesans zamanının sanatçıların estetik ve perspektif kullanıma başvurmaları karanlık kutunun fark edilip kullanılmasına sebep olmuştur. Venedikli biri olan Daniello Barbaro isimli bir kişinin de karanlık kutuya bir mercek yerleştirmesi, netleştirilmiş bir görüntü elde etmesini sağlamıştır (Anonim, 2013: 3). Johann Heinrich Schulze, 1727 yılında gümüş nitrat tozlarının ışığa karşı duyarlı olduğunu fark etmiş ve güneş karşısında karardığını görmüştür.



Şekil 2: Thomas Wedgwood'un Bir Çalışması

([http://alchetron.com/Thomas-Wedgwood-\(photographer\)-1105427-W](http://alchetron.com/Thomas-Wedgwood-(photographer)-1105427-W), Erişim Tarihi: 15.11.2015)

Ardından, Joseph Nicéphore Niépce'nin 1826 yılında sekiz saatlik bir sürede çekilen ilk fotoğrafı, sonrasında çekilecek fotoğraf karelerine öncülük etmiştir (Anonim, 2013: 3-4). Takip eden yıllarda üzerine birçok çalışma yapılmış ve fotoğraf çekim yöntemleri değişmiştir. 1838 yılında Louis Daguerre, ayakkabı boyacısı ve müşteri figürlü ilk insan fotoğrafını çekmiştir.



Şekil 3: Louis Daguerre, "Boulevard du Temple/Temple Bulvarı", 1838

(https://tr.wikipedia.org/wiki/Louis_Daguerre, Erişim Tarihi: 15.11.2015)

1840-1914 arasında ise zengin teknik buluşlar vardır. Hem pozitif, hem de negatif fotoğraf teknikleri oluşmuş ve gelişmiştir. Bu arada fotoğraf filmlerinin duyarlılığı hızla artmış ve pozlandırma süreleri kısalmıştır.

Fotoğrafın matbaa yoluyla çoğaltılmasının bulunması da fotoğrafın yaygınlaşmasını sağlamıştır. Birinci Dünya Savaşı'ndan günümüze kadar olan dönemde en önemli gelişmeler renkli fotoğraf ve son 10-15 sene içinde dijital fotoğraf yönünde olmuştur (Or, 2007: 9). Bu dönem, fotoğrafın sadece teknik bir görüntü değil, sanat olarak da yorumlanmaya başlandığı zaman dilimidir.

Fotoğrafçılık 1970'li yıllardan itibaren elektronikle tanışmıştır. Mekanik teknolojileri yerini elektronik teknolojiye bırakmaya başlamıştır. Bu anlamdaki ilk gelişmeler fotoğraf makinelerinde görülmeye başlanmıştır.

Netleme, ışık ölçüm, film sarma ve gösterge sistemlerinde elektronik teknolojisi kullanılmaya başlanmıştır. Makineler fotoğraf çeken kişilerin hata yapmasına izin vermez hale dönüşmüştür (İyicioğlu, 2006: 1). Elektroniğin fotoğraf makinelerine girmesi ile birlikte, mekanik sistemin ayrılmaz parçaları olan yay, zemberek ve kurma sistemleri yerini elektronik devrelere, göstergeler yerlerini ekranlara, filmler sensörlere bırakmıştır.

Fotoğrafın görünümlere gönderme yapmada en “baskın” ve en “doğal” yol olması ancak 20. yüzyılda ve iki dünya savaşı arasına rastlayan dönemde gerçekleşmiştir. Fotoğraf, her şeyi en yakından gören tanık olarak dünyanın yerine o zaman geçti. Bu dönem, fotoğrafın gerçeğin doğrudan görülmesini sağlayan en saydam araç sayıldığı dönemdir (Berger, 1988: 69-70). Ayrıca bu dönem araç'ı kullanan büyük tanıklık ustaları Paul Strand ve Walker Evans gibi kişilerin dönemidir. Böylece fotoğraf kapitalist ülkelerde propaganda aracı olarak kullanılmasında önü açılmıştır.

2.1.2. Dijital Fotoğraf Kavramı

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi çok eskiden beri yapılagelen bazı işlerin araçlarının ve yöntemlerinin değişmesine neden oldu.

Masaüstü yayıncılık, grafik, mimari, müzik ve daha birçok alanda bilgisayar kullanımı yaygınlaştı. Bilgisayara taşınan üretim sayısallaşmak zorundaydı. Önceleri kağıda yazılan bir metin, artık bir bilgisayar programında yazılıp kağıda basılır oldu (Demirbaş, 2007: 4). Basitçe söylersek, kâğıdın üzerindeki bir harf artık sadece elin birkaç hareketi ile değil, sanal ortamda bir sayı (dijit) ile de ifade edilmeye başlandı.

Elektronikğin fotoğrafçılığa girmesiyle fotoğraf makinelerinin temel yapısı ve özelliği fazla değişmemiştir. Yalnızca teknolojinin artması ile film ortadan kalkarak yerini dijital (sayısal) kayıt ve görüntü oluşturma sistemine bırakmıştır. Fotoğrafçılığın çok geç tanıştığı bu sistem adından da anlaşıldığı gibi sayılarla çalışan bir kopya sistemidir. Fotoğrafçılıkta görüntünün film yüzeyine sabitlenerek kayıt edilmesi optik ve kimyanın kullanıldığı bir dönemdir. Filmin ortadan kalkarak görüntü kaydının CD ve hafıza çiplerine aktarılmasını ise optiğin elektronikle birleştiği dijital (sayısal) sistem dönemi olarak belirtebiliriz (İyicioğlu, 2006: 1). Zira ilk fotoğraf 1826 yılında sekiz saatlik pozlanma süresi ile çekilmiştir. İşte buradan hareketle elde edilen ilk fotoğrafın üzerinden 191 yıl geçmiştir. Başlangıçta çinko levhalara ve kâğıtlara, sonra cam taşıyıcılara, ardından da bugün de kullandığımız asetat tabanlar üzerine tespit edilen görüntü, günümüzde artık CCD ve CMOS tipindeki sensörlere (sayısal algılayıcı) işleniyor (Kanburoğlu, 2009: 14). Dolayısıyla bugün artık oldukça farklı bir görüntü algılayıcısı ve teknolojisiyle karşı karşıyayız.

Elbette fotoğraf da sayısal (dijital) olarak ifade edilebilir, yani sayısallaştırılabilir bir üründür. Genel olarak görüntünün sayısallaştırılma olanağı görsel materyallerin hepsinin dönüştürülmesini mümkün kılmıştır (Demirbaş, 2007: 4). Bugün bir güvenlik kamerasından alınan görüntü ile bilgisayarda çizilmiş bir resmi, bilgisayar teknolojisi açısından birleştiren ortak nokta ikisinin de sayısal olarak bilgisayarda eşdeğer kabul edilebilmesidir. Buradan hareketle fotoğrafın da istisnai bir konuma sahip olmadığını söyleyebiliriz.

Analog ve sayısal fotoğraf makineleri çok büyük oranda aynıdır. Çalışma prensipleri, süreçleri, netleme ve pozlama ile ilgili kontrol sistemleri ve makineyi kullanabilmek için gerekli olan beceriler çok farklılık göstermez (Kılıç, 2010: 6). Bu anlamda farklılığın en büyük ve en belirleyici olduğu aşama, objektiften içeri giren ışığın kaydedilmesi aşaması olarak görülmektedir.

2.2. Video

Genel açıdan bakıldığında zaman video sanatı, televizyon veya sinemanın aksine, hareketli imgelere dayalı sanatsal işlerin bir alt türü olarak ifade edilmektedir. İlk kez ticari televizyona bir tepki olarak 1960'ların başında bazı sanatçıların uygulamalarıyla ortaya çıkan video sanatı, tarihsel olarak ilk kez 1963'te Wuppertal'de Nam June Paik ve Wolf Vostell'in Galeri Parnasse'daki sergilerinde kullanılmıştır. Bu arada video ile birlikte ilk kez bir elektronik görüntü üretme

teknolojisi sanatın ortamına girmiş ve mekanik sanat, geleneksel sanat kavramını değişime zorlayarak varlığını hissettirmiştir. Zira başlangıcından bu yana, video sanatçılarının çalışmalarıyla ilgili iki farklı yöntem takip edilmiştir. Başlangıçta video kamerası basit bir cihaz gibi kullanılırken sonra ise elektronik sistemin özellikleri üzerine deneysel bir araştırma niteliği ön plana çıkarılmıştır. Buradan hareketle elektronik ortamlarda üretilen sanat eserlerin giderek artması ve sanat ortamı olarak elektronik ortamı seçen sanatçıların artışı, sanat kuramcılarının dikkatlerini bu yöne çekmeyi beraberinde getirmiştir.

2.2.1. Video Sanatının Kurgusal Evreni

Video sanatın ortaya çıkışı teknolojik sebeplerle açıklanabileceği gibi, sanatta yaşanan değişimlerle de açıklanabilir gelişimleri içermektedir. İsmi bir teknolojik aletten almasına rağmen, video sanatının tamamıyla teknolojik nedenli bir yaklaşımla ele alınması gerekmemektedir. Video sanatı da, diğer elektronik teknolojisine dayanan sanat akımları ve dalları gibi toplumun görüntülere birer tüketim malzemesi olarak bakmasından ortaya çıkan bir sanat dalıdır (Aksu, 2011: 55). Buradan hareketle sanat görüntüsü ile diğer görüntüler arasında tüketim değeri olarak farklılıkların ortadan kalkması, video sanatının dayandığı temel felsefesini oluşturmuştur.

Video sanatının ortaya çıkmasına neden olan bir başka gelişme ise, video kameralarının yapısındaki değişimdir. Teknolojinin sağladığı imkanlara taşınabilir video kameraların sınırsız olanakları, sanatçıların videoyu bir sanat ortamı olarak kullanması için cazip bir hale getirmiş ve sanatçıların çalışmalarını bağımsız olarak sürdürebilmelerinde sağlamıştır. Bu gelişmeler ile birlikte altmışların başlarında videonun sanatta kullanılmasının öncülüğünü Sony'nin uygun fiyatlı ekipmanını piyasaya sürmesinin ardından Nam June Paik yaptı ve yetmişlere gelindiğinde bir dizi sanatçı bir sanat ortamı olarak videoyla kapsamlı deneysel çalışmalar yapmaya başlamıştır (Fineberg, 2014: 490). Dolayısıyla videonun ticari televizyonda kullanılmaya başlanması ile birlikte nesnellik konusunda önemi artmıştır.

Video sanatı, televizyon veya sinemanın aksine, hareketli imgelere dayalı sanatsal işlerin bir alt türüdür. Video sanatı ile sinema arasındaki farklılıklar şöyle belirtilebilir: Bir anlatı ve eğlence sanatı olan sinema gibi, oyuncu, diyalog, konu, senaryo gibi öğelere mutlaka sahip olması gerekmez. Bu ayrım videoyu sadece sinemadan değil, tanımların bulanıklaştığı bağımsız filmler, kısa filmler, avant-garde

sinema gibi sinemanın alt kategorilerinden de ayırmak için önemlidir (Eren, 2010: 82). Bu bağlamda, sinemanın ana amacı eğlendirmek iken, videonun ise mecranın sınırlarını keşfetmek veya izleyicinin alışlageldik sinema beklentilerine karşılık vermek olarak özetlenebilir.

Video sanatı, ilk kez ticari televizyona bir tepki olarak, 1960'ların başında bazı sanatçıların uygulamalarıyla ortaya çıkmıştır. Tarihsel olarak ilk kez 1963'te Wuppertal'de Nam June Paik ve Wolf Vostell'in Galeri Parnasse'daki sergilerinde kullanılmış ve 1964'te İmajın Deneysel Etkisi adı altında Boston'ın VGBH-Tv'nin "Broadcast Jazz Workshop" programında yayınlanmıştır (Şahiner, 2008: 65).



Şekil 4: Nam June Paik, "Buddha Watching TV", 1974-1997

(<http://theredlist.com/wiki-2-351-382-1160-1274-view-korea-profile-paik-nam-june.html>, Erişim

Tarihi: 11.08.2016)

Video ile birlikte ilk kez bir elektronik görüntü üretme teknolojisi sanatın ortamına girmiş ve mekanik sanat, geleneksel sanat kavramını değişime zorlamıştır. Elektronik sanatın gelişmesinde, kendi kuramlarını ve koşullarını oluşturmada bu radikal eylemlerin payı oldukça büyüktür. Gerçekleştirilen radikal denemelerle sanat kavramında da köklü değişimler gözlenmiş, video sanatçıların bu denemeleri elektronik sanat çağıının ilk habercileri olmuştur (Aksu, 2011: 57). Tüm bu gelişmelerden hareketle artık sanatın hedef kitlesi olan izleyicilerde etkileşim içinde var olabilmeleri için bilgilenmek ve aydınlanmak mecburiyetinde kalmıştır.

Videonun anında kaydetme ve kullanım kolaylığı, birçok kavramsal sanatçıyı etkilemiştir. Nam June Paik, Bill Viola, Bruce Nauman gibi sanatçılara, Gary Hill, Paul McCarty, Andy Warhol ve Cindy Sherman gibi sanatçılar katılmıştır. Nam June Paik, aynı zamanda bestecidir. Hong Kong ve Tokyo’da müzik ve sanat tarihi eğitimi almış doğu ve batı felsefesini içeren çalışmalar yapmıştır. John Cage ile tanışması elektronik müzikle ilişkisini pekiştirmiş ve 1960’larda katıldığı “fluxus” gösterilerinin başlangıcı olmuştur (Eren, 2010: 86). Zira devam eden zaman içerisinde Paik, günlük yaşam seslerini ve gürültüyü daha fazla eserlerine katma yolunu seçmiştir.



Şekil 5: Nam June Paik, "Candle-TV", 1990

(<http://theredlist.com/wiki-2-351-382-1160-1274-view-korea-profile-paik-nam-june.html>, Erişim

Tarihi: 15.08.2016)



Şekil 6: Nam June Paik, "Beuys/Voice", 1987

(Aksu, 2011: 73).

Bu arada Paik, televizyonu sadece bir iletişim aracı olarak değil, deneysel çalışmalarının malzemesi olarak da kullanmıştır. Televizyon ekranını sanatın yeni ifade olanaklarına dönüştürmeye çalışarak Televizyon göstericileri ile birlikte kullandığı birbirlerinden farklı nesnelerle oluşturduğu video heykeller ile robotları, günümüz televizyon toplumunu ve onun sosyo-kültürel ve siyasi sonuçlarını yansıtma yolunu seçmiştir (Eren, 2010: 87). Paik'e göre televizyondaki iletiler birer dini olgu niteliği durumuna gelmektedir. Bu nedenle, çalışmalarında televizyonları üst üste ve yan yana dizmesi bazen haç bazen de totem şeklinde konumlandığından çok tanrılı ya da tek tanrılı dinlerin ikonik algılanış biçimi, Paik'in işlerini anlamlandırdığı algıyı ifade etmektedir. Ayrıca Paik'in amacı, televizyon ekranındaki gösterimle ilgilenen birinin arzusunu ve bakışını eleştirel bir noktaya taşımak, farklılaştırmak ve değiştirmek olarak özetlenebilir.



Şekil 7: Nam June Paik, Watchdog II, 1997

(<http://theredlist.com/wiki-2-351-382-1160-1274-view-korea-profile-paik-nam-june.html>, Erişim

Tarihi: 21.08.2016)

Video teknolojisinin karakteristiklerini araştırmalarına taşıyan sanatçıların yaklaşımları oldukça farklıdır. Sanatçılar, elektronik aracı, basit bir kayıt aracı olarak değil, resimsel ve heykelsel materyalleri dönüştürebilecekleri karmaşık bir sanatsal yöntem olarak düşünmekteydiler. Böylece, örneğin aracın tüm olanaklarını (ve formlarını) araştırmaları boyunca kullanan Paik, video kameranın içeriğindeki

elektronik özelliklerle oynayarak (ses ve görüntü kaydırma yöntemleri) ve kameranın çalışma biçimine müdahale edilmesi sonucu ortaya çıkan, siyah-beyaz “soyut” kayıtlar yapabilmıştır (Şahiner, 2008: 66). Zira 1964 yılında Nam June Paik, New York’a taşınmış ve burada klasik viyolonsel sanatçısı Charlotte Moorman ile çalışmaya başlamıştır. Bu sayede Nam June Paik video sanatını, müzik ve performansla birleştirme şansına erişmiştir. Bunu en iyi örneklerinden bir tanesi “TV CELLO” adı verilen video sanatı performansıdır. Bu performansta Nam June Paik üç televizyonu üst üste koyup bir viyolonsel yapmıştır (Eren, 2010: 90). Bu bağlamda Paik bu çalışması ile sesleri bozmayı ve enstrümanların kullanım şekillerini değiştirmeyi ironik bir dille yansıtmıştır.



Şekil 8: Nam June Paik, “TV Çello”, 1971

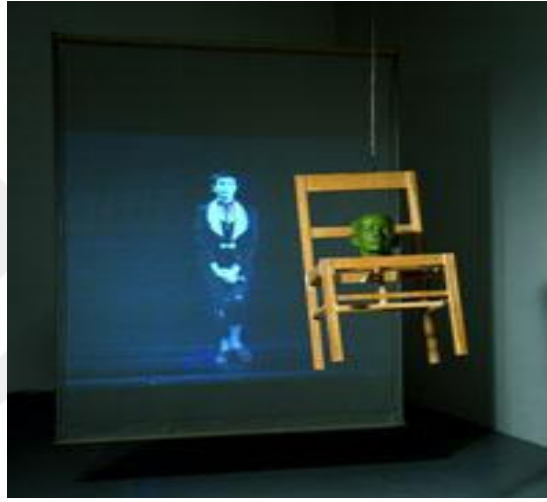
(<http://pt.slideshare.net/venisemelo/june-paik>, Erişim Tarihi: 28.08.2016)



Şekil 9: Bruce Nauman, “Live Taped Video Corridor”, 1970

(http://enacit3srv5.epfl.ch/WP_2013_SP/lenherr/?p=686, Erişim Tarihi: 02.09.2016)

Bu gelişmeler ışığında Bruce Nauman, sinema ile video teknolojisini karşılaştırmıştır. Ona göre video sanatı sinemanın önüne geçmektedir. Videoda bulunan ama sinemada bulunmayan anıdalığın dikkatini çekmiştir. Ayrıca videoda görüntüler elektronikken, sinemada kimyasal olması, sinemayı pahalılaştıran diğer olgulardan biridir. Nauman, görüntü ve sesin sinemada ayrı ayrı kaydediliyor olmasında, sinemanın bir dezavantajı olarak görmektedir (Eren, 2010: 100). Zira tüm bu gerçeklerden de anlaşılacağı üzere Nauman'ın video çalışmaları hassas ve sadeliği ile meslektaşlarının çalışmalarından farklılık göstermiştir.



Şekil 10: Bruce Nauman, “One Hundred Live and Die”, 1984

(Eren, 2010:101)

Diğer taraftan Gary Hill, Her Zaman Halihazırda Gerçekleşmekte Olduğu Kadar (Inasmuch As It Is Always Taking Place) başlıklı yapıtında, video monitörleriyle kafa karıştırıcı bir obje yaratmıştır. Neredeyse hareketsiz (ama tam olarak değil) bir insan bedenini 16 bölünmüş parçaya ayırmıştır (Fineberg, 2014, 490). Dolayısıyla Hill bu yapıtında ki bu her bir parçayı ayrı ayrı video monitörüne yerleştirilerek uzanmış bir beden in şaşırtıcı şekilde gerçek gibi olan algısını yaratmak için kısmen televizyonun “hakikat” değerine vurgu yapmıştır.



Şekil 11: Gary Hill, “İnasmuch As It Is Always Taking Place”, 1990

(Eren, 2010:96)

Ayrıca çeşitli ölçülere sahip bu monitörlerdeki imaj kılıflarının düzenlenmesi insan bedeninin doğal düzenlenişine paralellik göstermemekle birlikte kundaklanmış izlenimide vermektedir.



Şekil 12: Gary Hill, “Withershins”, 1995

(http://atc.berkeley.edu/bio/Gary_Hill/, Erişim Tarihi: 02.09.2016)

Paul McCarthy ise insan psikolojisini etkileyen video performansları, enstalasyonları ve fotoğraf işleriyle günümüz insanına ve toplumuna meydan okuyan bir şok sanatçısı olarak tanımlanabilir. Genel olarak, Amerikan televizyon kültüründeki tüketim ikonalarını ana tema olarak kullanan sanatçı, Amerikan aile yapısında bulunan çarpık cinsellik, şiddet ve sapkınlığı, her Amerikalı aile mutfağının olmazsa olmazı ketçap kutusu üzerinden vermeye çalışmış ve sanatta şok etmeyi, gerilimi,

dolayısıyla düşünmeyi yoğunlaştırmayı hedeflemiştir (Eren, 2010: 97-98). Böylece performanslarında çıplak vücut, hardal ketçap, dans eden sosisler, ipler kullanan sanatçı, tüketim toplumunun insan bedenlerini nasıl olup da birer boş çöp tenekesi haline getirmiş olmasına tepkisini göstermiştir.



Şekil 13: Paul McCarthy, “Peter, Paul”, 2001-2002

(<http://bombmagazine.org/article/2564/paul-mccarthy>, Erişim Tarihi: 05.09.2016)

Bu arada 1990’ların sonlarında sanat dünyası daha küresel hale gelirken, video da giderek artan biçimde özgün yerel kültürleri ve kişisel belleği keşfetmiştir.



Şekil 14: Shirin Neshat, “Rebellious Silence/Asi Suskunluk”, 1994

(Eren, 2010:119)

İslam Devrimi’nden önce İran’dan ayrılan Shirin Neshat’ın “Women of Allah” serisi fotoğraflarında, kadın vücutu üzerindeki yazılar, hem üzerlerine işlenmiş bir kader

yazgısını, hem de damgalanmış bir kimliği temsil etmektedir (Eren, 2010, 119-120). Böylece genel olarak Ortadoğu ülkelerindeki yasaların sınırlarını konu alarak çalışmalar yürüten Neshat, Batılıların İslam kadını ve İslam kimliğini nasıl kişiselleştirdiğine vurgu yapmış, çağdaş ve geleneksel siyasal modelleri karşılaştırmıştır.

2.3. Fotoğraf ve Videodaki Sanat Akımları

Fotoğraf akımlarının anlaşılması ve çözülmesi için fotoğrafın diğer sanat dalları ile olan ilişkisinin açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda sanat tarihinde devamlılık arz eden akımların sanat hareketlerine yön verdiğini söylemek mümkündür. Joseph Nicephore Niepce'nin 1826 yılında sekiz saatlik bir sürede çekilen ilk fotoğrafı, sonrasında çekilecek fotoğraf karelerine öncülük etmiştir ancak fotoğraf, sanat alanında önceleri diğer görsel sanatların incelenmesinde bir araç olarak kullanılmıştır. En çok da resimin yardımcısı olarak işlev gören fotoğraf, gelişim süreci içinde, görüntü üretme yöntemlerinden biri olarak diğer sanatları ciddi bir şekilde etkilemiştir.

Video'da Sanatsal temeller ise hayata geniş noktadan bakıldığı zaman var olmanın temel koşulu yaratma ihtiyacı olarak göze çarpmaktadır. Böylece yaratma, insanın kendini yaratmasıdır. Var olanın dışına çıkarak yeni arayışlara girilmesi ve yeni yapıların kurulması sanatsal yaratmadır. Doğanın, nesnenin kopya edilmesi sanat değildir. Sanat, tabulaşmış olan sanatsal ve geleneksel değerlerin benzerlerinin çoğaltımı da değildir (Aksu, 2011, 25). Buradan hareketle insan potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda yaratıcılık gözlem ölçüleri ile sınırlı değildir. Zira evreni algılamada yaşamsal kavramlaştırma süreçleri en önemli ihtiyaç olarak orta yerde durmaktadır.

Video görüntülerinin algılama olanağı ve farklı alanlardan gelen sanatçıların videonun sanatta kullanılabilecek özelliklerini keşfetmesi, sanatsal işler için uygunluğu (durdurma, üst üste bindirim, görüntü bozma, renkle oynama, ses kaydı) video sanatını geliştirmiştir. 1970'lerde yaygınlaşan video art çalışmaları, kavramsal sanata katkıda bulunmuş; anında kayıtlardan oluşan çalışmalar, feminist performans, video heykeli, video düzenlemeleri gibi geniş bir alanda üretim yaygınlığını arttırmıştır. Plastik sanatlar çevresinin alternatif sanat yapma biçimleriyle ilgilenen

sanatçıların videoyu bir sanatsal üretim aracı olarak algılaması ve kullanması oldukça kısa bir süre içinde olmuştur. 1990’larda internetin yaygınlaşması ile birlikte, kavramsal sanat çalışmaları içerisinde video önem kazanacak ve kullanımı hızla yaygınlaşacaktır (Eren, 2010, 85-86). İfade etmek lazım ki video sanatı dün olduğu gibi bugün de en çok kullanılan ve etkileyen bir sanattır.

Sadece videoya özgü olan bu özellik video sanatçıları için başka bir yaratımsal avantajı da beraberinde getirmektedir. Bu özellik sanatçılara video görüntüsüne her aşamada müdahale imkânı tanımakla birlikte video görüntüsünün çarpıtılması, farklılaştırılması, renk eklenip çıkartılması oldukça basittir (Aksu, 2011, 60). Bu bağlamda bir bakıma gerçek görüntülerden yola çıkılarak, var olan görüntüler bir yaratım süreci ile yeniden yorumlanması durumu sözkonusudur. Böylece yapısal bir dilin temelleri oluşturulmuştur.

Yeni düşüncelere açıklığın bir göstergesi olmasının ötesinde video sanatı, yeni teknolojinin etkisiyle insan olarak bizim görüşümüzün nasıl genişlediği ile ilgili düşünceler de ortaya koymaktadır. (Kılıç, 1995, 65). Bu düzlemde var olan her şeyin, ortamın kendi dilini ve kavramlarını oluşturmaya çalışması gibi, elektronik sanat ürünleri ortaya koyan sanatçılar da kendi dillerini oluşturmaya çalışmışlar ve sanat tarihine, elektronik sanat kavramlarını yerleştirmek için çaba sarf etmişlerdir. Özellikle video sanatçılarının bu konu üzerindeki çalışmaları oldukça etkili olmuştur (Aksu, 2011: 54). Zira bu yeni sanat alanının kavranmasında en etkili rolü video sanatçıları üstlenmiştir.

Söz konusu konuda akademisyen Ulus Baker video üzerine derinlikli çalışmalar yapmıştır. Baker özellikle sinema ve video arasındaki farklara odaklanan bir makalesinde konuya ilişkin şunları ifade etmiştir: *“Görsel-işitsel her şeyi "sinematografik" konvansiyonlar dahilinde de değerlendirmekten vazgeçebilirsek ("önünde sonunda bunlar da kurgu yapıyorlar" pek sağlam bir yaklaşım değil çünkü) herhalde videocuların neye yeltendiğini hissetmek daha bir kolaylaşacak. Bu bir avangard değil, başlangıçta belki öyle görünmek istedi, çünkü politik birtakım deritlerle örtüşmüştü. Şimdiyse en modern görsel-işitsel teknolojilerin bir yoğunlaşma odağı mı olduğunun, acaba bir sanata dönüşme ihtimalinin olup olmadığının sorgulanması gibi meseleler etrafında bir tartışma ortamı olarak duruyor”* (Baker, [06.10.2016]).

Bu bilgilerden hareketle fotoğraf ve video’da sanatsal akımlar zaman içerisinde toplumsal ihtiyaçların bir gereği olarak ortaya çıkmış ve gelişme göstermiştir. Çağdaş sanat hareketlerinin içinde yer alan akımlar kimi yerde eşzamanlı ve bazende birbirinin birikimleri üzerine inşa edilerek ortaya çıkmış ve varlığını devam ettirmiştir. Fotoğraf ve video sanatının temelini oluşturan sanat akımları Empresyonizm, Romantizm, Dadaizm, Sürrealizm, High-Art, Belgesel, Sembolizm, Strüktüralizm ve Soyutlama, Kübizm, Dinamizm, Fütürizm, Pictorializm, Pop-Art, Natüralizm ve Fluxus olup aşağıda şu şekilde özetlenmiştir.

Bu bağlamda,

Diğer akımlarada ilham olacağı düşüncesi ile **Empresyonizm** önemli bir harekettir. Empresyonizmin en uygun tanımı belki de şudur: Tabiata bir prizmanın arkasından bakmaktır. (Read, 2014: 90). Empresyonizm, fotoğrafın sahiplendiği “gerçekçiliğe” alternatif bir akım olarak boy göstermiştir. Ancak empresyonistlerin ışık ve gölgeye sadık kalmaları ve diğer birçok unsur, fotoğrafın özellikleriyle ortaklıklar ve etkiler taşımaktadır (Çağlayan, 1998: 8). Fransız İhtilali İzlenimci akımın ortaya çıkmasına neden olmuştur. İhtilalden sonra burjuvalaşan sanat, dinin etkisinden kurtularak zengin kişilerin himayesine geçti. İzlenimcilerin gündeme gelmesi fotoğrafın bulunuşuyla ilgilidir (Kanburoğlu, 2004: 392). Dolayısıyla Empresyonist ressamlar fotoğrafta ışık kaynağına bağlı olarak görünenin aksine farklı algılanabilen görüntülerin oluştuğunu bulmuşlardır. Bu anlamda Claude Monet’in “Katedraller” adlı serisi örnektir. Monet bu çalışmasında fotoğrafçı Edmond Bacot ‘tan esinlenmiştir. Katedraller serisinde gün ışığının değişik zaman içerisinde kaydedilmesi vardır.



Şekil 15: C. Monet “Katedraller”

(Batuk, 2013:58)

Fransız Devriminin oluşturduğu özgürlükler ortamında doğan **Romantizm**; krallık ve haksızlıklara isyan ederek karşı çıkmıştır (Akkılıç, 2011: 37-38). Romantizm, insanla özdeşleşen ve insanoğlunun varoluşundan itibaren var olan bir duygudur ve ilk kullanımı resim sanatında ortaya çıkmıştır (Kanburoğlu, 2004: 393). Bu bağlamda fotoğrafta romantizmin köklerinin, 19. Yüzyılda profesyonel portre stüdyolarında oluşturulmuş dekorlarla yapılan çekimlere dayandığı söylenebilir. Aşağıda Romantizm fotoğrafçılığına örnek oluşturacak olan Fotoğrafçı Yousuf Karsh’ın “Portrait Of Winston Churchill On The Cover Of Life Magazine” çalışmasında dikkatin yüzde toplandığını ve karakterin ortaya çıkarılması için sıklıkla ellerin çerçeveye dahil edildiğini görmekteyiz.



Şekil 16: Yousuf Karsh, “Portrait Of Winston Churchill On The Cover Of Life Magazine”

(https://en.wikipedia.org/wiki/Yousuf_Karsh/, Erişim Tarihi: 21.12.2015)

Gelişen süreç içerisinde alışagelmış kalıplara ve geleneklere karşı gelişen **Dadaizm**, yenilikçi bir fotoğraf sanatçısı olan Alfred Stieclitz ile başlamıştır. Fotoğraf sanatçısı Alfred Stieçlidz Dadaist sanat ortamında yenilikler konusunda öncü olmuştur. Bu anlamda kes-yapıştır yöntemi ile birden fazla negatifler ile gazete, dergi ve afiş gibi montaj ve fotomontajlar uygulanmıştır. Bu arada Kübistlerden farklı olarak Dadacıların kullandığı malzemeler, seri üretilmiş endüstriyel nesnelerdir ve genellikle doğrudan kullanılmışlardır.



Şekil 17: Max Ernst, 1933

(Aydemir, 2014: 104)

Yapıtlarında hafıza ve arzu ile ilgilenen **sürrealistler**, imgelerini, fotomontaj yöntemi ile bir karşı duruş, bir tür direniş haline getiren Dadadan da büyük oranda esinlendiler (Batuk, 2013: 62). Bilinçaltı dünyasının sanata yansması şeklinde anlamlandırılan sürrealizm’de en önemli öge yaratılan fantezilerin gerçekmiş gibi yansıtılmasıdır. Bu anlamda yaratılan ya da oluşturulmak istenen gerçeklikte fotoğraf ögesi sanata inandırıcılığı kazandırmıştır. Bu çerçevede Salvador Dali yaptığı kolaj çalışması ile kendisi dışında başka sanatçıların çektiği fotoğraflardan bir birleşim yaparak coşkuyu, heyecanı görünür kılmıştır.



Şekil 18: Salvador Dali, “The Phenomenon of Ecstasy/Coşkunun”, 1933 (Sürrealist Fotoğraf, [08.01.2016])

(Aydemir, 2014: 117).

Yapıtlarında netlikten çok hafıza ve arzu ile ilgilenen sürrealistler’e nazaran **High-art** fotoğrafçıları özellikle fotoğrafın bütününde netlik yakalamayı hedeflemişlerdir. High-art akımı fotoğrafçıları arasında, çoklu baskı (multiple printing) yöntemi çok yaygın bir şekilde tercih edilmiştir. Buradan hareketle görüntüdeki her unsur tek tek fotoğraflanıp, baskı sırasında tek bir kağıt üzerinde kompozisyona dahil edilmiştir.



Şekil 19: Robinson “Fading Away”, 1861 ve Rejlander “A Night out Homeless”, 1857

(<https://vedatkonyali.wordpress.com/2009/10/21/high-art-yuksek-sanat-donemi-1850-1870/->, Erişim Tarihi: 25.01.2016)

Yaşamın ve doğanın gerçekliğine dokunmadan birbir kopyalayan ya da tanımlamaya çalışan **Natüralizm**, geçekliğin güzel, çirkin yanı ile ilgilenmemektedir.

Empresyonizm’le Kübizm arasındaki süreçte ortaya çıkan sanat akımlarında natüralist sanat geleneğinin, değişse de devam ettiği görülmektedir. Bu bağlamda Natüralizme gidilen yolda Kübizm ve Dada Hareketiyle geleneksel malzemelerin terk edilmesi yada nesnelerin anlamlarından sıyrılarak yeni anlamlar kazanması ve kavramsal bir boyuta taşınması, yıkıcılık olarak nitelendirilmiştir (Sürmeli, 2012: 337).

Jan Jan Van Eyck’ın Torino Pinakoteğindeki “Aziz Francesco’nun Stigmatları Alışı” örnek olarak gösterilebilir (Read, Sanatın Anlamı, 2014: 64-65). Zira bu eserde gerçek olan idealleştirilmiş ve sanki Aziz ile değil, gerçek bir insanın sakin veya canlı portresi ile karşı karşıyayız durumu söz konusudur.



Şekil 20: Jan Van Eyck, Aziz Francesco'nun Stigmatları Alışı, 1438

(<http://www.san-francesco.org/immagini.html>, Erişim Tarihi: 05.07.2016)

Romantizmin devamı sayılan Sembolizm, realizme karşı duygusallığı tercih etmiştir. Sembolizmde gerçek ya da somut nesneler, dış dünya ile insanın duyuları arasında köprü kurmaya yarayan birer simge olarak anlam kazanmaktadır. Bu arada 1855 yılında Fransa'da temeli atılan Sembolizm hareketi Amerikalı ve İngilizlerden meydana gelen kimi fotoğrafçılar arasında 1960 ile 1970'li yıllarında önemli bir yere gelmiştir.



Şekil 21: William Blake, Adem ile Havva, Habil'in Cesedini Buluyor, 1825

(<http://www.sanatduvari.com/resim-ve-siire-konu-olan-mistik-akim-sembolizm/>, Erişim Tarihi: 13.02.2016)

Resim sanatında soyut resim olarak anlam bulan **Strüktüralizm ya da Soyutlama**, 1950-1960 yılları arasında Fransa'da entellektüel bir hareket olarak bilinmektedir. Bu akımın öncü sanatçılarından başında Mari Mahr, çalışmalarını fotoğraf, resim ve boyadan meydana getirmektedir. Mahr, çalışmalarında sade objelerini kullanarak onları başka bir biçime dönüştürmektedir. Mahr'a ait olan aşağıdaki görüntüde de görüldüğü üzere fotoğrafın bilinen gerçekçiliğinin bozularak soyutlandığını görmekteyiz.



Şekil 22: Mari Mahr, “New Mexico 1931”, 1981

(http://marimahr.com/works/georgia_o_keeffe/index.html, Erişim Tarihi: 09.03.2016)

Kübist resim, fotoğraftan etkilendiği gibi modern fotoğraf da Kübizmden etkilenmiştir. Kübizmden alınan dersler moderne çok iyi ayak uydurulmuş fotoğraflık stile yol açmıştır. Başarılı birkaç fotoğraf için doğal bir sanat stili olarak değerlendirilmiştir (Aydemir, 2014: 81). Bu noktada fotoğraf sanatının resim sanatı birikimlerinden faydalandığını söyleyebiliriz. Kübizm’de anlayış olarak bir çerçeve içerisinde birden fazla görüntünün yer alması vardır. Kübistler ilk Emprestyonistlerin öne çıkan benzeyişleri hacim konusuna ortak yaklaşımlarıdır. Fotoğrafçı Etienne Carjat’ın çekmiş olduğu Charles Baudelaire portresi Kübistler için iyi bir örnektir. Bu çalışmada çekilmiş iki fotoğrafın üst üste getirilerek kaydırma işlemi uygulanarak oluşturulmuştur.



Şekil 23: Etienne Carjat, “Charles Baudelaire portresi”, 1863

(Batuk, 2013: 60)

Fotoğrafta hareketli olmak anlamında kullanılan **dinamizm**; renkli film, zoom objektifler ve elektronik flaş gibi güncel ürün ve fotoğraf teknolojisindeki gelişmeler sonucunda 1950’lere gelindiğinde önemli aşamalar yakalamıştır.

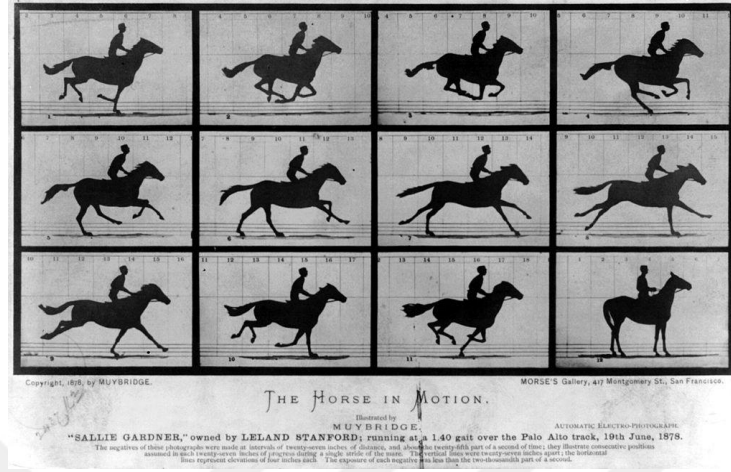


Şekil 24: Ernst Haas, “La Suerte de Varas”, 1956

(<http://www.ernst-haas.com/color-motion.html>, Erişim Tarihi: 09.04.2016)

1909 yılında kübizm’e tepki olarak başlayan **Fütürizm**, kelime anlamı gelecekçiliktir. Fütürizm, geçmişin reddi ve çağdaş dünyanın anahtar kavramları olan dinamizm, hız ve makineleşme gibi teknik ilerlemenin benimsenmesine dayanan bir

sanat hareketidir (Özdemir, [21.04.2016]). Bu doğrultuda fütürizm akımında çağdaş, dinamik olan teknoloji ürünleri önemli görülmüştür.



Şekil 25: Muybridge, "The Horse in Motion", 1878

(https://en.wikipedia.org/wiki/Eadweard_Muybridge, Erişim Tarihi: 05.05.2016)

Fotoğrafi resim gibi sanat yapıtı statüsüne yükseltmeye çalışan **Pictorializm (Resimselcilik)** hareketi 19. yüzyılda başlamıştır. Bu akımda fotoğrafçı fotoğraf çekerken yaratıcılığını işe koşturacağı için gerçekçilikten uzaklaşma durumu ile karşı karşıya kalacaktır. Aslında resimselcilik, fotoğrafın özsel niteliklerinin doğru anlaşılmasından doğan bir yabancılaşmanın sanatsal dışavurumudur şeklinde de açıklanabilir.



Şekil 26: Henry Peter Emerson, "At Plough, The End of the Furrow", 1887

(https://en.wikipedia.org/wiki/Peter_Henry_Emerson, Erişim Tarihi: 25.05.2016)

İkinci Dünya savaşıyla dahada zenginleşen Amerika’da teknolojik gelişimin etkisiyle soyut dışavurumculuğun elitist yaklaşımına karşı popüler imgeleri kullanan sanatçılar kültür ve sanat alanında değişime yol açmışlardır. Bu bağlamda video sanatına da katkıları ile bilinen Andy Warhol, Richard Hamilton, David Hockney gibi sanatçıların çalışmalarıyla **Pop Art** sanatı bir anlamda tüketim toplumunun gerçek bir envanteri niteliğine bürünmüştür. Aşağıdaki örnekte de görüleceği üzere özellikle Pop Art'ın öncüsü Andy Warhol, sanatında seri üretim nesnelere özellikle başvurmuştur.



(<http://www.radikal.com.tr/radikalist/andy-warhol-hakkinda-bilinmesi-gereken-18-sey-1205290/>,

Warhol, sanat çevrelerince de önemsenen ve bilinen “Campbell çorbaları” reklam çalışmasında seri üretim tarzını uygulamıştır.



Şekil 28: Andy Warhol, “Marylin Monroe” portresi 1960

(Batuk, 2013: 64).

3. SOSYAL MEDYA AĞLARI

Yüzyıllardır bireyin her an ve her yerde görünür olma isteği portre resim sanatı ile başlayıp fotoğraf sanatı ile yoğunlaşarak devam etmiştir. Günümüzde ise sosyal medya ile farklılaşıp doruk noktasına ulaşmaktadır. Sosyal medya resim, fotoğraf, video, film gibi görsel paylaşım ağırlıklı iletişimin yanında blok, mikroblog, forum, sözlük, sohbet, tanışma odaları gibi metin tabanlı iletişim ortamları şeklinde de kendini göstermektedir. Diğer bir deyişle sosyal medya; tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemi olarak tanımlanabilir. Ayrıca zaman ve mekân sınırlaması olmadan, paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insanî iletişim şekli olarak okunan sosyal medya dünyası bildiğimiz ya da bilmediğimiz çok sayıda aracı kapsamaktadır. (Uzundumlu, 2015: 85). Bu bağlamda örnek verecek olursak çoğu insan Facebook kullanıyordur, ancak herkes Twitter ya da LinkedIn'in ne demek olduğunu bilmiyor olabilir. İnternet, ilk çıktığında bilgisayarları birbirine bağlarken günümüzde teknolojinin iyice gelişmesiyle beraber sosyal uygulamalar sayesinde insanları bir araya getirme işlevini görmüştür.

Temeli Web 2.0'a dayanan sosyal medya, bilgisayar tabanlı uygulamadan oluşmaktadır. Gelişerek günümüze gelen yeni medya ise sosyal medya araçlarını amaçları doğrultusunda işe koşarak insanların hayatlarına bir gereksinim olarak yerleşmiştir.

3.1. Sosyal Paylaşım Ağları

Sosyal Ağ, internet ortamında bireylerin profilleri ile var olmaları ve farklı profillerle iletişim kurmalarını sağlayan servis olarak adlandırılmaktadır. Sosyal ağlar, internet üzerinden insanların iletişime geçerek onlarla fotoğraf, video gibi her türlü paylaşımda bulunmasına ve insanların daha fazla sosyalleşmesine olanak sağlamaktadır. Sosyal ağlar kullanıcıların kendi oluşturdukları profil üzerinden birbirlerinin tanınması ve buna göre herkesin kendi istediğı kişiyle irtibat kurması

mantığına dayanmaktadır (Uzundumlu, 2015: 26). Bu bağlamda, insanların sosyalleşmesini amaç edinen sosyal ağlar, bu sistem içerisinde oluşan birikimle başka sektörlerde alan açmış olmaktadır.

Bu düzlemde, sosyal paylaşım ağları tek bir ortak kaynak üzerinden birbirine bağlanan insan grupları olarak tanımlanabilir. Bu ağlar web siteleri üzerinden kullanıcıların tanımladıkları bir profil hesabı yaratmalarına izin vermektedir. Örneğin ortak bir kaynaktan üye olan kullanıcılar diğer kullanıcıların hesaplarını görebilir ve diğer kullanıcıları arkadaş listesine ekleyebilir. Günümüzde bu tür ağlar çoğunlukla sosyal tanıdığınız veya yeni arkadaş olduğunuz insanlarla kolayca iletişim kurabilmenizi sağlamaktadır. Bu tür paylaşım ağlarına en iyi örnek, Facebook, Myspace ve Youtube'dur. Sosyal paylaşım ağları, özel bir ihtiyaca çözüm getirmek, örneğin belirli bir arabayı veya bir bilgisayarı kullanan insanları bir araya getirmek üzere oluşturulmaktadır. Bu tür web sitelerinde tek bir model arabayı kullanan bir kişinin aynı tip model arabayı kullanan diğer bir kişi ile bir araya gelmesine imkân vermektedir (Güçdemir, 2015: 41). Zira meydana gelen bu oluşumla birbirlerini tanımayan bir grup insan ilgilendikleri konular hakkında görüş alışverişinde bulunabildikleri gibi kolay veya sürekli iletişimde olmasına da imkan sunmaktadır.

Nitekim günümüzde insanlar aradığı her şeyi sosyal ağlarda bulmakla beraber mobil iletişim araçları ve sosyal medya sitelerinden başka bir iletişim aracına da ihtiyaç duymamaktadırlar. Bu oluşan gerçeklik ise kişilerarası gerçek iletişimi giderek azaltmakta ve insanları çevresine yabancılaştırmaktadır (Uzundumlu, 2015: 46). Sonuç olarak, bir ihtiyaç ya da çağın gereksinimi olarak kullanılan sosyal medya zamanın ruhuna katkı yaptığı gibi toplumda oluşan sorunlarında öznesi durumuna gelmiştir. Örneğin toplumda oluşan sosyal medya hastalıkları (Fomo hastalığı gibi) ve bağımlılığı sorunu günümüzün önemli sorunları arasına girmiştir.

3.2. Fotoğraf Kullanımlı Sosyal Paylaşım Siteleri

Fotoğraf paylaşımı terimi kullanıcıların özel veya genel fotoğraflarını çevrimiçi transfer yoluyla başkalarıyla paylaşması anlamın gelmektedir. İnternet siteleri ve uygulamalar fotoğrafların paylaşılmasını kolaylaştırmaktadır. İnsanlar fotoğraflarını genelde çevrimiçi fotoğraf galerilerine ya da kendileri tarafından yönetilen fotoğraf bloglarına yüklemektedirler. 1990'ların sonlarında İlk fotoğraf paylaşım siteleri çevrimiçi baskı hizmeti amacıyla kurulmuştur. Bu arada 2000'li yıllarla birlikte kullanıcıların fotoğraflarını, hatta bazı durumlarda videolarını kalıcı olarak

depolayabilecekleri siteler ortaya konulmuştur. Başlangıçta insanlara hizmet eden ilk fotoğraf paylaşım siteleri: Webshots, SmugMug, Yahoo ve Flickr'dır (en.wikipedia.org). Fotoğraf paylaşımı artık sadece web ve kişisel bilgisayarlar üzerinden değil, cep telefonu, fotoğraf makinesi gibi taşınabilir fotoğraf destekli cihazlar üzerinden de yapılabilmektedir. Bu cihazlar sayesinde fotoğraf paylaşım sitelerine ve foto bloglara otomatik olarak fotoğraflar aktarılabilmektedir (Uzundumlu, 2015: 35-36). Zira günümüzde birçok cihaz bu özellikleri destekleyen donanım ve yazılımlara sahip olarak üretilerek piyasaya verilmektedir.

Yeni medya ile değişen fotoğraf sanatı bugünün teknolojilerini ifade aracı ve ortamı olarak kullanmaktadır. Günümüzde ise gelişen teknolojiyle beraber cep telefonları da gelişmiş ve akıllı telefonlar dediğimiz bilgisayar tabanlı telefonlar çevremizi sarmaktadır. İlk fotoğraf karesinin kaydedildiği andan bugüne kadar fotoğraf ve ekipmanları pek çok değişikliğe uğramıştır. Teknolojinin gelişmesiyle fotoğraf da gelişmiştir. Artık günümüzde mobil fotoğrafçılık insanlar arasında tüketilmektedir (Uzundumlu, 2015: 87). Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım siteleri şunlardır:

3.2.1. Flickr



Şekil 29: Flickr

(<https://extension.usu.edu/innovate/htm/content-management/flickr/>, Erişim Tarihi: 28.01. 2017)

Flickr, bir fotoğraf paylaşım sitesidir. Çevrimiçi topluluk araçları fotoğrafları etiketlemeye yardımcı olmaktadır. Flickr 'de ücretsiz kullanıcıların toplam 1 TB boyutunda fotoğraf gönderme sınırı bulunmaktadır. Başlangıç aşamasında aylık 20 MB olan bu sınır, Kasım 2006'da 100 MB'a çıkarılmıştır. Fotoğraflar, fotoğrafın sahibinin seçimine göre, tüm hakları fotoğrafın sahibinde kalacak şekilde ya da Creative Commons lisansı ile paylaşılabilir. Bu site nisan 2008'de video paylaşımına da izin vermeye başlamıştır (Güçdemir, 2015: 45).

Web servisi ve paylaşımında bu kadar popüler olması ve yaygın kullanılmasının nedenlerinden biri, blogger'ların fotoğraf deposu olarak kullanmasına

bağlanmaktadır. Yenilikçi, çevrimiçi topluluk araçları fotoğrafları etiketlemeye ve kategorize etmeye yardımcı olur, bu da popüleritesindeki ciddi artışın nedenlerinin başında gelir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr> [10.10.2016]). Buradan hareketle Eylül 2010 verilerine göre 5 milyardan fazla fotoğrafı barındırmaktadır. Ayrıca Aralık 2015'te özel kameralarla çekilen 360 derecelik fotoğrafları destekler hâle gelmiş, barındırdığı fotoğraf sayısı ise 15 milyarı bulmuştur.

3.2.2. Fotolog



Şekil 30: Fotoblog

(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fotolog_Logo.svg / , Erişim Tarihi:28.01.2017)

Fotoblog türünde bir sosyal paylaşım ağı olan Fotolog'un aktif kullanıcı sayısı 20 milyonun üzerindedir. Mevcut üyelerin fotoğraf günlükleri ve bloglar oluşturduğu Fotolog, 2002 yılına kadar uzanan geçmişi ile fotoğraf paylaşımında dijital dünyanın en eski sosyal ağlarından birisidir (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [10.10.2016]). Böylece AdSense ile anlaşmalı olan Fotoblog, üyelerine fotoğraf paylaşımı yaparak kendi grubunu oluşturma ve geniş bir kesime hitap etme imkânı vermektedir.

Google tarafından yönetilen ve Flickr'a alternatif oluşturulan uygulama, Güney Amerika ve İspanya'da popüler bir sitedir (Uzundumlu, 2015: 36).

3.2.3. Dailybooth



Şekil 31: Dailybooth

(https://en.wikipedia.org/wiki/File:DailyBooth_v3_logo.svg / , Erişim Tarihi: 29.01.2017)

Dailybooth'un amacı her gün yeni bir resim yüklenmesi/web cam ile çekilmesi olarak özetleyebiliriz. Dailybooth'ta her yeni resim Live Feed bölümünde gözüküyor. Resmin yanına çeşitli yorumlar yazılabiliyor ve insanlar da resmin altına yazılı ya da resimli yorumlar yapabiliyorlar. Sitenin Facebook, Twitter ve Gmail bağlantıları da mevcuttur. Yani Face, Gmail ve Twitter'daki tüm arkadaşlar Dailybooth'a alınabilmektedir. Dünyada ilgi gören sosyal paylaşım ağı Dailybooth'un Türkiye'de pek kullanıcısı yoktur (<http://hozkomurcu.com/dailybooth-nedir/> [14.10.2016]). Bu düzlemde bu paylaşım sitesinin fotoğraf paylaşımının yanında özel mesaj özelliği de mevcuttur.

Bu arada, özellikle yeni bir dil öğrenirken konuşarak geliştirmek isteyenler için çok önemli bir ağıdır. Bu sitenin genellikle Birleşik Krallık, ABD, Rusya, Macaristan, Avusturya gibi ülkelerden kullanıcıları bulunmaktadır. Twitter ile insanlar anlık durumlarını 140 karakterle anlatmaktadır. Bu uygulama ile insanlar anlık durumlarını fotoğraf yükleyerek anlatmaktadırlar (Uzundumlu, 2015: 36). Buradan hareketle Dailybooth, özellikle ABD, Rusya ve Birleşik Krallık'ta sıklıkla kullanılan sitelerin başında gelmektedir.

3.2.4. PhotoBucket



Şekil 32: PhotoBucket

(<http://logonoid.com/photobucket-logo/> / , Erişim Tarihi: 29.01. 2017)

PhotoBucket, aktif kullanıcı sayısı 100 milyonun üzerinde olan bir fotoğraf paylaşım sitesidir. Böylece 10 milyarın üzerinde görsele ev sahipliği yapan ve Twitter kullanıcılarının görsel paylaşım platformu olarak ilk tercihlerinden biri olan PhotoBucket, 2009 yılından itibaren bu alanın lider isimlerinden birine yükselmiştir (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [14.10.2016]). Buradan yola çıkarsak, şahsi ve ticari maksatla kullanılan hesaplardan çıkan forum, web sitesi, sosyal medya hesabı linkleri sayesinde PhotoBucket milyonlarca kullanıcıyı birbirine bağlayan bir ağa dönüşmüştür.

Ücretsiz edinilen photobucket hesabında binlerce fotoğraf ve saatlerce süren videolar saklanabilmektedir. Paylaşılan görüntüleri Facebook, Twitter gibi sosyal sitelerde paylaşma imkânı tanımaktadır. Photo Bucket Corporation olarak bilenen kombine şirket Aralık 2009'da İNC Firmasıyla birleşmiştir. Kullanıcılarına Web, akıllı telefonlar ve dijital kameralar vasıtasıyla günde dört milyon üzerinde fotoğraf ve video yükleme imkânı tanımaktadır. ABD'de ayda 23 milyondan fazla kullanıcı siteyi ziyaret etmektedir (Uzundumlu, 2015: 79). Zira fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım siteleri içerisinde özellikle fotoğraf ve video saklanabilme özelliği açısından hafızasının büyük olması kitleler tarafından tercih edilmesini sağlamıştır.

3.2.5. Gravatar



Şekil 33: Gravatar

(<http://www.anarsamadov.net/blog-yorumlarında-avatar-ekleme-gravatar-nedir.html> / , Erişim Tarihi: 29.01. 2017)

Gravatar, dünyaca ünlü profil resmi barındırma yazılımıdır. 2007 yılında Tom Preston-Werner tarafından kurulan site, kullanıcıların internet ortamında profil resimlerini kolaylıkla yayınlamasına olanak vermektedir. Her WordPress hesabıyla otomatik olarak ilişkilendirilen Gravatar; site sahiplerine, internet kullanıcılarına ve içerik geliştiricilere farklı platformlar üzerinden avatar imkanı vermektedir (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [17.10.2016]) Bu arada tüm dünyada tanımlanmış bir avatara sahip olan Gravatar kullanıcıları, web sitelerine yorum yazarken veya içerik yayınlarken avatarın otomatik olarak eklenmesini sağlayarak, ayrıca kendi sayfalarında link entegrasyonu da yaparak uygulayabilmektedir.

3.2.6. Panoramio



Şekil 34: Panoramio

(<http://www.zdnet.de/88206797/panoramio-gruender-wollen-schliessung-durch-google-verhindern/> / , Erişim Tarihi: 29.01.2017)

Panoramio, bir fotoğraf paylaşım sitesi, web servisi ve çevrimiçi topluluk alanı ve aynı zamanda ilk web 2.0 uygulamalarındandır (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [10.10.2016]. Bu sitenin Fotoğraf paylaşımında bu kadar gözde olması ve yaygın kullanılmasının nedenlerinden biri, sitedeki fotoğrafların Google Earth'de eş zamanlı olarak yayınlanma şansına sahip olmasıdır. Bu site yenilikçi çevrimiçi topluluk araçları fotoğrafları etiketlemeye ve sınıflara ayırmaya yardımcı olmaktadır. Panoramio, İki milyardan fazla fotoğraf depolamaktadır. Buradan hareketle siteye ücretsiz üye olan kullanıcıların 2 GB fotoğraf gönderme sınırı bulunmaktadır. Diğer yandan sitedeki fotoğraflar, fotoğrafın sahibinin seçimine göre, tüm hakları fotoğrafın sahibinde kalacak şekilde paylaşılabilir. Panoramio'nun sahibi Google'dır. Fakat, site kullanıcılarına mail göndererek 4 Kasım 2016'dan itibaren hizmetlerini durduracağını duyurmuştur (Güçdemir, 2015: 45).

3.2.7. Foodspotting



Şekil 35: Foodspotting

(<http://www.foodspotting.com/find/in/The-World/>, Erişim Tarihi: 29.01.2017)

Bu site, en iyi yiyecek ve içeceklerin mobil uygulaması sayesinde nereden bulunabileceğini gösteren rehber bir paylaşım ağıdır. Bununla birlikte web tabanlı olarak da çalışan bu uygulama sayesinde sevilen yiyecek ve içeceklerin fotoğrafları paylaşılabilir. O an paylaşılan ve daha önce paylaşılan yiyecek-içecekler bu platformda oylanarak yayınlanmaktadır (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [10.10.2016].

Lokasyon bazlı bu uygulama gidilen yerlerdeki popüler restoranları göstermenin yanı sıra o restoranın en popüler yemeklerini de paylaşıyor. Burada yapılması gereken tek şey yenilen yemeğin fotoğrafını çekmek ve yemek yenilen mekânı yer imlerine dahil etmektir. Yemek hakkındaki bilgiler ve yorumlar takip eden insanlarla anında paylaşılabilir. Tercih edilen ve sevilen yemekler fotoğraflarını yayınlamanın yanında Want, Tried ve Loved denerek işaretlenerek gösterilebilir. Bu şekilde gidilen şehirdeki en fazla önerilen lezzetleri ve restoranların favori yemekleri keşfedilmektedir. Foodspotting, 2009 yılında kurulmasına rağmen Ocak 2010'da

dünya genelinde 662,001 yiyecek-içecek kritiğine varmıştır
(<http://www.sosyarak.com/foodspotting-nedir> [20.10.2016]).

3.2.8. Instagram



Şekil 36: Instagram

(<http://veryownstudio.com/2016/05/thoughts-new-instagram-logo/> /, Erişim Tarihi: 30.01.2017)

Instagram uygulaması, sosyal medyada ücretsiz fotoğraf ve video paylaşma uygulamasıdır. Bu site Ekim 2010'da kurulduğunda, kullanıcılarına çektikleri bir fotoğraf üzerinde dijital filtre kullanma ve bu fotoğrafı Instagram'ın da dâhil olduğu, sosyal medya servisleri ile paylaşma imkânı vermiştir. Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından kurulan Instagram Nisan 2012'de sosyal medya devi Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alınmıştır. Instagram uygulaması, Facebook'a satılmadan önce 30 milyon kullanıcısı olan Instagram'ın 2016 yılı itibariyle 500 milyon kullanıcıya ulaşmıştır (Uzundumlu, 2015: 36).

Instagram uygulamasının öne çıkan belirgin özellikleri; fotoğrafları bir kare şekline sınırlandırmaktadır. Kodak Instamatic ve Polaroid fotoğraflar, cep telefonu kameralarında kullanılanın aksine 4:3'lük çerçeve oranı şeklindedir. Bu durum yeni bir güncelleme ile değişmiş, kullanıcılar özgün çerçeve oranı kullanabilir hale gelmişlerdir. Diğer platformlardan farklı olarak Instagram'da görünürlüğünüzü artırmak için daha fazla hashtag ekleyebilirsiniz. Iconosquare kullanarak en popüler hashtagleri bulabilirsiniz (Kawasaki- Fitzpatrick, 2014, 144). Bu arada bir not alma uygulaması olan Evernote kullanarak hashtag gruplarını kaydedebilir ve daha sonra Instagram'a kopyala yapıştır yoluyla ekleyerek zaman kazanılabilmektedir.

3.2.9. DeviantART



Şekil 37: DeviantArt

(http://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_deviantart_by_moving_brands.php#.WIZHitKLThk / , Erişim Tarihi:30.01. 2017)

DeviantART uygulamasını internet ortamında bulunan sanat ortamı ve sanatçı topluluğu olarak tanımlayabiliriz. Kısaca dA olarak yazılmaktadır. 6 Ağustos 2000'de Scott Jarkoff ve Matthew Stephens tarafından kurulan DeviantART'ın amacı fotoğraflarla sanat çalışmalarını sergilemek, eleştirmek, geliştirmek şeklinde özetlenebilir. Bununla beraber Ocak 2006 itibarıyla sistemde 5 milyonun üzerinde kullanıcısı, 18 milyonun üzerinde çalışması olan DeviantART, ciddi bir alan haline ulaşmıştır (<http://hozkomurcu.com/dailybooth-nedir/> [14.10.2016]).

Bu site kullanıcısına iyi imkanlar sağlamaktadır. DeviantART kullanıcıları resimlerini galerilerine yükleyip sergileyebilir, karalamalarını yorum alıp geliştirebilir, bazı çalışmalarını çeşitli baskı türleri ile satabilmektedirler. Her deviantART kullanıcısı kendi belirlediği bir takma adla anılmakta ve bu adın başına, üyelik statüsünü belirten bir işaret verilmektedir (<http://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi>, [20.10.2016]).

3.3. Video Kullanımlı Sosyal Paylaşım Siteleri

Video paylaşım araçları, bireysel ve kurumsal kullanıcılarının, ilgili web sitelerinin temel kurallarına uyarak, diledikleri alan ve konuda video paylaşımı yapabilmesi olanağıdır. Favori filmlerin bazı bölümleri, önemli haber programları, klipler ya da biraz eğlenmek için aranan görüntüler internette bulunabilmektedir. Video paylaşım siteleri ise aranan görüntüyü kolay bulmayı ve favori videoları rahatlıkla izlemeyi sağlamaktadır. Video paylaşım araçları içerisinde dünya genelinde en çok kullanılan site Youtube olmaktadır (Uzundumlu, 2015: 37). Video kullanımlı sosyal paylaşım siteleri şunlardır:

3.3.1. Youtube



Şekil 38: YouTube

(<https://www.youtube.com/yt/brand/downloads.html> / , Erişim Tarihi:30.01.2017)

YouTube, bir video içerikli web sitesidir. Merkez olarak Amerika Birleşik Devletleri'deki San Bruno, Kaliforniya şehrinde yapılanmıştır. 15 Şubat 2005'te 3 eski PayPal çalışanı tarafından inşa edilen site, Kasım 2006'da Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınarak günümüzde Google'ın yan kuruluşlarından biri olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Site, kullanıcılarına video yükleme, izleme ve paylaşma imkânı sunmaktadır. Medya şirketleri ve kullanıcı üretimi videoların gösterimi için WebM, H.264 ve Adobe Flash Video teknolojilerini kullanmaktadır (<http://bilgihanem.com/youtube-nedir-nasil-kullanilir/>, [20.10.2016]).

YouTube genel olarak; Video klipler, televizyon klipleri, müzik videoları, video bloglar, kısa özgün videolar ve eğitim videoları gibi içerikler sunmaktadır. Youtube üzerindeki içerikler genelde bireyler tarafından yüklenir ve yönlendirilmektedir. Saldırganlık potansiyeli olan içerikler sadece 18 yaşından büyük olduğunu onaylayan üyeler tarafından izlenebilmektedir. (<https://www.youtube.com/yt/brand/downloads.html> [20.10.2016]).

İlk YouTube videosu sitenin ortak kurucularından Jawed Karim'in San Diego Hayvanat Bahçesi'nde çekip paylaştığı “Me at the zoo” isimli içeriktir. Video 23 Nisan 2005'te site üzerinden paylaşıldı ve günümüzde halen izlenebilir durumdadır. 2005 Mayıs'ta YouTube beta sürümünü yayınladı ve altı ay sonra Kasım ayında ise site resmi olarak yayına geçmiştir. Site hızlı bir şekilde büyüdü. 2006 Temmuz'da şirket, her gün 65.000'den fazla yeni video yüklendiğini ve 100 milyondan fazla video izlendiğini açıklamıştır (<http://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi>, [20.10.2016]). Bu arada 2015'in Şubat ayında YouTube siteyi ziyaret eden çocuklar için piyasaya sürdüğü yeni bir uygulama olan YouTube Kids isimli uygulama, ailelere çocuklarının izleme sürelerini kısıtlama ve izlenen içeriği belirleme gibi özellikler vermektedir. YouTube'un kullanım şartları gereği kullanıcılar telif hakkı

izni alınmış videolar yükleyebilmektedirler. Özellikle Pornografi, şiddet, tehdit, reklam ve suç sayılan içerikler YouTube'a yüklenmemektir.

3.3.2. Vimeo



Şekil 39: Vimeo

(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Vimeo_Logo.svg / , Erişim Tarihi: 30.01.2017)

Vimeo sitesi, ABD tabanlı bir video paylaşım ağıdır. Zach Klein ve Jake Lodwick tarafından Kasım 2004'te faaliyetlerine başlamıştır. Vimeo, Youtube'a doğrudan bir rakip olarak hizmet vermekle birlikte Video kalitesi açısından birçok video paylaşım sitesine göre oldukça yüksektir (<http://bilgihanem.com/youtube-nedir-nasil-kullanilir/>, [20.10.2016]). Bununla birlikte Youtube'dan farklı olarak odağında daha çok film gibi uzun videolar bulunmaktadır.

Vimeo, HTML5 desteği ve kimilerine göre daha kullanışlı arayüzü ile video paylaşımında önemli bir role erişmiştir. 22 milyonun üzerinde aktif kullanıcısı olan Vimeo'nun yoğun ilgi görmesinde, yetişkinlere yönelik ve telif hakkıyla korunan içerikler konusunda Youtube'a nazaran daha katı kurallara sahip olmasının büyük payı bulunmaktadır (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [02.11.2016]). Zira, vimeo sitesinin özellikle video konusunda içerik zenginliği ve görüntü kalitesinin üstünlüğü onu diğer siteler karşısında daha üstün bir konuma taşımıştır.

3.3.3. DailyMotion



Şekil 40: Dailymotion

(<https://tr.wikipedia.org/wiki/Dailymotion> / , Erişim Tarihi:30.01.2017)

HTML5 desteği bulunan Dailymotion, 2004 yılında Fransa'da kurulmuş olan bir video barındırma web sitesidir. 15 Mart 2005'te yayına başlayan bu site kısa sürede

popüler bir video paylaşım sitesi haline gelmiştir (Uzundumlu, 2015: 36). Grup oluşturma, video yükleme, sosyal medya araçları üzerinden paylaşım gibi artık tüm popüler video paylaşım sitelerinde olan özellikler DailyMotion'da farklı bir arayüz ile tercih edilmektedir (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [04.11.2016]).

3.4. Çok Amaçlı Diğer Sosyal Ağ Siteleri

Sosyal medya deyince çoğu kişinin aklına Facebook ve Twitter gelmektedir. Ancak sosyal medyanın iş dünyasına yönelik uygulamaları da bulunmaktadır. Dünyanın farklı yerlerindeki insanların mesleki anlamda bir araya gelmesine ve paylaşımlarda bulunmasına imkân veren pek çok sosyal ağ bulunmaktadır (Uzundumlu, 2015, 35). Bunları şöyle sıralayabiliriz:

3.4.1. LinkedIn

LinkedIn, iş dünyasındaki kişilerin diğer kişilerle iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan profesyonel sosyal paylaşım alanıdır. Aralık 2002'de kurulan LinkedIn'in web sayfası 5 Mayıs 2003'te kullanıma yayına başladı.

Bununla birlikte 2006 yılında 20 milyon kez görüntülenen LinkedIn, Haziran 2013'te ise 200 farklı ülkeden 200 milyonun üzerinde kayıtlı kullanıcıya ulaşmıştır. LinkedIn sitesi, aralarında Türkçe'nin de bulunduğu 20 dilde hizmet sunmaktadır (Kawasaki-Fitzpatrick, 2014, 149). Bu arada İş dünyasının dört bir yanından, farklı uzmanlık alanlarındaki profesyonelleri bir araya getiren LinkedIn, küçük ve orta ölçekli şirketlerin büyük bir bölümü tarafından aktif olarak tercih edilmektedir (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [07.11.2016]). Sonuç olarak LinkedIn tüm profesyonellere gerçek ve etkili bir iletişim ağı kurma, network geliştirme imkanı vermektedir. Bu sosyal ağ içinde iş çevresi geliştirilebileceği gibi potansiyel yeni iş bağlantıları da kurulabilmektedir (Güçdemir, 2015: 48).

3.4.2. Foursquare

Konum tabanlı bir sosyal ağ web sitesi olan Foursquare, 2009 yılında ABD'de kurulmuştur. Sosyal ağ, ağ ve akıllı telefon olarak adlandırılan cihazlara Foursquare'in yazılımı yüklenerek kullanabilmektedir. iOS, Android, BlackBerry, Windows Phone, Symbian, Bada, MeeGo gibi birçok mobil platforma uygun yazılımı mevcut olan bu site kullanıcıları bulundukları mekânlarda "check in"

yaparak konumlarını sosyal çevrelerinde paylaşma imkanına kavuşurlar. Diğer yandan kullanıcılar “check in” yaptıkça puan ve rozetler de kazanmaktadır.

Mobil cihazların günlük hayatın bir parçası olmasıyla birlikte konum paylaşımının da alışkanlığa dönüşmesi hiç şüphesiz ki Foursquare kullanımının hızla yaygınlaşmasını sağlamıştır. Mobil cihazlar üzerinden “Check-In” yapan Foursquare kullanıcıları, her gün 3 milyon defa konumunu paylaşabilmektedirler (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [09.11.2016]).

3.4.3. Skype

Skype, ücretsiz olarak kullanabileceğiniz anlık mesajlaşma, görüntülü veya sesli konuşma yapmanızı sağlayan bir uygulamadır. Microsoft'un sahip olduğu bir servis olan Skype'ın Android dışında iOS, WINDOWS gibi platformlarda da kullanılması mümkündür (<http://tr.fobito.com/android/skype/660> [11.11.2016]).

Bu arada Skype, VoIP teknolojisini kullanmaktadır. Yazılımının geliştiricileri tarafından kodlanmıştır. Özellikle Amerikalıların çok ucuza konuştuğu bu yazılımla dünyada milyonlarca insana internet veya telefonla konuşma imkânı sağlamaktadır.

3.4.4. Facebook

Facebook, insanların başka insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan bir sosyal paylaşım sitesidir. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi 2006 devresi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, öncelikle Harvard öğrencileri için kurulmuştur. Daha sonra Boston civarındaki okulları da içine alan Facebook, iki ay içerisinde Ivy Ligi okullarının tamamını ve bir sene içerisinde de; Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüm okullarına yayılmıştır. Daha sonra 11 Eylül 2006 tarihinde ise Facebook tüm e-posta adreslerine, bazı yaş sınırlandırmalarıyla açılmıştır.

Facebook'un video uygulaması ise; kullanıcıların birbirlerine YouTube ve benzeri sitelerdeki videoları göndermelerinin yanı sıra; özel mesajlar da dahil olmak üzere video kamerasıyla görüntü kaydederek bunu mesaj olarak göndermesini sağlamıştır. Ayrıca 2015'ten itibaren videolar Pop-Out şeklinde izlenebilmektedir. Facebook'un iOS, Android ve Windows Phone platformları için geliştirdiği messenger uygulaması, facebook kullanıcıları için tüm medya biçimlerinde sohbet ve paylaşım yapma

olanağı sunmaktadır (<http://dijitalrehberim.com/slideshare-nedir-nasil-kullanilir/> [20.11.2016]).

Facebook'un Page Insights hizmeti size hesabınızla ilgili istatistikler sunuyor ve neyin işe yarayıp neyin yaramadığını anlamanıza yardımcı oluyor. Bu verileri sponsorlu paylaşımlarınızın hedef kitlelerini seçmek, hangi paylaşımların popüler olduğunu görmek veya takipçilerinizin özelliklerini öğrenmek için kullanabilirsiniz. Instagram hesabınızı Facebook sayfanıza bağlayabilirsiniz. Böylece Instagram'da bir fotoğraf paylaştığınız zaman otomatik olarak Facebook sayfanızda görünecektir. (Kawasaki- Fitzpatrick, 2014: 134-135).

3.4.5. Twitter

Twitter, bir sosyal ağ ve mikroblog sitesidir. Kullanıcılarına tweet adı verilen en fazla 140 karakterlik metinler yazma imkânı sunan Twitter, çeşitli araçlarla daha etkin kullanılabilen bir yeni nesil iletişim aracıdır. Kullanıcılar tarafından atılan tweetler herkes tarafından görülebilir. Ancak kullanıcılar attıkları tweetleri sadece kendi takipçilerinin görebileceği şekilde sınırlandırabilmektedir. Kullanıcılar diğer kullanıcıların tweetlerine üye olabilmekle birlikte üye oldukları kişi veya kurumların takipçi sayısını ve bunların kimleri takip ettiklerini de görebilmektedir.

Ayrıca Twitter, sosyal medyanın en popüler araçlarından biri olarak gösterilmektedir. Bir diğer sosyal ağ olan Facebook'taki gibi arkadaş sistemi değil de takipçi sistemiyle çalışması popülaritesini arttırmıştır (<http://www.sosyarak.com/twitter-nedir> [20.10.2016]). Günümüzde Twitter'da her dakika ortalama yaklaşık 98 bin tweet atılmaktadır. Twitter sohbetlerinde önemli olan sizin ya da misafirlerinizin neyi tanıtmak istediği değil, katılımcıların neleri tartışmak istediğidir. Bu nedenle misafirleriniz hızlı, öz ve dürüst bir şekilde tepki vermeli, kendi gündemi için fazla bastırmaktan kaçınmalıdır. Soru Cevap formatına sadık kalınmalıdır. Twitter sohbetinin başarılı olması için mümkün olduğu kadar çok soruya cevap vermek şarttır. İşin püf noktası sonunda soru işareti olan tweet mesajlarını bulmaktır şeklinde özetlenebilir (Kawasaki- Fitzpatrick, 2014: 122)

3.4.6. Whatsapp

WhatsApp Messenger, akıllı telefonlar için geliştirilen, platformlararası çalışma özelliğine sahip bir mesajlaşma ve arama uygulamasıdır. Android, BlackBerry, iPhone, Windows Phone ve Nokia telefonlarıyla uyumlu olan uygulama, 2G, 3G, 4G

ya da WiFi İnternet bağlantısı aracılığıyla kullanıcıların birbirlerine fotoğraf, video, ücretsiz arama, sesli ve yazılı mesaj, belge göndermesini sağlamaktadır.

Kısa zamanda büyük bir popülariteye kavuşan WhatsApp, Messenger üzerinden gerçekleşen iletişim trafiği Ağustos 2012'den Ocak 2013'e kadar %75 oranında artarak 2012 yılında toplamda %500'e ulaşmıştır. Dünyada kayıtlı kullanıcı sayısı en yüksek olan siber hizmetler arasındadır (<http://www.sosyarak.com/whatsapp-nedir> [20.10.2016]). Bu noktadan hareketle uygulama tüm platformlarda reklamsız kullanılmaktadır. Telefon numarası ile kayıt olunan uygulama, son resmi duyuru ile iki yıl ile sınırlı olan ücretsiz kullanım hakkı kuralını kaldırmış olup, artık tamamen ücretsiz olarak kullanıma sunulmuştur.

Whatsapp, kurumların birçok paydaşı ile olan iletişiminde dosya ve veri paylaşımında da kullanılmaktadır. Özellikle medya ilişkilerinde bu uygulama sayesinde basın bülteni, fotoğraf veya video paylaşımı daha hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Güçdemir, 2015: 50).

3.4.7. Messenger

Facebook Messenger, bir diğer adıyla Messenger Facebook'un yarattığı ve geliştirdiği yazılı, sesli ve görüntülü haberleşme sağlayabilen bir anlık mesajlaşma servisi ve yazılım uygulamasıdır. Facebook'un web-tabanlı sohbet özelliği ile entegredir ve açık bir protokol olan MQTT protokolü üzerine inşa edilmiştir. Messenger, Facebook kullanıcılarının kendi çevreleri ile hem ana web sayfası hem de mobil uygulamaları üzerinden sohbet edebilmesine olanak sağlamaktadır.

Mart 2015'te, uygulamayı kullanan kullanıcı sayısının 600 milyona ulaştığı Facebook tarafından açıklanmıştır. Özellikleri, text mesajlaşma, etiket (sticker) yollama, ses kaydı yollama, fotoğraf ve video yollama, canlı sesli görüşme, canlı görüntülü görüşme ve sohbet grubu şeklinde sıralanabilmektedir (https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook_Messenger [16.11.2016]).

3.4.8. Viber

Viber, akıllı telefonlar ve masaüstü işletim sistemleri için 3G ya da Wi-Fi ağları üzerinden anında mesajlaşma ve sesli görüşme imkânı sunan bir iletişim aracıdır. Metin mesajının yanı sıra kullanıcıların birbirlerine resimli, görüntülü ve sesli mesajlar göndermesine de imkan vermektedir. Program çok sayıda mobil işletim

sistemini (Android, iOS, BlackBerry, Windows Phone, Symbian, Bada) ve masaüstü işletim sistemini (Windows, Mac OS X, Linux) desteklemektedir.

Viber, kullanıcının herhangi bir hesap açmasını gerektirmez, sadece telefon numarasını kullanarak, kullanıcıyı sisteme kayıt etmektedir. Uygulamanın mevcut işlevselliği farklı işletim sistemlerine göre değişiklik göstermektedir. Viber tüm işletim sistemleri için metin, resim ve video mesajı gönderme özelliğine sahip olmakla birlikte, sesli arama özelliği sadece iPhone, Android ve Nokia Windows Phone cihazlarında bulunmaktadır (Uzundumlu, 2015: 87).

3.4.9. Snapchat

Snapchat; Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından akıllı telefonlar için geliştirilmiş, platformlar arası çalışma özelliğine sahip bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Kullanıcıların birbirlerine yazılı metin, fotoğraf, ses veya video göndermesini sağlamaktadır. Kişiyi özel gönderilen dosyalar, gönderen kişinin daha önceden belirlediği süre boyunca (1 veya 10 saniye arası) 2 defa görüntülenebilmektedir. Hikayeye eklenen fotoğraf ve videolar ise gönderen kişinin daha önceden belirlediği süre boyunca (1 veya 10 saniye arası) istenildiği kadar görüntülenebilmektedir (Güçdemir, 2015: 45). Ücretsiz olan bu uygulama iOS ve Android platformları üzerinde çalışabilmektedir. Uygulamanın ilk sürümü Eylül 2011 tarihinde yayınlanmıştır.

3.4.10. So.cl

Sosyal ağ sitesi olan So.cl, Microsoft'un uzun süre üzerinde çalıştıktan sonra 2012 yılında hayata geçirdiği, çoklu video görüşmelerine de olanak sağlayan bir projesidir. Hala üzerinde geniş ölçekli güncellemelerin yapıldığı So.cl, Google Plus'a alternatif oluşturmaktadır (<https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [16.11.2016]).

3.4.11. Forrst

Forest, yani orman kelimesinden türetilmiş, isminden de anlaşılabileceği gibi her türlü tasarımın bulunabileceği bir sosyal paylaşım sitedir. Birçok alanda paylaşılan tasarım çalışmalarının görselleri dışında, açıklayıcı yazılar yazmaya da olanak sağlamaktadır. Site üzerinden, özellikle Web Tasarımı konusunda daha önce hiç karşılaşılmayan onlarca farklı koda ulaşmak mümkündür (<https://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi> [16.11.2016]).

3.4.12. Dribbble

Dribbble, tasarımcıların çalışmalarının paylaşmasını sağlayan ve çalıştıkları tasarımlar üzerinde diğer tasarımcılar tarafından fikir paylaşımına olanak sağlayan bir web sitesidir.

Twitter tarzı bir site olan dribbble kullanıcısına, twitterin “Ne Yapıyorsun?” sorusu yerine “Ne Üzerinde Çalışıyorsun?” sorusunu sormaktadır. Siteye üye olacaklar için iki tip üyelik mevcuttur. Bir tasarımcı aranması durumunda ya da güzel tasarımları takip etmek için, Scout (keşifçi) olarak üye olunabilmektedir. Yapılan tasarımlar yayınlanmak isteniyorsa Prospect (muhtemel müşteri) olarak üye olunması gerekiyor. İkinci durumda bir tasarımcı tarafından Player (oyuncu) olarak seçilmeyi (davet edilmeyi) sağlamak gerekmektedir (<http://www.pilsiz.net/dribbble-nedir-ne-ise-yarar.html> [16.11.2016]).

3.4.13. Tutorial9

Tutorial9; Adobe Illustrator, Photoshop, Fotoğrafçılık, Fireworks ve Web Tasarımı konusunda derslerin anlatılabildiği ve alınabildiği, okudukça ve yazdıkça çeşitli stickerlar kazandıran, öğretmen ve öğrencilerle tanışma olanağı sunan bir yazılımdır. Bu arad en önemlisi PS brushları, icon paketleri, wordpress temaları gibi kolay bulunmayan içerikleri ücretsiz indirmeye olanak sağlayan bir dosya paylaşım sitesidir (<https://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi> [17.11.2016]).

3.4.14. Dzone

Yazılımcılar ve Web Tasarımcıların kullandığı bir tasarım paylaşım sitesidir. Binlerce farklı çalışmadan istenilenin indirilmesini mümkün kılan, teknoloji dünyasındaki son gelişmeleri ise mail olarak atan ve Refcardz adlı hizmeti sunan profesyonellere yönelik bir sitedir (<http://hozkomurcu.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> [18.11.2016]).

3.4.15. DesignFloat

DesignFloat, bir tasarım paylaşım sitesidir. Grafik tasarım, interaktif tasarım, endüstri ürünleri tasarımı, kimlik ve markalama, dijital sanat, baskı tasarımı, tipografi, web tasarımı, CSS örneklemeleri ve dersleri, galeriler vb. gibi sayısız türde hazırlanan tasarımlar paylaşılmaktadır. Site, paylaşılan bütün tasarımları incelemeye fırsat tanımaktadır. Ayrıca DesignFloat üzerinden birbirlerinin tasarımlarını

inceleyen birçok tasarımcının tanışmasını da sağlamaktadır (<http://www.pilsiz.net/designfloatnedirne-ise-yarar.html> [16.11.2016]).

3.4.16. Designmoo

Designmoo, Grafik dizayn ile uğraşan insanların çalışmalarını paylaşabildiği bir tasarım paylaşım sitesidir. Tasarımlar hakkında bloglar da yazılabilen daha çok profesyonellere hitap eden bir sitedir. (<https://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi> [18.11.2016]).

3.4.17. SlideShare

SlideShare PowerPoint, PDF, Open Office ve Keynote türü sunumların paylaşılabildiği bir dosya paylaşım sitesidir. Youtube'da nasıl video paylaşımı yapılıyorsa burada da birçok alanda hazırlanan Slâyt dosyalarının paylaşımı yapılmaktadır. Kullanıcı sayısı ise 30 milyonun üzerindedir.

Ücretsiz olarak yayın hayatına devam eden bu servis sayesinde sunumlar diğer sosyal ağlarla entegreli bir şekilde paylaşılmaktadır. Slideshare günlük 60 milyon ziyaretçi ve 130 milyon sayfa gösterimiyle dünyanın en çok ziyaret edilen ilk 200 sitesi arasındadır. Slideshare, sitede sunum başlıklarına göre konuları kategorilendirerek kullanıcıların gereksinim duyduğu sunumlara daha çabuk erişebilmesine de olanak sağlamaktadır. Slideshare 14 farklı dilde yayın yapmaktadır. Slideshare kendi alanında dünyada en çok takip edilen, profesyonellerin sıkça kullandığı pratik bir sitedir. PowerPoint – ppt, pps, pptx, ppsx; OpenOffice – odp, pdf; Apple Keynote – key, zip, pdf uzantılı dosyalar kullanılabilirken doküman ve çalışma kitaplarında, Microsoft Office – doc, docx, rtf, xls; OpenOffice – odt, ods, pdf uzantılı dosyaları Slideshare hesabına yüklenebilmektedir (<http://dijitalrehberim.com/slideshare-nedir-nasil-kullanilir/> [20.11.2016]).

Slideshare ile PowerPoint arasındaki bir başka fark da, Slideshare sunumlarında çok daha iyi bir kapak sayfasına ihtiyaç duyulmasıdır. Powerpoint sunumlarında kapak sayfasına kimse dikkat etmez çünkü bütün gözler sunumu yapan kişinin üzerindedir, oysa Slideshare sunumlarında kapak sayfası insanların ilgisini çekip tıklamaya motive etme gereksinimidir (Kawasaki-Fitzpatrick, 2014: 155).

Slideshare'nin önemli özelliklerinden biri de embed kodu kullanarak web siteleri üzerinden paylaşılabılır hale gelmesidir. Bu özellik blog sayfaları için önemli bir özelliktir. Slideshare ayrıca sunumlara youtube embed kodlarını da tanımlamış

durumdadır (http://dijitalrehberim.com/slideshare-nedir-nasil-kullanilir/[20.11.2016]).

3.4.18. Tumblr

Tumblr, ABD menşeli sosyal ağ ve blog sitesidir. David Karp tarafından Şubat 2007'de kurulmuştur. Kuruluşun ardından iki hafta içinde 75.000 kullanıcıya ulaşan site sadece ABD'de toplam 13,4 milyon kullanıcıya sahiptir. Tumblr'ın benzer türdeki diğer sitelerinden farkı, popüler sosyal paylaşım siteleriyle tam bir uyum içinde çalışıyor olmasıdır. Tumblr 2015 senesinin de en hızlı büyüyen sosyal ağı oldu. Facebook ve Instagram gibi sosyal medya sitelerini geride bırakan Tumblr, üye sayısını tam % 45 oranında arttırdı. Global Web Index'in verilerine göre aktif kullanıcı sayısını % 120 arttıran Tumblr, Facebook ve Instagram'ın önüne geçmiştir (https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/[20.11.2016]).

Bu arada Tumblr kullanıcısı gösterge panelinde kendi yayımladığı içerikleri paylaşabileceği gibi, takip edilen blogların yayınlarına da yer verebilme şansında sahip olmaktadır.

3.4.19. Flixster

Dünyada en popüler olan ve 63 milyonun üzerinde kullanıcısı olan film eleştirmenliği sitesidir. Her türden film hayranının buluşma noktası olan sitede, 2 milyonun üzerinde film puanlaması bulunuyor. Ayrıca film eleştirmenleriyle de tanışmaya olanak sağlamaktadır.

Bu noktadan hareketle siteye ilk kayıt olunduğunda 50'ye yakın filmin oylanması mümkündür. Aynı zamanda kullanıcılara en yakın izleyici özelliklerine sahip diğer kullanıcıları bularak öneriler de sunmaktadır. Diğer bir önemli özelliği ise bir filmin sayfasının sağında bulunan benzer filmler listesidir. Kullanıcılar bu bölüme filmler ekleyebiliyor ve diğer kullanıcıların eklediği filmlere artı ya da eksi biçiminde oy verebilmektedir (http://hozkomurcu.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/[20.11.2016]).

3.4.20. Google+

Google+, kurucusu olan Google tarafından yönetilen sosyal ağ ve kimlik doğrulama hizmetidir. 28 Haziran 2011 tarihinde duyurulan servis ilk dönemde davetiye sistemi ile üye kabul etmiştir. 20 Eylül 2011 gününden itibaren ise siteye üyelikler gerçek

adını kullanmak şartıyla 18 yaş üzeri herkes için açılmıştır. Bu bağlamda Google+, Google Profiller üzerine inşa edilmiştir. Google Buzz gibi diğer Google projeleriyle de entegre çalışan servis, çevreler, konular ve video sohbet odaları gibi sosyal ağ dünyasında yeni olan özellikler içermektedir.

Android, iPhone ve SMS destekleyen cihazlar tarafından kullanılabilen Sohbet özelliği ise Çevreler'deki kullanıcıların yanı sıra Gmail, iGoogle, Google Talk, Orkut ve 3. taraf uygulamalarda ekli kullanıcılar ile metin mesajı yoluyla iletişime geçebilmeyi sağlamaktadır. Ayrıca fotoğraf paylaşma özelliği de bulunmaktadır. Video Sohbet özelliği ise, en fazla 10 kullanıcının bir video sohbet odası oluşturularak topluca iletişime girmesini sağlamaktadır. Bu özellik de tıpkı Çevreler gibi sosyal ağ dünyasında bir ilk olmuştur (Kawasaki- Fitzpatrick, 2014: 140-141).

3.4.21. Myspace

Myspace, sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin, blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilirdiği bir sosyal iletişim web sayfasıdır. Myspace özellikle henüz ünlü olmamış grup ve şarkıcıların yararına, bu genç sanatçı adaylarına herhangi bir ücret vermeden şarkılarını siteye yükleyip büyük kitlelere sunma imkânı vermektedir. Myspace yüklenen müzik eserlerinin telif hakkını yükleyen kişilerden alamaz, yani Myspace bir nevi bedava reklam sitesidir.

Bu arada Myspace'e fotoğraf ve kişisel bilgi eklenebilir ve bu eklenen bilgi "privacy" ayarları tarafından korunmaktadır, dolayısıyla kullanıcılar profillerinin içeriklerini istediği kişilerle paylaşabilmektedirler (<http://dijitalrehberim.com/myspace-nedir-nasil-kullanilir/> [21.11.2016]).

3.5. Sosyal Medyanın Genel Değerlendirilmesi

İngilizcedeki media sözcüğü; araç, orta, ortam aracı anlamlarına gelen medium sözcüğünün çoğuludur. Türkçe'de "media" sözcüğünü karşılamak üzere genelde "kitle iletişim araçları" kavramı kullanılmaktadır. Kitle İletişim Araçları kısaca, İnsanların, günümüzde olan olayları takip etmelerine yarayan araçlardır. Günümüzde medya deyince ilk akla gelen televizyon ve gazetelerdir. Ancak hızlı teknolojik gelişmeler nedeniyle en çok da internet kavramının hayatımızın her alanına yayılmasıyla birlikte sosyal medya yani "Yeni Medya" kavramı ortaya çıkmıştır. Medyanın yeni medya olarak ele alınması gerçekte, iletişim ve bilişim sektöründeki

teknolojik gelişmelerle ilgilidir (Satıl, 2011: 43). Dolayısıyla iletişim sektöründeki teknolojik gelişmeler yeni iletişim teknolojileri olarak anlandırılmaktadır.

Bu arada günümüzde, yeni iletişim ortamları yeni medya olarak adlandırılmaktadır. Yeni medya kavramı 1970'lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir terimdir. Fakat 1970'lerde değinilen anlam, 1990'larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır (<http://docplayer.biz.tr/2956094-Yeni-iletisim-ortamlari-ve-etkilesim-e-iletisimsel-bilisim-yaklasimi-a-communicative-informatics-aproach-on-new-media-and-interactivity.html> [11.12.2016]).

Diğer yandan yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla mesaj bombardımanının en üst düzeyde yaşandığı günümüzde, gerek kurumlar, gerek insanlar birtakım çalışmalara farkında olarak veya olmayarak duyarsızlaşmaktadır. Günümüzde yeni iletişim ortamları, özellikle internet, modern iletişim sisteminin en büyük destekçisi olmaktadır. 1970'lerde başlayan ve 1990'lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı, web sitelerinin, portalların yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmış, 2000'li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı ilgilendirecek noktalara ulaşmıştır. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır. Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşım alanı tanınması vb. açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir (Vural ve Bat [12.12.2016]). Böylece insanlar sosyal medyada fikirlerini aktarmakla birlikte tartışabilmekte ve üretimde bulunabilmektedirler.

Bu arada her şey teknoloji alanındaki ilerlemelerin insan yaşamının merkezine dahil olması ile yeni bir boyut kazanmıştır. Özellikle toplumsal ilişkilerin işleyişinde köklü değişimler meydana gelmiştir. Ayrıca 20. yüzyılın son diliminde bilişim alanındaki gelişmeler hızlı bir ivme kazanmıştır. Geçmişte yüz yüze olan beraberlikler günümüzde yerini çoğunlukla sayısal ortamda gerçekleşen beraberliklere bırakmıştır. Bu iletişim şekli o kadar popüler bir hal almıştır ki insanlar gerçekte söyleyemedikleri ya da yapamadıkları pek çok eylemi sanal ortamda gerçekleştirebilmektedirler. İnternet de bu etkileşimin olmazsa olmaz bir parçasıdır. İnternet vasıtasıyla erişilen sosyal ağ siteleri de oldukça yaygın kullanılan bir iletişim ortamı niteliğindedir. Globalleşmenin internet ile bütünleşmesi sonucu etkileşim

olgusu ortaya çıkmış; neticesinde Web 2.0 ile gelişimini hızlandıran sosyal paylaşım ağları iletişimin merkezi durumuna gelmiştir (Kırık ve Orkan, 2013: 18-19). Buradan hareketle Sosyal medya birçok yanı ile insanlara ve toplumlara farklı ve önemli bir gelecek sunmaktadır.

Yeni medyanın geleneksel iletişim araçlarında olmayan en önemli özelliği, alıcı ile verici arasındaki kanalda etkileşimin mümkün kılınmasıdır. İnternet ortamında gerçekleştirilen iletişim, genellikle sanal iletişim olarak tanımlanmaktadır. İnternet ile etkileşimli bir iletişim süreci doğmuştur. Çünkü internet kullanıcısı, bilgisayar ekranında okuduğu yazının tepkisini, herhangi bir materyale ihtiyaç duymadan, web sayfasında tıklayarak anında iletebilmektedir. Ayrıca internet; gazete, radyo ve televizyonun üstünlüklerini aynı ortamda bir araya getirerek güçlü bir enformasyon sunumu gerçekleştirmektedir. İnternetin oluşturduğu sanal iletişim çerçevesinde bireyler ve toplumlar arasında yakınlaşma ve ortak ilgiler oluşturma ile sanal kültür ortamı da doğmuştur (Satıl, 2011: 46-47). Böylece sanal iletişimle kültürlerarası etkileşim ve dönüşüm gerçekleşmiştir.

Buradan hareketle sosyal medya; geleneksel medyaya kıyasla kullanıcıya daha fazla özgürlük tanımakta ve yayın haklarını doğrudan kullanıcılara devrederek bu durumu kanıtlamaktadır. Bilgilerin sayısal ortamda süresiz ve sınırsız saklanabiliyor oluşu ve sonradan düzenlenme imkanının bulunması, sosyal medyayı geleneksel medyadan ayırıcı bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin sosyal medyada kişisel özellikleri ve tüketim tercihlerini belirten paylaşımlarda bulunmaları sonucu ister istemez karşı tarafa bilgi aktarımı olmaktadır. Özellikle reklam veren firmalar bu bilgiler ışığında amaçlarına uygun bir yol izlemektedirler (Kırık ve Orkan: 2013, 25). Bu bağlamda sosyal medya bir yanıyla özgürlükçü iken diğer yanı ise bireyin kontrol altında tutularak yönlendirilme durumu söz konusu olabilmektedir.

Diğer yandan İnternetin ve sosyal medyanın işleyiş süreçleri ile küreselleşmenin işleyiş süreçleri arasında önemli benzerlikler ve paralellikler bulunmaktadır. Sosyal medyanın özellikleri olan merkezi olmayış, dağınıklık, akışkanlık, süreklilik, değişirlik, çeşitlilik, tek bir otoriteye bağlı olamama, interaktiflik, kitle kültürü ve popüler kültüre yaslanma, yalana yatkınlık, gerçek ile gerçek olmayanın karışması, sanallık, gerçek dışılık ve belirsizlik bunlardandır (Çakır, 2013: 18-19). Sonuç olarak

küresel güçler birden çok konuda, sosyal medyanın bilinen nimetlerinden sonuna kadar faydalanamamaktadır.

Sonuç olarak, sosyal medya son yüzyılda insana bilgi, fikir, haber benzerleri açısından yüzde yüz doğru olmamakla beraber objektif pencereler açmaktadır. İnsan, bu pencereleri kendi ilgi alanına göre açarak kapasitesine uygun değerlendirme yapmakla birlikte aynı zamanda kendinden de bir şeyler katma potansiyeline de sahiptir. Her şeyde olduğu gibi sosyal medyada da olumlulukların yanısıra olumsuzluklar da yer almaktadır. Sosyal medya gene de büyük ölçüde ve her alanda yararlanılabilecek bir mecradır.



4. FOTOĞRAF, VIDEO VE SANAT İLİŞKİSİ

Fotoğraf hem bir faaliyet, hem bir kitle iletişim aracı olarak kendine özgü kuralları olan, toplumda ve sanat alanında geçerliliğini koruyabilen bir sanat olarak çağdaş sanatların içinde yerini almıştır. Sanatların birbirinden bağımsız olmadığı, sanatın artık tek başına ele alınmamaya başladığı günümüzde fotoğraf sanatı da diğer sanatlarla birlikte kullanılmaktadır. Çünkü fotoğraf; başlı başına bir materyaldir. Yani malzeme ve teknik olarak çeşitli biçimlerde kullanılabilme özelliğine sahiptir. Ancak fotoğraf, sadece mekanik ve teknik bir işlem değil, onun da ötesinde diğer sanat dallarıyla bütünleşmeye en yatkın etkinliklerden birisidir (Batuk, 2013, 54-55). Bu bağlamda bütün sanatlar arasında bir ilişkinin varlığından söz edebiliriz.

Estetik, sanatları birbiriyle kardeş kılar. Her sanat öbür sanatlara hiçbir şey söylemeyen apayrı bir güzelin peşinde olsaydı estetikten ya da tek bir estetikten söz edemeyecektik, belki estetiklerden, ayrı ayrı estetiklerden, birbiriyle hiçbir bağlantısı olmayan apayrı güzel araştırmalarından söz edebilecektik. “Tüm sanatlar kardeştir, her sanat öbür sanatları aydınlatır” der Voltaire. Dufrenne de şunları söyler: “Her sanatın kendine özgü bir tekniği vardır, her sanat özel bir kuruluş biçimini gerektirir; bir tablo bir roman gibi, bir bale bir anıt gibi kurulmuş değildir” (Timuçin, 2002, 6). Bu bağlamda artık sanat dalları arasındaki sınırlar giderek yok olmaya başlamış, farklı sanat dallarının kaynaşmasından da yeni sanat alanları (video-klipler, bilgisayar animasyonları, mixed media... vs.) ortaya çıkmıştır. Susan Sontag’a göre, teknik arayışların ardından estetik arayışlar, fotoğrafın toplumsal yönünü ve işlevini de gündeme getirmiştir. Fotoğraf, başlı başına bir sanat formu olmasa bile, her türlü konusunu sanat eserine çevirme gibi özgül bir kapasiteye sahip olmaktadır. Fotoğrafın bir sanat olup olmadığı meselesinin yerini, artık fotoğrafın sanatlara yeni hedefler bildirmesi gerçeği almaktadır (Sontag, 2008, 178). Böylece kısa zaman içinde fotoğraf, toplumun bilgilenmesini, gelişmesini, değişmesini ve iletişim kurulmasını sağlayan bir araç haline gelmiştir.

Diğer yandan John Berger'e göre ise, on dokuzuncu yüzyıldan beri süregelen, fotoğrafın bazen bir sanat olduğu tartışmaları meseleyi çözmekten çok karmaşıklştırmıştır; çünkü bu tartışmalarda her zaman resim sanatıyla karşılaştırmaya gidilmiştir. Oysa bir çeviri sanatının bir alıntı sanatıyla karşılaştırılması hiç işe yaramaz. Bu sanatların benzerlikleri, birbirleri üzerindeki etkileri yalnızca biçimseldir; işlev açısından hiçbir ortak yanları yoktur (Berger, 1988, 106).

Bu arada Sanatsal fotoğrafta temel olarak estetik değer önemlidir. Bu sebeple estetiğin alanına görmek sanatın alanına girmektir, sanatın alanına girmek de estetiğin alanına girmektir. Estetik her zaman sanattaki güzelle ilgilenmektedir. Afşar Timuçin'e göre her sanat güzeli oluştururken, başka şekiller kullanmaktadır. Kimi tahta yontar, kimi boyaları karıştırır, kimi ise sözcüklerle oynamaktadır. Hepsinin amacı ortaktır: güzele ulaşmak (Timuçin, 2002, 5).

4.1. Sanatın Unsurları

Bir sanat eserini çözümlemek için değişik yollar vardır. Belli bir resmin fizik elemanlarını ele alır, bunları ayırıp tek veya birbiriyle olan bağlarına göre inceleyebiliriz. Böyle beş eleman vardır denebilir: Çizgi, ton, renk, biçim ve birlik gibi. Bu elemanların değerleri de çoğu zaman bu verdiğimiz sıraya göredir. Tabii bu değer sırası mutlak değil sanatçının zihnindeki sıraya bağlıdır. Şimdi sanatın unsurlarını açıklamaya çalışalım.

4.1.1. Çizgi

Görsel sanatların tarihi gelişmesini düşünürsek bunlarda bir veya birçok ortak ölçü bulunmaktadır. Öz anlamıyla sanat bir sınırlanmayla, belirsizlikten belirliliğe geçiş ile başlar. Gerçekten tarihte ilk sanat (mağara insanının sanatı) dış-çizgi sınırlandırmasıyla başlar. Görsel sanatlarda hatta sadece kütle olmayıp sınırlı bir kütle olan heykel sanatında da çizgilendirme en önemli elemandır. Bu o kadar esaslı bir özelliktir ki bazı sanatçılar bunun şart olduğunu kabul etmektedirler.

Bu bağlamda önce çizginin sınırlandırmadan başka ne gücü olduğunu görelim: Bir ustanın elinde çizgi hem hareketi hem de kütleyi verebilir. Hareketin ifadesi yalnız hareket halindeki eşyaları göstermek değil (bu, sadece gözle seçilenin çizgiye geçirilmesidir), bundan başka estetik bakımdan çizginin kendi başına bir hareket kazanmasıdır; bunu sayfa üzerinde, her türlü benzetme kaygısından uzak bir zevk

içinde oynayarak yapabilir. Botticelli, Blake gibi batılı ressamı sayabiliriz ama çizginin bu özelliği bilhassa doğu sanatında (Japon ve Çin resim, desen ve tahta kesmelerinde) görülür ve çizgi gereğince düzenlendi mi ritim kendiliğinden ortaya çıkmaktadır (Read, 2014, 26). Bir fotoğrafta çizgiler; yollar, dikey ve yatay binalar, yapılar, akarsular, insan bedeninin biçimleri, tepeler, gölgeler gibi binlerce şekilde karşımıza gelebilmektedir. Dolayısıyla Çizgiler sadece hareket ve yönü belirtmez, tonlar, nesneler, ışıık ve gölge arasında bir sınır da meydana getirmektedir. Çizgiler çerçeveyi oluşturmaktadır. Birbirine paralel yatay çizgiler perspektifi oluşturmaktadır. Doğada ve çevremizde yer alan düz ve eğri çizgiler fotoğrafta farklı yapıların ve duyguların ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Terzi, 2006, 31). Bu bağlamda çizgisinde sınır ve anlamı belirginleştiren önemli bir öğedir.

Tüm bu gerçeklerden yola çıkarsak çizginin en mühim özelliği kütle veya somut biçimi, gösterebilmesidir. Çizgiye bu özelliği ancak büyük ustalar verebilir ve bu özellik, kesintisiz dış çizgiden hafif ayrılmalarla ortaya konulmaktadır. Eşyanın köşelerine doğru çizgi daha sınırlı ve daha duygulu bir hal alır, kıvraklaşır ve içten bir duygululuk kazanır; kesintisiz devam edeceğine tam yerinde kırılır, birbiri içinde kaynaşan yüzeyleri göstermek üzere yeniden desenin gövdesine girmektedir. Çizginin gördüğü iş her şeyden önce bir seçmedir, göstermekten çok sezdirir ve gerçekten çizgi bir konuyu en özlü ve soyut gösterme yoludur. Resimli bir stenografi gibi (Read, 2014: 26). Aslında çizginin işlevi bir konuyu ya da düşüncüyü sezdirir yada gösterir diyebiliriz.

Çeşitli kompozisyon çizgilerinin yorumlanması şu şekildedir;

-Düz çizgiler erkeksilik, kudret ifadesidir.

-Yumuşak nitelikli çizgiler dişilik, narin nitelikler ifadesidir.

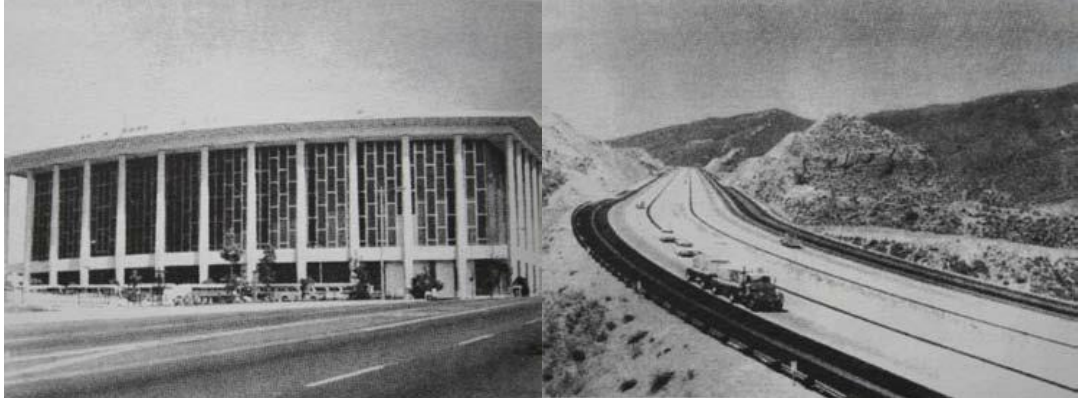
-Keskin kavisli çizgiler devinim ve canlılık ifadesidir.

-Gittikçe incelen uçları olan uzun dikey kavisler asil bir güzellik ve melankoli ifadesidir.

-Uzun yatay çizgiler sükûnet ve huzur ifadesidir, işin ilginç yanı, bu çizgiler hız da anlatabilir, çünkü iki nokta arasında en kısa yol düz bir çizgidir.

-Uzun dikey çizgiler kudret ve ağırbaşlılık ifadesidir.

-Kıvrımlı çizgi; ters “S” biçiminde olan bu çizgi çeşidi, içsel bir uyumu ve dengeyi temsil eder. Görsel sanatlarda Klasik Yunan'dan beri kullanılır (Uysal, 2007, 84-85).



Şekil 41: “Düz Çizgi” ve “Kıvrımlı Çizgi” Fotoğrafı
Kaynak; ”Sinemanın 5 Temel Ögesi: Joseph Mascelli”

(Uysal, 2007: 84-85)

Tüm bu gerçeklerden hareketle çizgiyi de resmi de yaratan içgüdüler aynıdır, Masaccio’dan Tiepolo’ya kadar Rönesans’ın bütün büyük ressamaları aynı zamanda büyük çizgi ustalarıydılar. Modern bir ressam olan Picasso’ya bakalım, çabuk ve zıt üslup değişmesiyle bizi şaşırtan bu ressamın asıl ustalığı az bir gayretle üç boyutlu biçimi veren desenlerinde görülür. Dehanın çizgisindeki damgayı her yerde bulabiliriz, doğuda ve batıda, geçmişte ve zamanımızda. Bu özellik güzel sanatlarda o kadar yaygındır ki insan kolayca Blake’nin görüşüne düşerek çizgiyi tek önemli özellik sayabilir (Read, 2014: 26). Böylelikle sanatçı çizgi ile bir konuyu öz ve soyut bağlamda sergilemektedir.

4.1.2. Ton

“Ton” kelimesi birçok sanatta kullanılır. İlk defa müzikte kullanıldı, fakat 16. yüzyılda sanat eleştirisinin başlamasıyla resimde de kullanılmıştır (Read, 2014, 27). “Modern Painters” isimli eserinde Ruskin resimde ton anlamını şöyle açıklıyor: “Ton kelimesinden iki şey anlarım: İlki, nesnelerin maddeleri ve aralarındaki uzaklığa göre değişen koyulukları bakımından birbirleriyle olan bağıntıları ve tam rölyefleri, bir de gölgelerin resmin esas ışığıyla olan mükemmel bağıntısı. İkincisi aynı ışığın sadece değişik dereceleri gibi görünecek şekilde gölgelerin renkleri ve ışıkların rengi arasında tam bir bağıntı kurmak.” Bu tanım pek açık değil, belki de konuyu teknik gelişmesini göstermekle daha iyi açıklarız. Üç boyutlu kütleyi sınırlarla göstermek probleminden sonra kütleyi ışıkla vermek problemi ortaya çıktı. Çizgi bir soyutlaştırmadır: Eşyanın görsel görünüşünü veremez, çizgi görünüşünü sadece bir işaretle belirtir. Çizgi (en çok kalınlaşıp inceleşerek) bir nesnenin ışığını sezdirebilir.

Fakat aslında çizgi maddenin objektif gerçeği diyebileceğimiz şeyle ilgilendir. Işık akıcıdır: Kuvvetinin derecesi ile yansıma açısı aynı kalmayan, değişen bir olaydır (Uysal, 2007: 105). Bu bağlamda fotoğrafta ton değerlerini ortaya koymak ancak ışıkla mümkün olmuştur.

Tüm bu gerçekler ile birlikte kontrast artınca tonların geçişleri belirginleşir, çünkü orta değerler azalır, açık ve koyu tonlar görüntüye hâkim olur. Buna karşılık fotoğrafçı, amacı doğrultusunda birbirine çok yakın açık veya koyu tonları kullanarak da izleyicinin ilgisini çekebilir. Bu bağlamda genelde açık tonlardan oluşan fotoğraflara high key, koyu tonlardan oluşan fotoğraflara ise low key adı verilir. Siyah beyaz fotoğrafta konunun kontrastını değiştirmek için pozlandırma ve karanlık oda teknikleri kullanılmaktadır. Kimi fotoğraflarda tek renk hâkimdir. Fotoğrafçı bu rengi, izleyici üzerinde uyandırmak istediği duygu ve düşüncelere göre belirler. Aynı rengin tonlarından oluşan fotoğraflara monokrom fotoğraf denir (Kafalı, 1998, 49).

4.1.3. Renk

Sanatın unsurlarından renk, bitmiş bir sanat eserindeki çeşitli unsurlara bir unsur daha katmaktadır. Çizgi bize açıklık ve dinamik ahengi vermiş, belki kütleyi veya somut biçimi sezdirmiş, tonlar da buna mekân ifadesini kazandırmış şeklinde özetleyebiliriz. Bununla birlikte renk bunlara ekleniyor ve gördüğü iş kısaca resmin gerçeğe uygunluğunu kuvvetlendirmek oluyor. Rengin bu şekilde kullanılmasına doğal denebilir, fakat bu tek kullanım olmaktan çok uzaktır. Gerçekten Constable'ın desenlerini ve on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısındaki fotoğraf gibi resimleri bir yana bırakacak olursak, sanat tarihinde rengin doğal kullanılışı çok azdır ve Turner'la Empresyonistlerin denemelerinin gösterdiği gibi bunu tayin etmek çok zordur (Read, 2014: 29). Bu arada tabiatta gerçek renkleri gördüğümüzde onların gerçekten çok uzak olmalarından şikâyet ederiz. Çevremizdeki nesnelerin renkleri onların emdiği ve yansıttığı ışıkların renkleri ile belirlenir. Toplamsal ve çıkarımsal renk sistemleri renklerin oluşumunu açıklamaktadır. Bir de renklerin psikolojik etkileri, benzer ve zıt renklerin fotoğrafta kullanımı anlamı etkileyen faktörlerdir (Terzi, 2006: 33).



Şekil 42: Fotoğrafta Renk

(<http://121clicks.com/inspirations/feel-the-color-inspiring-examples-of-red-color-photography>, Erişim Tarihi: 24.11.2016)

Buradan hareketle renkli fotoğrafçılığın vazgeçilmez ögesi olan renk, ışığın niteliklerine bağlı olarak değişim gösterir. Sert (kontrast) ışık altında renkler daha canlı görünürken, yaygın (“difüz”) ışık altında renkler yumuşar ve solgunlaşır. Anlatım yöntemimize bağlı olarak her iki durumda da ilgi çekici fotoğraflar oluşturulabilir. Renkler arasında uyum sağlayarak güçlü bir etki yaratmak mümkündür. Fakat karşıt renkler ile daha güçlü kompozisyonlar meydana getirilebilir (http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/grafik/moduller/fotografta_goruntu_duzenleme.pdf / [25.11.2016]).



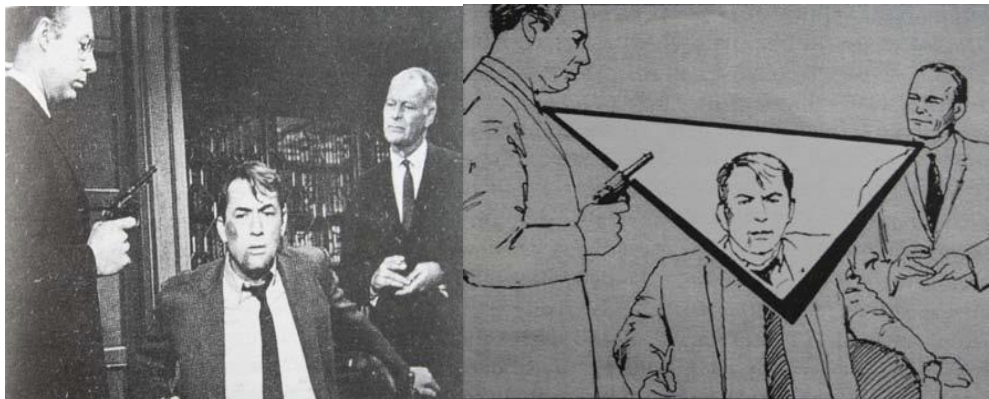
Şekil 43: Fotoğrafta Renk

(<http://www.photocritic.org/articles/what-is-contrast>, Erişim Tarihi: 25.11.2016)

4.1.4. Biçim

Sanat eseri olan bir resimdeki dört elemandan en güç anlaşılanı biçimdir. Biçim metafizik meseleleri içine almaktadır. Örneğin Platon, bağıntılı ve mutlak biçimi ayırt eder, bu ayırma resimdeki biçim analizine de uygulanmalıdır. Platon bağıntılı biçim ile yaşayan varlıklarda yahut onların benzetmelerindeki ölçü ve güzelliği taşıyan biçimi kastetmektedir. Mutlak biçimden ise “çark, cetvel ve gönye” ile yaşayan eşyalardan elde edilen “doğru, eğri, yüzey ve katı biçimlerin” meydana getirdiği şekil ve soyutlaştırmayı kastediyordu. Platon, şeklin bu değişmez tabii ve mutlak güzelliğini, başka şeylerle karşılaştırmaksızın kendi içinden bir güzelliği olan saf ve pürüzsüz bir ses tonuna benzetmiştir (Read, 2014: 30-31). Dolayısıyla biçim aslında bir nesnenin kimliğinin belirginliğini ve ayırtedilmesini sağlamaktadır.

Buradan hareketle çevremizdeki nesneleri bir diğerinden ayırt etmemizi sağlayan etmen o nesnelerin biçimleridir. Işık ve gölge biçimlerin temel kaynaklarıdır. Biçim (form) dış sınırları belirleyen renk ve kapalı çizgilerle oluşur. Temel biçimler dikdörtgen, üçgen ve dairelerdir. Diğer biçimler bu üç temel biçimin birleşimi veya bozulmuş halidir. Her bir biçim kendine özgü anlama sahiptir. Görüntünün yapılandırılması bu üç temel biçimin çerçeve içinde yerleştirilmesiyle olmaktadır (Terzi, 2006, 31-32). Böylece ışık ve gölge biçimin ortaya çıkmasını ve formlarını oluşturmaktadır.



Şekil 44: “Ters Üçgen Kompozisyon” fotoğrafı ve taslak fotoğrafı, Universal City Studios arşivinden, Kaynak: Sinemanın 5 Temel Öğesi: Joseph Mascelli

(Uysal, 2007:86)

Zira varolan tüm nesnelerin bir formu vardır. Fiziksel formlar tanınabilir ama izleyicinin gözünün hareket ederek, bir cisimden diğerine gitmesiyle oluşan formlar, kolayca fark edilmemektedir. Pek çok soyut form izleyicinin zihninde birkaç fiziksel

nesne tarafından yaratılan uzam içinde var olurlar. Bir kişi ya da nesneden diğerine yapılan göz hareketi bir üçgen bir daire vs. formları tanımlayabilir. Birçok tecrübeli kameraman bilinçaltından belirli kompozisyon formlarını hiç çözümlemeden kullanır. Zira üçgen bir form piramidin bütünlüğünü, gücünü ve dengesini çağrıştırır. Gözü bir noktadan öbürüne dışarı kaçmadan taşımanın bir yolu, kapalı ve kuvvetli bir formdur (Uysal, 2007, 86).

4.1.5. Birlik

Kusursuz bir sanat eserinde bütün elemanlar birbirine bağlıdır; bunlar birleşerek bir bütün kurarlar; bu bütünün değeri ayrı ayrı elemanların toplamının değerinden daha üstündür. Whistler boyalarını aklıyla birbirine karıştırdığını söyler; Almanya’da insan kanyla resim yapar denir; bu sözlerden şunu anlarız: Bir resmin elemanları ona hakim olan ve düzenleyerek onları bir bütün haline sokan şahsiyet sayesinde birleşirler. (Read, 2014, 32-33). Dolayısıyla birlikte, bütün elemanlar ahenk içerisinde işe koşulmalıdır.

Sanat eseri düşünceden çok duyguda belirir, gerçeğin doğrudan doğruya ifadesinden çok bir semboldür. Bizim burada sadece açıklamak için gösterdiğimiz şekilde bir sanat eserini düşünce yoluyla incelemek ondan hoşlanmamıza el vermez. Böyle bir hoşlanma, sanat eserini bütünlüğüyle doğrudan doğruya kavramaktır. Bir sanat eseri bizi her zaman şaşırtır; eserin ne olduğunu düşünmeye vakit kalmadan o bize yapacağı etkiyi yapmıştır (Uysal, 2007: 76). Sonuçta sanat eseri bir semboldür.

Bu bağlamda, Birlik ilkesi düzenlenen görselin kendi içinde bütün halinde olması, yeterli ve eksiksiz olması anlamına gelir. Bu kural bozulsa bile bilinçli bozulur ve anlatımı desteklemek içindir. Işıklı alanlar ve koyu alanlar birbirini tamamlar ve eksiksiz bir sahne oluştururlar (<https://bilisimg.wordpress.com/tasarim-unsurlari-ve-ilkeleri/> (2012/10/15)).

4.2. Sanatın İlkeleri

Görüntü tasarımının temel ilkeleri, resim, fotoğraf ya da sinema olsun tüm görsel sanatlarda geçerlidir. Çünkü üç boyutlu dünyanın iki boyut üzerinde algılanmasını ve görüntüden alınan duyumların güçlenmesini sağlayan bu temel ilkelerdir (Uysal, 2007, 76). Görüntü üzerinde, görsel öğeler belli kurallara, ilkelere göre yerleştirilirler ve düzenlenirler. Birbirlerine bağlıdır ve görüntüde bir arada yer alırlar. Pek çok ilke, öğeler gibi görüntüde aynı anda yer alabilmektedir. Öğeler ve ilkeler birbirine bağlıdır ve bir arada bulunmaktadır (Kafalı, 1998: 55)

Tasarımı oluşturan temel öğe ve ilkeler incelendiğinde, bunların birbirleriyle bir ilişki örgüsü içinde oldukları görülmektedir (Anılanmert, 1981: 38).

4.2.1. Hareket

Hız ve hareket izlenimi, hareket eden objenin, hareketle aldığı sonsuz biçimden sadece birinin fotoğrafa net olarak yansması demektir. Bu bağlamda insan gözü baktığı her plana anında netlik yapar. Aynı şekilde hareketli konuları da takip eder ve net görür. Böylece hareketsiz kamera ve düşük hızla çekim ayrıntı hareketlerinin önemli olduğu durumlarda ilginç sonuçlar vermektedir. Görüntünün geneli net iken o sırada hareket eden kol veya kıyafetler netsiz izlenirler ve ilgiyi belli hareketli noktalara çeken öğeler olarak kullanılabilir (http://hbogm. meb.gov.tr /modulerprogramlar/kursprogramlari/grafik/moduller/fotografta_goruntu_duzenleme.pdf [28.11.2016]).



Şekil 45: Fotoğrafta Hareket

(<http://www.analograf.com/magazine/home/papersDetail/123>, Erişim Tarihi: 28.11.2016)

Bu teknik gerçeklerden yola çıkarak bu oluşan hareket netsizliği yanında bazı gece fotoğraflarında uzun çekim sürelerinin uygulanmasıyla da çeşitli deneysel netsizlikler meydana getirilebilmektedir. Fotoğraf makinesinin objektifinin açık kaldığı bir süreçte cisimlerde hareket halinde olurlarsa film üzerinde ışıklı cisimler iz bırakırlar ve dinamik bir etki uyandıran netsizlikleri meydana getirirler. Mesela bu tür çekimlerde uzun çekim süresi boyunca otomobillerin stop lambaları kırmızı çizgiden ağlar oluşturmaktadır (Aktaş, 2006: 71).

4.2.2. Üstünlük ve Bütünlük

Ritim, uyum, kontrast ve denge ilkeleri yardımı ile görüntüde yer alan konuların bazıları daha çok ilgi uyandırır, bazıları uyandırmaz. Amaç, bu ilkeler göz önünde bulundurularak tasarım öğeleri ile istenilen bölge üzerindeki dikkati yoğunlaştırmaktır. Bu dikkat çekici bölge görüntünün genelinden daha üstündür, daha doğrusu üstün hale getirilmiştir. Bu bağlamda görüntüde üstünlük eğer bütünlük varsa bir değer kazanır. Birbiri ile ilgisiz, bir birlik, bütünlük kuramayan elemanlar arasında üstünlükten söz edilemez. Elemanlar zıt özelliklere sahip olsalar da ifade ve amaç birliğine sahip olabilirler. Bütünlük de üstünlük gibi görüntünün tasarımında bir amaçtır. Üstünlük sağlamak için kontrast, bütünlük için ise denge gereklidir. Dengesiz bir görüntüde bütünlük bozulmaktadır (Kafalı, 1998: 66-67). Tüm bu

gerçekler ışığında görüntüde üstünlük ve bütünlük sağlamak için sadece benzer öğeler değil zıt öğelerinde gücünden faydalanılmalıdır.



Şekil 46: Fotoğrafta Üstünlük ve Bütünlük

(<http://www.huseyinaldirmaz.net/2011/12/fotograf-sanatinda-kompozisyon/>, Erişim Tarihi: 03.12.2016)

Bir fotoğraf çekiminde konuya baktığımızda karenin içinde gördüğümüz gerekli gereksiz tüm ayrıntılardan sadece anlatım için gerekli olanları yeterli ölçüde alınmalıdır. Bütünlük bu öğelerin birbirine görünür ya da görünmez bağlarla bağlanmasıdır. Buradaki örneğimizde bütün hareketlerin tek bir merkezde toplanması bütünlüğü getirmektedir. Diğer bir önemli nokta ise fotoğraf an hakkında bize bilgi vermez fakat bütün anları temsil etmektedir. Sinema karesi herhangi bir anı temsil ederken fotoğraf karesi ise önemli bir anı temsil eder ve anlatım bir tek karenin sınırları içinde gerçekleşmek durumundadır. Bu özelliği yüzünden fotoğrafta zenginleştirme, yoğunlaştırma çok kez bütünlüğün bozulmasına neden olmaktadır (Aktaş, 2006: 71-72). Bu örnekte de anlaşılacağı üzere, fotoğraf karesi sadece herhangi bir anı yakalamak değildir. Belli ve amaçlı bir anı yakalamak fotoğrafta temel hedef olarak işe koşulmalıdır.

4.2.3. Ahenk

Temel anlamda uyum iki ya da daha çok öğenin birbirine katkı yapması yapılan işe sonuç açısından fayda sağlamasıdır. Böylece uyum benzer biçimlerin tekrarı ile oluşmaktadır. Bu bağlamda Ahenk; biçimsel, renk veya hareket uyumu olarakta

tanımlanabilmektedir <http://www.tchayat.org/sayilar/nisan-2009/199-sanat-guzellik/> , [28.11.2016]).



Şekil 47: Biçimsel ve Hareket Uyumu

(Aktaş, 2006: 55)

Diğer yandan uyumda benzer öğelerin birlikteliği esastır. Birbirine eşdeğer olmayan, benzer öğelerin beraberliği ve tekrarlarında bir biçimde uyumdur. Uyumda eşit aralıklı olma ya da eşdeğer olma mecburiyeti yoktur, bazen öğeler arasında sadece benzer olma mecburiyeti bile uyum ve ahenk olarak düşünülebilir (Aktaş, 2006: 54). Aslında Ahenk, bir veya birden çok öğenin bir hedef doğrultusunda ve kompozisyon içerisinde bir arada ve birbirine katkı yapması halidir.

Bu arada birbirine yakın büyüklüklere sahip; formları birbirine benzer nesnelerin, (yuvarlak veya köşeli formların) bir arada kullanılması ile uyum içeren görüntüler elde edilebilir. Burada hem nesnelerin sahip olduğu formlar hem de bir araya gelerek görüntü üzerinde oluşturdukları formlar söz konusudur. Nesnelerin renkleri gibi yapıldıkları malzeme ve sahip oldukları dokular da benzer olup uyum oluşturabilir. Nesnelerin doğrultularının aynı yöne doğru olması veya aralarında birbirine eşit aralıkların yer alması da uyum oluşturmada etkilidir. Bütün bu fiziksel özelliklerin bir tanesi fotoğrafta yer alabileceği gibi birkaç tanesi de bir arada bulunabilir (Kafalı, 1998: 60). Böylece fiziksel ya da içerik olarak aynı amaca hizmet eden nesnelerin bir arada kullanılması ile de uyum oluşturulabilmektedir.

4.2.4. Denge

Eğer bir sanat yapıtında tüm görsel elemanların bir denge durumu oluşturacak biçimde yayılmasını istiyorsak, dengenin nasıl yaratılacağını da bilmek

mecburiyetindeyiz. En basit biçimiyle denge, birbirlerini karşı yönlerde çekmeye çalışan iki güç arasında gerçekleşir. Bu tanım görsel denge için de geçerlidir. Tıpkı bir fizik ögesi gibi, her belirli görsel düzenlemenin bir dayanak noktası ya da çekim merkezi vardır. En düzenli şekiller hariç olmak üzere, bir desenin dengesi konusunda gözün içgüdüsel denge duygusunun yerini alacak mantıklı bir araç dünden bugüne bulunamamıştır (Toker, 1999: 65). Bu bağlamda gözün bu yapısından ötürü denge oluşturmada dayanak noktası ya da referans çok önemlidir.



Şekil 48: Fotoğrafta Denge

(Aktaş, 2006: 74)

Böylece konular veya objeler yerinde durduğu sürece fotoğrafçı ancak kadrajı değiştirmek suretiyle dengeyi bulabilir. Çünkü aynı manzara içinde kadrajın belli bir konumunda denge vardır, belli bir konumda ise denge yoktur ve konu etrafında dolaşma imkânının bulunduğu hallerde bunu daha çok alternatifle deneme imkânı ortaya çıkmaktadır (Aktaş, 2006: 75). Zira denge olayında denge sağlamak için manzara ve kadraj konumlarının hareketliliği sonucu etkilemektedir.

Bu bağlamda Denge konusunda pek çok kaynakta terazi ile benzerlik kurulmuştur. Gerçekten görüntüde elemanların oluşturduğu denge fizikte, matematikte kullanılan terazi ve denge şemaları ile aynıdır. Ancak dengelenen nesnelerin kütsel ağırlıkları

değil, sahip oldukları fiziksel özellikleridir. Bu özellikler öncelikle boyutları (görüntüde kapladıkları alan), renkleri, ton değerleri, dokuları ve yerleştirilmelerine göre doğrultuları ve nesneler arasında kalan boşluklardır. Görüntü, bir nokta üzerinde dengede durması istenen bir yüzey olarak kabul edilebilir. Merkez dışına bir eleman yerleştirildiği zaman denge bozulabilir. Bu dengeyi tekrar kurmak bir gereksinimdir. Bu arada durağan ve hareketli denge olarak iki çeşit denge bulunmaktadır (Kafalı, 1998: 64-65). Bu noktadan hareketle statik ya da hareketli dengede önemli olan görsel dengenin yanında anlamsal bütünlük içerisinde dengeyi sağlayabilmektedir

4.2.5. Oran

Nesnelerin düzenlenip kadraj içinde yerleştirilmesinde dikkat edilmesi gereken en önemli husus oranlardır. Ana konunun kadraj içinde kaplayacağı alan ve bu alanın yeri, yardımcı elemanların ana konuya oranla boyutları ve yeri, genel olarak kadraj içinde yer alan bütün ana ve yardımcı elemanların kadraj boyutları ile oranları düşünülmeli, göz önünde bulundurulmalıdır. Kadraj içinde yer alan nesneler, bir şekilde kadrajı parçalamaktadır. Bir görüntüyü pek çok parçaya bölme işlemi, bir oran sorunudur. Sanat tarihinin çeşitli dönemlerinde sanatçılar, bu oranlarla ilgilenmişlerdir (Kafalı, 1998: 67).

Oranlar deyimi ile ;

1. Ana konunun çerçeve içindeki yeri ve büyüklüğü,
2. İkinci derecedeki öğelerin yerleri ve büyüklükleri,
3. Tümünün oluşturduğu bütünün çerçeve içindeki konumu ve çerçeve alanına oranı amaçlanmaktadır.

Bu bağlamda, konuyu ortalama ya da simetrik yerleştirme belki de ilk akla gelen oranlamadır. Çerçeve boyutuna göre, 1/2-1/2 oranındaki iki bölümlü simetri en yaygın olanıdır. Enine ya da boyuna üç parçaya bölünmüş dikdörtgende ortada bir eksen çizgisi yerine bir bölüm oluşur. İnsan gözü bir çizgiye değil bir dilime rastlar. Dolayısıyla insan ikiye bölünmez bir biçimle karşılaşır (Toker, 1999:67). Böylelikle insan gözü birlik içinde olan bir görseli daha rahat anlamlandırmaktadır.

Oran konusunda, boş bir çerçeve içinde ana konu niteliğindeki bir figürün yerleştirilmesi için yaklaşık yöntem; bu çerçeveyi yatayda ve düşeyde üçe bölen iki yatay, iki düşey çizgi çizmektir. Oluşan dört çizginin kesim noktalarında dört kritik bölge meydana gelir. İşte ana konu duruma ve şartlara göre bu dört noktaya

yerleştirilmektedir (http://gorseldilsanat.blogcu.com/resimde-kompozisyon-ve-ritim/9979017/ , [01.12.2016]).



Şekil 49: Fotoğrafta Oran

(http://www.birkarefotograf.com/fotografta-altin-oran-13-kurali/, Erişim Tarihi: 07.12.2016)

Bu bağlamda çerçeve içinde tarla-gökyüzü, deniz-gökyüzü gibi iki fon elemanı bulunuyorsa, bu yüzeyleri ayıran çizgi $1/3$ 'ten geçmelidir. Daha önemli olan parça büyük alanı kaplayacaktır. Bu şekilde $1/3$ 'ler çokça kullanılır fotoğrafta ve objenin çerçeve içinde nereye yerleştirileceği hep bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda objenin yerini kare içinde değiştirmek için, yine konu etrafında dolaşarak uygun olan ve olmayan durumlara bakmak gerekmektedir. Bu gerçeklerde gösterdi ki İçedönük olması gereken bir figürü hemen $1/3$ 'e dışa bakar şekilde yerleştirmek çözüm getirmemektedir (Aktaş, 2006: 76-77) .



Şekil 50: Doğru Oranlanmamış Fotoğraf

(Aktaş, 2006: 77)

Şekil 82’de ki örneğimizde doğru oranlanmamış bir figürü sola değil de sağ 1/3’e yerleştirdiğimizde olumlu bir sonuç elde etmemiz zorlaşmaktadır.



Şekil 51: Doğru Oranlanmış Fotoğraf

(Aktaş, 2006: 77)

Şekil 83’de ki örneğimizde ise figür gayet iyi bir biçimde 1/3’e yerleştirilmiştir. Sonuç olarak oran durumu kullanılacak objelerin konumlanması ve durumuna göre değişmektedir.

4.2.6. Ritm

Benzer ya da eşdeğer unsurların eşit aralıklı dizilişleri ritmi oluşturur ve bu ard arda tekrar belli bir düzenin ve gücün ortaya çıkmasını meydana getirmektedir. Ritimden

söz edebilmek için aralıklı en az üç eşdeğer ögenin bulunması gerekmektedir ([https://www.msxlabs.org/ forum/ soru-cevap/210544-resimde-ahenk-denge-birlik-ve-derecelendirme-ne-demektir-3.html/](https://www.msxlabs.org/forum/soru-cevap/210544-resimde-ahenk-denge-birlik-ve-derecelendirme-ne-demektir-3.html/), [01.12.2016]).



Şekil 52: Fotoğrafta Ritim

(<http://www.turknikon.com/fotografta-ritim-nedir-ve-en-iyi-ritim-fotograf-lari-4175>, Erişim Tarihi: 08.12.2016)

Bu gerçeklerden hareketle en az üç öge arasında bulunan bu iki aralık eşit olmalıdır ki bir tekrar mümkün olabilsin. Bu şekilde eklenen her bir öge ve eşit aralık ritmi dolayısıyla konuyu ve fotoğrafı zenginleştirir. Görüntüye zenginlik katan ritim öğeleri mutlaka yüzeysel ve birbirlerine eşit olmak zorunda değildir. Ritim perspektifle birlikte de kullanılabilir. Yani bir ritim-perspektif birlikteliğinden de bahsedilebilir. Öğeler ve aralıklardaki farklılıklar değişik ritimleri (mesela aksak ritmi) ve daha farklı, çekici düzenlemeleri de meydana getirebilmektedir (Aktaş, 2006: 53-54)



Şekil 53: Fotoğrafta Ritim

(<https://photographyicon.com/pattern/>, Erişim Tarihi: 08.12.2016)

Böylece ritmin görüntüye zenginlik katmasından başka bir işlevi de doğrultu ve yol göstermesidir. Örneğin yol boyunca dizilmiş ağaçlar, yolun doğrultusunu, yolun yüzeyinden daha etkili bir biçimde belirler. Ritmi oluşturan öğelerin artan sıklıkta kullanılması anlatılan olay örgüsünün daha güçlenmesine olanak vermektedir. Normalde düşeye yakın duran buğday başakları gövdelerine göre hangi tarafa yatmışlarsa bu, rüzgârın o tarafa estiğini belirlemektedir (Kalfagil, 1981: 69)

4.3. Sanat Öğretisi Olarak Estetik Kavramı

Estetik, Yunanca Aistheta'dan gelen Aisthetikos kelimesinden türetilmiştir. Kelime, duyularla algılanabilen şeyler anlamına gelir. Estetik 18. Yüzyılda felsefenin bir dalı haline geldi. Alman Filozof Alexander Gottlieb Baumgarten (1714-1762), kelimeyi ilk kez 1735'te yazdığı *Meditationes Philosophicae de Nonnullis Ad Poema Pernentibus*/Şiirle İlgili Bazı Meseleler Üzerine Felsefî Düşünceler adlı kitabında kullanmıştır. Estetik sadece felsefe alanında değil, tasarım ve moda alanlarında da kullanılmaya başlanmıştır. Benzer şekilde “estetik” bir sanat eserin duyarlılığını ve üslubunu nitelemede de kullanılır. Estetikle aynı kökten türeyen “Estet” kelimesi, güzelliği en üstün değer sayan kimseler için kullanılır. Hayatını sanata ve güzelliğe adayan Oscar Wilde genellikle bir estet olarak anılmaktadır (Kul-Want-Piero, 2013: 4-5-6). Bu bilgilerden yola çıkarak estetik kavramı güzel ve güzele dair olanı ele alır denilebilir.

Sanatın çağdaş anlamına baktığımız zaman onun zaman ve uzam öğelerini kullanarak yapay bir anlatım nesnesi oluşturmanın dışında bir amacı olmadığını görürüz. Her sanat yapıtı doğal öğelerden gidilerek oluşturulmuş yapay bir nesnedir. O yapaylık sanatçıyı tedirgin etmediği gibi izleyiciyi de tedirgin etmez, tersine insanla ilgili anlamları taşımak açısından her ikisine de güvence verir. Sanatçı estetik görünümünden giderek ya da kendi bilinç koşullarında özel olarak estetikleştirdiği nesnelerden giderek gerçek estetik nesne olan yapıtı oluşturduğunda bunu insanla ilgili çok özel anlamları ortaya koymak için oluşturmuştur. Her gerçek sanat, fotoğraf sanatı da içinde, yaşamı doğru yorumladığı ölçüde bizi ilgilendirmektedir (Timuçin, 2011: 15). Dolayısıyla her sanat ögesi yapay bir nesnedir denilebilir.

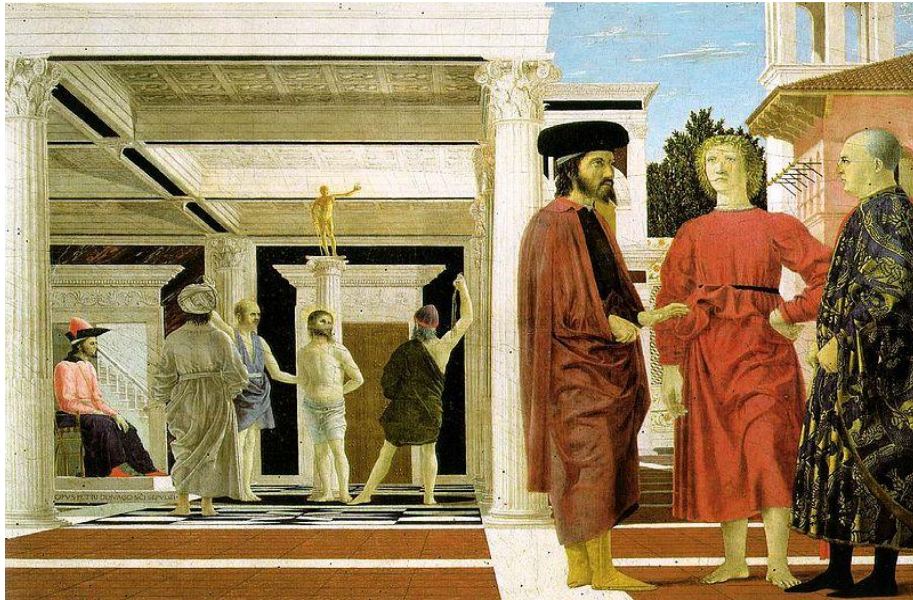
Bu arada estetik bilgi ve ona ilişkin gerçekler ise hem bilimsel, hem inançsal, hem de duyusal bilgidir çok farklıdır. Estetik bilgi bilimlerin, özdekle, enerjiyle, gerçeklerle olduğu gibi benzer, en yakın olma veya inançsal betimlemelerin aslına uyma, süt be süt aynı olma, değişmeme nitelikleri gibi bir iddia taşımaz. Aksine, insanın beğeni ve güzele ilişkin algılama, yargılama ve vargılamasıyla açığa çıkan bilginin gerçekliğidir. Bu bağlamda hangi amaçla ve hangi kültür düzeyinde olursa olsun, her deklansöre basım, sonuçta, daima estetik bir değer yaratır. Estetik değerler, güzelden çirkinine pek çok ölçü derecelendirmesini kapsamaktadır. Belgeselden haber fotoğrafa, portreden dijital fotoğrafa kadar her çekimin güzel ile çirkin arasında, estetik bir değeri daima vardır. İnsanda, hangi sınıftan olursa olsun, fotoğrafik dil, daha güzel

olsun özünü hep ayaklandıran bir özelliğe sahiptir (Atalayer, 2011: 12). Sonuç olarak yaratılan her eser estetikdir diyebiliriz.

4.3.1. Altın Oran

Yunan felsefesinin erken devirlerinden beri insanlar sanatta bir geometri kanunu bulmaya çalışmışlardır, çünkü sanat güzellik, güzellik de ahenk olduğuna ve ahenkle orantıların gözetilmesinden doğduğuna göre, bu orantıların değişmezliğini kabul etmek akla yakındır. Altın Oran diye bilinen geometrik orantı yüzyıllar boyunca sanat sırlarının anahtarı olarak kabul edilmiştir; yalnız sanatta değil fakat tabiattaki her şeye de o kadar çok uygulanmıştır ki zaman zaman dini bir saygı bile kazanmıştır (Read, 2014: 15-16). Bu bağlamda 1870’li yılından bu yana estetik üzerine yazılan birçok çalışmada altın oran sorunsalı işlenmiştir.

Bu gerçeklerden hareketle bir Alman yazarı, Zeising, altın oranın gerek doğa, gerek sanattaki biçim dünyasının anahtarı olduğunu ispata çalışmıştır. Özetlemek gerekirse Zeising, altın oranın bütün sanat eserlerinde bulunduğunu iddia ileri sürüyordu ancak, yeni gelişmeler onun iddiasını çürütmüştür ([http:// users.metu.edu.tr /e154682/ altinoran.htm](http://users.metu.edu.tr/e154682/altinoran.htm), [05.12.2016]). Sonuç olarak, iyi bir sanatçının bilinçli ya da içgüsel olarak altın oranı eserlerinde kullandığını söyleyebiliriz.



Şekil 54: Piero della Francesca, “İsa’nın Kırbaçlanması”

(https://en.wikipedia.org/wiki/Piero_della_Francesca, Erişim Tarihi: 10.12.2016)

Ayrıca bir fotoğrafı çekmeden önce formatı ile boyutlarının oranları incelenmelidir. 24x36 filmde kısa kenarın uzun kenara oranı $2/3$ 'e eşittir. Bu iki basit sayının ilişkisidir ve görüntüyü bölümlere ayırmada kullanılabilir. Pek çok ilişki şöyle kurulabilir; $1/2$, $4/5$, $5/8$. Bütün bu ölçüler, sayılar kağıt üzerine eli ile çizim yapan ressam veya illüstratör için uygundur, fakat fotoğraf için uygun değildir. Fotoğrafının kompozisyonunu oluştururken hiçbir fotoğrafçı hesap yapmayacaktır. Fotoğraf için tek pratik yaklaşım “sezgi”dir. Farklı oranlar arasında bulunan uyum ayrımlarını fark edebilmek için alıştırma yapmak gereklidir (Kafalı, 1998: 69-70).



Şekil 55: Altın Oran

(<http://www.hakkiceylan.com/fotograf-ve-altin-oran>, Erişim Tarihi: 10.12.2016)

4.4. Etik Açısından Fotoğraf

Çağdaş Fransız filozof Michel Foucault, bir varoluş estetiği olarak ahlak kavramını ortaya attığında, sadece postmodern bireye yeni bir yaşam alanı önermekle kalmamış, felsefenin bu iki önemli sorunuyla ilgili yeniden alevlenen tartışmalara da katılmıştır. Dünya Savaşlarının zihinsel yıkımı karşısında bocalayan felsefe, her alanda yoğun bir sorgulamaya girişmiş, bu bağlamda sanat eleştirisi de estetiğin ötesine geçip etiğin kavramlarına başvurmaya başlamıştı. Modernizmle gelişen yeni bir sanat dalı olarak fotoğraf bu yeniden gözden geçirme sürecinde Batı düşüncesinin üstüne titrediği konuların basında gelmiştir ([http:// www.evrimagaci](http://www.evrimagaci).

org/makale/246, [06.12.2016]). Bu arada fotoğraf, modernizmin ürünü olarak etik açıdan Amerikada kurgusal bir gerçekliği kurmada işe yaramıştır.

Bu bağlamda Amerikada, Kameranın yalan söylemeyen bir alet olduğuna en güvenildiği yıllar olan 1930'lu ve 40'lı yıllarda Fotoğrafların inandırıcı gücünden hükümetin tarım politikalarını desteklemeye yardım edecek şekilde yararlanılmıştır. Fotoğrafçı Arthur Rothstein'in Güney Dakota'da kuraklık koşullarının görünüşünün insanlar üzerinde daha etkileyici olması açısından tasarlayıp farklı açılardan çektiği ağartılmış öküz kafası fotoğrafıdır. Bu durum o yıllar için büyük bir olaydır ve halk henüz fotoğrafik uydurmalara alışık değildir, Arthur Rothstein'in fotoğrafının kurgu olduğunun anlaşılması üzerine ise halk oldukça tepki göstermiştir (Özdemir, 2009: 28).



Şekil 56: Arthur Rothstein, Güney Dakota, 1936

(Özdemir, 2009: 34)

Ünlü sanat eleştirmeni John Berger'e göre, fotoğraflanan andan çıkıp tekrar kendi hayatlarımıza döndüğümüzde kontrastın farkına varmayız; süreksizliğin kendi sorumluluğumuz olduğunu varsayarız. Gerçek şudur ki fotoğraflanan ana gösterilecek herhangi bir tepki ister istemez yetersizlik duygusu içerecektir. Orada, fotoğraflanan durumun içinde bulunanlar, ölenin elini tutanlar ya da bir yaralıya yardım edenler, söz konusu anı bizim gördüğümüz gibi görmezler ve tepkileri de her

şeyiyle farklı bir türdedir. Böyle bir anı dalıp giderek seyreden kimsenin, bundan güçlenerek çıkması mümkün değildir. Hem tehlikeli hem etkin bir tefekküre“ sahip olan McCullin bir fotoğrafın altına şu buruk cümleyi yazıyor: “Makineyi yalnızca bir dış fırçası kullanır gibi kullanıyorum. O işini yapıyor” (Berger, 1988: 67). Dolayısıyla sanatsal üretimin en önemli işlevi insan için üretildiği gerçeğinin göz ardı edilmeme durumudur.

Keza bir sanat yapıtının değer olabilmesi ya da değer olabilecek bir yapıtın yaratılması hiç de kolay değildir ve hiçbir zaman basite de alınamaz, alınmamalıdır. Böylesi bir “değer”den bile öte, tümel yaşamın hiç bir nesnel boyutu, insanın kendisinden daha önemli ve değerli olamayacağı içindir ki etik değerlere saygı, insanlığın varlığına saygınlıktır (Özturan, 2004, [11.12.2016]). Bu bağlamda insanın kendisinin ikinci plana bilinçli olarak itilmesi, evrensel temel değerlere tümüyle karşıt bir uygulamadır.

Bu arada fotoğraf sürekli zaman içinden bir anı dondurur. Konu aldığı zaman aslında yaşanılan zaman, zaman eşdeyişiyle gerçek zamandır. Ancak deklanşöre basıldıktan sonra, çekildiği an olan zaman, deklanşöre basılınca "çekildiği zaman"a dönüşür. Zaman olgusu fotoğrafın dışında kalır. Burada kişiyi etkileyen, gerçekliğin elden kaçıcılığını bir an elde tutma yanılsamasıdır (Derman, 1991: 20). Diğer yandan fotoğrafın oluşturduğu gerçeklik izlenimini doğasını ve sınırlarını irdelerken Roland Barthes: "bir fotoğrafa bakmak demek, o anda fotoğrafın üstünde olanı değil, çekim anını görmeyi amaçlamaktadır" der. Bu ise önemli bir tanımlamadır. "Öyleyse söz konusu olan şey zamansal önceliği hemen belirlenebilen bir uzama sahip olan uzam-zamanın yeni bir kategorisidir"(Metz, 1986: 8).

4.5. Sanatta İçerik ve Biçim

Sanatta içerik sorununun iki yanı vardır. Bunlar; Sanatta yansıyan gerçeklik ve bir sanat yapıtında gerçekliğin sanatsal yansımasının içeriğidir. Bu iki yan birbirine sınımsıkı bağlıdır ama birbiriyle de asla karıştırılmamalıdır. İşte bilimsel öğretilerde estetik bunların sınırlarını iyice belirleyebilmek için iki kavram kullanır; Sanatta konu (objet) ve içerik sanatın konusunu açıklığa kavuştururken, sanat kuramının temel sorununa, yani sanatın gerçeklikle ilişkisi, gerçek yaşamla bu yaşamın sanatsal yansıması arasındaki bağlantılaşım sorunu üzerine maddeci yaklaşıma dayanırız. Böyle bir açıdan bakılınca, içerik, yaşamdaki doğru fenomenleri gösterir; sanat da bunların içinde yansıdığı belli bir biçimdir (Ziss, 2016: 92-93). Bu bağlamda sanat yapıtının sahip olduğu içerik gerçeğin yansıma biçimi olarak bir imgedir.

Buradan hareketle içeriği dışarıdan sarmalayan biçim onu dışsallaştırır, yani cisimleştirir. Dolayısıyla, geleneksel klasik terminoloji temelde doğruluğunu korur. Çağdaş poetikada, estetik nesnenin kurucu ögesi olarak içeriğin reddedilmesinde iki eğilim belirgindir; bu iki eğilim her zaman kesin olarak saptanamaz ve henüz formüleleştirilmiş değildir: (1) İçerik sadece kurucu bir ögedir, başka bir deyişle, bir sanat yapıtında bilişsel-etik değerin tamamen biçimsel bir önemi vardır; (2) İçerik sadece malzemenin bir bileşenidir (Bahtin, 2005: 317). Böylece sanat yapıtında içerik ve biçim estetik nesnenin koruyucu nesneleri olarak işlev görmektedir.

Dolayısıyla hiç kimse sanatçı ile toplum arasındaki derin bağı inkar edemez. Sanatçı topluma dayanır, tonunu, hızını, şiddetini üyesi bulunduğu toplumdan alır. Fakat sanat eserinin kişisel özelliğinin bağlı olduğu daha başka şeyler de vardır: Sanatçının kişiliğinin bir belirtisi olan kesin bir biçim verme isteğine bağlıdır, bu yaratıcı istek olmaksızın önemli bir sanat meydana gelemez (Read, 2014: 122-123).

Kompozisyon ilkesi, sanatta nesnel bir yasa değerini taşımaktadır. Kompozisyon şu ya da bu kuralların uygulanmasına, belli örgenleştirme yöntemlerinin yapıtta kullanımına indirgenemez. Adına yaraşır bütün sanat yapıtlarında biçimsel kompozisyon yöntemleri, yaratıcının ele aldığı somut gerece göre değişirler ve onun tasarısına, estetik fikrine sınımsıkı bağlıdırlar. Kompozisyonun kotarılması aslında açık seçik bir ideolojik ve estetik göreve uygun gelen yöntemlerin ve çözüm yollarının bilinçli araştırılmasından ibarettir. Ayrıca yapıtın sanatsal içeriği de kompozisyonun açıklığıyla bağımlıdır (Ziss, 2016: 106).

Bu arada biçimi gerçekleştiren tüm kompozisyon öğelerinin bütünlüğü ve her şeyden önce de (biçimsel bir bütünlük olarak) bir yapının sözel bütünü bütünlüğü, söylenen şey temelinde değil ama bunun nasıl söylendiği temelinde, kendisini içeriğinin nesneyle-ilişkili ve anlamla-ilişkili bütünlüğünden bağımsızca, sürekli bütünlüklü bir etkinlik olarak duyumsaması gereken anlamlı konuşma etkinliği hissi temelinde kurulur (Bahtin, 2005: 349). Bu bağlamda Biçim, kendi bilişsel ve etik geçerliliğinde, içerikle birincil ilişkisini kaybedebilir; içerik "tamamen biçimsel bir öge" düzeyine indirgenebilir. İçeriğin bu şekilde güçsüzleşmesi, her şeyden önce biçimin sanatsal önemini azaltır: Biçim en önemli işlevlerinden birinden (bu anlamda, özellikle sözel sanatta büyük önem taşıyan, bilişsel ve etik olanın sezgisel birleştirilmesinden) yoksun kalır. Yalıtma işlevi ve tamamlama işlevi de güçsüzleşir (Bahtin, 2005: 318).

5. FOTOĞRAF VE VIDEO LİSANS BÖLÜM ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ ESTETİK, PLASTİK VE ETİK BİLİNÇ YANSIMASININ İNCELENMESİNİ TESPİT ETMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde araştırma modeli, evren, örneklem ve veri toplama tekniğinde kullanılan işlemlerden; tutum belirleme formunun geliştirilmesi, başarı testinin geliştirilmesi, sosyal medya formunun geliştirilmesi ölçme aracının geçerlik-güvenilirlik analizi yer almıştır. Diğer yandan çalışmanın bu bölümünde başarı testi, tutum belirleme ölçeği ve sosyal medya formlarına ilişkin yüzde frekans dağılımları, bulgular ve yorumlar da bulunmaktadır.

5.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada Alan Araştırması (Betimsel) Modeli uygulanmıştır. Alan araştırması, “tarama araştırması”, “saha araştırması” veya “survey” gibi kavramlarla açıklanmaktadır. Fotoğraf ve Video Bölümü lisans programında öğrenim gören öğrencilere katılım ve kullanım düzeyli sorular sorularak görüşlerine başvurulmuş; tutum ölçer ve döküman incelemesi yolları tercih edilmiştir. Ayrıca Araştırma için çoktan seçmeli bir başarı testi de amaç doğrultusunda kullanılmıştır. Başarı Testi, Tutum Belirleme Testi ve Sosyal Ağlar Testleri için uzman görüşlerine başvurulmuştur.

Çalışmanın tarama verilerini elde edebilmek amacıyla İstanbul’da bulunan Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversiteleri Fotoğraf ve Video Bölümlerinde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrenciler ile çalışılmıştır. Çalışmamızda; öğrencilerin bölüm programındaki fotoğraf ve video derslerinden zorunlu veya seçmeli mesleki derslerden en az bir ya da bir kaçını alıyor ya da almış olmaları kriteri zorunlu hale getirilmiştir.

5.2. Evren ve Örneklem

Tez çalışmamızın evrenini 2016-2017 eğitim-öğretim yılında, Yüksek Öğretim Kurumuna bağlı Fotoğraf ve Video Bölümleri, örneklemine ise İstanbul'da bulunan Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversiteleri Fotoğraf ve Video Bölümlerinde lisans düzeyinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Ayrıca örneklemimize katılan tüm öğrencilerin bölüm programındaki fotoğraf ve video derslerinden zorunlu veya seçmeli mesleki derslerden en az bir ya da bir kaçını almış ya da alıyor olması kriterini de taşıması göz önünde bulundurulmuştur.

Türkiye'de Fotoğraf ve Video Bölümü lisans eğitimi üç üniversite bünyesinde sürdürülmektedir. Fotoğraf ve Video Bölümleri lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan öğrencilerle yapılan Başarı Testi, Tutum Belirleme Testi ve Sosyal Ağlar Testleri toplamda iki üniversite de uygulanmıştır. Evrenimizi temsil edeceği düşüncesi ile örneklem olarak iki üniversite ile sınırlı kalınmıştır.

Araştırmaya iki üniversiteden 145 öğrenci katılım sağlamıştır. Uygulanan Başarı Testi, Tutum Belirleme Testi ve Sosyal Ağlar Testlerine Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Bölümü 75, Yıldız Teknik Üniversitesi Fotoğraf ve Video Programı ise 70 öğrenci ile katılım sağlamıştır.

5.3. Veri Toplama Teknikleri

Araştırmanın kuramsal çerçevesi genel tarama modeli tekniği ile ilgili literatürün taranması ile elde oluşturulmuştur. Benzer Araştırmalar gözden geçirilerek ilgili yerli ve yabancı yazarların kitap ve makaleleri gözden geçirilmiştir. Diğer tarafta web üzerinden yerli ve yabancı üniversitelerin kütüphanelerinin veri tabanlarına başvurulmuştur. Sanat, Video, Fotoğraf, iletişim alanlarında yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinden faydalanılmıştır.

Oluşturulan görüş Tutum Belirleme formu “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Kararsızım”, “Katılıyorum”, “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde derecelendirilmiş; Başarı Testi ise çoktan seçmeli, 4 seçenekli sorular şeklinde hazırlanmış ve Sosyal Ağlar Testi ise “Katılım ve Kullanım” düzeyli sorular şeklinde hazırlanarak uygulanmıştır.

Ayrıca Başarı testinin ön kısmında öğrencilere; cinsiyet, okuduğu üniversite, sınıf durumları da kodlatılmıştır.

5.3.1. Tutum Belirleme Formunun Geliştirilmesi

Fotoğraf ve Video Bölümü lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin fotoğrafta estetik, plastik ve etik bilincin sosyal medya ağları içerisindeki etkisinin incelenmesi amacıyla aşağıdaki işlemler yapılmıştır;

1- Dijital fotoğrafçılık, Estetik öğeler, Plastik öğeler ve Etik değerler konuları ile ilgili literatür taraması yapılmıştır.

2- Ölçek oluşturma amaçlı örnekleme giren öğrencilerin görüşlerini belirlemek için hazırlanan ölçme aracı ile ilgili uzman görüşüne başvurulmuştur.

3- 50 maddelik taslak liste oluşturulmuştur.

4- 50 maddeden oluşturulan taslak liste, geçerlik-güvenilirlik açısından 60 denek üzerinde uygulanmış, uzmanlık alanı fotoğraf ve video eğitimi, sosyal medya uzmanlığı ve güzel sanatlar eğitimi, istatistik de ölçme-değerlendirme olan farklı uzmanların görüşlerine tekrar sunularak geçerlik güvenilirliği onaylanmıştır.

5- Geçerlik ve güvenilirlik işlemleri sonucunda, 50 maddeden oluşturulan ölçme aracı taslağı, 31 maddeye düşürülerek Tutum Belirleme formu oluşturulmuştur.

6- Tutum Belirleme aracının uygulanması noktasında gönüllülük esas olarak belirlenmiştir.

5.3.2. Başarı Testinin Geliştirilmesi (TEST)

1- Dijital fotoğrafçılık, Estetik öğeler, Plastik öğeler ve Etik değerler konuları ile ilgili literatür taraması yapılmıştır.

2- Örnekleme giren öğrencilerin ölçek oluşturma amaçlı örnekleme giren öğrencilerin görüşlerini belirlemek için hazırlanan ölçme aracı ile ilgili uzman görüşü başvurulmuştur.

3- Oluşturulan 50 soruluk taslak liste danışman gözetiminde 31 soruya indirilerek karar verilmiştir.

4- 31 sorudan oluşturulan taslak liste, geçerlilik-güvenilirlik açısından 60 denek üzerinde uygulanmış ve güvenilirliği, alanı fotoğraf ve video eğitimi, sosyal medya uzmanlığı ve güzel sanatlar eğitimi, istatistik de ölçme-değerlendirme olan farklı uzmanların görüşlerine tekrar sunularak geçerlik güvenilirliği onaylanarak belirlenmiştir.

6- Başarı aracının uygulanması noktasında gönüllülük esas olarak belirlenmiştir.

Tez çalışmasında Fotoğraf ve Video bölümü lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan 145 öğrenciye; 5'li likert tipinde hazırlanan, 31 sorudan oluşan çoktan seçmeli Başarı Testi (EK-1), 31 maddelik Tutum Belirleme ölçme aracı (EK-2) ve 21 sorudan oluşan "Katılım ve Kullanım" düzeyli Sosyal Ağlar Testi (EK-3) uygulanmıştır.

Tutum Belirleme aracı, Başarı Testi ve Sosyal Ağlar Testi uygulanması için 2016–2017 eğitim öğretim yılının birinci yarısında, Fotoğraf ve Video Bölümü lisans düzeyinde öğrenim görmekte olan ve öğrencilerin bölüm programındaki fotoğraf ve video derslerinden zorunlu veya seçmeli mesleki derslerden en az bir ya da bir kaçını alıyor ya da almış olan kriterini taşıyan 1, 2, 3 ve 4. sınıf öğrencileri dahil edilmiştir.

Tutum Belirleme formu, Başarı Testi ve Sosyal Ağlar Testlerine; Yıldız Teknik Üniversitesi'nden 70 ve Bahçeşehir Üniversitesi'nden ise 75 olmak üzere toplamda 145 öğrenci katılmıştır.

5.4. Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde elde edilen verilerin çözümlenmesi için, toplanan veriler öncelikle bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Daha sonra istatistiksel çözümlemelerin yapılabilmesi için SPSS (Statistical Package For Social Sciences) ve TAP paket yazılımlarından faydalanılmıştır.

SPSS paket yazılımından faydalanılarak frekans (f), aritmetik ortalama ($\bar{X}$), t-testi ile öğrencilerin fotoğraf derslerine ilişkin görüş ve tutumları, derslerin nasıl geçtiği, güncelliği, mesleki boyutu vb. yönleri ve öğrencilerin sosyal ağlarla ilgili kullanım, katılım yönleri analiz edilmiştir. Bulgular tablolar haline getirilerek yorumlanmıştır.

Fotoğraf ve Video Bölümü'nde öğrenim görmekte olan lisans öğrencilerinin okudukları bölüme ilişkin bilgi düzeylerini ölçmek amacıyla hazırlanan Başarı Testi sonuçlarının belirlenmesinde ise TAP paket yazılımı ile yorumlanmış, sonuçlar yüzde (%), frekans (f), aritmetik ortalama ($\bar{X}$) ve standart sapma (σ) istatistik metodlarından faydalanılarak tablolar halinde sunulmuştur.

Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin cinsiyet, okuduğu üniversite, sınıf ve bölümlerinin görüş belirleme aracı ile ve başarı testiyle değişkenlik gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacı ile yüzde (%), aritmetik ortalama ($\bar{X}$) ve standart

sapma (σ), t-testi ve tek yönlü varyans analizi ANOVA istatistik metotlarından faydalanılarak tablolar halinde sunulmuştur.

Öğrencilerin cinsiyet, okuduğu üniversite, sınıf derecesi ve bölümlerine ilişkin demografik bilgilere birinci bölümde sadece yer verilmiştir.

5.4.1. Ölçme Aracının Geçerlik ve Güvenirlik Analizi

Sanat ve Tasarım Fakültesi Fotoğraf ve Video Programı ve İletişim Fakültesi Fotoğraf ve Video Bölümlerinde öğrencilerin fotoğraf ve video kavramına ilişkin görüşlerini ölçmek amacıyla 31 maddelik hazırlanan ölçme aracı 60 öğrenciye uygulanarak bir pilot uygulama yapılmıştır. Ölçeğin faktör yapısını belirlemek için ve aynı zamanda geçerlik çalışması için pilot uygulamada toplanan verilere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Sekiz alt boyutta tasarlanan ölçme aracı Varimax döndürme işlemi uygulanmış ve döndürülmüş faktör yükleri değerlendirilmiştir.

Faktör analizinin geçerli olabilmesi için küresellik testinin sağlanması gerekir. Verilerin öncelikle faktör analizine uygunluğu test edilir, eğer küresellik testi istatistiksel olarak anlamlı bulunursa bu durumda faktör analizine geçilir. Küresellik testi özünde değişkenlere ilişkin korelasyon matrisinin, (değişkenler arasında ilişki yoktur varsayımına dayanan) birim matrise karşı test edilme ilkesine dayanır. Bu nedenle Bartlett Testi aynı zamanda korelasyon matrisinin anlamlılığının bir testidir. Bartlett Testi sonuçlarına bakıldığında $\text{sig.}=0,000<0,005$ olduğundan verilerin faktör analizine uygun olduğu kabul edilir (Tablo 2).

Verilerin, diğer bir ifade ile madde/değişken değerlerinin tutarlılığı için geliştirilen yaklaşım ise Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) istatistiğidir. KMO, Bartlett'in aksine bir test istatistiği değil, bir ölçüttür.

KMO tüm maddelerin/değişkenlerin oluşturduğu veri kümesi için geçerlidir. KMO'nun özel biçimi olan ve her bir madde/değişken için elde edilen örneklem uygunluk ölçüsü ÖUÖ, (Measure of Sampling Adequacy – MSA) de söz konusudur.

Bu istatistik özünde verilerin faktör analitik modeli ile modellenip modellenmeyeceğine ilişkin bir ölçüt sunar. Bu ölçütün aralıkları ise şu şekildedir;

Tablo 1: KMO Barlett Testi Aralıkları

Ölçüt	Açıklama
$1 \leq KMO \leq 0,90$	Mükemmel
$0,90 \leq KMO \leq 0,80$	İyi
$0,80 \leq KMO \leq 0,70$	Orta Düzey
$0,70 \leq KMO \leq 0,60$	Zayıf
$0,60 < KMO$	Kötü

Tablo 2 : KMO ve Bartlett Testi İstatistikleri**KMO ve Bartlett Testi İstatistikleri**

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliğinin Ölçümü		,664
Ki-Kare Değeri		1473,679
Bartlett Küresellik Testi	Sd	465
	Sig.	,000

Kaiser-Meyer-Olkin istatistiğinin 0,664 olduğu ve bu istatistiğin 0,50 den büyük çıkması ise veriler için örneklem sayısının yeterli olduğu bir göstergesidir (Kalaycı, 2005, s:322). Oran ne kadar yüksek ise veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyidir. Bartlett küresellik testi sonuçları da verilerin faktör analizi için uygunluğunu test eder. Dolayısıyla bu veriler için faktör analizine uygun olduğu gözlemlenmiştir ($\text{sig} < 0,05$).

Küresellik testleri verilerin faktörlüğe uygunluğu için geliştirilmiştir. Bu testlerden KMO, olarak da bilinen örneklem uygunluk ölçüsü “örneklem sayısının yeterliliği testi” olarak algılanmaktadır.

Tablo 3 : Açıklanan Varyans

Faktör	Özdeğerler		Varimax döndürme sonucu (8 faktörle sınırlandırılmış) Faktör yüklerinin kareleri toplamı			
	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli Varyans %	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli
1	8,144	26,270	26,270	5,622	18,136	18,136
2	3,622	11,683	37,953	4,064	13,110	31,246
3	3,108	10,025	47,978	2,879	9,286	40,532
4	2,578	8,317	56,295	2,853	9,202	49,735
5	2,222	7,169	63,464	2,782	8,973	58,708
6	1,779	5,739	69,203	2,417	7,796	66,503
7	1,444	4,657	73,860	1,744	5,627	72,130
8	1,152	3,715	77,575	1,688	5,445	77,575

Açıklanan toplam varyans tablosu incelendiğinde ölçeğin kaç faktörden oluştuğu ve bu faktörlerin ölçülmek istenen olguyu ne derece ölçtükleri görülmektedir.

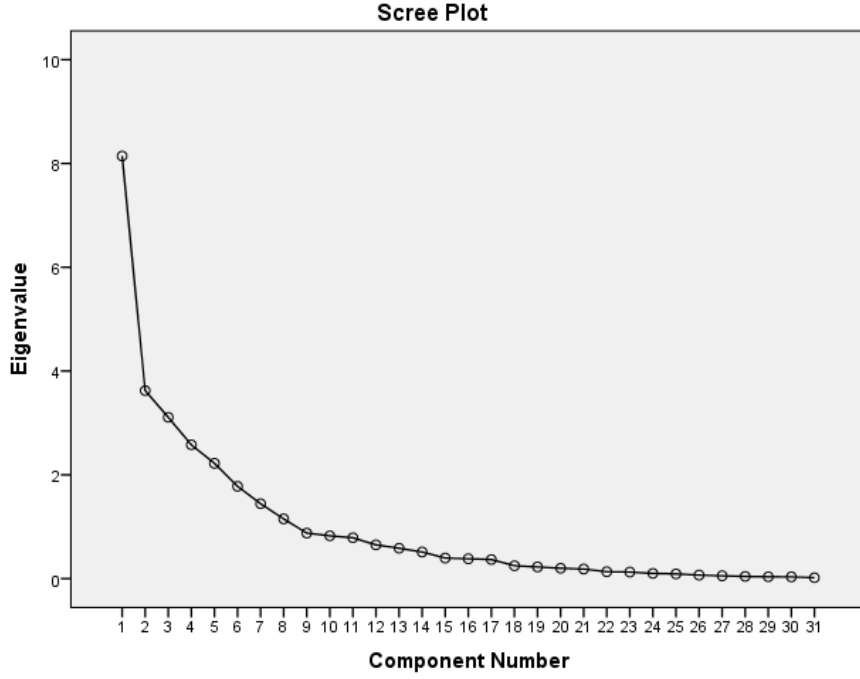
Tablo, incelendiğinde 1'inci Faktörün ölçtüğümüz olguyu %26,27; 2'nci Faktörün %11,68; 3'üncü Faktörün %10,02; 4'üncü Faktörün %8,32; 5'inci Faktörün %7,169; 6'ncı Faktörün %5,74; 7'nci Faktörün %4,66; 8'inci Faktörün %3,71 oranında ölçtüğü görülmektedir. Ayrıca 8 Faktör ve 31 sorudan oluşan bu anket Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin görüş ve düşüncelerinin belirlenmesini %77,57 oranında ölçmektedir. %77,57 oranında bir bilgi bizim için yeterli olduğu için ankete yeni sorular ve faktörler ekleme gereği görülmemiştir.

Tablo 4 : Tanımlanan Faktör Varyansları

Communalities	Initial	Extraction
32.1 Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum.	1,000	,856
32.2 Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğraf sorgulanır hale gelmiştir.	1,000	,630
32.3 Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların alt ya da üst açıdan çekilmesi bir amaca hizmet ederek gerçekliği bozmaktadır.	1,000	,808
32.4 Sosyal medyada alanında büyük objeleri yakından çekerek kullanmak için en uygun objektif türü Geniş açılı olanıdır.	1,000	,817
32.5 Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini biliyorum ve uyguluyorum	1,000	,723
32.6 Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde pozometrenin kullanılması risk faktörünü azaltmaktadır.	1,000	,710
32.7 Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde alan derinliğinin önemini kavrayabiliyorum	1,000	,781
32.8 Perspektif bozukluklarında doğru sonuç elde etmek için objektif türü ve çekim açısı belirleyicidir.	1,000	,741
32.9 Sosyal medyada İyi bir fotoğrafı fark ederek seçmem, Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının biliyor olmama borçluyum.	1,000	,647
32.10 Sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını hemen fark etmem, okulda yaptığım uygulamalar ile alakalıdır.	1,000	,760
32.11 Okulda; Fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum	1,000	,780
32.12 Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video ögesi ile karşılaştığım zaman kesinlikle boyut ve çözünürlük (Piksel) derecesi ağdan ayrılma yada kalma tercihimde belirleyici olmaktadır.	1,000	,822
32.13 Video paylaşımlarında sıkıştırmanın gereksinim olduğunu bildiğimi için program kullanıyorum	1,000	,805
32.14 Okulda çeşitli amaçlar doğrultusunda ürettiğim dergi, sergi, ödev ve baskılar nedeniyle baskıda kullanılan CMYK renk sistemini uygulamalı olarak öğrendim	1,000	,745
32.15 Okulda kullanılan teknik donanım sebebi ile sosyal medya ağlarında paylaşılan havadan çekilmiş bir görüntüyü anlarım ve kritik yaparım.	1,000	,770
32.16 Sosyal medya ağlarında Sert Aydınlatma ile çekilmiş bir fotoğraf ya da video gördüğümde ışıklandırma ile ilgili sorunu anlarım; Çünkü, Fotoğraf ve Video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının ihtiyaca cevap verdiğine inanıyorum.	1,000	,730
32.17 Fotoğraf ve video alanı içeriğinin; sektör gereksinimlerini ortaya konulan başarılı kompozisyonlar ile yansıttığını ve sosyal medyayı okumada etkili olduğunu düşünüyorum.	1,000	,672

32.18 Sosyal medyada karşılaştığım görsellerde seçilen renk dilinin beğenimi etkilediğini düşünüyorum	1,000	,692
32.19 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında birbirini tamamlayan aydınlık (şekil ve renk) ve karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasını Estetik açıdan önemli görüyorum.	1,000	,890
32.20 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında, belirginlik ve sadelik açısından yer alan görüntülerde olmasını istemediğim öğelerin temizlenmesini fark eder ve önemsiyorum.	1,000	,844
32.21 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında renk kontrastı kullanılmış bir kompozisyon ile zıt renklerden oluşturulmuş bir kompozisyonu fark ederek yorumlarım.	1,000	,878
32.22 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında perspektifi bozuk olan bir görsel ile karşılaştığımda yanlış fark ederek doğru şekilde düzenleme yapabilirim.	1,000	,819
32.23 Estetik açıdan bir görsel okuması ya da uygulaması yapacaksam, Keskinlik öğesinin; Netleme, gelen ışığın türü ve çözümleme gücü gibi etkenlere bağlı olduğunu biliyorum ve anlıyorum.	1,000	,797
32.24 Fotoğrafın plastik öğelerini (nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili) sosyal medyada üretim ve tüketimini yaptığım çalışmalarında kullanarak uygulamaya çalışıyorum.	1,000	,757
32.25 Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarımda Plastik öğelerden Doku ile ilgili zıtlıkları (Sert-yumuşak, kuru-ıslak, parlıtlı-mat, pürüzlü-pürüzsüz, organik-inorganik, doğal-yapay) fark eder ve anlam derinliğini kurarım.	1,000	,911
32.26 Konumu ve yönü ile hareketten ritim etkisine kadar görüntünün baskın karakteri olan çizgisellik öğesini paylaşım sitelerinde çalışmalarında kullanabiliyorum.	1,000	,827
32.27 Sanat eseri olsun veya olmasın bir kişinin Fotoğraf ve videosunu yasa dışı kullanmak emeğe saygısızlıktır. Türkiye’de etiksel olarak Telif Haklarına uyulması zorunlu hale getirilmelidir	1,000	,716
32.28 Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.	1,000	,760
32.29 Etik açıdan sanat anlayışım içerisinde İnsan hakları her şeyden önceliklidir.	1,000	,826
32.30 Ülkemizde Fotoğraf ve Video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırımı olmayan bir kanundur.	1,000	,785
32.31 Fotoğraf ve Video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayrım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.	1,000	,750

Maddelerle ilgili olarak tanımlanan iki faktörün ortak varyanslarının (communalities) ise 0,63 ile 0,911 arasında değiştiği gözlenmektedir. Buna göre, analizde önemli faktör olarak ortaya çıkan iki faktörün birlikte, maddelerdeki toplam varyansın ve ölçeğe ilişkin varyansın çoğunluğunu açıkladıkları görülmektedir.



Şekil 57: Scree Plot Grafiği

Analizde önemli faktör sayısı, öz değer ölçütüne göre 8 olarak tanımlanmıştır. Bu durum, öz değerlere göre çizilen çizgi grafiğinde de açıkça görülmektedir. Grafikte, birinci faktörden sonra yüksek ivmeli bir düşüş gözlenmektedir. Bu durum, ölçeğin genel bir faktöre sahip olabileceğini göstermektedir. Öte yandan, grafikte ikinci faktörden sekizinci faktöre kadar da daha az olmakla birlikte ivmeli bir düşüş gözlenmekte olup, buna göre ölçeğin 8 faktörlü olabileceği düşünülebilir. Dokuzuncu ve sonraki faktörlerde grafiğin genel gidişi yatay olup, önemli bir düşüş eğilimi gözlenmemektedir. Yani dokuzuncu ve sonraki faktörlerin varyansa olan katkıları birbirine yakındır.

Tablo 5 : Rotated Component Matrix**Rotated Component Matrix^a**

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
32.14 Okulda çeşitli amaçlar doğrultusunda ürettiğim dergi, sergi, ödev ve baskılar nedeniyle baskıda kullanılan CMYK renk sistemini uygulamalı olarak öğrendim	,845	,094	,009	,055	-,041	,064	,118	,006
32.17 Fotoğraf ve video alanı içeriğinin; sektör gereksinimlerini ortaya konulan başarılı kompozisyonlar ile yansıttığını ve sosyal medyayı okumada etkili olduğunu düşünüyorum.	,795	-,025	,040	,041	,147	,111	,013	-,044
32.28 Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.	,740	,112	,117	-,176	,388	,062	-,009	,003
32.29 Etik açıdan sanat anlayışım içerisinde İnsan hakları her eşeyden önceliklidir.	,693	,428	,038	-,056	,344	,052	,032	,191
32.16 Sosyal medya ağlarında Sert Aydınlatma ile çekilmiş bir fotoğraf yada video gördüğümde ışıktandırma ile ilgili sorunu anlarım; Çünkü, Fotoğraf ve Video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının ihtiyaca cevap verdiğine inanıyorum.	,667	,019	,220	,233	,163	,286	-,211	,168
32.30 Ülkemizde Fotoğraf ve Video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırımını olmayan bir kanundur.	,658	,213	,214	,078	-,111	-,179	,106	-,448
32.18 Sosyal medyada karşılaştığım görsellerde seçilen renk dilinin beğenimi etkilediğini düşünüyorum	,652	,221	,254	,263	,035	-,265	,082	-,083
32.15 Okulda kullanılan teknik donanım sebebi ile sosyal medya ağlarında paylaşılan havadan çekilmiş bir görüntüyü anlarım ve kritik yaparım.	,639	-,265	,065	,034	-,051	,474	-,084	,227
32.10 Sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını hemen fark etmem, okulda yaptığım uygulamalar ile alakalıdır.	,586	,220	-,127	,035	,166	,314	,214	,424
32.21 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında renk kontrastı kullanılmış bir kompozisyon ile zıt renklerden oluşturulmuş bir kompozisyonu fark ederek yorumlarım.	,044	,888	,012	-,002	,173	-,202	-,064	,109
32.8 Perspektif bozukluklarında doğru sonuç elde etmek için objektif türü ve çekim açısı belirleyicidir.	,148	,828	-,048	,090	-,048	,130	,057	-,017
32.7 Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde alan derinliğinin önemini kavrayabiliyorum	,059	,774	,283	,171	,070	,141	-,175	,116
32.12 Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video ögesi ile karşılaştığım zaman kesinlikle boyut ve çözünürlük (Piksel) derecesi ağdan ayrılma ya da kalma tercihimde belirleyici olmaktadır.	,430	,672	-,141	-,100	,202	,261	,043	-,212
32.2 Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğraf sorgulanır hale gelmiştir.	-,224	,421	,304	,025	,133	,367	,049	-,394
32.4 Sosyal medyada alanında büyük objeleri yakından çekerek kullanmak için en uygun objektif türü Geniş açılı olanıdır.	,300	-,138	,804	-,007	,139	-,011	,183	,100

32.5 Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini biliyorum ve uyguluyorum	,223	,231	,748	,152	,013	,143	,068	,108
32.11 Okulda; Fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum	,402	,065	-,654	-,185	-,203	,017	,318	,104
32.6 Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde pozometrenin kullanılması risk faktörünü azaltmaktadır.	,101	,375	,546	-,110	,181	,459	,072	-,016
32.25 Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarımda Plastik öğelerden Doku ile ilgili zıtlıkları (Sert-yumuşak, kuru-ıslak, parıltılı-mat, pürüzlü-pürüzsüz, organik-inorganik, doğal-yapay) fark eder ve anlam derinliğini kurarım.	,034	,088	,040	,886	,108	,226	-,226	,045
32.22 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında perspektifi bozuk olan bir görsel ile karşılaştığımda yanlış fark ederek doğru şekilde düzenleme yapabilirim.	-,121	,091	-,037	,777	-,077	-,285	,109	,304
32.24 Fotoğrafın plastik öğelerini (nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili) sosyal medyada üretim ve tüketimini yaptığım çalışmalarında kullanarak uygulamaya çalışıyorum.	,237	,075	,119	,728	,271	,044	-,171	-,214
32.31 Fotoğraf ve Video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayrım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.	,147	-,093	,250	,631	,210	-,355	,288	,078
32.26 Konumu ve yönü ile hareketten ritim etkisine kadar görüntünün baskın karakteri olan çizgisellik öğesini paylaşım sitelerinde çalışmalarında kullanabiliyorum.	,129	,004	,120	,050	,807	,228	,013	-,301
32.27 Sanat eseri olsun veya olmasın bir kişinin Fotoğraf ve videosunu yasa dışı kullanmak emeğe saygısızlıktır. Türkiye’de etiksel olarak Telif Haklarına uyulması zorunlu hale getirilmelidir	,039	,297	,004	,250	,735	,027	,150	,004
32.19 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında birbirini tamamlayan aydınlık (şekil ve renk) ve karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasını Estetik açıdan önemli görüyorum.	,425	-,071	,418	,187	,653	-,165	,106	,173
32.20 Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında, belirginlik ve sadelik açısından yer alan görüntülerde olmasını istemediğim öğelerin temizlenmesini fark eder ve önemsiyorum.	,382	,502	,194	,105	,586	-,226	,041	,020
32.1 Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum.	,192	,129	,097	-,064	,050	,881	,033	,094
32.3 Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların alt ya da üst açıdan çekilmesi bir amaca hizmet ederek gerçekliği bozmaktadır.	,341	-,445	,379	-,007	-,058	,446	-,087	-,376
32.13 Video paylaşımlarında sıkıştırmanın gereksinim olduğunu bildiğimi için program kullanıyorum	,142	,143	,003	,101	,296	,010	,810	-,101
32.23 Estetik açıdan bir görsel okuması ya da uygulaması yaparsam, Keskinlik öğesinin; Netleme, gelen ışığın türü ve çözümleme gücü gibi etkenlere bağlı olduğunu biliyorum ve anlıyorum.	,043	,320	-,153	,319	,091	-,018	-,743	-,088
32.9 Sosyal medyada İyi bir fotoğrafı fark ederek seçmem, Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının biliyor olmama borçluyum.	,090	,116	,271	,144	-,179	,092	-,034	,699

Rotated Component Matrix tablosu incelenirken her bir maddenin hangi faktör altında en yüksek değere sahip olduğuna bakılır. Daha sonra bu maddeler gruplandırılarak faktör yapısı oluşturulur.

Tablodaki her bir maddenin bileşenler altındaki değerleri incelendiğinde; 32.1, 32.3, 32.11, 32.15, 32.16, 32.18, 32.28, 32.29 maddelerinin 1'inci Faktör, 32.2, 32.7, 32.8, 32.12, 32.21, 32.23 maddelerinin 2'nci Faktör, 32.4, 32.5, 32.6 maddelerinin 3'üncü Faktör, 32.22, 32.24, 32.25, 32.31 maddelerinin 4'üncü Faktör, 32.2, 32.19, 32.26, 32.27 maddelerinin 5'inci Faktör, 32.1, 32.3 maddelerinin 6'ncı Faktör, 32.13 maddesinin 7'nci Faktör, 32.9 maddesinin ise 8'inci Faktör altında en yüksek yükleme değerine sahip oldukları görülmektedir.

Ölçeğin güvenilirliğine Cronbach Alpha katsayısı ile bakılmıştır. Güvenirlik katsayısı, 0 ile +1 arasında değişiklik gösterir. Güvenirlik katsayısının +1'e yakın değer alması güvenilirliğin yüksek olduğu, maddeler arasında iç tutarlılığın yüksek olduğu anlamına gelir ve istendiktir. Güvenirlik katsayısı Tablo 5'de, ölçek maddelerinin madde geçerlik katsayısı olarak da bilinen madde-toplam korelasyonları incelendiğinde sonuçları da Tablo 6'de gösterilmiştir.

Tablo 6 : Güvenilirlik İstatistikleri

Güvenilirlik İstatistikleri	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,884	31

Güvenilirlik İstatistikleri tablosundan faktörün güvenilirliğinin $\alpha=0,884$ yüksek bir değer olduğu görülmektedir. Bununla birlikte alfa katsayısı yalnız başına yeterli değildir. Sağlıklı bir değerlendirme yapabilmek için faktördeki her bir sorunun bu katsayıya katkısının incelenmesi gerekir.

Bunun için Tablo 6'daki Item-Total Statistics tablosunun Cronbach's Alpha if Item Deleted (Madde Silindiğinde Cronbach Alfa) sütunundaki değerlere bakacağız. Dikkat edilirse 32.11 numaralı maddenin silinmesi halinde ölçeğin güvenilirlik katsayısının $\alpha=0,884$ 'den $\alpha=0,911$ 'e yükseleceği görülecektir. Bu değer bize 32.11 sorusunda bir problem olduğunu fakat maddenin çıkarılmasına (güvenilirlik yüksek veya yeterli olduğu için) gerek olmadığını göstermektedir.

Tablo 7 : Item-Total Statistics**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
32.1.Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum.	108,71	268,492	,364	,882
32.2 Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğraf sorgulanır hale gelmiştir.	108,41	273,299	,163	,886
32.3 Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların alt ya da üst açıdan çekilmesi bir amaca hizmet ederek gerçekliği bozmaktadır.	108,69	272,709	,168	,886
32.4. Sosyal medyada alanında büyük objeleri yakından çekerek kullanmak için en uygun objektif türü Geniş açılı olanıdır.	108,21	263,044	,404	,881
32.5.Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini biliyorum ve uyguluyorum	108,03	263,753	,504	,879
32.6.Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde pozometrenin kullanılması risk faktörünü azaltmaktadır.	108,36	259,323	,459	,880
32.7.Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde alan derinliğinin önemini kavrayabiliyorum	107,57	265,407	,466	,880
32.8.Perspektif bozukluklarında doğru sonuç elde etmek için objektif türü ve çekim açısı belirleyicidir.	107,62	265,362	,403	,881
32.9.Sosyal medyada İyi bir fotoğrafı fark ederek seçmem, Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının biliyor olmama borçluyum.	108,09	273,098	,176	,886
32.10.Sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını hemen fark etmem, okulda yaptığım uygulamalar ile alakalıdır.	108,40	257,612	,605	,877
32.11.Okulda; Fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum	108,64	280,235	-,033	,893
32.12.Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video ögesi ile karşılaştığım zaman kesinlikle boyut ve çözünürlük (Piksel) derecesi ağdan ayrılma yada kalma tercihimde belirleyici olmaktadır.	107,71	260,632	,575	,878
32.13.Video paylaşımlarında sıkıştırmanın gereksinim olduğunu bildiğimi için program kullanıyorum	108,09	270,817	,305	,883
32.14.Okulda çeşitli amaçlar doğrultusunda ürettiğim dergi, sergi, ödev ve baskılar nedeniyle baskıda kullanılan CMYK renk sistemini uygulamalı olarak öğrendim	108,34	252,756	,605	,876
32.15.Okulda kullanılan teknik donanım sebebi ile sosyal medya ağlarında paylaşılan havadan çekilmiş bir görüntüyü anlarım ve kritik yaparım.	108,36	263,077	,393	,881

32.16.Sosyal medya ağlarında Sert Aydınlatma ile çekilmiş bir fotoğraf yada video gördüğümde ışıklandırma ile ilgili sorunu anlarım; Çünkü, Fotoğraf ve Video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının ihtiyaca cevap verdiğine inanıyorum.	108,12	256,775	,664	,876
32.17.Fotoğraf ve video alanı içeriğinin; sektör gereksinimlerini ortaya konulan başarılı kompozisyonlar ile yansıttığını ve sosyal medyayı okumada etkili olduğunu düşünüyorum.	108,17	253,724	,587	,876
32.18.Sosyal medyada karşılaştığım görsellerde seçilen renk dilinin beğenimi etkilediğini düşünüyorum	107,60	260,945	,625	,877
32.19.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında birbirini tamamlayan aydınlık (şekil ve renk) ve karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasını Estetik açıdan önemli görüyorum.	107,88	253,301	,620	,876
32.20.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında, belirginlik ve sadelik açısından yer alan görüntülerde olmasını istemediğim öğelerin temizlenmesini fark eder ve önemsiyorum.	107,90	255,252	,686	,875
32.21.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında renk kontrastı kullanılmış bir kompozisyon ile zıt renklerden oluşturulmuş bir kompozisyonu fark ederek yorumlarım.	107,71	268,316	,354	,882
32.22.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında perspektifi bozuk olan bir görsel ile karşılaştığımda yanlış fark ederek doğru şekilde düzenleme yapabilirim.	107,64	278,796	,044	,887
32.23.Estetik açıdan bir görsel okuması ya da uygulaması yapacaksam, Keskinlik öğesinin; Netleme, gelen ışığın türü ve çözümleme gücü gibi etkenlere bağlı olduğunu biliyorum ve anlıyorum.	107,59	276,177	,124	,886
32.24.Fotoğrafın plastik öğelerini (nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili) sosyal medyada üretim ve tüketimini yaptığım çalışmalarında kullanarak uygulamaya çalışıyorum.	107,84	266,028	,464	,880
32.25. Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarımda Plastik öğelerden Doku ile ilgili zıtlıkları (Sert-yumuşak, kuru-ıslak, parlıtlı-mat, pürüzlü-pürüzsüz, organik-inorganik, doğal-yapay) fark eder ve anlam derinliğini kurarım.	107,62	269,362	,325	,882
32.26.Konumu ve yönü ile hareketten ritim etkisine kadar görüntünün baskın karakteri olan çizgisellik öğesini paylaşım sitelerinde çalışmalarında kullanabiliyorum.	107,98	264,965	,419	,881
32.27.Sanat eseri olsun veya olmasın bir kişinin Fotoğraf ve videosunu yasa dışı kullanmak emeğe saygısızlıktır. Türkiye’de etiksel olarak Telif Haklarına uyulması zorunlu hale getirilmelidir	107,74	262,721	,435	,880
32.28.Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.	108,67	250,505	,658	,875
32.29.Etik açıdan sanat anlayışım içerisinde İnsan hakları her eşeyden önceliklidir.	108,16	249,783	,751	,873
32.30.Ülkemizde Fotoğraf ve Video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırım olmayan bir kanundur.	108,03	262,525	,495	,879

32.31.Fotoğraf ve Video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayırım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.	107,78	267,791	,276	,884
---	--------	---------	------	------

5.4.2. Başarı Testinin Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi

Araştırmada, 1'inci, 2'nci, 3'üncü ve 4'üncü sınıf fotoğraf ve video bölümü öğrencilerinin bölümleriyle ilgili fotoğraf ve video kavramına ilişkin başarılarını belirlemek amacıyla 31 soruluk 4 seçenekli çoktan seçmeli bir test hazırlanmıştır. Hazırlanan test 1'inci, 2'nci, 3'üncü ve 4'üncü sınıflarda öğrenim gören 60 öğrenciye uygulanarak bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot uygulama sonucuna göre Başarı testinin her bir sorusunun madde ayırıcılık katsayıları (çift serili korelasyon katsayısı) değerlendirilmiştir. Madde ayırıcılık katsayısı değerinin yorumlanmasında Tablo 8'deki ölçütler temel alınmıştır (Atılğan, Kan ve Doğan: s.387).

Tablo 8 : Başarı Testinin Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi

Madde Ayırıcılık Katsayısı	Madde Seçme Kararı
>0,40	Çok iyi işleyen maddedir, testte olduğu gibi alınabilir
0,30 – 0,39	Düzeltilme yapmaksızın ya da küçük düzeltmelerle testte alınabilir
0,20 – 0,29	Sınırdaki maddedir, gerekirse düzeltilerek testte alınabilir
<0,19	Kesinlikle testte alınmalı ya da tamamen düzeltilmelidir

Aynı zamanda pilot uygulamada her bir sorunun madde güçlükleri analiz edilmiştir. Madde güçlüğü sorunun kolaylığı ya da zorluğu hakkında bir bilgi verir. Madde ayırıcılığı yüksek, orta güçlükteki soruların seçilmesi gerekmektedir. Madde güçlüğü 0 ile 1 arasında değerler alır. Madde güçlüğüne sıfıra yaklaşması sorunun zor; 1'e yaklaşması sorunun kolay olduğu hakkında bilgi verir. Orta güçlükteki bir sorunun 0,40 ile 0,60 değerleri arasında olması gerekir. Tablo 9'da pilot uygulamada kullanılan soruların madde güçlükleri ile birlikte madde ayırıcılıkları gösterilmiştir. Ayrıca TAP madde analizi çıktıları Ek-3'de sunulmuştur.

Tablo 9 : Pilot Uygulama Sonucuna Göre Soruların Madde İstatistikleri

Soru No	Madde Güçlüğü	Madde Toplam Korelasyonu
1	0,883	0,316
2*	0,217	-0,011
3*	0,800	0,195
4	0,567	0,640
5	0,750	0,750
6	0,783	0,750
7*	0,233	-0,011
8	0,750	0,625
9	0,633	0,511
10	0,267	0,643
11	0,217	0,408
12	0,267	0,585
13	0,283	0,342
14	0,433	0,636
15	0,217	0,529
16	0,800	0,504
17*	0,500	0,213
18	0,717	0,449
19	0,367	0,522
20	0,583	0,750
21	0,683	0,938
22*	0,950	0,188
23	0,767	0,813
24	0,600	0,511
25	0,667	0,397
26	0,400	0,404
27	0,817	0,625
28	0,683	0,813
29*	0,583	0,022
30*	0,333	-0,210
31	0,500	0,706

*Testten çıkarılan maddeler

Tablo 9’da maddelerin geçerlik katsayıları incelendiğinde ayırt ediciliklerinin 0,30 değerinden yüksek 24 maddenin bulunduğu görülmüştür. 2, 3, 7, 17, 22, 29 ve 30. maddelerin madde geçerlik katsayılarının uygun olmadığı görülmüştür.

Pilot uygulama sonucunda kalan 24 sorunun KR-20 güvenilirlik katsayısı 0,855 hesaplanmıştır. Güvenilirlik katsayısı, madde sayısı arttıkça yükselen bir parametre olduğundan yüksek düzeyde güvenilirlik çıkmasının nedenini madde sayısının fazla olmasına bağlanabilir.

5.5. Araştırmaya Yönelik Bulgular ve Yorum

Bu bölümde araştırmanın alt problemleri için toplanan verilerden elde edilen bulgular, tablo ve açıklamalarıyla birlikte verilerek bunlara dayalı yorumlar yapılmıştır.

5.5.1. Araştırmaya Katılan Öğrencilere Ait Demografik Özelliklerin Dağılımı

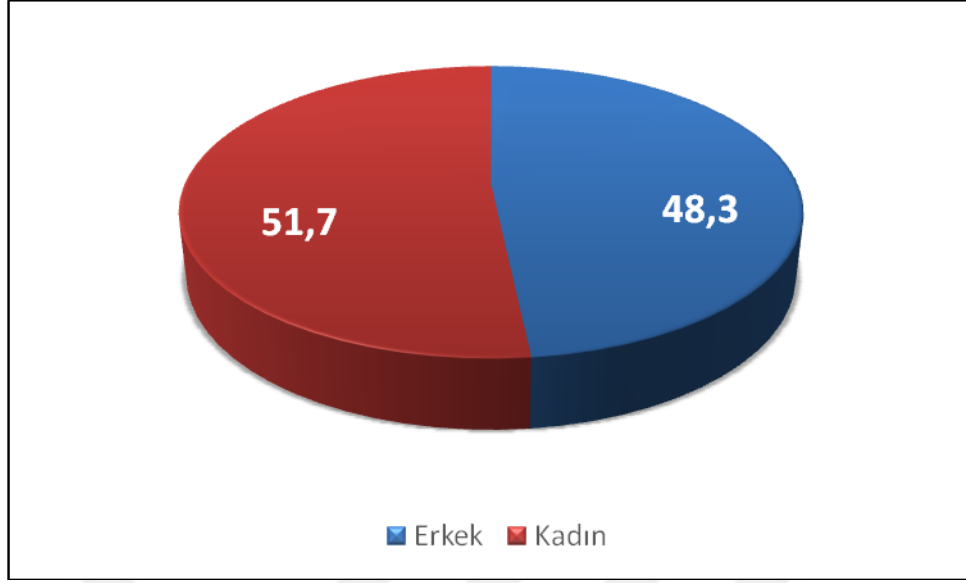
Araştırmanın amacına ilişkin bulgulara yer vermeden önce ölçme aracının 1. Bölümünden toplanan verilere (demografik bilgiler) ilişkin bulgular Tablo 10’da özetlenmiştir.

Tablo 10: Araştırmaya Katılan Öğrencilere Ait Demografik Bilgiler

		n	%
Cinsiyet	Kadın	75	51,7
	Erkek	70	48,3
Üniversite	Yıldız Teknik Üniversitesi	70	48,3
	Bahçeşehir Üniversitesi	75	51,7
Bölüm	Fotoğraf ve Video Programı	70	48,3
	Fotoğraf ve Video Bölümü	75	51,7
Sınıf	1.Sınıf	30	20,7
	2.Sınıf	26	17,9
	3.Sınıf	30	20,7
	4.Sınıf	59	40,7
Toplam		145	100%

Araştırmaya katılan öğrencilerin %51,7’si Kadın, %48,3’ü Erkek öğrencidir (Tablo 10). Demografik olarak Kadın öğrenciler Erkek öğrencilere göre daha baskın görünmektedir. Ancak son 10 yıllık yükseköğretim süreci göz önüne alınacak olunursa, Sanat ve Tasarım Fakülteleri ve İletişim Fakülteleri fotoğraf ve video bölümlerinde kadın öğrencilerin erkek öğrencilere nazaran nüfus olarak baskın olduğunu söylemek mümkündür. Araştırma sürecinde, araştırmacı tarafından, bu durum mümkün mertebe dengelenmeye çalışılmışsa da yukarıda açıklaması yapılan etmeden ötürü kadın öğrencilerin katılımı erkek öğrencilere göre baskın durumdadır.

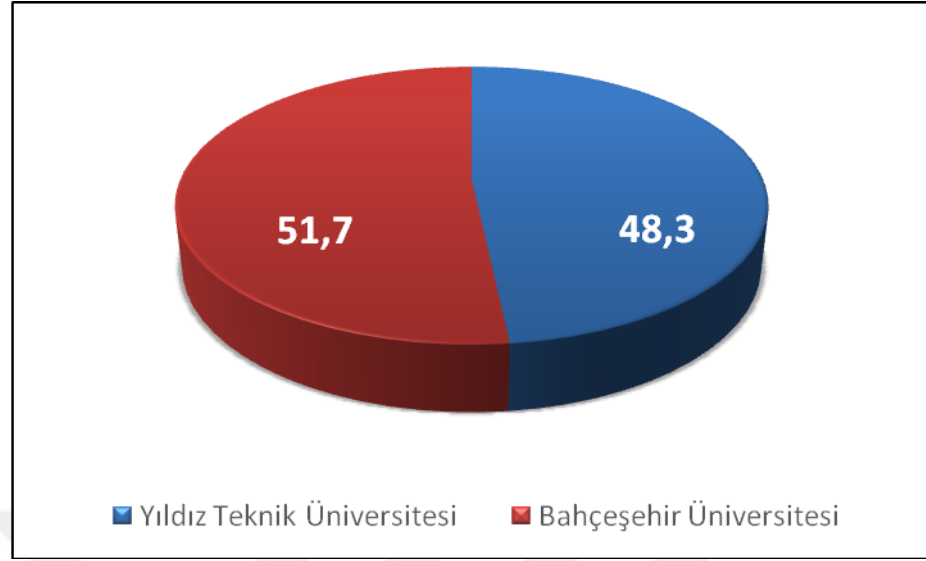
Tablo 11 : Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyet Bazında Dağılımları



Araştırmaya katılımı gösteren öğrencilerin %48,3'ünün Yıldız Teknik Üniversitesi'nde ve %51,7'sinin Bahçeşehir Üniversitesi'nde olduğu görülmektedir (Tablo 11).

Araştırmaya katılım noktasında bir takım dengesizlikler göze çarpabilir. Bunun nedeni çeşitli boyutlarda olabilir ancak tahminlerimiz; evrenimiz olan üniversitelerin vakıf ve devlet olarak seçilmiş olması noktasında birleşmektedir. Çalışma evrenimizde gerek vakıf gerekse devlet üniversitelerinde temel fotoğraf derslerinin zorunlu kılınarak verilmesi; ve kültür derslerinin kimi üniversitelerin bünyesinde bulunan tüm öğrencilere seçmeli ders olarak öğrenci tercihinin bırakılıyor olması, araştırma sürecindeki görüşmeler esnasında tespit edilmiştir.

Tablo 12: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Üniversite Bazında Dağılımları

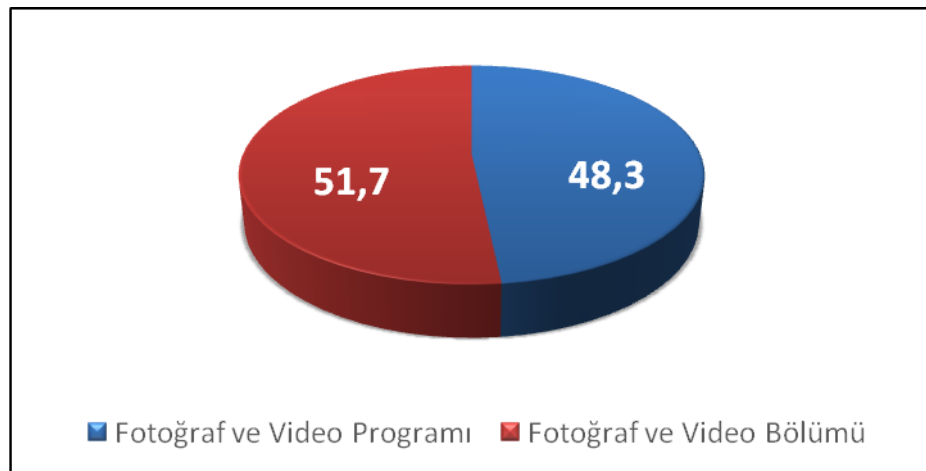


Tablo 12’de öğrencilerin %48,3’ü Yıldız Teknik Üniversitesi Fotoğraf ve Video Programından 70 öğrenci oluştururken %51,7’si ise Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Bölümü 75 öğrenci ile yer almaktadır.

Araştırma sürecinde temel amaçlardan birisi de Fotoğraf ve Video Anabilim Dalı’ndaki tüm öğrencilerin görüş ve bilgilerine ulaşmak olmuştur.

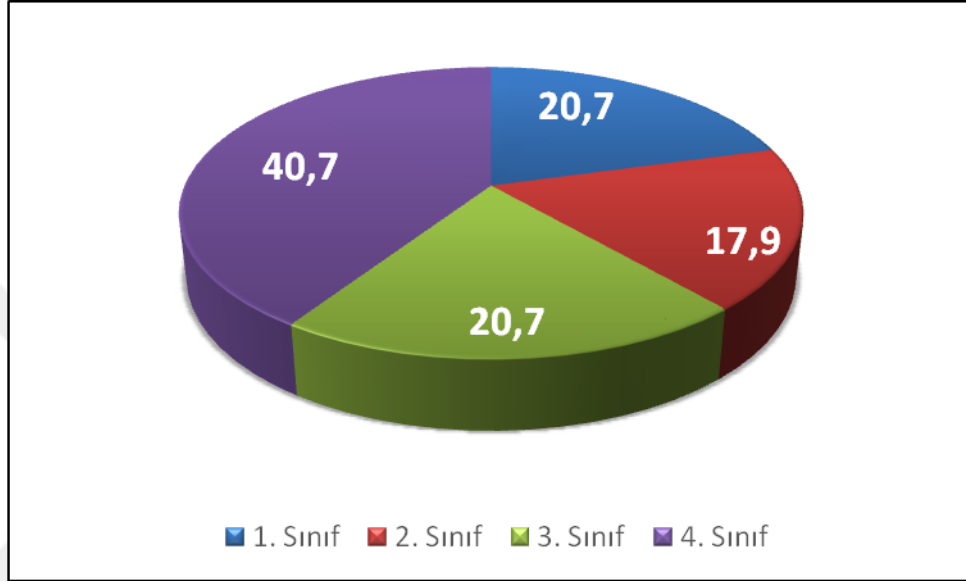
Fotoğraf ve video bölümlerinde öğrenci tercihine bırakılan ve en yüksek niceliksel tercihi alan sınıf derecesinin 4. Sınıftır. Bu durum evrenimiz olan 2 farklı üniversiteden gelen sonuçlarda da açıkça görülmektedir. Bunu sırasıyla 1., 3. ve 2. Sınıflar izlemektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %20,7’si 1.sınıf, %17,9’u 2.sınıf, %20,7’si 3.sınıf ve %40,7’si 4.sınıf öğrencisidir.

Tablo 13 : Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bölüm Dağılımları



Fotoğraf dersinin, araştırma dâhilinde ki her üniversitede sınıf ve seçimlik açısından farklı konumda bulunmasından dolayı sınıf bazındaki katılım oranları çeşitlilik göstermektedir. Ayrıca araştırma anketleri fotoğraf ve Video derslerinden 1 ya da 1’den çok dersi önceden almış ya da şu anda almakta olan öğrenciler üzerinde uygulanmıştır.

Tablo 14 : Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sınıf Bazında Dağılımları



Tablo 14’de görüldüğü üzere her iki üniversitede sınıflar genelinde durumlar aşağıdaki gibi oluşmuştur:

1. 30 öğrenci ile %20,7’si 1.sınıf (Bahçeşehir Üniversitesi 7 kadın ve 8 erkekle 15 öğrenci, Yıldız Teknik Üniversitesi 9 kadın ve 8 erkekle 15 öğrenci),
2. 26 öğrenci ile %17,9’u 2.sınıf (Bahçeşehir Üniversitesi 6 kadın ve 9 erkekle 15 öğrenci, Yıldız Teknik Üniversitesi 7 kadın ve 4 erkekle 11 öğrenci),
3. 30 öğrenci ile %20,7’si 3.sınıf (Bahçeşehir Üniversitesi 9 kadın ve 6 erkekle 15 öğrenci, Yıldız Teknik Üniversitesi 8 kadın ve 7 erkekle 15 öğrenci),
4. 59 öğrenci ile ise %40,7’si 4.sınıf (Bahçeşehir Üniversitesi 15 kadın ve 15 erkekle 30 öğrenci, Yıldız Teknik Üniversitesi 14 kadın ve 15 erkekle 29 öğrenci) bazında dağılım ortaya çıkmıştır.

5.5.2. Öğrencilerin Fotoğraf ve Video Bölümü Konusundaki Görüş ve Beklentilerine İlişkin Bulgular, Dağılımlar ve Sonuçlar

Fotoğraf ve video lisans bölüm öğrencilerinin sosyal medyadaki estetik, plastik ve etik bilinç yansımalarının incelenmesini tespit etmeye yönelik gerçekleştirilen bu araştırma örneklem olarak 2 üniversiteden elde edilen verilerin yorumlanması ile oluşturulmuştur. Bu bölümde, Tutum Belirleme Testi, Sosyal Ağlar Testi ve Başarı Testlerinden elde edilen bulgular analiz edilerek yorumlanmıştır.

5.5.2.1. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin “Tutum Belirleme Testi Hakkındaki Görüş ve Beklentilerine İlişkin Bulgular

Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin cinsiyetlerine göre “Tutum Belirleme Testine” ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı parametrik testlerden bağımsız örneklem için t testi analiz ve non-parametrik (parametrik olmayan) testlerden Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiş sonuçları Tablo 15’de gösterilmiştir.

Mann Whitney U Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H_0 = Kadın ve Erkek öğrencilerin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1 = Kadın ve Erkek öğrencilerin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 15: Cinsiyete Göre Tutum Belirleme Testine İlişkin Görüşler Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std.Sapma	Bağımsız Örneklem için T Testi	Mann Whitney U Testi			
					t	Sd	p	U	p
Tutum Belirleme Testi	Kadın	75	3,57	0,72	1,779	143	0,047	1937,500	0,006
	Erkek	70	3,40	0,35					

Tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri (Tutum Belirleme Testi Sonuçları) ile bunlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tabloda kadın öğrencilerin ortalamasının ($\bar{x}=3,57$) erkek öğrencilerin ortalamasından ($\bar{x}=3,40$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farkın rastlantısal

mı yoksa gerçek bir başarının göstergesi mi olduğunu belirleyebilmek için anlamlılık (p) değerine bakılır. Söz konusu değer 0,05'ten küçük olduğu için, cinsiyet ile tutum belirleme testine ilişkin görüşler arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Mann Whitney U Testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde H_0 hipotezi reddedilmiş ve kadın ve erkek öğrencilerin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin eğitim aldıkları üniversite ve bölümlere göre “Tutum Belirleme Testine” ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını parametrik testlerden bağımsız örneklem t testi ve non-parametrik (parametrik olmayan) testlerden Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiş sonuçları Tablo 16’da gösterilmiştir.

Mann Whitney U Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H_0 = Farklı üniversite ve bölümlerde öğrenim gören öğrencilerin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1 = Farklı üniversite ve bölümlerde öğrenim gören öğrencilerin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 16: Üniversite ve Bölümlere Göre Tutum Belirleme Testine İlişkin Görüşler Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi

	Üniversite	N	Ortalama	Std.Sapma	Bağımsız	Mann			
					Örneklem	Whitney			
					İçin T Testi	U Testi			
					t	Sd	p	U	p
Tutum	YTÜ	70	3,57	0,70	1,628	143	0,01	2056,000	0,024
Belirleme	BAHÜ	75	3,42	0,42					
Testi									

Tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri (Tutum Belirleme Testi Sonuçları) ile bunlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tablo 4’de Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin ortalamasının ($\bar{x}=3,57$) Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin ortalamasından ($\bar{x}=3,42$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farkın rastlantısal mı yoksa gerçek bir başarının göstergesi mi

olduğunu belirleyebilmek için anlamlılık (p) değerine bakılır. Söz konusu değer 0,05'ten küçük olduğu için, üniversiteler ile tutum belirleme testine ilişkin görüşler arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Mann Whitney U Testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde H_0 hipotezi reddedilmiş ve Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin eğitim gördükleri sınıf seviyelerine göre “Tutum Belirleme Testine” ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını parametrik testlerden tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve non-parametrik (parametrik olmayan) testlerden Kruskal Walls testi ile analiz edilmiş sonuçları Tablo 17’de gösterilmiştir.

Kruskal Walls Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H_0 = Farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören öğrencilerin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1 = Farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören öğrencilerin Tutum Belirleme Testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 17: Sınıf Seviyelerine Göre Tutum Belirleme Testine İlişkin Görüşler Arasındaki Farkın Kruskal Walls Testi

	Sınıf	N	Ortalama	Std. Sapma	Varyans Analizi		Kruskal Walls Testi	
					F	p	Z	p
Tutum Belirleme Testi	1.Sınıf	30	3,24	,78	5,806	,001	15,777	,001
	2.Sınıf	26	3,32	,48				
	3.Sınıf	30	3,46	,46				
	4.Sınıf	59	3,70	,50				

Tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri (Tutum Belirleme Testi Sonuçları) ile bunlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tabloda sınıf seviyesi yükseldikçe öğrencilerin de Tutum Belirleme Testine verdikleri yanıtların ortalamalarının paralel olarak arttığı görülmektedir. Bu farkın rastlantısal mı yoksa gerçek bir başarının göstergesi mi olduğunu belirleyebilmek için anlamlılık (p) değerine bakılır. Söz konusu değer 0,05'ten küçük olduğu için öğrencilerin farklı sınıf seviyeleri ile tutum belirleme testine ilişkin görüşler arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Kruskal Walls Testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde H_0 hipotezi reddedilmiş ve farklı sınıf seviyelerindeki öğrencilerin tutum belirleme testine ilişkin görüş ve beklentileri arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 18: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Tutum Belirleme Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
32.1.Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum.	7	4,9	33	23,2	68	47,9	30	21,1	4	2,8
32.2.Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğraf sorgulanır hale gelmiştir.	21	14,7	14	9,8	40	28,0	56	39,2	12	8,4
32.3.Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların alt ya da üst açıdan çekilmesi bir amaca hizmet ederek gerçekliği bozmaktadır.	12	8,4	29	20,3	47	32,9	28	19,6	27	18,9
32.4.Sosyal medyada alanında büyük objeleri yakından çekerek kullanmak için en uygun objektif türü Geniş açılı olanıdır.	12	8,4	6	4,2	33	23,1	60	42,0	32	22,4
32.5.Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini biliyorum ve uyguluyorum	1	0,7	14	9,8	56	39,2	34	23,8	38	26,6
32.6.Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde pozometrenin kullanılması risk faktörünü azaltmaktadır.	20	14,0	19	13,3	40	28,0	32	22,4	32	22,4
32.7.Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde alan derinliğinin önemini kavrayabiliyorum	5	3,5	21	14,6	9	6,3	57	39,6	52	36,1

32.8.Perspektif bozukluklarında doğru sonuç elde etmek için objektif türü ve çekim açısı belirleyicidir.	15	10,5	11	7,7	9	6,3	65	45,5	43	30,1
32.9.Sosyal medyada İyi bir fotoğrafı fark ederek seçmem, Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının biliyor olmama borçluyum.	8	5,6	15	10,4	41	28,5	50	34,7	30	20,8
32.10.Sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını hemen fark etmem, okulda yaptığım uygulamalar ile alakalıdır.	20	14,0	20	14,0	47	32,9	45	31,5	11	7,7
32.11.Okulda; Fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum	30	21,0	24	16,8	21	14,7	42	29,4	26	18,2
32.12.Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video ögesi ile karşılaştığım zaman kesinlikle boyut ve çözünürlük (Piksel) derecesi ağdan ayrılma ya da kalma tercihimde belirleyici olmaktadır.	15	10,5	3	2,1	31	21,7	60	42,0	34	23,8
32.13.Video paylaşımlarında sıkıştırmanın gereksinim olduğunu bildiğimi için program kullanıyorum	2	1,4	14	9,7	52	36,1	50	34,7	26	18,1
32.14.Okulda çeşitli amaçlar doğrultusunda ürettiğim dergi, sergi, ödev ve baskılar nedeniyle baskıda kullanılan CMYK renk sistemini uygulamalı olarak öğrendim	20	14,0	21	14,7	45	31,5	30	21,0	27	18,9
32.15.Okulda kullanılan teknik donanım sebebi ile sosyal medya ağlarında paylaşılan havadan çekilmiş bir görüntüyü anlarım ve kritik yaparım.	19	13,4	18	12,7	36	25,4	37	26,1	32	22,5
32.16.Sosyal medya ağlarında Sert Aydınlatma ile çekilmiş bir fotoğraf ya da video gördüğümde ışıklandırma ile ilgili sorunu anlarım; Çünkü Fotoğraf ve Video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının ihtiyaca cevap verdiğine inanıyorum.	3	2,1	30	21,0	29	20,3	44	30,8	37	25,9
32.17.Fotoğraf ve video alanı derslerinin; sektör gereksinimlerini ortaya konulan başarılı kompozisyonlar ile yansıttığını ve sosyal medyayı okumada etkili olduğunu düşünüyorum.	26	18,2	13	9,1	32	22,4	43	30,1	29	20,3
32.18.Sosyal medyada karşılaştığım görsellerde seçilen renk dilinin beğenimi etkilediğini düşünüyorum	7	4,9	11	7,6	32	22,2	48	33,3	46	31,9
32.19.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında birbirini tamamlayan aydınlık (şekil ve renk) ve karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasını Estetik açıdan önemli görüyorum.	17	12,1	5	3,5	24	17,0	49	34,8	46	32,6

32.20.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında, belirginlik ve sadelik açısından yer alan görüntülerde olmasını istemediğim öğelerin temizlenmesini fark eder ve önemiştir.	4	2,8	31	22,0	15	10,6	50	35,5	41	29,1
32.21.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında renk kontrastı kullanılmış bir kompozisyon ile zıt renklerden oluşturulmuş bir kompozisyonu fark ederek yorumlarım.	19	13,5	5	3,5	17	12,1	59	41,8	41	29,1
32.22.Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında perspektifi bozuk olan bir görsel ile karşılaştığımda yanlış fark ederek doğru şekilde düzenleme yapabilirim.	0	0,0	7	5,0	26	18,4	42	29,8	66	46,8
32.23.Estetik açıdan bir görsel okuması ya da uygulaması yaparsam, Keskinlik öğesinin; Netleme, gelen ışığın türü ve çözümleme gücü gibi etkenlere bağlı olduğunu biliyorum ve anlıyorum.	2	1,4	7	5,0	30	21,3	53	37,6	49	34,8
32.24.Fotoğrafın plastik öğelerini (nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili) sosyal medyada üretim ve tüketimini yaptığım çalışmalarında kullanarak uygulamaya çalışıyorum.	3	2,1	9	6,3	29	20,3	69	48,3	33	23,1
32.25.Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarımda Plastik öğelerden Doku ile ilgili zıtlıkları (Sert-yumuşak, kuru-ıslak, parlaklı-mat, pürüzlü-pürüzsüz, organik-inorganik, doğal-yapay) fark eder ve anlam derinliğini kurarım.	3	2,1	7	4,9	27	18,8	50	34,7	57	39,6
32.26.Konumu ve yönü ile hareketten ritim etkisine kadar görüntünün baskın karakteri olan çizgisellik öğesini paylaşım sitelerinde çalışmalarında kullanabiliyorum.	7	5,0	5	3,6	53	37,9	42	30,0	33	23,6
32.27.Sanat eseri olsun veya olmasın bir kişinin Fotoğraf ve videosunu yasa dışı kullanmak emeğe saygısızlıktır. Türkiye’de etiksel olarak Telif Haklarına uyulması zorunlu hale getirilmelidir	7	4,9	9	6,3	44	31,0	23	16,2	59	41,5
32.28.Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulayamıyorum.	29	20,3	34	23,8	31	21,7	33	23,1	16	11,2
32.29.Etik açıdan sanat anlayışım içerisinde İnsan hakları her şeyden önceliklidir.	11	7,6	32	22,2	25	17,4	48	33,3	28	19,4
32.30.Ülkemizde Fotoğraf ve Video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırım olmayan	3	2,1	13	9,1	49	34,3	51	35,7	27	18,9

bir kanundur.

32.31.Fotoğraf ve Video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayrım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.

Bu tablo, Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Tutum Belirleme Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımlarını göstermektedir. Bu tabloya dair yorum ve değerlendirmeler aşağıda ayrıntılı bir şekilde yapılmıştır.

5.5.2.1.1. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Tutum Belirleme Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz

Bu bölümde, Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerine uygulanan Tutum Belirleme Testinden elde edilen bulgular analiz edilerek yorumlanmıştır.

Tablo 19: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Tutum Belirleme Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz

Tablo 19'da 31 tane tablodan oluşmaktadır. Bu başlık; Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Tutum Belirleme Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları tablo halinde verilerek ortaya çıkan istatistik veriler Bulgu ve Analiz başlığı adı altında yorumlanmıştır.

Tablo 19. 1: “Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	7	4,9
Katılmıyorum	33	23,2
Kararsızım	68	47,9
Katılıyorum	30	21,1
Kesinlikle Katılıyorum	4	2,8

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum” ifadesinde Öğrenciler kararsız kalmışlardır (%47,9). Buradan hareketle öğrencilerin Kübizme dair teorik bilgilerinin pekiştirilmediği düşüncesini geliştirebiliriz. Zira fotoğraf okumalarında ve yorumlarında eğitim ve öğretim dönemi içerisinde teorik bilgilerin yaşayarak

öğretilmesi bir gerekliliktir. Bu sonuç ile öğrencilerin kübizm kavramı ve ona dair bilgileri içselleştiremedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 19. 2: “Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğraf sorgulanır hale gelmiştir.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	21	14,7
Katılmıyorum	14	9,8
Kararsızım	40	28,0
Katılıyorum	56	39,2
Kesinlikle Katılıyorum	12	8,4

Bulgu ve Analiz: Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğrafın sorgulanır hale geldiğine yönelik görüşe katılım noktasında olumlu cevap verilmiştir. Bu düzlemde öğrencilerin sosyal medyada fotoğrafın kullanımı hususunda soru işaretleri olmakla birlikte öğrencilerin asıl üzerinde durdukları hususun fotoğrafın bilinçli kullanımı konusunda oluşan soru işaretlerinin çokluğuudur. Öğrenciler, fotoğrafın alışlagelen biçimsel yetkinliği ile birlikte fikirsel ya da kavramsal yetkinliğinin de amaç doğrultusunda kullanılması gerektiği hususunda %80 oranında olumlu görüş belirtmişlerdir. Aslında bu soruda fotoğraf sanatı her ne kadar yeni bir devrim olsa da bu sanatın da postmodern yanı ve kavramsal yanlarının sosyal medyada sergilenmesine yönelik kuşkular mevcuttur. Örneğin bilinçsiz fotoğraf tüketimi beraberinde sadece teknik bir ürün ortaya çıkarmaktadır. Aslolan bu çağda sanatın fikir ve kavram yönünün çeşitli mecralarda sergilenmesidir.

Tablo 19.3: “Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların alt ya da üst açıdan çekilmesi bir amaca hizmet ederek gerçekliği bozmaktadır.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	12	8,4
Katılmıyorum	29	20,3

Kararsızım	447	32,9
Katılıyorum	28	19,6
Kesinlikle Katılıyorum	27	18,9

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların alt ya da üst açıdan çekilmesi bir amaca hizmet ederek gerçekliği bozmaktadır” ifadesine verilen yanıtlarda yüzdelerin birbirlerine yakın olduğu gözlemlendiğinden genel olarak kararsız oldukları sonucuna varılmıştır. Bu soruda objektiflik adına öğrenciler, sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videonun amaçlı ve bilinçli olarak kullanılıp kullanılmadığı konusunda bir kararsızlık içindedirler. Diğer bir deyişle öğrenciler sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve video ürünlerinin bir amaç doğrultusunda ve kurallarına göre çekilmesi gerektiği hususunda net bir karar içinde değildir.

Tablo 19.4: “Sosyal medyada alanında büyük objeleri yakından çekerek kullanmak için en uygun objektif türü Geniş açılı olanıdır.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	12	8,4
Katılmıyorum	6	4,2
Kararsızım	33	23,1
Katılıyorum	60	42,0
Kesinlikle Katılıyorum	32	22,4

Bulgu ve Analiz: Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu “Sosyal medyada alanında büyük objeleri yakından çekerek kullanmak için en uygun objektif türü Geniş açılı olanıdır.” ifadesine olumlu yönde bir katılım göstererek, objektif türlerine hakim olduklarını göstermişlerdir. Buda beraberinde öğrencilerin dijital kategorisinde anlam bulan dersleri hem teorik hemde uygulamada kavradıklarını göstermektedir.

Tablo 19.5: “Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini biliyorum ve uyguluyorum” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,7
Katılmıyorum	14	9,8
Kararsızım	56	39,2
Katılıyorum	34	23,8
Kesinlikle Katılıyorum	38	26,6

Bulgu ve Analiz: Araştırmaya katılan öğrencilerin %51’ine yakını Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini bilmekte ve uygulamaktadır. Bu noktadan hareketle öğrencilerin fotoğraf ve video işleme yazılımlarını kullandıkları sonucuna varılabilir. Diğer yandan kararsızların oranının %39’lar da olmasında ki etken uygulama eksikliği olarak göze çarpmaktadır.

Tablo 19.6: “Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde pozometrenin kullanılması risk faktörünü azaltmaktadır.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	20	14,0
Katılmıyorum	19	13,3
Kararsızım	40	28,0
Katılıyorum	32	22,4
Kesinlikle Katılıyorum	32	22,4

Bulgu ve Analiz: Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde risk faktörünü azaltan pozometrenin kullanılmasını gerekli gören öğrenci oranı %50’ye yakındır. Bu da gösteriyor ki öğrenciler yaptıkları uygulamalar ile fotoğrafta ışıık

faktörünün önemini kavramışlardır. Bu soruda da kararsızların oranı yüksektir. Bunun nedeni kanımızca uygulamaların yeteri düzeyde devam edilmemesi olarak anlam bulmaktadır.

Tablo 19.7: “Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde alan derinliğinin önemini kavrayabiliyorum” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	5	3,5
Katılmıyorum	21	14,6
Kararsızım	9	6,3
Katılıyorum	57	39,6
Kesinlikle Katılıyorum	52	36,1

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin ikinci olarak en çok katılım gösterdikleri ifadenin “Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde alan derinliğinin önemini kavrayabiliyorum” (75,7) olduğu görülmüştür. Fotoğraf ve video öğrencileri için alan derinliği öğrenilmesi gereken en önemli konuların başında gelmektedir. Çünkü alan derinliğini kavrayan bir öğrenci ışık, kamera ve diğer görsel öğeler konusunda da bir birikime sahip olması beklenir. Bu soruda ki alan derinliği ile ilgili oranın yüksek çıkmasının nedeni gerek Bahçeşehir Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversiteleri Fotoğraf ve video bölümlerindeki öğrencilerin dijital konulara hâkim olması ve eğitimlerini uygulama ağırlıklı işlenmesi olarak gösterilebilir. Nitekim Dijital fotoğrafçılık konuları örneklem iki üniversitemizde de bilme ve geri dönüt sağlama konusunda en yüksek oranlara sahiptir (YTÜ:%61,3, BAHÜ: (%86,3).

Tablo 19.8: “Perspektif bozukluklarında doğru sonuç elde etmek için objektif türü ve çekim açısı belirleyicidir.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	15	10,5
Katılmıyorum	11	7,7
Kararsızım	9	6,3
Katılıyorum	65	45,5
Kesinlikle Katılıyorum	43	30,1

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin üçüncü olarak en çok katılım gösterdikleri ifadenin “Perspektif bozukluklarında doğru sonuç elde etmek için objektif türü ve çekim açısı belirleyicidir.” (%75,6) olduğu görülmüştür. Bu düzlemde hareketle fotoğraf ve video bölümü öğrencilerinin devamlı fotoğraf ve video çekmeleri diğer değişle uygulamalarda bulunması kavrama ve anlama kabiliyetlerini geliştirmiştir. Perspektif konusu net anlaşılmıştır. Gerek Başarı testi gerekse tutum testinden gelen yanıtlar bunu ıspatlamaktadır.

Tablo 19.9: “Sosyal medyada İyi bir fotoğrafı fark ederek seçmem, Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının biliyor olmama borçluyum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	8	5,6
Katılmıyorum	15	10,4
Kararsızım	41	28,5
Katılıyorum	50	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	30	20,8

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medyada İyi bir fotoğrafı fark ederek seçmem, Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarını biliyor olmama borçluyum.” ifadesine %55,5 katılımın olması ışık kaynaklarını kavradıkları ve uyguladıkları sonucuna varılabilir.

Her iki örneklem üniversitemiz verilerinde de ortaya çıkan başarı testinin sonuçları bu sonucu desteklemektedir. Birinci sınıf %14,6, ikinci sınıf %9,0, üçüncü sınıf %15,7 ve dördüncü sınıf ise %60,7 oran ile katılıyorum düzeyinde görüş belirtmişlerdir. Dolayısıyla ışık kaynakları ve renk sıcaklıklarının mevcut fotoğraf ve video konuları içerisinde kavranması ve uygulanması zahmetli olan konuların başında geldiği bilinen bir gerçektir. Başarı testinde 4. Sınıf öğrencilerinin %60,7 oran da bu konuyu biliyor olmalarını okul döneminde yaşadıkları birden çok uygulamaya bağlayabiliriz. Sosyal medyada iyi bir fotoğrafın ışık ve renk sıcaklığı konusunda anlamlandırılması ve yorumlanması uzmanlık gerektiren bir konu olduğu bilinen bir durumdur. Fotoğraf ve video öğrencilerinin bu konuya olumlu kanaat bildirmeleri ise eğitildikleri konuda uzmanlaştıklarını ve bilgilendiklerini açığa vurmaktadır.

Tablo 19.10: “Sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını hemen fark etmem, okulda yaptığım uygulamalar ile alakalıdır.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	20	14,0
Katılmıyorum	20	14,0
Kararsızım	47	32,9
Katılıyorum	45	31,5
Kesinlikle Katılıyorum	11	7,7

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını hemen fark etmem, okulda yaptığım uygulamalar ile alakalıdır ifadesinde” Öğrencilerin beklenen olumlu katılımı göstermedikleri gözlenmiştir. Sosyal medyadaki portre fotoğrafı gerçekliğinden yola çıkarsak filtreler konusunda yapılan hataların düzeltilmesi hususunda öğrencilerin kafalarının netleşmemesini birden çok sebebe bağlayabiliriz. Bu sebeplerin başında sosyal medyada sanat fotoğraflarının çok kullanılmaması ve bu konuda kavramsal ve uygulama düzeyinde bilgi eksiklikleri gösterilebilir. Yapılan başarı testimize göre bu soruya Bahçeşehir üniversitesi %70,5, Yıldız Teknik Üniversitesi ise %29,5 oranında doğru yanıt vermiştir. Buradan hareketle, Bahçeşehir üniversitesi

öğrencilerinin sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını teorik anlamda iyi bildiğini ancak Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin iyi bilemediklerini söyleyebiliriz.

Tablo 19.11: “Okulda; Fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	30	21,0
Katılmıyorum	24	16,8
Kararsızım	21	14,7
Katılıyorum	42	29,4
Kesinlikle Katılıyorum	26	18,2

Bulgu ve Analiz: “Okulda; Fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum” ifadesine verilen olumlu yanıt oranları ile olumsuz yanıt oranları birbirine yakındır. Bu da gösteriyor ki mesleki yazılımların derslerde uygulanmasına ağırlık verilmesi bir gereksinimdir. Diğer yandan üniversitelere göre başarı testine verilen cevaplarda da görüldüğü üzere Bahçeşehir üniversitesi öğrencilerinin %64,4, Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin %38.8 düzeyinde bu konuya hakim oldukları ortaya çıkmıştır. Katılım anketinde de bu konuya dikkat çeken öğrencilere fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatılması ve uygulanması bir ihtiyaçtır. Özellikle Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencileri için bir zorunluluktur.

Tablo 19.12: “Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video ögesi ile karşılaştığım zaman kesinlikle boyut ve çözünürlük (Piksel) derecesi ağdan ayrılma ya da kalma tercihimde belirleyici olmaktadır.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	15	10,5
Katılmıyorum	3	2,1
Kararsızım	31	21,7
Katılıyorum	60	42,0
Kesinlikle Katılıyorum	34	23,8

Bulgu ve Analiz: Sosyal Medyada kaliteli fotoğraf ve video, öğrenciler için ağda kalma ya da ayrılma sebebidir. Öğrencilerin %68,8'i boyut ve çözünürlük (Piksel) derecesinin ağdan ayrılma ya da kalma tercihinde belirleyici olmaktadır görüşüne katılmaktadır. Bu da fotoğraf çekiminde profesyonel araç ve gereç kullanımının farkını ortaya koymaktadır. Zira video paylaşım sitelerinden vimeo ve youtube ile fotoğraf paylaşım sitelerinden Instagram, flickr ve fotolog gibi sitelerinden fotoğraf ve video öğrencileri tarafından amaçlı ve en çok tercih ediliyor olması bunun en somut kanıtıdır.

Tablo 19.13: “Video paylaşımlarında sıkıştırmanın gereksinim olduğunu bildiğim için program kullanıyorum” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,4
Katılmıyorum	14	9,7
Kararsızım	52	36,1
Katılıyorum	50	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	26	18,1

Bulgu ve Analiz: “Video paylaşımlarında sıkıştırmanın gereksinim olduğunu bildiğim için program kullanıyorum.” ifadesine %52,8 katılımın olumlu yönde olması, öğrencilerin mesleki yazılımları uyguladığının belirtisidir. Başarı testinde sıkıştırma konusuna dair sorulan soruya Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin sadece %43,4 ile doğru cevap vermiştir. Bu da gösteriyor ki söz konusu üniversitede video konularından sıkıştırma ya da uzantı değiştirme konusunun teorik anlamda iyice anlaşılmadığı ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan Bahçeşehir üniversitesi öğrencileri için aynı şeyleri söylemek söz konusu değildir. Bahçeşehir üniversitesi öğrencileri %56,6 oranı ile nispeten daha başarılı bir sonuç elde etmişlerdir.

Tablo 19.14: “Okulda çeşitli amaçlar doğrultusunda ürettiğim dergi, sergi, ödev ve baskılar nedeniyle baskıda kullanılan CMYK renk sistemini uygulamalı olarak öğrendim” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	20	14,0
Katılmıyorum	21	14,7
Kararsızım	45	31,5
Katılıyorum	30	21,0
Kesinlikle Katılıyorum	27	18,9

Bulgu ve Analiz: Katılım oranlarının birbirlerine yakın olması sebebiyle öğrencilerin; “Okulda çeşitli amaçlar doğrultusunda ürettiğim dergi, sergi, ödev ve baskılar nedeniyle baskıda kullanılan CMYK renk sistemini uygulamalı olarak öğrendim. ” düşüncesini tam olarak uygulayamadıkları ortaya çıkmıştır. Daha çok fotoğrafçılıkta kullanılan CMYK renk sistemi öğrenciler tarafından yeterince uygulanmadığı ortaya çıkmıştır. Bu arada Başarı testinde CMYK konusunu teorik olarak bilip bilmedikleri sorusuna, %66,3 oranı ile Bahçeşehir üniversitesi öğrencileri bildiklerini, %33,7 oranında ise Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin bildiklerini beyan etmiştir. Bu bağlamda Bahçeşehir üniveritesi öğrencilerin teorik olarak CMYK renk sistemini bildikleri söylenebilir.

Tablo 19.15: “Okulda kullanılan teknik donanım sebebi ile sosyal medya ağlarında paylaşılan havadan çekilmiş bir görüntüyü anlarım ve kritik yaparım.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	19	13,4
Katılmıyorum	18	12,7
Kararsızım	36	25,4
Katılıyorum	37	26,1
Kesinlikle Katılıyorum	32	22,5

Bulgu ve Analiz: Okulda kullanılan teknik donanım sebebi ile sosyal medya ağlarında paylaşılan havadan çekilmiş bir görüntüyü anlarım ve kritik yaparım ifadesine katılım düzeyi %48,6 oranı ile olumluya yöneliktir. Bu arada öğrencilerin %51,5'i ni kararsızlar ve olumsuz görüş bildirenler oluşturmaktadır. Okulda kullanılan teknik donanımların Dron ya da havadan yapılan çekime hizmet ettiği konusunda öğrenciler ne olumlu nede olumsuz görüş bildirmişlerdir. Dijital teknolojinin hızla hayatımıza girmesi ile birlikte fotoğraf ve video mesleklerinde de Dron ve benzeri çekimlerin sosyal medyada daha çok ilgi göreceği bir gerçektir. Bu bağlamda çalışmamızda örnek üniversitelerde Dron eğitiminin gündeme alınması bir gerekliliktir.

Tablo 19.16: “Sosyal medya ağlarında Sert Aydınlatma ile çekilmiş bir fotoğraf ya da video gördüğümde ışıklandırma ile ilgili sorunu anlarım; Çünkü Fotoğraf ve Video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının ihtiyaca cevap verdiğiğine inanıyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,1
Katılmıyorum	30	21,0
Kararsızım	29	20,3
Katılıyorum	44	30,8
Kesinlikle Katılıyorum	37	25,9

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin %56,7 oranı ile olumlu katılım sağladıkları ifade, “Sosyal medya ağlarında Sert Aydınlatma ile çekilmiş bir fotoğraf ya da video gördüğümde ışıklandırma ile ilgili sorunu anlarım.” Olmuştur. Buradan hareketle Fotoğraf ve Video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının ihtiyaca cevap verdiği sonucunu çıkarabiliriz. Öğrencilerin yüksek oranda olmasa da orta düzeyde sert aydınlatma konusunda stüdyo deneyimine sahip olduğu bir gerçektir. Gerek başarı testinde gerekse tutum belirleme testinde ölçümlerimizde bu gerçekliği görebiliriz. Özellikle Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileri teorik olarak %60’ın üstünde bir katılım ile bu yorumu desteklemektedir. Öte yandan aynı üniversitede 4. Sınıf öğrencilerinin ışıklandırma ile ilgili sorunları sosyal medyada daha fazla fark ettiklerini de tespit ettik.

Tablo 19.17: “Fotoğraf ve video alanı ders içeriklerinin; sektör gereksinimlerini ortaya konulan başarılı kompozisyonlar ile yansıttığını ve sosyal medyayı okumada etkili olduğunu düşünüyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	26	18,2
Katılmıyorum	13	9,1
Kararsızım	32	22,4
Katılıyorum	43	30,1
Kesinlikle Katılıyorum	29	20,3

Bulgu ve Analiz: “Fotoğraf ve video alanı derslerinin; sektör gereksinimlerini ortaya konulan başarılı kompozisyonlar ile yansıttığını ve sosyal medyayı okumada etkili olduğunu düşünüyorum.” İfadesine öğrencilerin %50,4’ü pozitif katılım sağlamışlardır. Bu noktadan hareketle, Fotoğraf ve video alanı derslerinin sektörün güncel yaklaşımlarını okumada çok yüksek oran olmasa da başarılı olduğu söylenebilir. Ders içeriklerinden kaynaklı olarak Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medyayı okumada Bahçeşehir Üniversitesine göre oransal olarak biraz daha iyi olduğu ortaya konulmuştur.

Tablo 19.18: “Sosyal medyada karşılaştığım görsellerde seçilen renk dilinin beğenimi etkilediğini düşünüyorum” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	7	4,9
Katılmıyorum	11	7,6
Kararsızım	32	22,2
Katılıyorum	48	33,3
Kesinlikle Katılıyorum	46	31,9

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medyada karşılaştığım görsellerde seçilen renk dilinin beğenimi etkilediğini düşünüyorum.” İfadesine %65,2 oranında katılım sağlanmıştır. Ortaya çıkan oranın yüksekliğinden de anlaşılabacağı üzere öğrencilerin, fotoğrafta

renk dilini kavradıkları söylenebilir. Ayrıca renk diline yönelik Başarı Testinde sorulan soruya verilen cevap konusunda ise her iki üniversiteninde öğrencileri birbirine yakın cevap vermişlerdir. Bu da gösteriyor ki renk ile ilgili teorik eğitimlerde benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 19.19: “Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında birbirini tamamlayan aydınlık (şekil ve renk) ve karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasını Estetik açıdan önemli görüyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	17	12,1
Katılmıyorum	5	3,5
Kararsızım	24	17,0
Katılıyorum	49	34,8
Kesinlikle Katılıyorum	46	32,6

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında birbirini tamamlayan aydınlık (şekil ve renk) ve karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasını Estetik açıdan önemli görüyorum ifadesine %67,4 gibi yüksek bir düzeyde olumlu katılım sağlanmıştır. Öğrencilerin okul dönemi içerisinde edindikleri teorik ve uygulama kazanımlarının estetik açıdan işe koşulduğu göstermektedir. Başarı Testinden elde edilen sonuçları yorumlayacak olursak Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin şekil ve renk gibi estetik konularda Yıldız Teknik Üniversitesine göre daha başarılı olduğu ileri sürülebilir.

Tablo 19.20: “Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında, belirginlik ve sadelik açısından yer alan görüntülerde olmasını istemediğim öğelerin temizlenmesini fark eder ve önemsiyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	4	2,8
Katılmıyorum	31	22,0
Kararsızım	15	10,6
Katılıyorum	50	35,5
Kesinlikle Katılıyorum	41	29,1

Bulgu ve Analiz: Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video görsellerinin kullanımında belirginlik ve sadelik öğeleri %64,6 ile olumlanmakta ve fark edilmektedir. Çoktan seçmeli başarı testinde belirginlik ve sadelik konusunda elde edilen sonuca bakılırsa teorik ve anlama konusunda Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin vasat bir görünüm sergiledikleri gözlemlenmektedir. Bahçeşehir Üniversitesinde bu oran %60'ın üstündedir. Bu bağlamda estetik öğeler konusunda Bahçeşehir Üniversitesinde başarılı bir eğitim verildiği söylenebilir.

Tablo 19.21: “Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında renk kontrastı kullanılmış bir kompozisyon ile zıt renklerden oluşturulmuş bir kompozisyonu fark ederek yorumlarım.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	19	13,5
Katılmıyorum	5	3,5
Kararsızım	17	12,1
Katılıyorum	59	41,8
Kesinlikle Katılıyorum	41	29,1

Bulgu ve Analiz: “Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında renk kontrast kullanılmış bir kompozisyon ile zıt renklerden oluşturulmuş bir kompozisyonu fark ederek yorumlarım.”ifadesine %70,9 gibi olumlu kanaat bildirilmiştir. Bu ifaden de hareketle öğrencilerin kontrast konusunu yüksek bir oranda kavradıkları söylenebilir. Bu bağlamda herhangi bir kompozisyonda renk ve kontrast konularını yüksek oranda kavrayan öğrenciler Başarı testinde de %72,4 oranının üstünde bir başarı elde etmişlerdir. Gerek Başarı testinde gerekse Katılım testinde öğrenciler renk kontrastı kullanılmış kompozisyonları oluşturmada ve okumada başarılı olduğu tezini ileri sürebiliriz.

Tablo 19.22: “Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında perspektifi bozuk olan bir görsel ile karşılaştığımda yanlış fark ederek doğru şekilde düzenleme yapabilirim.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	0	0,0
Katılmıyorum	7	5,0
Kararsızım	26	18,4
Katılıyorum	42	29,8
Kesinlikle Katılıyorum	66	46,8

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin en çok katılım gösterdikleri ifadenin “Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında perspektifi bozuk olan bir görsel ile karşılaştığımda yanlış fark ederek doğru şekilde düzenleme yapabilirim.”(%76,6) olduğu görülmüştür. Perspektif konusu mesleki alanda giriş seviyesinde bir konu olmakla birlikte öğrencilerin teorik ve uygulama konusunda başarılı olmaları doğru yolda olduklarını göstermektedir. Nitekim Başarı testinde de her iki üniversiteninde %50 üzerinde başarılı olması bu konu başlığının anlaşıldığını ve uygulandığını işaret etmektedir.

Tablo 19.23: “Estetik açıdan bir görsel okuması ya da uygulaması yapacaksam, Keskinlik öğesinin; Netleme, gelen ışığın türü ve çözümleme gücü gibi etkenlere bağlı olduğunu biliyorum ve anlıyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,4
Katılmıyorum	7	5,0
Kararsızım	30	21,3
Katılıyorum	53	37,6
Kesinlikle Katılıyorum	49	34,8

Bulgu ve Analiz: “Estetik açıdan bir görsel okuması ya da uygulaması yapacaksam, Keskinlik öğesinin; Netleme, gelen ışığın türü ve çözümleme gücü gibi etkenlere bağlı olduğunu biliyorum ve anlıyorum.” ifadesi ile öğrencilerin; %72,4 gibi oranda

katılım gösterdikleri keskinlik ögesini yüksek oranda kavradıkları görülmüştür. Her iki üniversite öğrencileri bu konuya benzer tepkilerde bulunmuşlardır. Bu arada Başarı testinin sonuçlarına göre Yıldız Teknik Üniversitesinin en başarısız olduğu alan Estetik konusunun anlaşılması ve uygulanması konusu olmuştur. Sadece 23. Soruda %50 üstünde başarı göstermişlerdir. Diğer 4 soruda %50'nin altında bir performans sergilenmiştir.

Tablo 19.24: “Fotoğrafın plastik öğelerini (nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili) sosyal medyada üretim ve tüketimini yaptığım çalışmalarında kullanarak uygulamaya çalışıyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,1
Katılmıyorum	9	6,3
Kararsızım	29	20,3
Katılıyorum	69	48,3
Kesinlikle Katılıyorum	33	23,1

Bulgu ve Analiz: “Fotoğrafın plastik öğelerini (nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili) sosyal medyada üretim ve tüketimini yaptığım çalışmalarında kullanarak uygulamaya çalışıyorum.” İfadesine verilen yanıtlar oldukça olumludur. Okulda öğrenilen bilginin öğrencilerin kişisel hayatlarında da uyguladığı anlamına gelebilir (%71,4). Bu arada Başarı testinin içinde sorulan üç plastik alanı ya da içerikli sorularda Yıldız Teknik Üniversitesi üç sorusunda üçünde %50'nin üstünde başarılı olurken Bahçeşehir Üniversitesi ise sadece bir tanesinde bu oranı yakalamıştır. Bu sonuçlar ışığında Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin Bahçeşehir Üniversitesine göre; sosyal medya kullanımlarında çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili gibi Plastik öğeleri konularında daha başarılı olduğu tezini ileri sürebiliriz.

Tablo 19.25: “Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarımda Plastik öğelerden Doku ile ilgili zıtlıkları (Sert-yumuşak, kuru-ıslak, parıltılı-mat, pürüzlü-pürüzsüz, organik-inorganik, doğal-yapay) fark eder ve anlam derinliğini kurarım.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,1
Katılmıyorum	7	4,9
Kararsızım	27	18,8
Katılıyorum	50	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	57	39,6

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarımda Plastik öğelerden Doku ile ilgili zıtlıkları (Sert-yumuşak, kuru-ıslak, parıltılı-mat, pürüzlü-pürüzsüz, organik-inorganik, doğal-yapay) fark eder ve anlam derinliğini kurarım.” ifadesi ile öğrencilerin Plastik öğelerden dokuyu kavradıkları %74,3 gibi oldukça yüksek oranla olumlanmaktadır. Özellikle her iki örneklem üniversitemizde de doku konusuna dair sosyal medya paylaşımlarında anlama, uygulama ve okuma konusunda bir kararlılık tespit edilmiştir. Çünkü doku konusu yeni medya ya da diğer ifade ile sosyal medyada iki boyutlu nesnelerle üç boyutlu etkisi uyandırmak amacıyla kullanılması hususunda önemli bir yere oturmuştur. Plastik sanatlarda etkili kullanılan bir doku çalışması estetik güzelliği de ortaya çıkarma da bir role sahiptir.

Tablo 19.26: “Konumu ve yönü ile hareketten ritim etkisine kadar görüntünün baskın karakteri olan çizgisellik öğesini paylaşım sitelerinde çalışmalarımıda kullanabiliyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	7	5,0
Katılmıyorum	5	3,6
Kararsızım	53	37,9
Katılıyorum	42	30,0
Kesinlikle Katılıyorum	33	23,6

Bulgu ve Analiz: “Konumu ve yönü ile hareketten ritim etkisine kadar görüntünün baskın karakteri olan çizgisellik öğesini paylaşım sitelerinde çalışmalarında kullanabiliyorum.” İfadesine; %37,9 ile kararsızım ve %53,6 ile katılım düzeyinde cevapların verilmesi, çizgisellik öğesinin uygulamalı çalışmalarda çok kullanılmadığının göstergesidir. Bizce çizgisellik öğesinin amaçlı kullanılmamasının en önemli sebeplerinde biri sosyal medyada sanatsal çalışmalara dair paylaşımların özel amaç dışında kullanılmasının kısıtlı olmasından kaynaklanmaktadır. Sanatsal dili sürdürmenin zorluğu ve kabul edilirliliği zamanla oturacak bir edinim olacağı kanısındayız.

Tablo 19.27: “Sanat eseri olsun veya olmasın bir kişinin Fotoğraf ve videosunu yasa dışı kullanmak emeğe saygısızlıktır. Türkiye’de etiksel olarak Telif Haklarına uyulması zorunlu hale getirilmelidir” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	7	4,9
Katılmıyorum	9	6,3
Kararsızım	44	31,0
Katılıyorum	23	16,2
Kesinlikle Katılıyorum	59	41,5

Bulgu ve Analiz: “Sanat eseri olsun veya olmasın bir kişinin Fotoğraf ve videosunu yasa dışı kullanmak emeğe saygısızlıktır. Türkiye’de etiksel olarak Telif Haklarına uyulması zorunlu hale getirilmelidir.”ifadesine %57,7 oranıyla olumlu katılım sağlanmıştır. Bu sonuç ile öğrencilerin Telif Haklarına uyulması konusunda hassas olduklarını düşünebiliriz. Öğrencilerin Telif hakları konusunda yasalara uymada kafalarının karışık olduğu gerçeği de göz ardı edilmemelidir.

Tablo 19.28 “Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	29	20,3
Katılmıyorum	34	23,8
Kararsızım	31	21,7
Katılıyorum	33	23,1
Kesinlikle Katılıyorum	16	11,2

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.” ifadesine verilen cevaplar, Türkiye’de yasal çerçevenin gerekliliğinin yeteri kadar caydırıcı olmadığını göstermektedir. Yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum diyenlerin oranı şu şekilde oluştu: Katılmıyorum diyenler %44,1 Katılıyorum oranı ise 34,2 dir. Sosyal medya mecralarında fotoğraf ve video kullanımında öğrenciler yasal çerçeveye uyma ya da bu anlamda uygulamalarda bulunma konusunda kafaları karışık olarak tanımlanabilir. Bu da sosyal medyada kanuni bir boşluğun varlığına işaret etmektedir.

Tablo 19.29: “Etik açıdan sanat anlayışım içerisinde İnsan hakları her şeyden önceliklidir.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	11	7,6
Katılmıyorum	32	22,2
Kararsızım	25	17,4
Katılıyorum	48	33,3
Kesinlikle Katılıyorum	28	19,4

Bulgu ve Analiz: “Etik açıdan sanat anlayışım içerisinde İnsan hakları her şeyden önceliklidir.” ifadesinde öğrenciler olumlu katılım sağlamışlardır (%52,7). Fotoğraf ve video mesleğinde etik anlayış herkes tarafından önemsenmesi zorunlu olan bir alan haline gelmiştir. Yeni medyanın hayatımızı yakından kuşattığı günümüzde etik anlayışa uymak bir anlamda mevcut yasalara ya da kurallara uymayı beraberinde getirmektedir. Evrensel kurallar bütününden meydana gelen etik anlayışta sanat eserinin kimliği ve sahipliği korunmaktadır. Etik öğeler sorularına her iki üniversitemizde yüksek oranda başarı elde edilmiştir. Kanımızca, “sanat anlayışım içerisinde insan hakları her şeyden önceliklidir.” düşüncesine en yüksek oranda katılım sağlayan sınıfın dördüncü sınıf olmasındaki en önemli sebep, mesleki yaşamı daha yakından tanımaları ve yaşamaları yatmaktadır.

Tablo 19.30: “Ülkemizde Fotoğraf ve Video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırımı olmayan bir kanundur.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,1
Katılmıyorum	13	9,1
Kararsızım	49	34,3
Katılıyorum	51	35,7
Kesinlikle Katılıyorum	27	18,9

Bulgu ve Analiz: “Ülkemizde Fotoğraf ve Video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırımı olmayan bir kanundur.” İfadesinde öğrenciler %54,6 oran ile katılıyorum düzeyinde görüş belirtirken kararsızların oranının %34,3’de olması düşündürücüdür. Bu bağlamda bu da gösteriyor ki fikir ve sanat eserleri ile ilgili kanunun hukuki güvencesine dair yaptırımlara yönelik belirsizlik düşüncesi yaygınlık kazanmıştır. Sosyal medyanın yaygınlık kazanması ve bu mecrada üretilen içeriklerin doğruluğu konusundaki kuşkuyla kaygılara yol açmasındaki gibi fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu da yaptırımı olmayan bir kanun haline gelmiştir. Her iki örneklem

üniversitemizde de bu yorumu destekleyici sonuçlar bu durumu destekleyici veriler sağlamaktadır.

Tablo 19.31: “Fotoğraf ve Video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayrım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	8	5,6
Katılmıyorum	7	4,9
Kararsızım	34	23,6
Katılıyorum	18	12,5
Kesinlikle Katılıyorum	77	53,5

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin en yüksek oranda katılım gösterdikleri ifadelerin başında, “Fotoğraf ve Video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayrım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.” (%66) olduğu görülmüştür. Sanatın evrensel olduğu gerçeğinden hareketle öğrencilerinde evrensel kriterleri benimsedikleri söylenebilir. Bu anlamda sanatçı kimliğinin ırk, dil ve inanç gibi öğelerden beslenerek yola çıktığı bu zorlu yolculukta evrensel ve eşit olandan yana tavır alması gerektiği gerçekliği vurgulanmıştır. Tutum ölçeğindeki bu gerçeklerin yanında Başarı tetimizde de ortaya çıkan bu sonuca paralel bir sonuç elde edilmiştir.

5.5.2.2. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağlar Testi Hakkındaki Görüş ve Beklentilerine İlişkin Bulgular

Sosyal ağlara bakıldığı zaman birden çok ve değişik amaçlı yazılımların varlığı söz konusudur. Bu çalışmada sosyal ağlar 3 başlık altında ele alınmıştır. Bunlar; Fotoğraf amaçlı kullanılan sosyal ağlar, Video amaçlı kullanılan sosyal ağlar ve Çok amaçlı sosyal ağlar'dır. Öğrencilerin sosyal ağlara yönelik görüş ve beklentileri ortaya çıkarılarak kayıt altına alınmıştır.

5.5.2.2.1. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağlar Testi Görüş ve Beklentilerine İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz

Bu bölümde, Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerine uygulanan Sosyal Ağlar Testinden elde edilen bulgular tablolar üzerinden analiz edilerek yorumlanmıştır.

Tablo 20: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağlar Testi Görüş ve Beklentilerine İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz

Tablo 20’de toplam 32 tane tablo bulunmaktadır. Bu başlık; Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağlar Testi’ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları tablo halinde verilerek ortaya çıkan istatistik veriler Bulgu ve Analiz başlığı adı altında yorumlanmıştır.

Tablo 20.1: “Genelde Günde Kaç Saat İnternet Kullanıyorsunuz?” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
1 Saatten Az	4	2,8
2 Saatten Az	27	18,8
2-4 Saat Arası	32	22,2
4 Saatten Fazla	81	26,3

Bulgu ve Analiz: Genelde günde 2 saatten fazla interneti kullanma oranı %48,5’dir. Bu bağlamda ankete katılan tüm öğrencilerin internet kullandığı gerçeği yanında genel anlamda üçte birlik gibi bir oranın 4 saatten fazla internet kullandığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak sosyal medyanın internet tabanlı oluşu öğrencileri interneti kullanıma mecbur ettiği görülmektedir. Diğer taraftan fotoğraf ve video alanında dijital devrim gerçeği ve sosyal medya uyumunda öğrencileri internet tabanlı yazılımlara bağımlı kılmaktadır. Ayrıca Digital in 2016” Raporunun Türkiye ile ilgili bölümüne baktığımız da 79 milyon nüfusa sahip ülkemizin %77’si her gün internet kullanmaktadır. Böylece oranlara bakıldığında internet kullanımının ülkemizde ciddi boyutlarda olduğu bir gerçektir.

Tablo 20.2: “İnterneti En Çok Hangi Amaçla Kullanırsınız?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Fotoğraf ve video izleme ve paylaşımı	88	60,7
Oyun/eğlence amaçlı vakit geçirme	20	13,8
Haber okuma ve bilgi alışverişi	8	5,5
Film, program ve müzik indirme	20	13,8
Müzik ve radyo dinleme ile Televizyon izleme	9	6,2

Bulgu ve Analiz: İnternetin en çok kullanılma amacı fotoğraf ve video izleme ve paylaşımıdır (%60,7). Zira 145 öğrenciden 88 öğrencinin fotoğraf ve video paylaşım amaçlı sosyal medya ağlarını aktif kılması dijital mecraların ya da sanatın bir ihtiyaç sonucu olarak zemin haline getirildiğini göstermektedir. Bizce dikkat edilen başka unsur ise internet gerçekliğinin Oyun / eğlence amaçlı vakit geçirme ve film, program ve müzik indirme amaçlı olarak kullanılmasıdır. Bu da gösteriyor ki öğrenciler, internet zeminini mesleki amaçla kullanmalarının dışında vakit geçirme ya da oyun oynama amaçlı olarak da tercih etmektedirler.

Tablo 20.3: “Günlük Yaşamda İnternete Bağlanırken En Çok Hangi Cihazı Kullanırsınız?” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Cep Telefonu	100	69,4
Tablet	9	6,3
Bilgisayar / Laptop	33	22,9
Televizyon	2	1,4

Bulgu ve Analiz: İnternete bağlanırken en çok tercih edilen cihaz cep telefonudur (%69,4). Ankete katılan 144 öğrenciden 100 tanesi internete en çok cep telefonu ile bağlanmaktadır. Klasik medyanın tahtını elinden alan yeni medya internet tabanlı ve yerleşik olmayan medya türüdür. Bu gerçekten yola çıkarsak cep telefonu ile internete bağlanmanın birden çok faydası bulunmaktadır. Zamanı verimli kullanma, kullanışlılık, anında ve kolay bilgiye ulaşmak olarak sayabiliriz. İnternete bağlanırken en çok tercih edilen cihaz %69,4 ile cep telefonu olurken en az tercih edilen cihaz Televizyon ve Tablet olmuştur. Ayrıca Bilgisayar / Laptop gibi cihazlar

ise %22,9 oran ile cep telefonundan sonra en çok tercih edilen cihaz olmuştur. Sonuç olarak taşınabilir cihazlar iletişimi kolaylaştırarak sanatı da etkileyerek değiştirip dönüştürmüştür. Örneğin fotoğrafçılık ve video alanında çok kaliteli görüntülerin dijital olarak cep telefonu ile çekilerek saniyeler içerisinde uzak yerlere gönderilmesi ve etki tepki meselesini doğurması bunun en somut örneğidir. Bu arada Digital in 2016” Raporunun Türkiye ile ilgili bölümüne baktığımızda 79,14 milyon nüfusa sahip ülkemizde 71,03 milyon kişi cep telefonu ve 36 milyon kişi ise cep telefonu ile sosyal medyaya girmekte ve kullanmaktadır. Diğer yandan yine Digital in 2016” Raporunun Dünya ile ilgili bölümüne bakılırsa 7 milyar 395 milyon nüfusa sahip dünyada 3 milyar 790 milyon kişi cep telefonu ve 1 milyar 968 milyon kişi ise cep telefonu ile sosyal medyaya girmektedir.

Tablo 20.4: “Sosyal Medyayı Kullanma Sıklığınız Nedir?” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Her an devamlı	90	62,5
Her gün 4-5 defa	42	29,2
Haftada 4-5 gün	10	6,9
Ayda 4-5 gün	2	1,4

Bulgu ve Analiz: “Sosyal medyayı kullanma sıklığınız nedir?” ifadesine öğrencilerin %62’si her an devamlı cevabını vermiştir. Bu oran interneti kullanırken tercih edilen cihazın cep telefonu kullanımının diğer cihazlara göre tercih edilmesini doğrulamaktadır. Bu gerçekler ışığında gelişen teknoloji ile birlikte piyasaya sürülen yazılımlar internet tabanını çok işlevsel bir hale getirmiştir. İnternetin sosyal medya tabanı olması gerçekliği dünyayı küresel köy haline getiren sosyal medya sektörünün gücüne güç katmıştır. Bu düzlemde sosyal medyayı kullanma sıklığı bir tercih olmaktan çok bir zorunluluk ya da varolma nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonuç olarak, Digital in 2016” Raporunun Türkiye ile ilgili bölümüne baktığımızda 79,14 milyon nüfusa sahip ülkemizde 46,28 milyon kişi internet, 42 milyon kişi sosyal medya, 71,03 milyon kişi cep telefonu ve 36 milyon kişi ise cep telefonu ile sosyal medyaya girmekte ve kullanmaktadır. Bu bağlamda bizim bu araştırmamızda ortaya çıkan sonuçlar ile Digital in 2016” Raporunun Türkiye ile ilgili bölümü araştırmasında ortaya çıkan sonuçlar birbirine paralellik göstermektedir.

Tablo 20.5: “En Çok Hangi Sosyal Ağları Kullanıyorsunuz?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Facebook	55	38,2
Twitter	59	41,0
Whatsap	99	68,8
İnstagram	102	70,8
Viber	18	12,5

Bulgu ve Analiz: En çok kullanılan sosyal ağ sorusuna verilen yanıtlarda %70,8 oranla İnstagram birinci sırada, %68,8 oranla Whatsap ikinci sırada ve %41,0 oranla Twitter üçüncü sırada yer almaktadır. Fotoğraf ve video bölümü öğrencilerinin en çok kullanılan sosyal ağlar içerisinde İnstagram ve Whatsap’ı tercih etmelerinin en temel sebebi fotoğraf paylaşımına en uygun sitenin İnstagram olması gerçeği düşünülürken Whatsap ağının ise fotoğraf ve video paylaşımından çok iletişim kurma amaçlı tercih edilme düşüncesidir. Bu düzlemde yola çıkarsak Digital in 2016” Raporunun Türkiye ile ilgili bölümüne baktığımızda Türkiye’de sosyal medya mecralarının kullanımı bölümünde İnstagram kullanım oranının %16 oranında olması ve facebook, whatsapp ve twitter’den sonra 4. sırada olması analizimize önemli bir katkı sağlamaktadır. Zira o katkı şudur: Digital in 2016” Raporunun örneklemini Türkiye geneli herkes iken, bu tez çalışmamızın örneklemini ise Yıldız Teknik ve Bahçeşehir Üniversiteleri Fotoğraf ve video bölümleri olarak seçilmiştir. Bu bağlamda fotoğraf ve video bölümü öğrencilerinin meslekleri doğrultusunda ve alanlarına hizmet eden sosyal ağları tercih etmeleri doğru bir sonuç olmakla birlikte bizlerinde beklentisine hizmet ettiği kanısındayız.

Tablo 20.6: “Fotoğraf Paylaşım Sitelerinde Kendinize Ait Fotoğraf Paylaşır Mısınız?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	131	92,3
Hayır	11	7,7

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin %92,3’ü sosyal medya hesaplarında kendilerine ait fotoğrafları paylaşmaktadırlar. Öğrenciler çekmiş oldukları fotoğrafları ile sosyal medyada göz önünde olmak istiyor olmaları bir anlamda sosyal medyayı bir dünya

olarak görmeleri ve bu dünyada her yere ulaşma istekleridir. Diğer yandan sosyal medyada zaman ve mekan sınırlamasının olmamasıda öğrencilerin ufkuna katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda okul dönemi içerisinde verilen eğitiminde internet tabanlı sosyal medyanın bir gereği olarak hem uyumlu hemde dijital olmasını gerekli kılmaktadır.

Tablo 20.7: “Fotoğraf Paylaşım Sitelerini Takip Eder Misiniz?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	132	93,0
Hayır	10	7,0

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin %93,0’ü fotoğraf paylaşım sitelerini takip etmektedir. Öğrenciler mesleklerinin gereği olarak, sosyal medyada varolma iradelerini göstermekle birlikte özellikle mesleklerine yönelik geliştirici ve de ihtiyaç odaklı fotoğraf paylaşım yazılımlarına yönelik olumlu düşünce içerisindeyler. Bunun temel öğrencilerin ürettikleri ve ortaya koydukları üretimleri gündeme gelme istekleri ve onay görme durumlarıdır. Diğer yandan öğrenciler dijital alana hakim oldukları için bu alan ile var olma istekleri olarak düşünülebilir.

Tablo 20.8: “İnstagram Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	20	14,1
Günde 1-2 saat arası	79	55,6
Hafta 4-5 saat	2	1,4
Ayda 4-5 saat	5	3,5
İşim olduğu zaman	36	25,4

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf paylaşımli sosyal paylaşım sitelerini kullanım oranlarına bakıldığında en fazla kullanılan sosyal paylaşım sitesinin İnstagram (%74,6) olduğu görülmektedir. Öğrenci sadece iş amaçlı olarak İnstagram kullanmamaktadır. İşim olduğu zaman kullanım oranı % 25,4’dür. Geri kalan %74,6 oranı ise öğrencinin bu siteyi amaçlı olarak süreklilik oluşturacak şekilde kullandığını göstermektedir. Diğer bir yandan ağırlıklı olarak fotoğraf içerikli hizmet veren bu sitenin özellikle fotoğraf

mesleğine geliştirici bir hizmet sunduğunu söyleyebiliriz. Öğrencilerin de bu bilinçle Instagram içerisinde faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 20.9: “Flickr Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	14	12,8
Günde 1-2 saat arası	11	10,1
Hafta 4-5 saat	9	8,3
Ayda 4-5 saat	12	11,0
İşim olduğu zaman	63	57,8

Bulgu ve Analiz: Flickr Kullanım Sıklığına bakıldığında zaman %57,8 oranı ile işim olduğu zaman kullanırım düşüncesi hakimdir. Flickr, bir fotoğraf paylaşım sitesidir. Yenilikçi, çevrimiçi topluluk araçları fotoğrafları etiketlemeye ve kategorize etmeye yardımcı olur, bu da popüleritesindeki ciddi artışın nedenlerinin başında gelir.

Tablo 20.10: “Fotolog Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	10	9,4
Günde 1-2 saat arası	3	2,8
Hafta 4-5 saat	1	0,9
Ayda 4-5 saat	11	10,4
İşim olduğu zaman	81	76,4

Bulgu ve Analiz: %76,4 oranı ile işim olduğu zaman Fotolog kullanırım sonucu elde edilmiştir. Bu bağlamda yüksek bir oranda gösteriyor ki öğrencilerin fotolog yazılımını ancak gereksinim olduğu zaman kullandıkları ortaya çıkmıştır. Özellikle Fotoğraf kullanım sitesi olan fotolog her zaman ve herkes için kullanılan bir site değildir. Amaçlar doğrultusunda işe koşulan bir yazılım olmuştur.

Tablo 20.11: “Picasa Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	10	8,1
Günde 1-2 saat arası	2	1,6
Hafta 4-5 saat	1	0,8
Ayda 4-5 saat	7	5,7
İşim olduğu zaman	103	83,7

Bulgu ve Analiz: Picasa sitesi fotoğraf amaçlı kullanılmaktadır. Öğrenciler %83,7 gibi oranla bu yazılım için işlem olduğu zaman kullanırım tercihinin kullanmışlardır. Bu bağlamda örneklem olarak fotoğraf ve video öğrencilerinin amaçlı olarak yazılım sitelerini kullanmaları doğru bir karardır. Böylece öğrenciler teorik bilgilerini bu sahalarda sergileme ve pekiştirme şansına sahip olmaktadır.

Tablo 20.12: “Dailybooth Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	8	7,8
Günde 1-2 saat arası	2	2,0
Hafta 4-5 saat	1	1,0
Ayda 4-5 saat	4	3,9
İşim olduğu zaman	87	85,3

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım sitesi olan Dailybooth uygulaması ile insanlar anlık durumlarını fotoğraf yükleyerek belirtmektedirler. Öğrenciler %85,3 oranı ile işlem olduğu zaman bu yazılımı kullanırım düşüncesini paylaşmaktadır. Bu düzlemde yola çıkarak, dijital teknolojinin sağladığı imkanlar sanatın ve içeriklerin paylaşılmasını sağlayarak iletişim kanallarını çeşitlendirmektedir düşünülmektedir.

Tablo 20.13: “PhotoBucket Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	8	7,8
Günde 1-2 saat arası	1	1,0
Ayda 4-5 saat	5	4,9
İşim olduğu zaman	89	86,4

Bulgu ve Analiz: %86,4 oranı ile işlem olduğu zaman bu yazılımı kullanırım diyen fotoğraf ve video öğrencileri katılım oranında da görüldüğü üzere bu siteyi özel amaçlı olarak kullanılmaktadır. Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım sitesi olan PhotoBucket sitesinin sanatsal ve mesleki gereksinim sonucu ortaya çıktığını ve gelişimine devam ettirdiği bilinen bir gerçektir. Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım siteleri içerisinde özellikle fotoğraf ve video saklanabilme özelliği açısından hafızasının büyük olması herkes tarafından tercih edilmesini sağlamaktadır.

Tablo 20.14: “Gravatar Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	8	7,8
Günde 1-2 saat arası	3	2,9
Ayda 4-5 saat	5	4,9
İşim olduğu zaman	86	84,3

Bulgu ve Analiz: %84,3 oranı ile öğrenciler Gravatar sitesini işim olduğu zaman kullanıyorum demiştir. Zira bu site, kullanıcılarına internet ortamında profil resimlerini kolaylıkla yayınlamasına olanak vermektedir. Bu bağlamda fotoğraf kullanımlı sosyal medya sitesi kategorisinde olmakla birlikte bu sitenin hedef kitlesi genel geçer herkeştir.

Tablo 20.15: “Panoramio Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	7	6,8
Günde 1-2 saat arası	1	1,0
Hafta 4-5 saat	1	1,0
Ayda 4-5 saat	5	4,9
İşim olduğu zaman	89	86,4

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım sitesi kategorisinde yeralan Panoramio sitesini öğrenciler %86,4 oranı işim olduğu zaman kullanıyorum demiştir. Bu bağlamda Panoramio yazılımı, İki milyardan fazla fotoğraf depolamaktadır. Bu özelliği ile bu yazılım programı fotoğrafın dijital ortamda zahmetsiz bir şekilde saklanmasını ve gerekli görülen zamanda kısa sürede kullanılmasını sağlamıştır. Sonuç olarak Panoramio, bir fotoğraf paylaşım sitesi, web servisi ve çevrimiçi topluluk alanıdır.

Tablo 20.16: “Foodspotting Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	7	6,9
Günde 1-2 saat arası	1	1,0
Hafta 4-5 saat	6	5,9
Ayda 4-5 saat	7	6,9
İşim olduğu zaman	81	79,4

Bulgu ve Analiz: Bu site, en iyi yiyecek ve içeceklerin mobil uygulaması sayesinde nereden bulunabileceğini gösteren rehber bir paylaşım yazılımıdır. Bu bağlamda fotoğraf ve video bölümü öğrencileri bu siteyi %79,4 oranı ile işim olduğu zaman kullanırım demiştir. Bu düzlemde bu gerçekler ışığında bu yazılımın özel amaçlı bir site olduğu söylenebilir ancak disiplinlerarası sanat kategorisinde işlev gören fotoğraf sanatı tüm alanlara hizmet sunmaktadır.

Tablo 20.17: “DevianART Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	23	20,7
Günde 1-2 saat arası	9	8,1
Hafta 4-5 saat	6	5,4
Ayda 4-5 saat	12	10,8
İşim olduğu zaman	61	55,0

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf paylaşım siteleri içerisinde amaçlı kullanılan yazılımların içerisinde yer almaktadır. Öğrencilerin %20,7’si günde 1 saatten az, %55,0’ı ise işim olduğu zaman kullanırım demiştir. Sonuç olarak fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım sitesi kategorisinde yeralan DeviantART’ın amacı fotoğraflarla sanat çalışmalarını sergilemek, eleştirmek, geliştirmek şeklinde özetlenebilir.

Tablo 20.18: “Fotoğraf Kullanımlı Sosyal Paylaşım Sitelerindeki Fotoğraflarında Teknik ve İlkesel Olarak; Estetik-Plastik-Etik değerlerin gereklerine Dikkat Ediyor Musunuz?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	120	83,9
Hayır	23	16,1

Bulgu ve Analiz: “Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım sitelerindeki fotoğraflarında teknik ve ilkesel olarak; Estetik-Plastik-Etik değerlerin gereklerine dikkat ediyor musunuz?” ifadesine %83,9 olumlu yanıt alınmıştır. Buradan hareketle fotoğraf ve video bölümü öğrencileri okul dönemi içerisinde edindikleri kazanımları sosyal paylaşım siteleri içerisinde uygulamakta ve pekiştirmektedirler. Öğrencilerin, bu uygulama ve sergilemelerde, estetik-plastik-etik değerlerin gereklerine dikkat etmeleri bilinçli tüketimi beraberinde getirmektedir.

Tablo 20.19: “Fotoğraflarınızı Sosyal Medyada Değerlendiren Birisi Olarak Bölümünüzde; Sayısal Fotoğraf Teknolojisi İle Birlikte Karanlık Oda Kullanımına İhtiyaç Var Mıdır?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	112	78,9
Hayır	30	21,1

Bulgu ve Analiz: “Fotoğraflarınızı Sosyal Medyada Değerlendiren Birisi Olarak Bölümünüzde; Sayısal Fotoğraf Teknolojisi İle Birlikte Karanlık Oda Kullanımına İhtiyaç Var Mıdır?” ifadesine verilen evet yanıtı %78,9’dur. Bu düzlemde karanlık oda kullanımının günümüz dijital teknolojinin sağladığı olanaklar karşısında bir ihtiyacı gidermekten çok nostaljik kaldığını söyleyebiliriz. Sosyal paylaşım siteleri içerisinde dolaşıma sokulan fotoğraf ögesi bir disiplinlerarası sanattır. Bu bağlamda fotoğraf ögesi kullanışlı ve iş görür olmalıdır kanaatindeyiz.

Tablo 20.20: “Video Paylaşım Sitelerinde Kendinize Ait Video Paylaşır Mısınız?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	112	77,8
Hayır	32	22,2

Bulgu ve Analiz: “Video Paylaşım Sitelerinde Kendinize Ait Video Paylaşır Mısınız?” sorusuna öğrencilerin %77,8’i evet yanıtını vermiştir. Bu bağlamda fotoğraf ve video öğrencilerinin sosyal ağları bir uygulama ve sergileme alanı olarak değerlendirdiği görülmektedir.

Tablo 20.21: “Video Paylaşım Sitelerini Takip Eder Misiniz?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	137	95,8
Hayır	6	4,2

Bulgu ve Analiz: “Video Paylaşım Sitelerini Takip Eder Misiniz?” sorusuna öğrencilerin %95,8’i evet yanıtını vermiştir. Neredeyse öğrencilerin tümü video paylaşım sitelerini takip etmektedir. Buradan hareketle öğrencilerin internet tabanlı sosyal medyaya ya da sosyal yazılımlara ilgi gösterdiğini söyleyebiliriz. Bizce öğrencilerin bu faydalı mecraları bir eğitim ortamı olarak değerlendirmesi yerinde bir davranıştır.

Tablo 20.22: “Youtube Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	31	21,8
Günde 1-2 saat arası	62	43,7
Hafta 4-5 saat	8	5,6
Ayda 4-5 saat	7	4,9
İşim olduğu zaman	34	23,9

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin video paylaşım sitelerini takip etme oranı %95,8 olmakla birlikte en fazla takip edilen video paylaşım sitesinin Youtube olduğu görülmektedir. Bu düzlemde dünyada şu an aylık 1 milyar aktif kullanıcıya sahip olan Youtube en çok kullanma sırasında 2. sırada yer almaktadır. Zira kullanıcılarının %38’ini kadınlar oluştururken, %62’ini ise erkekler teşkil etmektedir.

Tablo 20.23: “Vimeo Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	31	27,7
Günde 1-2 saat arası	10	8,9
Hafta 4-5 saat	8	7,1
Ayda 4-5 saat	12	10,7
İşim olduğu zaman	51	45,5

Bulgu ve Analiz: “Vimeo Kullanım Sıklığı” Yüzdelere baktığımızda, işim olduğu zaman %45,5 iken günde 1 saatten az diyenlerin oranı ise %27,7 şeklinde cevap verilmiştir. Sonuç olarak Vimeo, Youtube'a doğrudan bir rakip olarak hizmet vermekle birlikte Video kalitesi açısından birçok video paylaşım sitesine göre oldukça yüksek olduğu için fotoğraf ve video öğrencileri tarafından işe koşulması gereken faydalı bir yazılımdır.

Tablo 20.24: “DailyMotion Kullanım Sıklığı” Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Günde 1 saatten az	5	4,9
Günde 1-2 saat arası	1	1,0
Hafta 4-5 saat	2	1,9
Ayda 4-5 saat	7	6,8
İşim olduğu zaman	88	85,4

Bulgu ve Analiz: Öğrenciler %85,4 oranı ile işim olduğu zaman DailyMotion kullanırım demiştir. Buradan hareketle grup oluşturma, video yükleme, sosyal medya araçları üzerinden paylaşım gibi işlevleri gören site fotoğraf ve video öğrencileri için geliştirici bir yazılımdır.

Tablo 20.25: “Video Kullanımlı Sosyal Paylaşım Sitelerindeki Klip, Film ve Video Art Gibi Çalışmalarında Teknik ve İlkesel Olarak; Estetik-Plastik-Etik Değerlerinin Gereklerine Dikkat Ediyor Musunuz?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	127	88,8
Hayır	16	11,2

Bulgu ve Analiz: “Video Kullanımlı Sosyal Paylaşım Sitelerindeki Klip, Film ve Video Art Gibi Çalışmalarında Teknik ve İlkesel Olarak; Estetik-Plastik-Etik Değerlerinin Gereklerine Dikkat Ediyor Musunuz?” ifadesine %88,8 evet yanıtı alınmıştır. Zira bölüm öğrencileri için uygulama ve sergileme zemini noktasında önemli bir görev üstlenen video kullanımlı ağlar gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Nitekim bu ağlarda klip, film ve video art gibi paylaşımlar yapan öğrencilerin estetik, plastik ve etik değerleride uyguladıkları görülmektedir. Bu açıdan sosyal paylaşım siteleri öğrenciler için deyim yerinde ise uygulama atölyesidir diyebiliriz.

Tablo 20.26: “Videolarını Sosyal Medyada Değerlendiren Biri Olarak Bölümünde; Dijital Teknolojinin Takip Edilmesi ve Uygulanmasını Yeterli Görüyor Musunuz?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Evet	77	55,8
Hayır	61	44,2

Bulgu ve Analiz: “Videolarını sosyal medyada değerlendiren biri olarak bölümünde; dijital teknolojinin takip edilmesi ve uygulanmasını yeterli görüyor musunuz?” ifadesine %55,8 evet yanıtı alınmıştır. Ancak bu anlamda hayır diyenlerin oranıda nerdeyse evet diyenler kadardır. Buradan hareketle öğrenciler bölümlerinde; dijital teknolojinin takip edilmesi ve uygulanmasını istenilen düzeyde görmemektedirler.

Tablo 20.27: “Fotoğraf ve Video Öğrencisi Olarak Sosyal Paylaşım Siteleri İçerisinde Fotoğraf ve Video Paylaşım Tabanlı Siteleri Tercih Etmeniz Sebebi Nedir?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Ürettiklerimle göz önünde olmak istiyorum	85	59,0
Yeteneklerimi bu yolla açığa vurabilirim	86	59,7
Uzmanlaşmak istiyorum	87	60,4
Okula destekleyici ve faydalı olarak buluyorum	67	46,5
Sosyal medyayı geleceğin pazarı olarak görüyorum	97	67,4
Sadece okulda öğretilenler ile iş bulamayacağıma inanıyorum	84	58,3
Sanat dili üzerinde insanlar ile iletişim geçerek çevre edinme isteği	59	41,0
Diğer siteleri açıkçası zaman kaybı olarak görüyorum	32	22,2

Bulgu ve Analiz: Öğrencilerin sosyal paylaşım siteleri içerisinde fotoğraf ve video paylaşım tabanlı siteleri tercih etmelerinin en önemli sebepleri birinci olarak sosyal medyayı geleceğin pazarı olarak görmeleridir (%67,4). Bu durumu şöyle açıklayabiliriz: öğrenciler sosyal medyanın gücünü şimdi inadıkları gibi gelecekte de iş sağlama sahası olarak görmektedirler. Ayrıca, İkinci sebep öğrencilerin uzmanlaşmak istemeleri (%60,4) ve üçüncü sebep ise yeteneklerimi bu yolla açığa vurabilirim (%59,7) cevabı olmuştur. Zira uzmanlaşarak yetenekleri sergilemek isteyen öğrenciler ağ alanını ciddiye almakla birlikte bu yönde bir umut taşımaktadır.

Tablo 20.28: “Facebook Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Sanatsal fotoğraf ve videolarımı arkadaşlarımla paylaşıyorum	78	63,6
Sanatsal açıdan kişi ve markaları takip ediyorum	73	53,3
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu buradan yaparım	63	46,0
Sanatsal paylaşımlarımla ilgili geri dönütleri buradan sağlıyorum	38	27,7
Her şeyden önemlisi herkesle iletişime geçiyorum	76	55,5
Katkısı olduğuna inanmıyorum	26	19,0

Bulgu ve Analiz: Facebook, insanların başka insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan bir sosyal paylaşım yazılımıdır. “Facebook Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” ifadesine verilen yanıtlar %63,6 oranla Sanatsal fotoğraf ve videolarımı arkadaşlarımla paylaşıyorum yanıtı olmuştur. Bu bağlamda mesleki olarak öğrenciler facebook alanını ihtiyaç olarak gördükleri için kullanmaktadır. Sosyal paylaşım ağları istatistiğine bakıldığında zaman facebook sitesinin dünyada 1 milyar 609 milyon kişi tarafından kullanıldı tespit edilmiştir. Birçok ihtiyacı gidermede kullanılan bu yazılım öğrenciler açısından, Sanatsal açıdan kişi ve markaları takip etme, herkesle iletişimeçmek, sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurulması ve Sanatsal paylaşımlar ile ilgili geri dönütlerin oluşması gibi amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır.

Tablo 20.29: “Twitter Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Sanatsal fotoğraf ve videolarımı arkadaşlarımla paylaşıyorum	43	32,1
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu buradan yapıyorum	32	23,9
Her şeyden önemlisi herkesle iletişime geçiyorum	68	50,7
Çok katkısı olacağına inanmıyorum	39	29,1

Bulgu ve Analiz: “Twitter Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” ifadesine verilen yanıtlardan en çok tercih edileni her şeyden önemlisi herkesle iletişime geçiyorum yanıtı olmuştur. Aynı zamanda öğrencilerin %29,1’i çok katkısı olmadığına inanmakla birlikte geriye kalan %70,9’u bir katkısının olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda Kullanıcılarına tweet adı verilen en fazla 140 karakterlik metinler yazma imkânı sunan Twitter, çeşitli araçlarla daha etkin kullanılabilen bir yeni nesil iletişim aracı olduğu için kavramsal sanat anlamında öğrencilerin önemli bir ihtiyacını gidereceği kanaatindeyiz.

Tablo 20.30: “Whatsap Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Sanatsal fotoğraf ve videolarımı yakın arkadaşlarımla paylaşıyorum	74	52,1
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu arkadaşlarıma iletiyorum	47	33,1
Fotoğraf ve video paylaşımından çok iletişim amaçlı kullanıyorum	77	54,2
Çok katkısı olacağına inanmıyorum	45	31,7

Bulgu ve Analiz: “Whatsap Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” sorusuna verilen yanıtlar iki temel başlıkta yoğunlaşmaktadır. Bunlar:Fotoğraf ve video paylaşımından çok iletişim amaçlı kullanıyorum %54,2 ve Sanatsal fotoğraf ve videolarımı yakın arkadaşlarımla paylaşıyorum %52,1 oranlarıdır. Buradan hareketle görülüyor ki Fotoğraf ve video bölüm öğrencileri Whatsap hesabını iletişim ve paylaşım amaçlı kullandıklarını görmekteyiz. Zira 1

milyara yaklaşan takipçisi ile dünyada tüm sosyal paylaşım alanları içerisinde facebook ve youtube^’den sonra 3. cü sırada yer almaktadır.

Tablo 20.31: “İnstagram Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Sanatsal fotoğraf ve videolarımı yakın arkadaşlarımla paylaşıyorum	105	74,5
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu arkadaşlarıma iletıyorum	70	49,6
Daha çok Fotoğraf ve video paylaşımlarımı buradan yaparım	91	64,5
Fotoğraf video paylaşımı konusunda Facebook’a alternatif bir mecraadır	61	43,3

Bulgu ve Analiz: “İnstagram Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” sorusuna verilen yanıtta bakıldığında İnstagram hesabının amacı doğrultusunda kullanıldığı görülmüştür. İnstagram hesabının amacının da fotoğraf ve video paylaşımı olduğu bilinmektedir. Zira öğrenciler %74,5 oranla sanatsal fotoğraf ve videolarını yakın arkadaşlarıyla paylaştıklarını vurgulamışlardır.

Tablo 20.32: “Youtube ve Vimeo Alanlarının Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” Yüzde ve Frekanslar

	n	%
Sanatsal videolarımı kaliteli şekilde paylaşıyorum	83	58,5
Mesleki anlamda film, fragman ve mesleki çalışmaları izliyorum	108	76,1
Alanımla ilgili videoları kolaylıkla izliyorum	109	76,8
Kaçırdığım Televizyon programlarının tekrarını buradan izleyebilirim	61	43,0
Sosyal paylaşım siteleri içinde video takipleri için en profesyonel mecraadır	72	50,7

Bulgu ve Analiz: Video Paylaşımlı Sosyal Ağlar olarak tanımlanan “Youtube ve Vimeo Ağlarının” genellikle mesleki amaç doğrultusunda kullanıldığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin %76,8’i; “Alanları ile ilgili videolara kolaylıkla erişebildikleri için bu sosyal ağlarını tercih ettikleri tespit edilmiştir. Diğer yandan mesleki anlamda film, fragman ve mesleki çalışmaları izliyorum oranı %76,1,

Sanatsal videolarımı kaliteli şekilde paylaşıyorum oranı ise %58,5 olarak ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak kaliteli video sosyal paylaşım sitesi olup fotoğraf ve video bölümü için uygulama anlamında sanal okul niteliği taşıyan vimeo ve youtube sosyal ağları öğrenciler açısından çok tercih edilerek kullanılması anlamlı ve önemlidir.

5.5.2.3. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin “Başarı Testi” Hakkındaki Bilgi Düzeylerine İlişkin Bulgular

Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin cinsiyetlerine göre Başarı Testi hakkındaki bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı parametrik testlerden bağımsız örneklem için t testi ve non-parametrik (parametrik olmayan) testlerden Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiş sonuçları Tablo 51’de gösterilmiştir.

Mann Whitney U Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H_0 = Kadın ve Erkek öğrencilerin Başarı Testinden aldıkları notlar arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1 = Kadın ve Erkek öğrencilerin Başarı Testinden aldıkları notlar arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 21: Cinsiyete Göre Başarı Testi Sonuçları Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std.Sapma	Bağımsız Örneklem İçin T Testi	Mann Whitney U Testi			
					T	Sd	p	U	p
Başarı Testi	Kadın	75	14,55	4,50	-1,429	143	0,038	1934,000	0,006
	Erkek	70	15,77	5,78					

Tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri (Başarı Testi Sonuçları) ile bunlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tabloda erkek öğrencilerin ortalamasının ($\bar{x}=15,77$) kadın öğrencilerin ortalamasından ($\bar{x}=14,55$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farkın rastlantı olarak mı yoksa gerçek bir başarının göstergesi mi olduğunu belirleyebilmek için anlamlılık (p) değerine bakılır. Söz konusu değer 0,05’ten küçük olduğu için,

cinsiyet ile başarı testi puanları arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Mann Whitney U Testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde H_0 hipotezi reddedilmiş ve erkek öğrencilerin başarı testinde kadın öğrencilerden daha başarılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin eğitim aldıkları üniversitelere göre Başarı Testi hakkındaki bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını parametrik testlerden bağımsız örneklem t testi ve non-parametrik (parametrik olmayan) testlerden Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiş sonuçları Tablo 21’de gösterilmiştir.

Mann Whitney U Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H_0 = Farklı üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin Başarı Testinden aldıkları notlar arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1 = Farklı Üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin Başarı Testinden aldıkları notlar arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 22: Üniversitelere Göre Başarı Testi Sonuçları Arasındaki Farkın Mann Whitney U Testi

	Üniversite	N	Ortalama	Std.Sapma	Bağımsız	Mann			
					Örneklem	Whitney			
					İçin T Testi	U Testi			
					T	Sd	p	U	p
Başarı Testi	YTÜ	70	14,03	5,55	-2,540	143	0,12	1926,500	0,006
	BAHÜ	75	16,17	4,60					

Tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri (Başarı Testi Sonuçları) ile bunlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tabloda Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin ortalamasının ($\bar{x}=16,17$) Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin ortalamasından ($\bar{x}=14,03$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farkın rastlantı olarak mı yoksa gerçek bir başarının göstergesi mi olduğunu belirleyebilmek için anlamlılık (p) değerine bakılır. Söz konusu değer 0,05’ten küçük olduğu için, üniversiteler ile başarı testi puanları arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Mann Whitney U Testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde H_0 hipotezi reddedilmiş ve Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin başarı testinde Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinden daha başarılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin eğitim gördükleri sınıf seviyelerine göre Başarı Testi hakkındaki bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını parametrik testlerden tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve non-parametrik (parametrik olmayan) testlerden Kruskal Walls testi ile analiz edilmiş sonuçları Tablo 23’de gösterilmiştir.

Kruskal Walls Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H_0 = Farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören öğrencilerin Başarı Testinden aldıkları notlar arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1 = Farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören öğrencilerin Başarı Testinden aldıkları notlar arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 23: Sınıf Seviyelerine Göre Başarı Testi Sonuçları Arasındaki Farkın Kruskal Walls Testi

	Sınıf	N	Ortalama	Std. Sapma	Varyans Analizi		Kruskal Walls Testi	
					F	p	Z	p
Başarı Testi	1.Sınıf	30	11,13	3,14	4,833	,003	14,735	,002
	2.Sınıf	26	12,81	6,88				
	3.Sınıf	30	13,67	4,17				
	4.Sınıf	59	15,90	5,12				

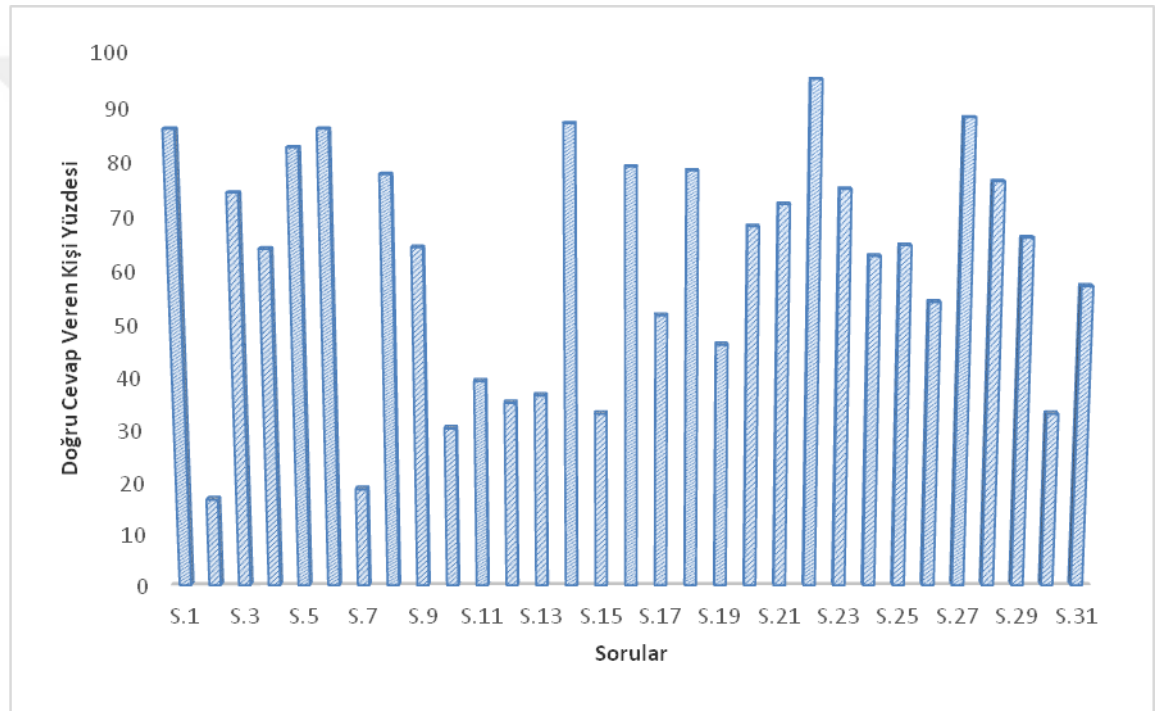
Tabloda her bir grupta kaç kişi bulunduğu, bunların ortalama değerleri (Tutum Belirleme Testi Sonuçları) ile bunlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır.

Tabloda sınıf seviyesi yükseldikçe öğrencilerin de Başarı Testi puanların ortalamalarının paralel olarak arttığı görülmektedir. Bu farkın rastlantı olarak mı yoksa gerçek bir başarının göstergesi mi olduğunu belirleyebilmek için anlamlılık (p)

değerine bakılır. Söz konusu değer 0,05'ten küçük olduğu için öğrencilerin farklı sınıf seviyeleri ile başarı testi puanları arasındaki ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz.

Kruskal Walls Testi sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde H_0 hipotezi reddedilmiş ve farklı sınıf seviyelerindeki öğrencilerin başarı testi puanları arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 24 : Başarı Testindeki Doğru Cevap Yüzdeleri



Başarı Testindeki doğru cevap yüzdelere bakıldığı zaman örneklem her iki üniversitede öğrencilerin genel anlamda başarılı olduğu söylenebilir. Özellikle Dijital Fotoğrafçılık testinde öğrencilerin üst düzey bir başarı yakaladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 25 : Üniversitelere Göre Başarı Testine Verilen Doğru Cevaplar ve Oranları

	Yıldız Teknik Üniversitesi		Bahçeşehir Üniversitesi	
	n	%	n	%
S.1	57	45,6	68	54,4
S.2	13	54,2	11	45,8
S.3	56	51,9	52	48,1
S.4	45	48,4	48	51,6
S.5	49	49,2	64	50,8
S.6	58	46,4	67	53,6
S.7	14	51,9	13	48,1
S.8	56	49,6	57	50,4
S.9	45	50,6	44	49,4
S.10	13	29,5	31	70,5
S.11	22	38,6	35	64,4
S.12	7	13,7	44	86,3
S.13	23	43,4	30	56,6
S.14	28	33,7	55	66,3
S.15	22	45,8	26	54,2
S.16	46	40,0	69	60,0
S.17	46	61,3	29	38,7
S.18	54	47,4	60	52,6
S.19	24	35,8	43	64,2
S.20	39	39,4	60	60,6
S.21	52	49,5	53	50,5
S.22	67	48,6	71	51,4
S.23	56	51,4	53	48,6
S.24	46	50,5	45	49,5
S.25	36	38,3	58	61,7
S.26	40	51,3	38	48,7
S.27	58	45,3	70	54,7
S.28	56	50,5	55	49,5
S.29	44	45,8	52	54,2

S.30	18	37,5	30	62,5
S.31	40	48,2	43	51,8

Tablo 26: Sınıf Seviyelerine Göre Başarı Testine Verilen Doğru Cevaplar ve Oranları

	1.Sınıf		2.Sınıf		3.Sınıf		4.Sınıf	
	n	%	n	%	N	%	N	%
S.1	24	19,2	21	16,8	30	24,0	60	40,0
S.2	5	20,8	2	8,3	5	20,8	12	50,0
S.3	22	20,4	14	13,0	19	17,6	53	49,1
S.4	27	29,0	15	16,1	9	9,7	42	45,2
S.5	27	22,5	17	14,2	23	19,2	53	44,2
S.6	27	21,6	20	16,0	25	20,0	43	42,4
S.7	4	14,8	5	18,5	1	3,7	17	63,0
S.8	29	25,7	17	15,0	15	13,3	52	46,0
S.9	13	14,6	8	9,0	14	15,7	54	60,7
S.10	16	36,4	3	6,8	0	0,0	25	56,8
S.11	25	43,9	18	31,6	2	3,5	12	21,1
S.12	9	17,6	8	15,7	11	21,6	23	45,1
S.13	15	28,3	6	11,3	10	18,9	22	41,5
S.14	25	30,1	14	16,9	17	20,5	27	32,5
S.15	20	41,7	1	2,1	8	16,7	19	39,6
S.16	25	21,7	17	14,8	24	20,9	49	42,6
S.17	28	37,3	13	17,3	12	16,0	22	29,3
S.18	28	24,6	20	17,5	21	18,4	45	39,5
S.19	6	9,0	14	20,9	21	31,3	26	38,8
S.20	26	26,3	15	15,2	25	25,3	33	33,3
S.21	22	21,0	18	17,1	17	16,2	48	45,7
S.22	29	21,0	22	15,9	29	21,0	58	42,0
S.23	23	21,1	13	11,9	25	22,9	48	44,0
S.24	23	25,3	7	7,7	25	27,5	36	39,6
S.25	6	6,4	18	19,1	22	23,4	48	51,1

S.26	27	36,6	18	23,1	10	12,8	23	29,5
S.27	29	22,7	17	13,3	29	22,7	53	41,4
S.28	29	26,1	16	14,4	15	13,5	51	45,9
S.29	23	24,0	21	21,9	6	6,2	46	47,9
S.30	15	31,2	5	10,4	13	27,1	15	31,2
S.31	13	15,7	12	14,5	12	14,5	46	55,4

Tablo 27: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Başarı Testi Sorularını Doğru ve Yanlış Cevaplama Yüzdelere İlişkin Bulgular

Soru No	Doğru		Yanlış	
	n	%	N	%
S.1	125	86,2	20	13,8
S.2	24	16,6	121	83,4
S.3	108	74,5	37	25,5
S.4	93	64,1	52	35,9
S.5	120	82,8	25	17,2
S.6	125	86,2	20	13,8
S.7	27	18,6	118	81,4
S.8	113	77,9	32	22,1
S.9	89	64,4	56	35,6
S.10	44	30,3	101	69,7
S.11	57	39,3	88	60,7
S.12	51	35,2	94	64,8
S.13	53	36,6	92	63,4
S.14	83	87,2	62	12,8
S.15	48	33,1	97	66,9
S.16	115	79,3	30	20,7
S.17	75	51,7	70	48,3
S.18	114	78,6	31	21,4
S.19	67	46,2	78	53,8
S.20	99	68,3	46	31,7
S.21	105	72,4	40	27,6

S.22	138	95,2	7	4,8
S.23	109	75,2	36	24,8
S.24	91	62,8	54	37,2
S.25	94	64,8	51	35,2
S.26	78	54,2	67	45,8
S.27	128	88,3	17	11,7
S.28	111	76,6	34	23,4
S.29	96	66,2	49	33,8
S.30	48	33,1	97	66,9
S.31	83	57,2	62	42,8

5.5.2.3.1. Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Başarı Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz

Bu bölümde, Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerine uygulanan Başarı Testinden elde edilen bulgular tablolar eşliğinde analiz edilerek yorumlanmıştır.

Tablo 28: Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Başarı Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları ile Bulgu ve Analiz

Tablo 28'de toplam 31 tablodan oluşmaktadır. Bu başlık; Fotoğraf ve Video Bölümü Öğrencilerinin Başarı Testi'ne İlişkin Yüzde Frekans Dağılımları tablo halinde verilerek ortaya çıkan istatistik veriler Bulgu ve Analiz başlığı adı altında yorumlanmıştır.

Tablo 28.1: Öğrencilerin “Doğadaki her şey küreye, koniye ve silindire dayanır.” Paul Cezanne Cezanne'nin yukarıdaki sözünden hareket eden bu akımın sanatçıları çevresindeki her şeyi geometrik biçimler olarak görüyorlar. Bu sanat akımını Empresyonist görüşe bir tepki olarak incelemek yerinde olur. Yukarıda hangi sanat akımından bahsedilmektedir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	125	86,2
Yanlış	20	13,8

Bulgu ve Analiz: “Doğadaki her şey küreye, koniye ve silindire dayanır.” Paul Cezanne Cezanne'nin yukarıdaki sözünden hareket eden bu akımın sanatçıları çevresindeki her şeyi geometrik biçimler olarak görüyorlar. Bu sanat akımını

Empresyonist görüşe bir tepki olarak incelemek yerinde olur. Yukarıda hangi sanat akımından bahsedilmektedir? Sorusunu öğrencilerin %86,2'si doğru cevaplarken %13,8'i yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle Dijital fotoğrafçılığın çağdaş sanat akımları başlığı altında işlenen bu konunun bu soru izdüşümünden yola çıkarsak öğrenciler tarafından yüksek oranda bilindiğini verilen yüksek oranlı doğru cevaplardan anlaşılmaktadır. Keza çağdaş sanat akımları olarak; Empresyonizm, Ekspresyonizm, Fovizm, Kübizm, Fütürizm, Dadaizm, Sürrealizm, Soyut ve Kavramsal sanat akımları öğretilmektedir. Tüm bu konulardan seçme soru Kübizm içerisinden seçilmiştir. Öğrencilerin cevaplarına bakıldığında ise her iki örneklem üniversitemizde de görüldüğü üzere başarı testinin bu sorusuna sınıf seviyesi bazında en yüksek doğru cevap oranı 4. Sınıfa ait olmuştur. Bu sonuç beklenen bir sonuçtur. Çünkü fotoğrafçılık ve video alanında sanat akımları konusu soyut ve uygulama becerilerinin bir arada işe koşularak sonuç elde edildiği bir durumdur. Diğer yandan bu soruda Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileri Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerine göre daha başarılı olmuştur. Uygulama ve alt yapı çalışmaları ile birlikte sunulan bu imkanların öğrenciler tarafından daha iyi işe koşulması bu durumun sebebi olarak gösterebiliriz.

Tablo 28.2: Öğrencilerin “Kavramsal Sanat ile ilgili aşağıda ki şıklardan hangisi yanlış düşünceyi içermektedir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	24	16,6
Yanlış	121	83,4

Bulgu ve Analiz: Kavramsal Sanat ile ilgili aşağıda ki şıklardan hangisi yanlış düşünceyi içermektedir? Sorusunu öğrencilerin %16,6'sı doğru cevaplarken %83,4'ü yanlış cevap vermiştir. Sonuca bakıldığı zaman bu soruya öğrenciler ciddi bir boyutta yanlış cevap vermişlerdir. Öğrencilerin bu soruya yanlış cevap vermelerinin birden fazla nedeni olabilir. Sorunun çağdaş sanat akımlarının genelini kapsadığı ve üst düzey zorluk derecesine sahip olduğu ve aynı zaman analiz ve sentez ile birlikte üst düzey düşünmeyi de gerekli kıldığı bir gerçektir. Tüm bu gerçekler ile birlikte sorudaki maddelerin hepsi doğru düşünceyi içerirken sadece c şikkında “ kavramsal

sanatta önemli olan sanat ve hayal arasında köprü kurmaktır” sorusu mutlak doğruyu işaret etmemektedir. Kavramsal sanatta önemli olan sanat ve hayal arasında köprü kurmaktan çok sanat ile gerçek arasında ilişki kurmak ve fikir yürütmek olmalıdır. Çünkü Kavramsal sanat; bireylere gündelik yaşam hakkında soru sormayı öğretir ve bu akım sanat dünyasının dikkatini geleneksel kitle iletişim araçlarından alıp çoğunlukla şaşırtıcı ve ve haber değeri olan hareketlere çekmiştir.

Tablo 28.3: Öğrencilerin “Fotoğrafa dair aşağıdaki cümlelerden hangisi yanlıştır?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	108	74,5
Yanlış	37	25,5

Bulgu ve Analiz: Fotoğrafa dair aşağıdaki cümlelerden hangisi yanlıştır? Sorusunu öğrencilerin %74,5’i doğru cevaplarırken %25,5’i yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle öğrencilerin bu soruya her iki üniversitede de yüksek oranda başarı düzeyi yakaladıklarını söyleyebiliriz. Uygulama ve kavrama yetilerini ölçmeye yönelik bu soruda yüksek oranda doğru cevap veren sınıfın 4. Sınıf olduğu elde edilmiştir. Ortaya çıkan oran ve dağılım beklendik bir sonuç olmakla birlikte başarılı bir aşamadır düşüncesindeyiz. Diğer yandan her iki üniversiteden Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencileri bu soruda daha başarılıdır. Zira Dijital konularda genel olarak ortaya çıkan sonuçlar da da başarı oranı Yıldız Teknik Üniversitesinin lehine sonuçlanmıştır.

Tablo 28.4: Öğrencilerin “Büyük objeleri yakından çekmek için aşağıdaki objektiflerden hangisi daha uygundur?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	93	64,1
Yanlış	52	35,9

Bulgu ve Analiz: Büyük objeleri yakından çekmek için aşağıdaki objektiflerden hangisi daha uygundur? Sorusunu öğrencilerin %64,1'i doğru cevaplarken %35,9'u yanlış cevap vermiştir. Dijital fotoğrafçılık konularından objektif çeşitlerini ölçmeye dayalı bu soruda her iki üniversitede de öğrencilerin bu konuya hakim oldukları ortaya çıkmıştır. Diğer yandan Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencileri daha başarılıdır. Özellikle Bahçeşehir Üniversitesi öğrencisi başta olmak üzere Her iki üniversitede de Geniş Açılı Objektif konusunda uygulama yada teorik anlamda bilgi yetersizliğinin varlığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 28.5: Öğrencilerin “Estetik ve plastik açıdan fotoğrafı çekilen nesneye heybetli görüntü verebilmek için hangi bakış açısı ile çekim yapmalıyız?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	120	82,8
Yanlış	25	17,2

Bulgu ve Analiz: Estetik ve plastik açıdan fotoğrafı çekilen nesneye heybetli görüntü verebilmek için hangi bakış açısı ile çekim yapmalıyız? Sorusunu öğrencilerin %82,8'i doğru cevaplarken %17,2'si yanlış cevap vermiştir. Bu bulgudan yola çıkarak öğrencilerin estetik ve plastik açıdan fotoğrafı çekilen nesneye heybetli görüntü verebilmek için alttan bakış açısı ile çekim yapılabileceğini kavradıkları söylenebilir. Her ik örneklem üniversitemizde de aynı oranda başarı el edilmiştir. Dolayısıyla uygulamaya dayalı bu sonuç istendik bir sonuçtur.

Tablo 28.6: Öğrencilerin “Işığın şiddetini ölçmeye yarayan cihaza ne isim verilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	125	86,2
Yanlış	20	13,8

Bulgu ve Analiz: Işığın şiddetini ölçmeye yarayan cihaza ne isim verilir? Sorusunu öğrencileri %86,2'si doğru cevaplarken %13,8'i yanlış cevap vermiştir. Bu soru ile

öğrencilerimizin Pozometreyi kavramsal olarak bildikleri ortaya çıkmıştır. Ancak uygulamada başarılı olup olmadığını bu soru ile ortaya çıkaramayız. Diğer yandan öğrencilerin; Diyafram, Enstantane ve Flaşmetre gibi kavramlardanda haberdar oldukları söylenebilir. Bu soruda başarı oranı Bahçeşehir Üniversitesi lehine sonuçlanmıştır.

Tablo 28.7: Öğrencilerin “Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde kullandığımız mesafe çok önemlidir. Bu anlamda Fotoğrafa dair aşağıdaki cümlelerden hangisi yanlıştır?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	27	18,6
Yanlış	118	81,4

Bulgu ve Analiz: Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde kullandığımız mesafe çok önemlidir. Bu anlamda Fotoğrafa dair aşağıdaki cümlelerden hangisi yanlıştır? Sorusunu öğrencilerin 18,6’sı doğru cevaplarken %81,4’ü yanlış cevap vermiştir. Dijital fotoğrafçılık birikimlerini ortaya çıkarmaya ya da ölçmeye dayalı bu soruda öğrencilerin büyük bir oranı yanlış cevap vermiştir. Zorluk derecesinde sıfıra yakın olan bu soru analiz ve sentez durumunda öğrencileri zorlayabilir düşüncesindeyiz. Diğer bir değişle hem bilgi hem de yorum gerektiren bu soruda en dikkat çekici nokta ise alan derinliği ile ilgi anahtar cümleden kaynaklanmaktadır. Anahtar cümlede ve aynı zamanda yanlış bilgi içeren bu cümlede öğrencilerin alan derinliğine yönelik bilgilerini ölçmek hedeflenmiştir. Ancak herkesin malumudur ki alan derinliğini kavramak ve bilmek için dijital fotoğrafçılıkta birden fazla konuya hakim olmak gerekmektedir. Örneğin ışık, objektif türü, açı vb gibi birden fazla konu sayılabilir.

Tablo 28.8: Öğrencilerin “Fotoğraf çekim dilinde; "Bize yakın cismin büyük, uzak cismin küçük görülmesi olayına" ne isim verilmektedir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	113	77,9
Yanlış	32	22,1

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf çekim dilinde; "Bize yakın cismin büyük, uzak cismin küçük görülmesi olayına" ne isim verilmektedir? Sorusunu öğrencilerin %77,9'u doğru cevaplarken %22,1'i yanlış cevap vermiştir. Bu bağlamda öğrencilerin perspektif konusuna hakim oldukları söylenebilir. Uygulamada başarısı konusunda bu soruyu referans göstererek perspektif konusunda bir başarıdan ya da başarısızlıktan bahsedemeyiz. Ancak Başarı testimizdeki çoktan seçmeli teori sorusunda perspektif konusu ile ilgili her iki örneklem üniversitemiz de başarılı olmuştur denilebilir.

Tablo 28.9: Öğrencilerin “İyi bir fotoğraf elde etmek için Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının bilinmesi fotoğrafçıya çok önemli bir fayda sağlamaktadır. Bu avantaj nedir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	89	64,4
Yanlış	56	35,6

Bulgu ve Analiz: İyi bir fotoğraf elde etmek için Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının bilinmesi fotoğrafçıya çok önemli bir fayda sağlamaktadır. Bu avantaj nedir? Sorusunu öğrencilerin %64,4'ü doğru cevaplarken %35,6'sı yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle renk sıcaklıkları hususunda öğrenciler edinimlere sahiptir denilebilir. Bu soruda her ne kadar büyük bir oranda başarı elde edilmiş olmasada öğrencilerin kullanılan filmde nasıl bir renk elde edileceğine dair bilgi sahibi oldukları söylenebilir. Buradan hareketle öğrencilerin ışık kaynaklarını ve renk sıcaklıklarını uyguladıkları ya da deneyimledikleri söylenebilir.

Tablo 28.10: Öğrencilerin “Fotoğrafçılıkta, özellikle portre çekimlerinde dudakların solgun çıkmasını önlemek ve genelde gün ışığında da görüntü kontrastını düşürmek için kullanılan filtreler hangi filtrelerdir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	44	30,3
Yanlış	101	69,7

Bulgu ve Analiz: Fotoğrafçılıkta, özellikle portre çekimlerinde dudakların solgun çıkmasını önlemek ve genelde gün ışığında da görüntü kontrastını düşürmek için kullanılan filtreler hangi filtrelerdir? Sorusunu öğrencilerin %30,3’ü doğru cevaplarken %69,7’si yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle öğrencilerin filtreler konusunda çok başarılı oldukları söylenemez. Filtre çeşitlerini teorik anlamda tekrar etmelerinde fayda görmekteyiz. Diğer yandan artık günümüzde masa başında photoshop gibi yazılım programları ile bu tür filtre konularında ekleme ve çıkarmalar yapılabilinmektedir. Ayrıca dijital fotoğrafta filtreler artık masa başı yazılım programlarını kullanarak işe koşulabilir ancak bu durumda da görüntünün çözünürlüğünde bozulmalar meydana gelebilir. Sonuç olarak çekim esnasında filtre kullanmak daha yararlı olacaktır.

Tablo 28.11: Öğrencilerin “Fotoğraf işleme programlarında genelde fotoğraflar çeşitli amaçlar için işlenmektedir. Aşağıda yer alan programlardan hangisinde işlenmek istenen bir fotoğraf büyütülünce bozulmaz?” Sorusuna Verdiği Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	57	39,3
Yanlış	88	60,7

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf işleme programlarında genelde fotoğraflar çeşitli amaçlar için işlenmektedir. Aşağıda yer alan programlardan hangisinde işlenmek istenen bir fotoğraf büyütülünce bozulmaz? Sorusunu öğrencilerin %39,3’ü doğru cevaplarken %60,7’si yanlış cevap vermiştir. Bu düzlemde yola çıkarsak son yıllarda bilgisayarda fotoğraf düzeltmenin öne çıktığına şahit olmaktayız. Görüldüğü gibi Fotoğraf ve video öğrencileri içinde amaçlı ve programlı yazılım programlarını kullanmaları bir gereksinim olduğu söylenebilir. Benvista Photo Zoom Pro Fotoğraf işleme yazılımında işlenen fotoğraf büyütülünce bozulma olmadığı için bu program ve buna benzer Picassa ve Photoshop gibi yazılımların öğrenciler tarafından kullanılması ve bilinmesi bir ihtiyaçtır. Ortaya çıkan sonuçta da görüldüğü üzere öğrencilerin %60’ı yazılım konusunda bilgi sahibi oldukları söylenebilir.

Tablo 28.12: Öğrencilerin “Fotoğrafın boyutu ve çözünürlüğü konusunda temel terimler ile ilgili aşağıdaki bilgilerden hangisi yanlıştır?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	51	35,2
Yanlış	94	64,8

Bulgu ve Analiz: Fotoğrafın boyutu ve çözünürlüğü konusunda temel terimler ile ilgili aşağıdaki bilgilerden hangisi yanlıştır? Sorusunu öğrencilerin %35,2’si doğru cevaplarken %64,8’i yanlış cevap vermiştir. Bu verilerden yola çıkarsak fotoğrafın temel terimleri konusunda Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin başarısız oldukları söylenebilir. Ancak tam bu noktada Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileri ise %90’a yakın bir oranla ile fotoğrafta boyut ve çözünürlük hususunda başarılı oldukları tespit edilmiştir. Her iki örneklem üniversitemizde de temel düzeyde fotoğraf ve videoda temel terimler derslerinin verildiğini ve bu dersleri destekleyecek birden çok modulünde varlığı bilinen bir gerçektir.

Tablo 28.13: Öğrencilerin “Sosyal medyada karşılaştığımız görsellerin büyük çoğunluğu sıkıştırılarak bizlere ulaştırılmaktadır. Aşağıdaki sıkıştırma formatlarından hangisi en az rengi desteklemektedir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	53	36,6
Yanlış	92	63,4

Bulgu ve Analiz: Sosyal medyada karşılaştığımız görsellerin büyük çoğunluğu sıkıştırılarak bizlere ulaştırılmaktadır. Aşağıdaki sıkıştırma formatlarından hangisi en az rengi desteklemektedir? Sorusunu öğrencilerin %36,6’sı doğru cevaplarken %63,4’ü yanlış cevap vermiştir. Fotoğraf ve video mesleğinde sıkıştırma ve format konuları gün geçtikçe dahada önemli bir hale gelmiştir. Özellikle sosyal medya alanında günlük yaşam içerisinde dakikalar içerisinde birden fazla fotoğraf ve video aktarmak diğer deyişle paylaşmak istiyoruz. Bu noktada paylaştığımız görsellerin boyutları çok önemlidir. Çünkü görsellerde renk arttıkça kalitede artacaktır. Gif,

jpeg, Tiff ve png gibi sıkıştırma formatlarını bilmek ve uygulamak öğrenciler için artık bir zorunluluktur. Bu bağlamda Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerine göre daha başarılı olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 28.14: Öğrencilerin “Fotoğraf üretim, değiştirme ve kullanım sürecinde CMYK renk sistemi eskiden beri bilinen bir gerçektir. CMYK renk sistemi aşağıdakilerden hangisinde kesinlikle kullanılmamalıdır?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	83	87,2
Yanlış	62	12,8

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf üretim, değiştirme ve kullanım sürecinde CMYK renk sistemi eskiden beri bilinen bir gerçektir. CMYK renk sistemi aşağıdakilerden hangisinde kesinlikle kullanılmamalıdır? Sorusunu öğrencilerin %87,2’si doğru cevaplarken %12,8’i yanlış cevap vermiştir. Ortaya çıkan sonuçlardan da anlaşılıyor ki özellikle Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileri CMYK renk sisteminin üretimi ve kullanımı hususunda başarılı bir bilince sahiptirler. Ancak Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencileri bu konuda vasat bir seyir izlemişlerdir. Dijital fotoğrafçılık modülü içerisinde verilmekte olan bu içerik daha çok 1. Sınıf düzeyinde öğrencilerin alması gerektiği bir konudur. Bu bağlamda, CMYK konusuna hakimiyet hususunda 1. ve 4. Sınıf öğrencilerinin 2. ve 3. Sınıf öğrencilerine göre daha başarılı oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 28.15: Öğrencilerin “Teknolojinin sunduğu imkanlar fotoğraf sanatında yeni sektörlerin oluşmasını sağlamıştır. Bu bağlamda Hava fotoğrafı çekiminde aşağıdaki noktalardan hangisinin önem derecesi, en azdır?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	48	33,1
Yanlış	97	66,9

Bulgu ve Analiz: Teknolojinin sunduğu imkanlar fotoğraf sanatında yeni sektörlerin oluşmasını sağlamıştır. Bu bağlamda Hava fotoğrafı çekiminde aşağıdaki noktalardan hangisinin önem derecesi, en azdır? Sorusunu öğrencilerin %33,1'i doğru cevaplarken %66,9'u yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle öğrencilerin hava fotoğrafçılığı konusunda başarılı olmadıkları söylenebilir. Dijital fotoğrafçılığın hızla gelişme kaydettiği günümüzde hava fotoğrafçılığı Fotoğraf ve video öğrencileri için çok önemli bir alan haline gelmiştir. Özellikle estetik görseller elde etmenin en uygun yolu Dron kullanımıdır. Bu anlamda dersler içerisinde modüller halinde verilen bu alandaki bilgilerin zaman içerisinde genişletilmesi ve ders haline getirilmesinde fayda görmekteyiz.

Tablo 28.16: Öğrencilerin “Işığın geliş açısı fotoğrafın oluşumunda hayati bir öneme sahiptir. Güneş ışığının veya yapay ışıkların fotoğraflanacak alana kırılmadan dik olarak gönderilmesi işlemine ne denilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	115	79,3
Yanlış	30	20,7

Bulgu ve Analiz: Işığın geliş açısı fotoğrafın oluşumunda hayati bir öneme sahiptir. Güneş ışığının veya yapay ışıkların fotoğraflanacak alana kırılmadan dik olarak gönderilmesi işlemine ne denilir? Sorusunu öğrencilerin %79,3'ü doğru cevaplarken %20,7'si yanlış cevap vermiştir. Bu bağlamda Fotoğraf ve video öğrencilerinin ışık hakkında başarılı oldukları söylenebilir. Öğrenciler ışığın formları hakkında bilgiye sahiptirler. Fotoğraf oluşumunda en önemli unsurun ışık olduğunu bilen öğrencilerin bu anlamda uygulamalar yaparak teorik bilgilerini pekiştirdikleride anlaşılmaktadır. Bu arada ortaya çıkan sonuçlardan da anlaşılabileceği üzere Bahçeşehir Üniversitesinin bu soru özelinde Işık ve formlarına daha hakim oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 28.17: Öğrencilerin “Fotoğraf Karesi içindeki konuları göze hoş gelecek şekilde seçmek ve diğer bir deyişle düzenleme işi olarak tanımlanan işleme ne ad verilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	75	51,7
Yanlış	70	48,3

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf Karesi içindeki konuları göze hoş gelecek şekilde seçmek ve diğer bir deyişle düzenleme işi olarak tanımlanan işleme ne ad verilir? Sorusunu öğrencilerin %51,7’si doğru cevaplarken %48,3’ü yanlış cevap vermiştir. Fotoğrafta kompozisyon konusunu teorik anlamda ölçmeye yönelik bu soruda Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin vasat bir eğilim gösterdikleri ölçülmüştür. Ancak Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileri %60 gibi bir oranla daha başarılı olmuşlardır. Kompozisyon öğesinin gerek fotoğrafta gerekse videoda önemli bir edinim olduğunu ve ayrıca bir mesleki birikim sonucu oluştuğu bilinen bir gerçektir.

Tablo 28.18: Öğrencilerin “Her rengin bir dili vardır. Aşağıda ki renklerden hangisi ölümü, geçmişi, mutsuzluğu akla getirmektedir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	114	78,6
Yanlış	31	21,4

Bulgu ve Analiz: Her rengin bir dili vardır. Aşağıda ki renklerden hangisi ölümü, geçmişi, mutsuzluğu akla getirmektedir? Sorusunu öğrencilerin %78,6’sı doğru cevaplarken %21,4’ü yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle fotoğraf ve video sanatında eserin oluşumundan tüketimine kadar olan tüm süreçlerde renk kavramının önemi etkisini sürdürmektedir. Bu anlamda renk kavramı dramatik ve psikolojik bir etki ile meydana gelmektedir. Dolayısıyla ile bu soruda örneklem her iki üniversitede de başarı elde edilmiştir.

Tablo 28.19: Öğrencilerin “Fotoğraf ve Video çalışmalarında kompozisyonun en önemli öğelerinden biridir. Birbirini tamamlayan şekil, renk ya da aydınlık veya karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasına ne denilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	67	46,2
Yanlış	78	53,8

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf ve Video çalışmalarında kompozisyonun en önemli öğelerinden biridir. Birbirini tamamlayan şekil, renk ya da aydınlık veya karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasına ne denilir? Sorusunu öğrencilerin %46,2’si doğru cevaplarırken %53,8’i yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle estetik öğelerin sanat eserinin oluşumunda önemli olduğunu söyleyebiliriz. Denge konusunda Yıldız Teknik üniversitesi öğrencilerinin vermiş oldukları cevapların dağılımına bakıldığı zaman bu başarısızlık söz konusudur. Bahçeşehir Üniversitesi öğrencileri ise başarılı bulunmuştur. Sanat ilkelerinden hareket, bütünlük, ahenk, denge, oran ve ritm görsel ve estetik kompozisyon oluşturmada önemli bir yere sahiptir. Tamda bu noktadan hareketle estetik ilkeler birbütündür ve bir arada aynı hedef doğrultusunda işe koşulduğu zaman anlam kazanır düşüncesindeyiz.

Tablo 28.20: Öğrencilerin “Aşağıdaki düşüncelerden hangisi Estetik bir kompozisyona anlam katan Belirginlik-Sadelik öğeleri için düşünülemez?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	99	68,3
Yanlış	46	31,7

Bulgu ve Analiz: Aşağıdaki düşüncelerden hangisi Estetik bir kompozisyona anlam katan Belirginlik-Sadelik öğeleri için düşünülemez? Sorusunu öğrencilerin %68,3’ü doğru cevaplarırken %31,7’si yanlış cevap vermiştir. Bu verilerden yola çıkarsak her iki üniversite öğrencilerinde Estetik öğelerden belirginlik – sadeliği anladıkları söylenebilir. İyi bir kompozisyon oluşturmada istenmeyen öğelerin çerçeve dışında kalması gerektiğini kavrayan fotoğraf ve video öğrencileri sadelik konusuna hakim oldukları söylenebilir.

Tablo 28.21: Öğrencilerin “Kelime anlamı, “zıtlık” demektir. Fotoğrafta yer alan öğelerin gerek ışık, gerek objeler ve gerekse renk bakımından karşıt bir anlam ifade edecek şekilde yer almasına ne ad verilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	105	72,4
Yanlış	40	27,6

Bulgu ve Analiz: Kelime anlamı, “zıtlık” demektir. Fotoğrafta yer alan öğelerin gerek ışık, gerek objeler ve gerekse renk bakımından karşıt bir anlam ifade edecek şekilde yer almasına ne ad verilir? Sorusunu öğrencilerin %72,4’ü doğru cevaplarken %27,6’sı yanlış cevap vermiştir. Ortaya çıkan cevaplara bakıldığında zaman kontrastlık konusunda öğrencilerin başarılı olduğu görülmektedir.

Tablo 28.22: Öğrencilerin “Bize yakın cismin büyük, uzak cismin küçük görünmesi olayına denir. Boş bırakılan yere aşağıda yer alan Kompozisyon öğelerinden hangisi getirilmelidir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	138	95,2
Yanlış	7	4,8

Bulgu ve Analiz: Bize yakın cismin büyük, uzak cismin küçük görünmesi olayına denir. Boş bırakılan yere aşağıda yer alan Kompozisyon öğelerinden hangisi getirilmelidir? Sorusunu öğrencilerin %95,2’si doğru cevaplarken %4,8’si yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle nerdeyse öğrencilerin hepsi bu soruya doğru cevap vermiştir. Cevap perspektif olacaktı. Öğrencilerin kompozisyon öğelerini bildikleri ve anlamlandırdıkları söylenebilir. Fotoğrafta perspektif iyi kullanılırsa psikolojik, dramatik ve sanatsal yönleri ortaya çıkmaktadır.

Tablo 28.23: Öğrencilerin “Fotoğrafta keskinlik çeşitli etkenlere bağlıdır. Aşağıdakilerden hangisi bu etkenlerdendir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	109	75,2
Yanlış	36	24,8

Bulgu ve Analiz: Fotoğrafta keskinlik çeşitli etkenlere bağlıdır. Aşağıdakilerden hangisi bu etkenlerdendir? Sorusunu öğrencilerin %75,2’si doğru cevaplarken %24,8’i yanlış cevap vermiştir. Verilere baktığımızda örnekle iki üniversiteninde

fotoğrafta keskinlik öğesini bildiği ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin netleme olayına ve gelen ışığın türüne bağlı olarak keskinlik olayının değişebileceğinden haberdar olmaları onların bu konuyu uygulamalarla pekiştirerek öğrendikleri anlamına gelmektedir.

Tablo 28.24: Öğrencilerin “Aşağıdaki öğelerden hangisi Fotoğrafın Plastik öğelerindendir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	91	62,8
Yanlış	54	37,2

Bulgu ve Analiz: Aşağıdaki öğelerden hangisi Fotoğrafın Plastik öğelerindendir? Sorusunu öğrencilerin %62,8’i doğru cevaplarken %37,2’si yanlış cevap vermiştir. Bu sonuçlardan hareketle öğrencilerin fotoğrafta plastik öğeleri bildikleri anlaşılmaktadır. Ancak sadece bu soruyu referans alacak olursak öğrencilerin plastik öğelerini uygulayıp uygulamadıkları hususunda bir veriye sahip değiliz.

Tablo 28.25: Öğrencilerin ““Işık konuya yatık geldiği hallerde belirginleşen bir vurgulama öğesidir. Işık geliş yönü konunun yapısal özelliklerini ortaya koymak için önemlidir. Örneğin girintili çıkıntılı bir yüzey, dik gelen ışık altında detay vermeyen, boş bir alan olarak görülür.”

Yukarıda Plastik öğelerinden hangisinden bahsedilmektedir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	94	64,8
Yanlış	51	35,2

Bulgu ve Analiz: “Işık konuya yatık geldiği hallerde belirginleşen bir vurgulama öğesidir. Işık geliş yönü konunun yapısal özelliklerini ortaya koymak için önemlidir. Örneğin girintili çıkıntılı bir yüzey, dik gelen ışık altında detay vermeyen, boş bir alan olarak görülür.”

Yukarıda Plastik öğelerinden hangisinden bahsedilmektedir? Sorusunu öğrencilerin % 64,8'i doğru cevaplarırken %35,2'si yanlış cevap vermiştir. Bu bilgilerden yola çıkarsak Plastik değerlerden doku aslında en zor uygulanan konuların başında gelmektedir. Çünkü doku olayında resmedilen yüzeyin tek boyut yerine iki ya da üç boyut kadar gerçekçi yansıtmaktır. Dokuda konuların yapısal özellikleri yansıtılmaktadır. Bu arada ışığın formlarda dokuda çok önemlidir. Bu bilgiler eşliğinde yorum yapılacak olursa doku konusunda öğrenciler başarılı bulunmuştur.

Tablo 28.26: Öğrencilerin “Plastik öğelerde noktadan sonra gelen ve görsel tasarımda önemli bir işlev gören çizgi; fotoğrafta aşağıdakilerden hangisinin oluşumuna doğrudan katılırlar?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	78	54,2
Yanlış	67	45,8

Bulgu ve Analiz: Plastik öğelerde noktadan sonra gelen ve görsel tasarımda önemli bir işlev gören çizgi; fotoğrafta aşağıdakilerden hangisinin oluşumuna doğrudan katılırlar? Sorusunu öğrencilerin %54,2'si doğru cevaplarırken %45,8'i yanlış cevap vermiştir. Bu noktadan hareketle çizgi plastik öğeler içerisinde en çok kullanılan öğelerin başında gelmektedir. Doku, ton ve diğer öğelere hizmet eden çizgi ile ilgili ortaya çıkan cevaplara bakarsak her iki üniversiteninde başarısız oldukları görülmektedir. Başarısızlıklarının nedeni bilimsel olarak belli olmamakla birlikte öğrencilerin sözkonu ana başlıklarda uygulama eksiklikleri olarak göze çarpmaktadır.

Tablo 28.27: Öğrencilerin “Ahlak kurallarını ve bunların nitelikleriyle uygulamalarını konu alan bilim dalına ne denilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	128	88,3
Yanlış	17	11,7

Bulgu ve Analiz: Ahlak kurallarını ve bunların nitelikleriyle uygulamalarını konu alan bilim dalına ne denilir? Sorusunu öğrencilerin %88,3'ü doğru cevaplarken %11,7'si yanlış cevap vermiştir. Bu sonuçlardan hareketle öğrenciler bu soruda yüksek oranda doğru cevabın etik olduğunu işaretlemişlerdir. Etik konusu fotoğraf ve video mesleği için çok önemlidir. Gün geçtikçe önemi daha da artan etik kavramı aslında kurallar bütünüdür. İletişim araçlarında fotoğraf ve video kullanımı konusunda ölçülü ve bağlayıcı kuralların varlığı meslek açısından çok önemlidir. Bu bağlamda öğrencilerde bu doğrultuda bir eğilim göstererek etik konusunun bilincinde olduklarını açığa vurmuşlardır.

Tablo 28.28: Öğrencilerin “Fotoğraf ve video eserlerinin özellikle günümüz sosyal medya ağlarında referans verilmeden kullanılması ciddi bir sorun oluşturmaktadır. Bu bağlamda; Eser sahibine rızası olmaksızın eserinin kopyalanmasını, değiştirilmesini, dağıtılmasını veya çoğaltılmasını önleyen kurallar ve kanunlarla korunmuş olan haklarına ne denilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	111	76,6
Yanlış	34	23,4

Bulgu ve Analiz: Fotoğraf ve video eserlerinin özellikle günümüz sosyal medya ağlarında referans verilmeden kullanılması ciddi bir sorun oluşturmaktadır. Bu bağlamda; Eser sahibine rızası olmaksızın eserinin kopyalanmasını, değiştirilmesini, dağıtılmasını veya çoğaltılmasını önleyen kurallar ve kanunlarla korunmuş olan haklarına ne denilir. Sorusunu öğrencilerin %76,6'sı doğru cevaplarken %23,4'ü yanlış cevap vermiştir. Bu bağlamda öğrencilerin Telif Hakları konusunda hassas oldukları ve bu konuya ilgili oldukları verilen doğru cevaplar ile tespit edilmiştir. Diğer yandan, öğrencilerin de günümüzde sosyal medya ağlarında referans verilmeden kullanılan görsellerin ciddi bir sorun oluşturduğunun farkında olmaları gelecek için umut vericidir.

Tablo 28.29: Öğrencilerin “Köpeklerin saldırısına uğrayan bir kadını kurtarmak yerine fotoğrafını çeken bir sanatçı; Etik açıdan aşağıdaki değerlerden hangisini ihmal etmiş olabilir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	96	66,2
Yanlış	49	33,8

Bulgu ve Analiz: Köpeklerin saldırısına uğrayan bir kadını kurtarmak yerine fotoğrafını çeken bir sanatçı; Etik açıdan aşağıdaki değerlerden hangisini ihmal etmiş olabilir? Sorusunu öğrencilerin %66,2’si doğru cevaplarken %33,8’i yanlış cevap vermiştir. Öğrenciler bu soruya olumlu katkı yaparak etik ve insan hakları konusunda duyarlı olduklarını göstermişlerdir.

Tablo 28.30: Öğrencilerin “Kısaltılışı FSEK olan kuruluşun açılımı ve tarihi aşağıdakilerden hangisidir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	48	33,1
Yanlış	97	66,9

Bulgu ve Analiz: Kısaltılışı FSEK olan kuruluşun açılımı ve tarihi aşağıdakilerden hangisidir? Sorusunu öğrencilerin %33,1’i doğru cevaplarken %66,9’u yanlış cevap vermiştir. Buradan hareketle Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hakkında Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin yetersiz bilgiye sahip oldukları, Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerin ise yeterli bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Böylece öğrenciler teoriden çok uygulamaya yönelik konularda daha başarılı oldukları söylenebilir.

Tablo 28.31: Öğrencilerin “Sosyal medya alanı içerisinde mesleğine yönelik görsel üretim-tüketim konusunda kendisini Fotoğraf ve Video Sanatı konusunda sanatsever/sanatçı olarak gören birisinin Etik açıdan sanata yaklaşımı aşağıdakilerden hangisi olması beklenir?” Sorusuna Vermiş Oldukları Cevapların Dağılımları

	n	%
Doğru	83	57,2
Yanlış	62	42,8

Bulgu ve Analiz: Sosyal medya alanı içerisinde mesleğine yönelik görsel üretim-tüketim konusunda kendisini Fotoğraf ve Video Sanatı konusunda sanatsever/sanatçı olarak gören birisinin Etik açıdan sanata yaklaşımı aşağıdakilerden hangisi olması beklenir? Sorusunu öğrencilerin %57,2’si doğru cevaplarken %42,8’i yanlış cevap vermiştir. Bu veriler ışığında öğrencilerin etik açıdan sanata yaklaşımları ve etik anlayışları konusunda kafaları karışıktır. Bizce Etik, sanatın daha geniş kitlelere yayılmasını amaçladığı için sosyal medya sanat için önemli imkânlar sunmaktadır. Sonuç olarak sanatın kuralına göre yaşatılması ancak ve ancak etik kurallarının uygulanmasına bağlıdır düşüncesindeyiz.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, uygulanan yöntemle ilgili elde edilen bulgulara dayalı yapılan yorumlara ve araştırmanın sonuçlarına yer verilmiş, verilerin yorumlanmasından çıkartılan sonuçlar ile alanda yapılacak araştırmalar Fotoğraf ve Video Bölümünün mevcut durumu, geleceği ve öğrenci beklentileri ile ilgili bazı önerilerde bulunulmuştur.

Bu araştırmanın hazırlanması aşamasında, uygulama sahası olarak ülke genelinde ki Fotoğraf ve Video Anabilim Dalları ve Bölüm'lerinin tümüne ulaşılması planlanmıştır. Fakat araştırma sürecinde evren olarak sadece üç üniversitenin bulunmasından ötürü uygulamalar; araştırmadaki örneklemin, evrenin %67'sini temsil ediyor olduğu gerçeği göz önünde bulundurularak örneklem sayısının yeterli olduğu düşünülmüştür.

Uzman görüşleri doğrultusunda hazırlanan Başarı Testi, Tutum testi ve Sosyal Medya Testi tamamen gönüllülük esas alınarak, ilk önce 60 öğrenci üzerinde geçerlilik ve güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Analizlerin olumlu sonuçlarının ardından, görüş belirleme aracı ve başarı testi tekrar uzman görüşlerine sunulup onay alınarak, İstanbul ilindeki üniversitelerde, lisans düzeyinde eğitim-öğretim alan ve 145 Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencisi üzerinde uygulanmıştır.

Anketlerin uygulandığı üniversiteler;

- Yıldız Teknik Üniversitesi
- Bahçeşehir Üniversitesi

Bu araştırmada geliştirilen Başarı Testi, Tutum testi ve Sosyal Medya Testleri gönüllülük esas alınarak 145 öğrenciye uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin, Fotoğraf ve Video Anabilim Dalları'ndaki fotoğraf ve Video derslerinin yetkinliğinden memnun olduklarını söylemek mümkündür. Genel hatlarını çizdiğimiz tez çalışmamıza dair ayrıntılı sonuçlar aşağıdaki gibidir:

6.1. Kişisel Bilgilere İlişkin Sonuçlar

1) Araştırmaya katılan öğrencilerin %51,7'si kadın, %48,3'ü erkek öğrencidir.

2) Araştırmaya katılan öğrencilerin %48,3'ü Yıldız Teknik Üniversitesi, %51,7'si Bahçeşehir Üniversitesinden olmak üzere çeşitlilik göstermektedir.

3) Araştırmaya katılan öğrencilerin %20,7'si 1.sınıf, %17,9'u 2.sınıf, %20,7'si 3.sınıf ve %40,7'si 4.sınıf öğrencisidir.

4) Araştırmaya katılan öğrencilerin tamamı fotoğraf ve video bölümü öğrencisidir.

6.2. Tutum Belirleme Testine İlişkin Sonuçlar

Yukarıda anılan üniversitelerde öğrenim gören öğrencilere yönelik hazırlanan ölçme aracı formunun uygulanması ve verilen cevapların toplanıp değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgulara dayalı olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- 1) Kadın öğrencilerin (=3,57), nispeten erkek öğrencilere (=3,40) göre tutum belirleme testine ilişkin görüş ve beklentileri daha olumlu olmuştur.
- 2) Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin (=3,57), nispeten Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerine (=3,42) göre tutum belirleme testine ilişkin görüş ve beklentileri daha olumlu olmuştur.
- 3) Farklı sınıf seviyelerindeki öğrencilerin sınıf derecesi arttıkça tutum belirleme testine verdikleri yanıtların ortalamalarının da artarak sınıf seviyesi ile paralellik gösterdiği görülmektedir.
- 4) “Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum” ifadesinde Öğrenciler kararsız kalmışlardır (%49,9). Bu sonuç ile öğrencilerin kübizm kavramı ve ona dair bilgileri içselleştiremedikleri anlaşılmaktadır.
- 5) Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğrafın sorgulanır hale geldiğine yönelik görüşüne katılım noktasında olumlu cevap verilmiştir. Öğrenciler, fotoğrafın alışlagelen biçimsel yetkinliği ile birlikte fikirsel ya da kavramsal yetkinliğinin de amaç doğrultusunda kullanılması gerektiğini düşünmektedirler.
- 6) Öğrenciler, “Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların amaçlı ve bilinçli olarak kullanılıp kullanılmadığı konusunda bir kararsızlık içindedirler.

- 7) Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu “Sosyal medya alanında kullanmak için en uygun objektif türlerinin bilincinde olarak bu alana hakim olduklarını göstermişlerdir.
- 8) Araştırmaya katılan öğrencilerin %51’ine yakını Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini bilmekte ve uygulamaktadır. Bu noktadan hareketle öğrencilerin fotoğraf işleme yazılımlarını kullandıkları sonucuna varılmaktadır.
- 9) Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde risk faktörünü azaltan pozometrenin kullanılmasını gerekli gören öğrenci oranı %50’ye yakındır. Bu da gösteriyor ki öğrenciler yaptıkları uygulamalar ile fotoğrafta ışık faktörünün önemini kavramışlardır.
- 10) Öğrenciler, sosyal medyada iyi bir fotoğrafı fark ederek seçmek gerekli olan ışık bilgisine hakim oldukları sonucuna varılmıştır.
- 11) “Okulda; fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum” ifadesine verilen olumlu yanıt oranları ile olumsuz yanıt oranları birbirine yakındır. Bu da gösteriyor ki mesleki yazılımların derslerde uygulanmasına ağırlık verilmesi bir gereksinimdir.
- 12) Dijital teknolojinin hızla hayatımıza girmesi ile birlikte fotoğraf ve video mesleklerinde de Dron ve benzeri çekimlerin sosyal medyada daha çok ilgi göreceği bir gerçektir.
- 13) Her iki örneklem üniversitede de fotoğraf ve video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının öğrencilerin şu anki ihtiyaçlarına cevap verdiği sonucuna varılmıştır.
- 14) Fotoğraf ve video alanı ders içeriklerinin sektörün güncel yaklaşımlarını okumada başarılı olduğu sonucuna varılmıştır.
- 15) Sosyal medyadaki görsellerde seçilen renk dilinin okunması ve bilinmesi konusunda öğrencilerin başarılı olduğu tespit edilmiştir.
- 16) Öğrencilerin okul dönemi içerisinde edindikleri teorik ve uygulama kazanımlarının estetik açıdan sosyal medyada işe koşulduğu görülmektedir.
- 17) Öğrenciler fotoğrafın plastik öğelerinden nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dilini sosyal medyada ki çalışmalarında uygulamış ve kullanmışlardır.

- 18) “Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarında her iki örneklem üniversitemizde de doku konusuna dair sosyal medya paylaşımlarında anlama, uygulama ve okuma konusunda bir kararlılık tespit edilmiştir.
- 19) “Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.” ifadesine verilen cevaplar, Türkiye’de yasal çerçevenin gerekliliğinin yeteri kadar caydırıcı olmadığını sonucuna varılmıştır.
- 20) Öğrenciler, Fotoğraf ve video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” konusunda yaptırımı olmayan bir kanundur düşüncesine sahiptir.
- 21) Öğrencilerin en yüksek oranda katılım gösterdikleri ifadelerin başında, “fotoğraf ve video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayrım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.” (%66) olduğu görülmüştür. Sanatın evrensel olduğu gerçeğinden hareketle öğrencilerde evrensel kriterleri benimsedikleri söylenebilir.

6.3. Başarı Testine İlişkin Sonuçlar

Yukarıda anılan üniversitelerde öğrenim gören öğrencilere yönelik hazırlanan ölçme aracı formunun uygulanması ve verilen cevapların toplanıp değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgulara dayalı olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- 1) Başarı testi özelinde, erkek öğrencilerin başarı testi puanlarının ortalaması ($\bar{x}$ =15,77), kadın öğrencilere ($\bar{x}$ =14,55) göre daha yüksek bulunmuştur.
- 2) Başarı testi özelinde, Bahçeşehir Üniversitesi’nde eğitim gören öğrencilerin başarıları ($\bar{x}$ =16,17), Yıldız Teknik Üniversitesi’nde ($\bar{x}$ =14,03) eğitim gören öğrencilere göre daha yüksektir.
- 3) Başarı testi özelinde, 4.sınıfta eğitim gören öğrencilerin başarı testi puanlarının ortalaması ($\bar{x}$ =15,90), 1.sınıf ($\bar{x}$ =11,13), 2.sınıf ($\bar{x}$ =12,81) ve 3.sınıflarda($\bar{x}$ =13,67) eğitim gören öğrencilere göre daha yüksek bulunmuştur.
- 4) Başarı Testinde toplam 31 soru sorulmuştur. Bu sorular, Fotoğraf ve Video Programı / Bölümü lisans derslerden seçilerek hazırlanmıştır. Tüm dersler dört ana başlık adı altında toplanmıştır. Bunlar:
1-Dijital Fotoğrafçılık Testi: Bu test toplam 18 sorudan oluşmaktadır. 1. sorudan başlayarak 18. soruya kadar devam eden bu bölümün soruları şu

konulardan alınmıştır. 1. ve 2. soru Çağdaş Sanat Akımlarından; 3, 4 , 5 ve 6. sorular Dış mekanda Işık; 7. ve 8. Sorular Farklı mesafelerdeki konuların çekimi; 9. ve 10. Sorular Filtreler; 11., 12., 13. ve 14. Sorular Bilgisayarda Fotoğraf düzeltme; 15. Soru Hava fotoğrafı; 16., 17., 18. Sorular ise Fotoğrafta görüntü düzenleme'den alınmıştır.

2-Estetik Öğeler Testi: Bu test toplam 5 sorudan oluşmaktadır. 19. sorudan başlayarak 23. soruya kadar devam eden bu bölümün soruları Fotoğrafta Temel Kompozisyon konularından alınmıştır.

3- Plastik Öğeler Testi: Bu test toplam 3 sorudan oluşmaktadır. 24. sorudan başlayarak 26. soruya kadar devam eden bu bölümün soruları Fotoğrafın Plastik Öğeleri ve Değerleri konularından alınmıştır.

4- Etik Öğeler Testi: Bu test toplam 3 sorudan oluşmaktadır. 27. sorudan başlayarak 31. soruya kadar devam eden bu bölümün soruları İletişim Araçlarında Fotoğraf Kullanımı konularından alınmıştır.

5) Yıldız Teknik Üniversitesi Fotoğraf ve Video Programı öğrencilerinin %50 ve üstü Doğru cevapladıkları Başarı Testi soruları ve oranları şu şekilde oluşmuştur: Dijital Fotoğrafçılık Testinden 5 soru (S.1 %54,2, S.3 %51,9, S.7 %51,9, S.9 %50,6, S.17 %61,3), Estetik Öğeler Testinden 1 soru (S.23 %51,4), Plastik Öğeler Testinden 3 soru (S.23 %51,4, S.24 %50,5, S.26 %51,3), Etik Öğeler Testinden 1 soru (S.28 %50,5) şeklindedir. Buradan hareketle Estetik Öğeler Testine öğrencilerin %50'den aşağısı doğru cevap vermiştir. Dolayısıyla Yıldız Teknik Üniversitesi Fotoğraf ve Video Programı içğinde yer alan Estetik konusunun anlaşılması ve uygulanması konusunda bir yetersizlik göze çarpmaktadır.

6) Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin %50 ve üstü Doğru cevapladıkları Başarı Testi soruları ve oranları şu şekilde oluşmuştur: Dijital Fotoğrafçılık Testinden 12 soru (S.1 %54,4, S.4 %51,6, S.5 %50,8, S.6 %53, S.8 %50,4, S.10 %70,5, S.11 %64,4, S.12 %86,3, S.13 %56,6, S.14 %66,3, S.15 %54,2, S.16 %60,0), Estetik Öğeler Testinden 4 soru (S.19 %64,2, S.20 %60,6, S.21 %50,5, S.22 %51,4), Plastik Öğeler Testinden 1 soru (S.25 %61,7), Etik Öğeler Testinden 4 soru (S.27 %54,7, S.29 %54,2, S.30 %62,5, S.31 %51,8) şeklindedir. Buradan hareketle Plastik Öğeler Testine öğrencilerin

%50'den yukarısı doğru cevap veren öğrenci sayısı sadece 1 tanedir. Dolayısıyla Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Bölümü dersleri içerisinde yer alan Plastik Öğeler konusunun anlaşılması ve uygulanması konusunda diğer öğeler kadar başarı elde edilmemiştir. Ancak; Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Bölümünde 4 temel başlıkta da soruların doğru cevabını işaretleme %50'nin üstündedir.

- 7) Başarı Testinde Yıldız Teknik Üniversitesi Fotoğraf ve Video Programı öğrencilerinin en yüksek oranda cevapladıkları soru 17 olmuştur (%61,3). Bu soru Dijital Fotoğrafçılık Testi içerisinde yer almaktadır. Yıldız Teknik Üniversitesi Fotoğraf ve Video Programı öğrencilerinin temel başlıklar içerisinde en başarılı ya da hakim oldukları konuların başında dijital fotoğrafçılık konuları gelmektedir şeklinde düşünülebilir.
- 8) Başarı Testinde Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin en yüksek oranda doğru cevapladıkları soru 12 olmuştur (%86,3). Bu soru Dijital Fotoğrafçılık Testi içerisinde yer almaktadır. Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Bölümü öğrencilerinin temel başlıklar içerisinde en başarılı ya da hakim oldukları konuların başında dijital fotoğrafçılık konuları gelmektedir şeklinde düşünülebilir.
- 9) Dijital fotoğrafçılık konuları örneklem 2 üniversitemizde de bilme ve geri dönüt sağlama konusunda en yüksek oranlara sahiptir (YTÜ: %61,3, BAHÜ: (%86,3). Dijital teknolojinin gün geçtikçe bireysel ve iş yaşamımıza girmesi ve bizleri değiştirip dönüştürmesinin bir gereği olarak fotoğraf ve video derslerinin dijital platformda işlenmesi ve uygulanması gereği bir zorunluluktur.

6.4. Sosyal Ağlar Testine İlişkin Sonuçlar

“Digital in 2016” Raporunun Türkiye ile ilgili bölümüne baktığımızda 79,14 milyon nüfusa sahip ülkemizde 46,28 milyon kişi internet, 42 milyon kişi sosyal medya, 71,03 milyon kişi cep telefonu ve 36 milyon kişi ise cep telefonu ile sosyal medyaya girmekte ve kullanmaktadır.

- 1) Araştırmaya katılan öğrencilerin tamamı internet ve sosyal medya kullanmaktadır. Bu bağlamda “Digital in 2016” Raporunun Türkiye ile

ilgili bölümüne baktığımızda 79,14 milyon nüfusa sahip ülkemizde 46,28 milyon kişi internet, 42 milyon kişi sosyal medya, 71,03 milyon kişi cep telefonu ve 36 milyon kişi ise cep telefonu ile sosyal medyaya girmekte ve kullanmaktadır. Buradan hareketle sosyal medya mecrasının önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Bu arada Digital in 2016” Raporunun Dünya ile ilgili bölümüne baktığımızda ise 7 milyar 395 milyon nüfusa sahip dünyada 3 milyar 419 milyon kişi internet, 2 milyar 307 milyon kişi sosyal medyayı, 3 milyar 790 milyon kişi cep telefonu ve 1 milyar 968 milyon kişi ise cep telefonu ile sosyal medyaya girmektedir. Sosyal medya gerek Türkiye’de gerekse Dünya’da herkesin hayatında önemli sonuçlara yol açmaktadır.

- 2) Genelde günde iki saatten fazla interneti kullanma oranı %48,5’dir. Sosyal medyanın internet tabanlı oluşu öğrencileri interneti kullanıma mecbur ettiği görülmektedir. Diğer taraftan fotoğraf ve video alanında dijital devrim gerçekliği ve sosyal medya uyumunda öğrencileri internet tabanlı yazılımlara bağımlı kılmaktadır.
- 3) İnternetin en çok kullanılma amacı fotoğraf ve video izleme ve paylaşımıdır (%60,7). Böylece dijital mecraların ya da sanatın bir ihtiyaç sonucu olarak zemin haline getirildiğini görülmektedir.
- 4) İnternete bağlanırken en çok tercih edilen cihaz cep telefonudur (%69,4). Bubağlamda “Sosyal medyayı kullanma sıklığınız nedir?” ifadesine öğrencilerin %62’si her an devamlı cevabını vermiştir. Bu oran interneti kullanırken tercih edilen cihazın cep telefonu kullanımının diğer cihazlara göre tercih edilmesini doğrulamaktadır.
- 5) En çok kullanılan sosyal ağ sorusuna verilen yanıtlarda %70,8 oranla Instagram birinci sırada, %68,8 oranla Whatsap ikinci sırada ve %41,0 oranla Twitter üçüncü sırada yer almaktadır. Instagram ve Whatsap’ı tercih etmelerinin en temel sebebi fotoğraf paylaşımına en uygun sitenin Instagram olması gerçekliği düşünülürken Whatsap ağının ise fotoğraf ve video paylaşımından çok iletişim kurma amaçlı tercih edilme düşüncesidir.
- 6) Öğrenciler mesleklerinin gereği olarak, sosyal medyada varolma iradelerini göstermekle birlikte özellikle mesleklerine yönelik geliştirici

ve de ihtiyaç odaklı fotoğraf paylaşım yazılımlarına yönelik olumlu düşünce içersindedirler.

- 7) Fotoğraf paylaşımly sosyal paylaşım sitelerini kullanım oranlarına bakıldığında en fazla kullanılan sosyal paylaşım sitesinin İnstagram (%74,6) olduğı görölmektedir. Fotoğraf içerikli hizmet veren bu sitenin özellikle fotoğraf mesleğine geliştirici bir hizmet sunduğunu söyleyebiliriz.
- 8) Fotoğraf ve video bölümü öğrencileri okul dönemi içersinde edindikleri kazanımları sosyal paylaşım siteleri içersinde uygulamakta ve pekiştirmektedirler. Öğrencilerin, bu uygulama ve sergilemelerde, estetik-plastik-etik değrelerin gereklerine dikkat etmeleri bilinçli tüketimi beraberinde getirmektedir.
- 9) “Fotoğraflarınızı Sosyal Medyada Değerlendiren Birisi Olarak Bölümünüzde; Sayısal Fotoğraf Teknolojisi İle Birlikte Karanlık Oda Kullanımına İhtiyaç Var Mıdır?” ifadesine verilen evet yanıtı %78,9’dur. Bu düzlemde karanlık oda kullanımının günümüz dijital teknolojinin sağladığı olanaklar karşısında bir ihtiyacı gidermekten çok nostaljik kaldığını söyleyebiliriz.
- 10) Öğrencilerin video paylaşım sitelerini takip etme oranı %95,8 olmakla birlikte en fazla takip edilen video paylaşım sitesinin Youtube olduğı görölmektedir.
- 11) Video Kullanımlı Sosyal Paylaşım Sitelerindeki klip, film ve video art gibi paylaşımlar yapan öğrencilerin estetik, plastik ve etik değreleride uyguladıkları görölmektedir. Bu açıdan sosyal paylaşım siteleri öğrenciler için deyim yerinde ise uygulama atölyesidir diyebiliriz.
- 12) Öğrencilerin sosyal paylaşım siteleri içersinde fotoğraf ve video paylaşım tabanlı siteleri tercih etmelerinin en önemli sebepleri birinci olarak sosyal medyayı geleceğın pazarı olarak görmeleridir (%67,4). Bu durumu şöyle açıklayabiliriz: öğrenciler sosyal medyanın gücünü şimdi inadıkları gibi gelecekte de iş sağlama sahası olarak görmektedirler.
- 13) “Facebook Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” ifadesine verilen yanıtlar %63,6 oranla Sanatsal fotoğraf ve videolarımı arkadaşlarımla paylaşıyorum yanıtı olmuştur. mesleki olarak öğrenciler facebook alanını ihtiyaç olarak gördükleri için kullanmaktadır.

- 14) “Twitter Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” ifadesine verilen yanıtlardan en çok tercih edileni Her şeyden önemlisi herkesle iletişime geçiyorum cevabı olmuştur. Bu sonuç beklenen bir sonuçtur.
- 15) Fotoğraf ve video bölüm öğrencileri Whatsap hesabını iletişim ve paylaşım amaçlı kullandıklarını görmekteyiz.
- 16) “Instagram Hesabınızın Fotoğraf ve Video Üretimine Ne Tür Katkıları Olmaktadır?” sorusuna verilen yanıta bakıldığında Instagram hesabının amacı doğrultusunda kullanıldığı görülmüştür. Instagram hesabının amacının da fotoğraf ve video paylaşımı olduğu bilinmektedir.
- 17) Video Paylaşımlı Sosyal Ağlar olarak tanımlanan “Youtube ve Vimeo Ağlarının” genellikle mesleki amaç doğrultusunda kullanıldığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin %76,8’i; “Alanları ile ilgili videoları kolaylıkla erişebildikleri için bu sosyal ağlarını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

6.5. Öneriler

Sanat eğitiminin her türlü toplumlara ve evreni güzele ve daha iyiye taşıyarak bireyi hayata hazırlamada önemli bir işlev gördüğü için Güzel Sanatlar Fakültelerinin varlığı güçlendirilerek sürdürülmelidir.

Formal eğitim döneminde, ağırlıklı olarak usta-çırak ilişkisi ile öğretilen fotoğrafçılık eğitiminden sonra yaygın kanı, bu bölümü bitirenlerin aldıkları eğitimi sonrası fotoğrafçı olmakla birlikte kitle iletişim araçları kategorisinde faaliyet gösteren tüm yayın organlarında, kameraman, yayın elemanı, görüntü yönetmeni, kurgu uzmanı vb. gibi meslekleri tercih etme gerçekliğidir.

İletişim ya da dijital gelişmelerin bir sonucu olarak sayısal/dijital sistemin piyasaya hakim olması ile birlikte beraberinde birden fazla soruna yol açmıştır. Bu sorunların başında etik sorunu gelmektedir. Şöyle ki sosyal medya ağlarının zaman içerisinde çeşitlenmesi ve çoğalması ile birlikte üretilen içeriğin niteliği; üreten ve tüketen denkleminde tartışmaya yol açması etik sorununu gündeme getirmiştir. Buradan hareketle, verilen eğitim içeriklerine iş yaşamını yansıtılacak estetik, plastik ve etik temel başlıklarına ağırlık vermek bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijital teknolojinin insan hayatının her noktasında varlığını mobil cihazlar üzerinde sürdürmesi fotoğraf teknolojileri ve dolaylı olarak fotoğraf ve video sanatını da etkileyerek değiştirmiştir.

Fotoğraf ve Video Anabilim Dalının hal-i hazırda uygulamadaki öğretim durumuna yönelik içerik ve teknik yeterliliklerin gözden geçirilerek; piyasadaki iş yaşamı gerçekliği, dijital teknoloji ve mobil cihazlar kullanılışlığı gerçekliğine göre düzenlenmelidir.

Fotoğrafta Estetik, Plastik ve Etik öğelerinin üretilen ve tüketilen fotoğraf ve video çalışmalarının olmazsa olmazı durumuna taşımının gayreti içerisinde olmak gerekir.

Derslerin içerik bakımından sosyal medya ortamlarındaki görsel ve içerik okumalarımızda tercihlerimizde ne derece yönlendirici ve etkili olduğunu tespit ederek nitelikli ve sonuç alıcı bir eğitim amaçlamak bir ihtiyaçtır. Fotoğraf ve video bölümü öğrencilerinin sosyal medya testindeki yanıtları göz önüne alındığında bu temel başlığın ders içeriklerine bilinçli ve amaçlı olarak yerleştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlardan da görüldüğü gibi en yüksek niceliksel tercihi alan sınıf derecesinin 4. Sınıf olduğunu söylemek mümkündür. Öğrencilerin %20,7'si 1.sınıf, %17,9'u 2.sınıf, %20,7'si 3.sınıf ve %40,7'si 4.sınıf öğrencisidir (Tablo 14). Bu da öğrencilerin 4. Sınıfta yığılma gösterdiklerini ve okulu birden çok sebep ile uzattıklarını göstermektedir. En belirgin sebep işsizlik korkusu ve piyasaya hazırlıksız yakalanma korkusu kanaati belirgin olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunu çözmek için sektörle işbirliğini arttırmak gerekmektedir.

Fotoğraf ve video bölümündeki niceliksel ve başarı oranı/sayısı kadın öğrencilerin lehinedir. Bu da gösteriyor ki kadınlar fotoğraf video alanını erkeklerden çok tercih etmelerinin sebebi başarılı ve istekli olacaklarına inanmalarıdır. Ülke nüfusunun en az yarısı kadın olarak düşünüldüğü zaman, kadın öğrencilerinin fotoğraf ve video sanatı üzerinden önünün açılması gerektiğini düşünülmektedir. Örneğin fotoğraf ve video öğretmenliğinin ilköğretim 1 ve 2. kademe ile orta öğretimin tüm kademelerinde seçmeli; mesleki liselerde ise zorunlu ders olarak müfredata konulması bir gereksinimdir.

Tutum Belirleme Testi Sonuçlarına bakılırsa (Tablo 4’de) Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerinin ortalamasının ($\bar{x}=3,57$) Bahçeşehir Üniversitesi öğrencilerinin ortalamasından ($\bar{x}=3,42$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak Başarı Testinde ise Bahçeşehir Üniversitesi’nde eğitim gören öğrencilerin başarıları ($\bar{x}=16,17$), Yıldız Teknik Üniversitesi’nde ($\bar{x}=14,03$) eğitim gören öğrencilere göre daha yüksektir. Bu sonuçlardan hareketle sonuçlarımız dahilinde şunlar söylenebilir: Öğrenci alımlarında/yerleşimlerinde; yetenek ya da çizim sınavları ağırlıklı ya da tek ölçüt olarak kriter alınması ve uygulanmasıdır. Öğrenci yerleşimlerinde, Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) Yüksek Öğretime geçiş sınavı (YGS) puanının değerlendirmelerde Fotoğraf ve video Bölümlerini kazanmak için en az %70 oranına çıkarılması ya da Özel Yetenek Sınavlarının tamamen kaldırılması bir ihtiyaçtır.

Her iki üniversite ortalamasında da görüldüğü gibi (Tablo 22) sınıf seviyesi yükseldikçe öğrencilerin de başarı testi puanların ortalamalarının paralel olarak arttığı görülmektedir. Buradan yola çıkarak şu an hali hazırda uygulamada olan programın öğrenciyi ölçme ve hazırlama hususunda temel anlamda hedefe hizmet ettiği söylenebilir. Ayrıca üç tane testin doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında mevcut yürürlükteki derslerin sektörün güncel yaklaşımlarını okumada başarılı olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle program içeriklerinin sektörün güncel yaklaşımlarını okumada başarılı olmasını sağlayan temel sebeplerin başında, evrenin ve örneklemenin içerisinde yer alan fakültelerin Türkiye şartları göz önüne alındığında merkezi yerlere konumlanışı ve bölümün şartları gereği piyasayı yakından takip etme gereksinim ve gerçekliğidir.

Türkiye’de; ayrıntılı, evrensel ve ihtiyaç giderici sosyal medya yasası ya da kanunu bir an önce tüm caydırıcı özellikleri ile uygulamaya konulmalıdır. Ölçümlerimizde de görüldüğü üzere, “sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.” ifadesine verilen cevaplar, Türkiye’de yasal çerçevenin gerekliliğinin yeteri kadar caydırıcı olmadığını göstermektedir. Bu bağlamda “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırımını olan bir kanun haline getirilmelidir.

Dijital Fotoğrafçılık Testi, Estetik Öğeler Testi, Plastik Öğeler Testi ve Etik Öğeler testlerinden oluşan anket çalışmamızda; Yıldız Teknik Üniversitesi ve Bahçeşehir Üniversitesi Fotoğraf ve Video Programı içeriklerinde yer alan Estetik konusunun anlaşılması ve uygulanması konusunda bir yetersizlik göze çarpmıştır. Her iki üniversitede de plastik öğeler konusunun anlaşılması ve uygulanması konusunda diğer öğeler kadar başarı elde edilmemiştir. Bu konuda gerekli uygulama ve kavramsal çalışmaların tekrar gözden geçirilmesinde yarar görülmektedir.

Her iki üniversitede ortaya çıkan sonuç gösteriyor ki öğrencilerin kategorik olarak dört ana başlık (Dijital Fotoğrafçılık Testi, Estetik Öğeler Testi, Plastik Öğeler Testi ve Etik Öğeler testleri) içinde gerek uygulama gerekse teorik açıdan en başarılı oldukları alanın Dijital Fotoğrafçılık olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç olumlu olmakla birlikte derinlikli ve de ayrıntılı bir çalışma ile teknik uygulamalar ile birlikte mevcut programların etik, estetik ve plastik öğeler açısından birçok yönü ile iyileştirilmesinde yarar görmekteyiz.

Sosyal Medyada harcanan zaman ve hayatın bir gerekliliği olarak internet tabanlı yazılımların üretim ve tüketimimiz de önemli yer almasından ötürü, dört yıllık program içeriğine sosyal medya alanına dair derslerin dahil edilmesi ve teknik açıdan piyasa ile uyumlu yazılım programlarının eğitim içerisinde uygulanması ve de öğretilmesi bir gerekliliktir. Aynı şekilde sosyal medyaya yönelik araştırmaların arttırılması ve sosyal medya okuryazarlığının pekiştirilmesi şarttır.

İnternet tabanlı sosyal medya ve dijital teknolojininde sağladığı imkanlar doğrultusunda öğrencileri geleceğe yönelik hazırlamada en yeni teknolojiler öğrenci hizmetine sunulmadır. Bu bağlamda özellikle bilinen ve varolan çekim tekniklerine Dron teknolojisi diğer değişle havadan çekim teknolojisinin eklenmesi ve öğrencilere öğretilmesi ve uygulamasında yarar görmekteyiz.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Bahtin, Mihail. 2005. **Sanat ve Sorumluluk İlk Felsefi Denemeler**, Çev. Cem Soydemir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Berger, John. 1988. O Ana Adanmış. **İstanbul: Metis Yayınları.**

Büker, Seçil. 1985. **Sinema Dili Üzerine Yazılar**. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

Bozkurt, Muammer. 2005. **Video Sanatı Entalasyon, Film, Performans**, İstanbul: Bileşim Yayınları.

Çakır, Mukadder. 2013. Sosyal Medya ve Gösteri. **Sosyal Medya Araştırmaları-1**. Ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları: 18-19.

Demirbaş, Yavuz Kerem. 2007. **A'dan Z'ye Dijital Fotoğrafçılık**. 2. Bs. İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Derman, İhsan. 2009. **Fotoğraf ve Gerçeklik**. İstanbul: Hayalbaz Yayınevi.

Erutku, B. 1999. **Fotoğraf Akımları ve Kullanılan Teknikler**. İstanbul: M.Ü.G.S.F. Fotoğraf Bölümü-Kültür Yayınları.

Erzen, Jale Nedret. 2004. **Fotoğraf Notları**. İstanbul: Say Yayınları.

Fineberg, Jonathan. 2014. **1940'lardan Günümüze Sanat**. Çev. Simber Atay-Eskier (Bölüm 1, 2, 3, 4), Göral Erinç Yılmaz (Bölüm 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16). İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları.

Grundberg, Andy. 2002. Modernist Akım Sürecinde Fotoğraf ve Sanat. Çev: Kemal Atakay. **Sanat Dünyamız**. Sayı 84:115.

Güçdemir, Doç. Dr. Yeşim. 2015. **Sanal Ortamda İletişim**. İstanbul: Derin Yayınları.

- Kalfagil, Sabit. 2014. **Fotoğraf Sanatında Kompozisyon**, İstanbul: İlke Kitap.
- Kanburoğlu, Özer. 2004. **A'dan Z'ye Fotoğraf**. 4. bs. İstanbul: Say Yayınları.
- Kanburoğlu, Özer. 2009. **Dijital Fotoğraf Rehberi**. 4. bs. İstanbul: Say Yayınları.
- Kawasaki, Guy, Peg Fitzpatrick. 2015. **Sosyal Medya Sanatı**. Çev. Mirel Benveniste. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Kılıç, Levend, Erdem Çetintaş, Eren Göksel, Hüseyin Eryılmaz. 2010. **Sayısal Fotoğrafa Giriş**. Ed. Eren Göksel. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kırık, Ali Murat, Serra Orkan. 2013. Sosyalleşen Medyaya Sosyolojik Bakış-Değişen İletişim Pratikleri Çerçevesinde Sosyal Medyada Sanal Dedikodu Etkisi. **Sosyal Medya Araştırmaları-3**. Ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları: 18-19.
- Kul-Want-Piero, Christopher. 2013. **Estetik**. Çev. Erhan Kibaroglu. İstanbul: NTV Yayınları.
- Lynton, Norbert. 2015. **Modern Sanatın Öyküsü**. Çev. Cevat Çapan, Sadi Öziş. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Metz, Christian. 1986. **Sinemada Anlam Üstüne Denemeler**. Çev. O. Adanır. İzmir: Tümer Reklamevi.
- Popper, Frank. 1991. **Art Of The Electronic Age**. Ed. Harry N. Abrams. New York: 54 (Aktaran: Şahiner, Rıfat. 2008. Sanatta Postmodern Kırılmalar. 2. bs. İstanbul: Ütopya Yayınevi.)
- Read, Herbert. 2014. **Sanatın Anlamı**. Çev. Nuşin Asgari. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Sontag, S. 2008. **Fotoğraf Üzerine**. Çev. Osman Akınhay. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Şahiner, Rıfat. 2008. **Sanatta Postmodern Kırılmalar**. 2. bs. İstanbul: Ütopya Yayınevi.
- Timuçin, A. 2002. **Estetik**. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Winston, Brian. 1995. Brunelleschi İçin Bir Ayna. **Video Sanatı Eleştirel Bir Bakış**. Derleyen: Levend Kılıç. İstanbul: Hil Hayın: 65
- Ziss, Avner. 2016. **Estetik**. Çev. Yakup Şahan. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

TEZLER

- Aksu, Yakup. 2011. Video Sanatı'nın Varoluş Süreci Ve Nam June Paik. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktaş, Tarkan. 2006. Fotoğrafa Ulaşmak. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Alanyalı, Nevcihan Güroğlu. 2014. 20.Yy. Belgesel Fotoğrafçılarının Göçmen Ve Mülteci Konusundaki Fotoğrafik Vizyonları. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Anılanmert, Oktay. 1981. Özgün Tasarıma Yönelik Kurguda Yöntem Belirlenmesi ve Bütüncü Yaklaşımlar. Doçentlik Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Aydemir, Ayfer. 2014. Avangard Akımlar Sürecinde Deneyisel Fotoğrafa Bakış (1930-1970). Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Batuk, Hasibe Nurşen. 2013. Fotoğrafın Resim Sanatı Üzerindeki Etkisi ve Görsel Sanatlar Eğitiminde Kompozisyon Kurmadaki Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Beyhan, Özdemir. 1996. Fotoğrafik Dil Yetisinin Evrimi Bağlamında Müdahale Sorunsalı. Yayımlanmamış Doktora Tezi. D.E.Ü. S.B.E. İzmir: 3 (Aktaran: Batuk, Hasibe Nurşen. 2013. Fotoğrafın Resim Sanatı Üzerindeki Etkisi Ve Görsel Sanatlar Eğitiminde Kompozisyon Kurmadaki Yeri Ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.)
- Çağlayan, Füsün. 1998. Fotoğrafın Plastik Sanatlarda Kullanımı ve Getirdiği Etkiler. Sanatta Yeterlilik Eser Metni. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eren, Pınar. 2010. Kavramsal Sanatın Sunumunda Video. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Genç, Adem. 1983. Dada, Antropi ve Nedensizlik Açısından Dadacı Sanat Hareketlerinin Çözümlemesine İlişkin Bir Yöntem Araştırması. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Gençcelep, Basri. 2011. Fotoğrafın Temel Sorunsalı Diyafram Enstantane ve Asa Bağlamında Görsel Uygulamalar. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- İyicioğlu, Arif Levent. 2006. Işık Algılama Ve Görüntü Oluşturma Yöntemlerine Göre Dijital Fotoğraf Makinelerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kafalı, N.Nihal. 1998. Still Life Fotoğrafta Tasarım. Sanatta Yeterlilik Eser Metni. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mullen, Leslie. Truth In Photography: Perception, Myth And Reality In The Postmodern World. 64 (Aktaran: Özdemir, Baran. 2009. Belgesel Fotoğrafta “Estetik Kaygı” Sorunu. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.)
- Or, Hilmi. 2007. Görme Ve Fotoğraf Sanatındaki Fotoğraf Çiziminin Farkları. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Özdemir, Baran. 2009. Belgesel Fotoğrafta “Estetik Kaygı” Sorunu. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Satıl, Eyüp. 2011. Yeni Medya Ve Sosyalleşme. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şen, Yusuf Murat, 2000. Fotoğraf-Resim İlişkisi İçinde kimlik Arayışı. Sanatta Yeterlilik Eser Metni. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Terzi, Mehtap Us. 2006. Fotoğraf Okuma Ve Eleştiri. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Toker, Okan. 1999. Video-Clip’te Fotoğrafın Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uysal, Tuna. 2007. Fotoğrafi Ve Sinematografinin Görsellik İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uzun, Ebru Ceren. 2007. Dönemin Sanat Akımları İçinde Man Ray Ve Fotoğrafçı Kimliği. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uzundumlu, Özge. 2015. Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ELEKTRONİK KAYNAKÇA

- (<http://hokomurcu.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> 18.11.2016

- (<http://www.radikal.com.tr/kultur/bir-zamanlar-maharet-resim-gibi-fotograf-cekmekteymis-841245/> 28.05.2016
- Akkılıç, Demet. 2011. Romantizm ve Müzik. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi-Sanat Yazıları. Sayı 24: 37-38. http://sanatyazilari.hacettepe.edu.tr/img/135241232015__3935205340i.pdf 12.12.2015
- Aksakal, Tolga. 2013. Yabancılaşma Olgusunun Fotografik Yansıması, Sanat-Tasarım Dergisi. Cilt 1. Sayı 4: 48. <http://e-dergi.marmara.edu.tr/marustd/article/view/1012001787> 15.05.2016
- Arapoğlu, Fırat. 2015. Estetik Bir Direniş Hareketi: Fluxus. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi-Sanat Yazıları. Sayı 32: 36. http://sanatyazilari.hacettepe.edu.tr/img/1549591472015__9789544940i.pdf#page=36 09.10.2016
- Atalayer, Faruk. 2011. Estetik Gerçek ve Fotoğraf. Kontrast Fotoğraf Dergisi. Sayı 26: 12. <http://www.afsad.org.tr/public/Kontrast%2026%20small.pdf> 15.11.2016
- Baker, Ulus. 2002. Video Üstüne. Fotoğrafya. Sayı 15. <http://fotografya.fotografya.gen.tr/issue-15/video.htm> 06.10.2016
- Baysar, Zuhale. 2013. Sanatta Soyutlama ve Gerçek. <http://zuhalbaysar.blogspot.com.tr/2013/12/sanatta-soyutlama-ve-gercek.html> 08.03.2016
- Bodur, Feyyaz. 2006. Fotoğraf Ve Renk: Fotoğraftaki Renklerin İletilerin Algılanmasındaki Roller. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt 15. Sayı 1: 80 <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/cusosbil/article/view/5000001090/500000178> 1 10.07.2016
- Demirer, Ahmet Gökhan. 2011. Yeni Belgesel Fotoğraf. Kontrast Fotoğraf Dergisi. Sayı 25: 6-7. <http://www.afsad.org.tr/public/afsad-Kontrast-sayi-25.pdf> 16.11.2016
- Göktan, M. Çağatay. 2015. Fütürizm Sanat Akımının Oluşumunda Fotoğrafın Önemi. Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 3. Sayı 5: 19-29. <http://www.ulakbilge.com/makale/pdf/1426605312.pdf> 25.04.2016

- Haşlakoğlu, Oğuz. 2015. Picasso ve Sanatsal Eylem: Kübizm'in Doğuşu. Araştırma Makalesi. Mavi Atlas. Sayı 4: 111. https://scholar.google.com.tr/scholar?cluster=1412063310270504285&hl=tr&as_sdt=0,5 19.03.2016
- <http://blog.kavrakoglu.com/tag/pop-art/> 29.06.2016
- <http://dijitalrehberim.com/slideshare-nedir-nasil-kullanilir/> 20.11.2016
- <http://fotografya.fotografya.gen.tr/issue-2/surrealist.html> 09.01.2016
- http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/grafik/moduller/fotografta_goruntu_duzenleme.pdf / 25.11.2016
- <http://hozkomurcu.com/dailybooth-nedir/> 14.10.2016
- <http://ifod.org.tr/2011/04/cagdas-sanat-akimlari-ve-fotograf> 21.04.2016
- <http://ifod.org.tr/2011/05/bir-toplun-belgeselcisi-august-sander> 06.02.2016
- <http://technotoday.com.tr/fotografta-kompozisyon-3> 29.03.2016
- <http://tr.fobito.com/android/skype/660> 11.11.2016
- http://www.istanbulmodern.org/tr/sergiler/gecmis-sergiler/sessiz-direnis_209.html 07.05.2016
- <http://www.pilsiz.net/dribbble-nedirne-ise-yarar.html> 16.11.2016
- <http://www.radikal.com.tr/radikalist/andy-warhol-hakkinda-bilinmesi-gereken-18-sey-1205290/> 19.06.2016
- <http://www.sanatduvari.com/resim-ve-siire-konu-olan-mistik-akim-sembolizm/> 10.02.2016
- <http://www.sosyarak.com/foodspotting-nedir> 20.10.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Dailymotion> 04.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/DeviantART> 25.10.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> 14.11.2016
- https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook_Messenger 16.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr> 10.10.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Foursquare> 09.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Google%2B> 20.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Gravatar> 17.10.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Gravatar> 17.10.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Instagram> 21.10.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn> 07.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Myspace> 20.11.2016

- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Panoramio> 19.10.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Skype> 11.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Snapchat> 16.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Tumblr> 20.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter> 14.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Viber> 16.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Vimeo> 02.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/WhatsApp> 15.11.2016
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube> 28.10.2016
- <https://vedatkonyali.wordpress.com/2010/03/31/fotograf-akimlari-dinamizm/> 04.04.2016
- <https://vedatkonyali.wordpress.com/2010/11/30/strukturalizm-soyutlama-ve-fotograf/> 07.03.2016
- <https://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi> 16.11.2016
- <https://www.tamseo.com.tr/75-farkli-sosyal-medya-sitesi/> 14.10.2016
- Özdemir, A. Beyhan. Çağdaş Sanat Akımları Ve Fotoğraf. <http://ifod.org.tr/2011/04/cagdas-sanat-akimlari-ve-fotograf> 29.03.2016
- Özkaya, Tüten. Rus Edebiyatında Sembolizm. 411. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/26/1242/14179.pdf> 10.02.2016
- Özturan, Mahmut. 2004. Sanat Yapıtlarında Öncelik Karmaşası "Etik ve Estetik". Fotoğrafya. Sayı 17. <http://fotografya.fotografya.gen.tr/cnd/index.php?id=3,1,0,0,1,0> 11.12.2016
- Sürmeli, Kader. 2012. Dada Hareketinden Kavramsal Sanata, İnönü Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Dergisi. Cilt 2. Sayı 6: 337-340. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/inustd/article/view/1027000060/1027000059> / 03.01.2016-05.07.2016
- Timuçin, Afşar. 2011. Fotoğrafta Güzel'i Yakalama, Kontrast Fotoğraf Dergisi. Sayı 25: 15. <http://www.afsad.org.tr/public/afsad-Kontrast-sayi-25.pdf> 10.11.2016
- Türkmenoğlu, Dilek. 2007. Toplumsal Ve Kültürel Değişim Sürecinde Pop Sanatı. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı 23: 95-99. http://sbedergi.erciyes.edu.tr/sayi_23/6-%2095-101.%20syf._.pdf 16.06.2016

- Vural, Beril Akıncı, Mikail Bat. 2010, Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Yaşar Üniversitesi Dergisi: Sayı 20: 3350. http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/3_BVural_MBat.pdf 11.12.2016

GÖRSEL KAYNAKÇA

Aksu, Yakup. 2011. Video Sanatı'nın Varoluş Süreci Ve Nam June Paik. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aktaş, Tarkan. 2006. Fotoğrafa Ulaşmak. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Alanyalı, Nevcihan Güroğlu. 2014. 20.YY Belgesel Fotoğrafçılarının Göçmen Ve Mülteci Konusundaki Fotoğrafik Vizyonları. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Aydemir, Ayfer. 2014. Avangard Akımlar Sürecinde Deneysel Fotoğrafa Bakış (1930-1970). Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Batuk, Hasibe Nurşen. 2013. Fotoğrafın Resim Sanatı Üzerindeki Etkisi ve Görsel Sanatlar Eğitiminde Kompozisyon Kurmadaki Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Eren, Pınar. 2010. Kavramsal Sanatın Sunumunda Video. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gençcelep, Basri. 2011. Fotoğrafın Temel Sorunsalı Diyafram Enstantane ve Asa Bağlamında Görsel Uygulamalar. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

<http://121clicks.com/inspirations/feel-the-color-inspiring-examples-of-red-color-photography> 24.11.2016

[http://alchetron.com/Thomas-Wedgwood-\(photographer\)-1105427-W](http://alchetron.com/Thomas-Wedgwood-(photographer)-1105427-W) 15.11.2015

http://atc.berkeley.edu/bio/Gary_Hill/ 02.09.2016

<http://blog.nationalmuseum.org.uk/oscar-gustav-rejlander-pioneered-combination-printing/> 25.05.2016

<http://bombmagazine.org/article/2564/paul-mccarthy> 05.09.2016

http://enacit3srv5.epfl.ch/WP_2013_SP/lenherr/?p=686 /02.09.2016

<http://francofontanaphotographer.com/frammenti.html> 17.03.2016

<http://lumieregallery.net/wp/197/paul-strand/> 19.12.2015

http://marimahr.com/works/13_clues/index.html 09.03.2016

http://marimahr.com/works/georgia_o_keeffe/index.html 09.03.2016

<http://photographyhistory.blogspot.com.tr/2012/02/oscar-rejlander-two-ways-of-life.html> 17.01.2016

<http://pt.slideshare.net/venisemelo/june-paik> 28.08.2016

<http://reallifeiselsewhere.blogspot.com.tr/2012/12/clarence-john-laughlin.html> 23.02.2016

<http://theredlist.com/wiki-2-16-601-797-view-pictorialism-profile-white-clarence-hudson.html> 27.11.2015

<http://theredlist.com/wiki-2-351-382-1160-1274-view-korea-profile-paik-nam-june.html> 11.08.2016

<http://theredlist.com/wiki-2-351-382-1160-1274-view-korea-profile-paik-nam-june.html> 15.08.2016

<http://theredlist.com/wiki-2-351-382-1160-1274-view-korea-profile-paik-nam-june.html> 21.08.2016

<http://www.analograf.com/magazine/home/papersDetail/123> 28.11.2016

<http://www.andyearl.com/> 09.04.2016

<http://www.birkarefotograf.com/fotograf-ta-altin-oran-13-kurali/> 07.12.2016

<http://www.caspardavidfriedrich.org/The-Sea-of-Ice-1824.html> 16.12.2015

<http://www.ericstaller.com/studio%20work/light%20sculptures/> 04.04.2016

<http://www.ernst-haas.com/color-motion.html> 09.04.2016

<http://www.fotografya.gen.tr/TR/belge/1-558/ahmet-gokhan-demirer.html> 06.02.2016

<http://www.hakkiceylan.com/fotograf-ve-altin-oran> 10.12.2016

<http://www.huseyinaldirmaz.net/2011/12/fotograf-sanatinda-kompozisyon/> 03.12.2016

http://www.ilefarsiv.com/fotograf/yazi_114.htm 13.02.2016

http://www.larousse.fr/encyclopedie/oeuvre/le_Radeau_de_%C2%AB_la_M%C3%A9duse_%C2%BB/181410 16.12.2015

<http://www.photocritic.org/articles/what-is-contrast> 25.11.2016

<http://www.radikal.com.tr/radikalist/andy-warhol-hakkinda-bilinmesi-gereken-18-sey-1205290/> 19.06.2016

<http://www.sanatduvari.com/resim-ve-siire-konu-olan-mistik-akim-sembolizm/> 13.02.2016

<http://www.san-francesco.org/immagini.html> 05.07.2016

<http://www.tate.org.uk/art/artists/robert-rauschenberg-1815> 19.06.2016

<http://www.turknikon.com/fotografta-ritim-nedir-ve-en-iyi-ritim-fotograflari-4175> 08.12.2016

http://www.wynnbullockphotography.com/shop_posters_folder/shop_posters_child.html 17.02.2016

<https://artblart.com/tag/harry-callahan-eleanor-chicago-1948/> 27.02.2016

https://en.wikipedia.org/wiki/Eadweard_Muybridge 05.05.2016

https://en.wikipedia.org/wiki/Peter_Henry_Emerson 09.07.2016

https://en.wikipedia.org/wiki/Peter_Henry_Emerson 25.05.2016

https://en.wikipedia.org/wiki/Piero_della_Francesca 10.12.2016

[https://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Adamson_\(photographer\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Adamson_(photographer)) 04.02.2016

https://en.wikipedia.org/wiki/Yousuf_Karsh 21.12.2015

<https://istanbulft.wordpress.com/2011/06/27/fotograf-akimlari-yukse-sanat-donemi-high-art-1850-1870/> 25.01.2016

https://monoskop.org/L%C3%A1szl%C3%B3_Moholy-Nagy 17.03.2016

<https://photographyicon.com/pattern/> 08.12.2016

https://tr.wikipedia.org/wiki/Claude_Monet 25.11.2015

<https://tr.wikipedia.org/wiki/F%C3%BCt%C3%BCrizm> 01.05.2016

https://tr.wikipedia.org/wiki/Louis_Daguerre 15.11.2015

https://tr.wikipedia.org/wiki/Salvador_Dal%C3%AD#/media/File:Dali_Crucifixion_hypcube.jpg / 07.01.2016

<https://vedatkonyali.files.wordpress.com/2010/04/bragaglia-violin.jpg> 03.05.2016

<https://vedatkonyali.wordpress.com/2009/10/21/high-art-yukse-sanat-donemi-1850-1870/> 25.01.2016

<https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-things-to-know-about-investing-in-art-right-now> 19.06.2016

<https://www.theguardian.com/artanddesign/2011/aug/09/luc-delahaye-war-photography-art> 07.02.2016

Özdemir, Baran. 2009. Belgesel Fotoğrafta “Estetik Kaygı” Sorunu. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uysal, Tuna. 2007. Fotoğrafi Ve Sinematografinin Görsellik İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uzun, Ebru Ceren. 2007. Dönemin Sanat Akımları İçinde Man Ray Ve Fotoğrafçı Kimliği. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



EKLER

EK-1 Başarı Formu

S1: “Doğadaki her şey küreye, koniye ve silindire dayanır.” Paul Cezanne Cezanne’nin yukarıdaki sözünden hareket eden bu akımın sanatçıları çevresindeki her şeyi geometrik biçimler olarak görüyorlar. Bu sanat akımını Empresyonist görüşe bir tepki olarak incelemek yerinde olur. Yukarıda hangi sanat akımından bahsedilmektedir?

a. Kübizm b. Fütürizm c. Sürrealizm d. Dadaizm	K1[]
---	-------

S2: Kavramsal Sanat ile ilgili aşağıda ki şıklardan hangisi yanlış düşünceyi içermektedir?

a. Bu akım sanat dünyasının dikkatini geleneksel kitle iletişim araçlarından alıp çoğunlukla Şaşırtıcı ve haber değeri olan hareketlere çekmiştir. b. Kavramsal sanat; bireylere gündelik yaşam hakkında soru sormayı öğretir. c. Kavramsal sanatta önemli olan Sanat ve hayal arasında köprü kurmaktır. d. Bu akımın sanatçıları Meta üretmemeye, müzelere ve koleksiyonlara girmemeye baştan kararlıdır. Çünkü bu eğitim için temel felsefesine aykırıdır.	K2[]
---	-------

S3: Fotoğrafa dair aşağıdaki cümlelerden hangisi yanlıştır?

a. Konunun uzaktan yapılan çekimlerinde daha geniş alan derinliği elde edilir. b. Geniş açılı objektif kullanarak yakın plandan yapılan çekimlerde nesneler deforme olmuş gibi görünür. c. Işık geçiren nesnelerin fotoğraflanması diğer nesnelere göre daha kolaydır. d. Alt açılı ile çekilen fotoğraflarda konu/obje daha heybetli görünür.	K3[]
---	-------

S4: Büyük objeleri yakından çekmek için aşağıdaki objektiflerden hangisi daha uygundur?

a. Zoomlu objektifler b. Geniş açılı objektifler c. Makro objektifler	K4[]
--	-------

d. Dar açılı objektifler	
---------------------------------	--

S5: Estetik ve plastik açıdan fotoğrafı çekilen nesneye heybetli görüntü verebilmek için hangi bakış açısı ile çekim yapmalıyız?

a. Üstten bakış açısı b. Yanal bakış açısı c. Alttan bakış açısı d. Karşıdan	K5[]
---	-------

S6: Işığın şiddetini ölçmeye yarayan cihaza ne isim verilir?

a. Diyafram b. Enstantane c. Pozometre d. Flaşmetre	K6[]
--	-------

S7: Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde kullandığımız mesafe çok önemlidir. Bu anlamda Fotoğrafa dair aşağıdaki cümlelerden hangisi yanlıştır?

a. Objenin net bir şekilde görüntülediği alana alan derinliği denir. b. Fotoğrafı çekilen obje fotoğraf makinesine yaklaştıkça alan derinliği artar. c. Uzun odaklı objektifler geniş açılı objektiflere göre daha az alan derinliğine sahiptir. a. Hiperfokal mesafe, tüm nesnelerin kabul edilebilir ölçüde net çekilebildiği, azami alan sağlayan mesafedir	K7[]
---	-------

S8: Fotoğraf çekim dilinde; "Bize yakın cismin büyük, uzak cismin küçük görülmesi olayına" ne isim verilmektedir?

a. Perspektif b. Diyafram c. Alan derinliği d. Denge	K8[]
---	-------

S9: İyi bir fotoğraf elde etmek için Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının bilinmesi fotoğrafçıya çok önemli bir fayda sağlamaktadır. Bu avantaj nedir?

a. Fotoğrafın net çıkmasını sağlar. b. Kullanılan filmde nasıl bir renk elde edileceğine dair bilgi edinmesini sağlar. c. Objeyi yakınlaştırır. d. Hepsi	K9[]
---	-------

S10: Fotoğrafçılıkta, özellikle portre çekimlerinde dudakların solgun çıkmasını önlemek ve genelde gün ışığında da görüntü kontrastını düşürmek için kullanılan filtreler hangi filtrelerdir?

a. Turuncu b. Mavi	K10[]
-------------------------------------	--------

c. Sarı	
d. Kırmızı	

S11: Fotoğraf işleme programlarında genelde fotoğraflar çeşitli amaçlar için işlenmektedir. Aşağıda yer alan programlardan hangisinde işlenmek istenen bir fotoğraf büyütülünce bozulmaz?

a. Picassa	K11[]
b. PhotoShop	
c. Benvista Photo Zoom pro	
d. MakeUp Instrument	

S12: Fotoğrafın boyutu ve çözünürlüğü konusunda temel terimler ile ilgili aşağıdaki bilgilerden hangisi yanlıştır?

a. Görüntüyü oluşturan en küçük birime piksel denir.	K12[]
b. 1 inç karede bulunan piksel sayısı o fotoğrafın çözünürlüğünü gösterir.	
c. Fotoğrafın çözünürlüğünün yazılımsal olarak arttırılması yüksek çözünürlüklü fotoğrafların oluşmasını sağlar.	
d. 1 inç kareye düşen nokta sayısına lpi denir.	

S13: Sosyal medyada karşılaştığımız görsellerin büyük çoğunluğu sıkıştırılarak bizlere ulaştırılmaktadır. Aşağıdaki sıkıştırma formatlarından hangisi en az rengi desteklemektedir?

a. Png	K13[]
b. Gif	
c. Jpeg	
d. Tiff	

S14: Fotoğraf üretim, değiştirme ve kullanım sürecinde CMYK renk sistemi eskiden beri bilinen bir gerçektir. CMYK renk sistemi aşağıdakilerden hangisinde kesinlikle kullanılmamalıdır?

a. Monitörlerde	K14[]
b. Matbaada	
c. Dijital Baskıda	
d. Renkli yazıcılarda	

S15: Teknolojinin sunduğu imkanlar fotoğraf sanatında yeni sektörlerin oluşmasını sağlamıştır. Bu bağlamda Hava fotoğrafı çekiminde aşağıdaki noktalardan hangisinin önem derecesi, en azdır?

a. Uçuş hızı	K15[]
b. Objektifin odak uzaklığı	
c. Filtre kullanımı	
d. Asa derecesi	

S16: Işığın geliş açısı fotoğrafın oluşumunda hayati bir öneme sahiptir. Güneş ışığının veya yapay ışıkların fotoğraflanacak alana kırılmadan dik olarak gönderilmesi işlemine ne denilir?

a. İçe ait aydınlatma	K16[]
b. Dışa ait aydınlatma	
c. Yumuşak aydınlatma	
d. Sert aydınlatma	

S17: Fotoğraf Karesi içindeki konuları göze hoş gelecek şekilde seçmek ve diğer bir deyişle düzenleme işi olarak tanımlanan işleme ne ad verilir?

a. Fotoğraf düzenleme	K17[]
b. Fotoğrafta kompozisyon	
c. Fotoğrafi yorumlama	
d. Fotoğraf seçme	

S18: Her rengin bir dili vardır. Aşağıda ki renklerden hangisi ölümü, geçmişi, mutsuzluğu akla getirmektedir?

a. Siyah	K18[]
b. Kırmızı	
c. Mavi	
d. Yeşil	

S19: Fotoğraf ve Video çalışmalarında kompozisyonun en önemli öğelerinden biridir. Birbirini tamamlayan şekil, renk ya da aydınlık veya karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasına ne denilir?

a. Denge	K19[]
b. Işık	
c. Kontrast	
d. Hareket	

S20: Aşağıdaki düşüncelerden hangisi Estetik bir kompozisyona anlam katan Belirginlik-Sadelik öğeleri için düşünülemez?

a. İstenmeyen öğelerin çerçeve dışında kalmasını sağlamak	K20[]
b. Değişik bir çekim noktasının kullanılmasını sağlamak	
c. Farklı odak uzunluğuna sahip objektifler kullanmak	
d. Birbirinden farklı ve bağımsız karmaşık görüntüleri bir arada kullanmak	

S21: Kelime anlamı, “zıtlık” demektir. Fotoğrafta yer alan öğelerin gerek ışık, gerek objeler ve gerekse renk bakımından karşıt bir anlam ifade edecek şekilde yer almasına ne ad verilir?

a. Denge	K21[]
b. Işık	
c. Kontrast	

d. Hareket	
-------------------	--

S22: Bize yakın cismin büyük, uzak cismin küçük görünmesi olayına denir. Boş bırakılan yere aşağıda yer alan Kompozisyon öğelerinden hangisi getirilmelidir?

a. Zamanlama b. Işık c. Perspektif d. Hareket	K22[]
--	--------

S23: Fotoğrafta keskinlik çeşitli etkenlere bağlıdır.Aşağıdakilerden hangisi bu etkenlerdendir?

a. Netleme olayına bağlı keskinlik b. Gelen ışığın türüne bağlı keskinlik c. Çözümleme gücüne bağlı keskinlik d. Hepsi	K23[]
---	--------

S24: Aşağıdaki öğelerden hangisi Fotoğrafın Plastik öğelerindendir?

a. Nokta b. Leke c. Biçim d. Hepsi	K24[]
---	--------

S25: “Işık konuya yatık geldiği hallerde belirginleşen bir vurgulama ögesidir. Işık geliş yönü konunun yapısal özelliklerini ortaya koymak için önemlidir. Örneğin girintili çıkıntılı bir yüzey, dik gelen ışık altında detay vermeyen, boş bir alan olarak görülür.”

Yukarıda Plastik öğelerinden hangisinden bahsedilmektedir?

a. Doku b. Ton c. Yön d. Nokta	K25[]
---	--------

S26: Plastik öğelerde noktadan sonra gelen ve görsel tasarımda önemli bir işlev gören çizgi; fotoğrafta aşağıdakilerden hangisinin oluşumuna doğrudan katılırlar?

a. Doku (çizgisel dokular) b. Ton (çizgisellikle ton-aydınlık değerleri) c. Kenarlarla biçimlerin (kalın-ince, durgun-hareketli, düz-eğri) d. Hepsi	K26[]
--	--------

S27: Ahlak kurallarını ve bunların nitelikleriyle uygulamalarını konu alan bilim dalına ne denilir?

A. Estetik	K27[]
-------------------	--------

B. Plastik	
C. Etik	
D. Fotoğraf	

S28: Fotoğraf ve video eserlerinin özellikle günümüz sosyal medya ağlarında referans verilmeden kullanılması ciddi bir sorun oluşturmaktadır. Bu bağlamda; Eser sahibine rızası olmaksızın eserin kopyalanmasını, değiştirilmesini, dağıtılmasını veya çoğaltılmasını önleyen kurallar ve kanunlar la korunmuş olan haklarına ne denilir.

a. Telif Hakları	K28[]
b. Fikir ve Sanat Hakları	
c. Eserleri Koruma Kanunu	
d. Sanat Hakları	

S29: Köpeklerin saldırısına uğrayan bir kadını kurtarmak yerine fotoğrafını çeken bir sanatçı; Etik açıdan aşağıdaki değerlerden hangisini ihmal etmiş olabilir?

a. Etik-Sanat	K29[]
b. Etik-İnsan Hakları	
c. Etik-Estetik	
a. Etik-Benlik	

S30: Kısaltılışı FSEK olan kuruluşun açılımı ve tarihi aşağıdakilerden hangisidir?

a. Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu-1952	K30[]
b. Fikir ve Sanat Eserleri Kurumu-1953	
c. Fikir ve Sanat Eserleri Kurulu-1952	
d. Fikir ve Sanat Eserleri Kavramı-1952	

S31: Sosyal medya alanı içerisinde mesleğine yönelik görsel üretim-tüketim konusunda kendisini Fotoğraf ve Video Sanatı konusunda sanatsever/sanatçı olarak gören birisinin Etik açıdan sanata yaklaşımı aşağıdakilerden hangisi olması beklenir?

a. Sanata ve sanatçının emeğine saygılıdır.	K31[]
b. Evrensel ahlak ve insan haklarına saygılıdır.	
c. Sanatın daha geniş kitlelere yayılmasını hedeflemektedir.	
d. Hepsi	

EK-2 Tutum / Görüş Belirleme Formu

S32: Aşağıdaki cümlelere katılım ve uygulama düzeyinizi 1 – 5 arası puanlandırabilir misiniz?

Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	2	3	4	5
Sosyal medyada fotoğraf okumalarını yaparken geometrik biçimler konusunda Kübizmden esinlendiğimi düşünüyorum.				K32[]
Kavramsal sanat ile Sosyal medyada fotoğraf sorgulanır hale gelmiştir.				K33[]
Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların alt ya da üst açıdan çekilmesi bir amaca hizmet ederek gerçekliği bozmaktadır.				K34[]
Sosyal medyada alanında büyük objeleri yakından çekerek kullanmak için en uygun objektif türü Geniş açılı olanıdır.				K35[]
Sosyal medyada kullanılan fotoğraf ve videoların heybetli görüntü verebilmesi için Alt Bakış Açısı ile çekildiğini ve çeşitli işleme programları ile değiştirileceğini biliyorum ve uyguluyorum				K36[]
Sosyal medyada kullanılan profil fotoğraflarının çekiminde pozometrenin kullanılması risk faktörünü azaltmaktadır.				K37[]
Farklı mesafelerdeki konuların çekiminde alan derinliğinin önemini kavrayabiliyorum				K38[]
Perspektif bozukluklarında doğru sonuç elde etmek için objektif türü ve çekim açısı belirleyicidir.				K39[]
Sosyal medyada iyi bir fotoğrafı fark ederek seçmem, Işık kaynaklarının renk sıcaklıklarının biliyor olmama borçluyum.				K40[]
Sosyal medyada, solgun çıkan portre çekimlerinde hatayı düzeltmenin sarı filtre ile olacağını hemen fark edişim, okulda yaptığım uygulamalar ile alakalıdır.				K41[]
Okulda; Fotoğraf ve video işleme programlarının hakkıyla anlatıldığını, uygulandığını düşünüyorum				K42[]
Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video ögesi ile karşılaştığım zaman kesinlikle boyut ve çözünürlük (Piksel) derecesi ağdan ayrılma ya da kalma tercihimde belirleyici olmaktadır.				K43[]
Video paylaşımlarında sıkıştırmanın gereksinim olduğunu bildiğimi için program kullanıyorum				K44[]
Okulda çeşitli amaçlar doğrultusunda ürettiğim dergi, sergi, ödev ve baskılar nedeniyle baskıda kullanılan CMYK renk sistemini uygulamalı olarak öğrendim				K45[]
Okulda kullanılan teknik donanım sebebi ile sosyal medya ağlarında paylaşılan havadan çekilmiş bir görüntüyü anlarım ve kritik yaparım.				K46[]
Sosyal medya ağlarında Sert Aydınlatma ile çekilmiş bir fotoğraf yada video gördüğümde				K47[]

ışıklandırma ile ilgili sorunu anlarım; Çünkü, Fotoğraf ve Video Alanı bünyesinde aydınlatma ile ilgili stüdyo ekipmanlarının ihtiyaca cevap verdiğine inanıyorum.	]
Fotoğraf ve video alanı ders içeriklerinin ; sektör gereksinimlerini ortaya konulan başarılı kompozisyonlar ile yansıttığını ve sosyal medyayı okumada etkili olduğunu düşünüyorum.	K48[]
Sosyal medyada karşılaştığım görsellerde seçilen renk dilinin beğenimi etkilediğini düşünüyorum	K49[]
Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında birbirini tamamlayan aydınlık (şekil ve renk) ve karanlık alanların göze hoş görünecek şekilde ayarlanmasını Estetik açıdan önemli görüyorum.	K50[]
Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında, belirginlik ve sadelik açısından yer alan görüntülerde olmasını istemediğim öğelerin temizlenmesini fark eder ve önemsiyorum.	K51[]
Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında renk kontrastı kullanılmış bir kompozisyon ile zıt renklerden oluşturulmuş bir kompozisyonu fark ederek yorumlarım.	K52[]
Fotoğraf ve video paylaşım ağlarında perspektifi bozuk olan bir görsel ile karşılaştığımda yanlış fark ederek doğru şekilde düzenleme yapabilirim.	K53[]
Estetik açıdan bir görsel okuması ya da uygulaması yaparsam, Keskinlik öğesinin ; netleme, gelen ışığın türü ve çözümleme gücü gibi etkenlere bağlı olduğunu biliyorum ve anlıyorum.	K54[]
Fotoğrafın plastik öğelerini (nokta, çizgi, doku, renk, biçim, ölçü, ton ve renk dili) sosyal medyada üretim ve tüketimini yaptığım çalışmalarında kullanarak uygulamaya çalışıyorum.	K55[]
Sosyal medyadaki görsel paylaşımlarımda Plastik öğelerden doku ile ilgili zıtlıkları (Sert-yumuşak, kuru-ıslak, parlıtlı-mat, pürüzlü-pürüzsüz, organik-inorganik, doğal-yapay) fark eder ve anlam derinliğini kurarım.	K56[]
Konumu ve yönü ile hareketten ritim etkisine kadar görüntünün baskın karakteri olan çizgisellik öğesini paylaşım sitelerinde çalışmalarında kullanabiliyorum.	K57[]
Sanat eseri olsun veya olmasın bir kişinin fotoğraf ve videosunu yasa dışı kullanmak emeğe saygısızlıktır. Türkiye’de etiksel olarak Telif Haklarına uyulması zorunlu hale getirilmelidir.	K58[]
Sosyal medya ortamlarında; fotoğraf ve video kullanımında yasal çerçeveye uygun davranmayı bir gereklilik olarak biliyorum ama uygulamıyorum.	K59[]
Etik açıdan sanat anlayışım içerisinde İnsan hakları her şeyden önceliklidir.	K60[]
Ülkemizde Fotoğraf ve Video sanatının da içerisinde yer aldığı, “fikir ve sanat eserleri üzerindeki hakların çağdaş anlamda hukukî güvenceye bağlanması kanunu” yaptırımı olmayan bir kanundur.	K61[]
Fotoğraf ve Video alanında sosyal paylaşımlarda bulunan sanatsever ya da sanatçı ; dil, din, ırk, siyasi görüş, ideolojik ayırım yapmaksızın herkese eşit ve adil davranmalıdır.	K62[]

EK-3 Sosyal Medya Ağları kullanımı Formu

S33: Genelde günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?

1) 1 saatten az	K62[]
2) 2 saatten az	
3) 2-4 saat arası	
4) 4 saatten fazla	

S34: İnterneti en çok hangi amaçla kullanırsınız?

1) Fotoğraf ve video izleme ve paylaşımı	K63[]
2) Oyun/eğlence amaçlı vakit geçirme	
3) Haber okuma ve bilgi alışverişi	
4) Film, program ve müzik indirme	
5) Müzik ve radyo dinleme ile Televizyon izleme	

S35: Günlük yaşamda internete bağlanırken en çok hangi aracı kullanırsınız?

1) Cep Telefonu	K64[]
2) Tablet	
3) Bilgisayar / Laptop	
4) Televizyon	

S36: Sosyal medyayı kullanma sıklığınız nedir?

1) Her an devamlı	K65[]
2) Her gün 4-5 defa	
3) Haftada 4-5 gün	
4) Ayda 4-5 gün	

S37: En çok hangi sosyal ağları kullanırsınız?

1) Facebook	K66[]
2) Twitter	K67[]
3) whatshap	K68[]
4) Instagram	K69[]
5) Viber	K70[]

S38: Fotoğraf paylaşım sitelerinde kendinize ait fotoğraf paylaşıyor musunuz?

1) Evet	K71[]
2) Hayır	

S39: Fotoğraf paylaşım sitelerini takip eder misiniz?

1) Evet	K72[]
---------	--------

2) Hayır	
----------	--

Aşağıdaki cümlelere katılım ve uygulama düzeyinizi 1 – 5 arası puanlandırabilir misiniz?

Günde 1 saatten az	Günde 1-2 saat arası	Hafta 4-5 saat	Ayda 4-5 saat	İşim olduğu zaman
1	2	3	4	5

S40:Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım sitelerini hangi sıklıkla kullanırsınız?

Instagram	K73[]
Flickr	K74[]
Fotolog	K75[]
Picasa	K76[]
Dailybooth	K77[]
PhotoBucket	K78[]
Gravatar	K79[]
Panoramio	K80[]
Foodspotting	K81[]
DeviantART	K82[]

S41:Fotoğraf kullanımlı sosyal paylaşım sitelerindeki fotoğraflarında teknik ve ilkesel olarak; Estetik-Plastik-Etik değerlerin gereklerine dikkat ediyor musunuz?

1) Evet	K83[]
2) Hayır	

S42:Fotoğraflarınızı sosyal medyada değerlendiren birisi olarak bölümünüzde; Sayısal fotoğraf teknolojisi ile birlikte karanlık oda kullanımına ihtiyaç var mıdır?

1) Evet	K84[]
2) Hayır	

S43: Video paylaşım sitelerinde kendinize ait video paylaşıyor musunuz?

1) Evet	K85[]
2) Hayır	

S44: Video paylaşım sitelerini takip eder misiniz?

1) Evet	K86[]
2) Hayır	

Aşağıdaki cümlelere katılım ve uygulama düzeyinizi 1 – 5 arası puanlandırabilir misiniz?

Günde 1 saatten az	Günde 1-2 saat arası	Hafta 4-5 saat	Ayda 4-5 saat	İşim olduğu zaman
--------------------	----------------------	----------------	---------------	-------------------

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

S45:Video kullanımlı sosyal paylaşım sitelerini hangi sıklıkla kullanırsınız?

Youtube	K87[]
Vimeo	K88[]
DailyMotion	K89[]

S46:Video kullanımlı sosyal paylaşım sitelerindeki klip, film ve video art gibi çalışmalarında teknik ve ilkesel olarak; Estetik-Plastik-Etik değerlerin gereklerine dikkat ediyor musunuz?

1) Evet	K90[]
2) Hayır	

S47:Videolarını sosyal medyada değerlendiren biri olarak bölümünde; dijital teknolojinin takip edilmesi ve uygulanmasını yeterli görüyor musunuz?

1) Evet	K91[]
2) Hayır	

S48:Fotoğraf ve video öğrencisi olarak Sosyal paylaşım siteleri içerisinde Fotoğraf ve Video paylaşım tabanlı siteleri tercih etmenizın sebebi nedir? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz)

Ürettiklerimle göz önünde olmak istiyorum	K92[]
Yeteneklerimi bu yolla açığa vurabilirim	K93[]
Uzmanlaşmak istiyorum	K94[]
Okula destekleyici ve faydalı olarak buluyorum	K95[]
Sosyal medyayı geleceğin pazarı olarak görüyorum	K96[]
Sadece okulda öğretilenler ile iş bulamayacağıma inanıyorum	K97[]
Sanat dili üzerinde insanlar ile iletişim geçerek çevre edinme isteği	K98[]
Diğer siteleri açıkçası zaman kaybı olarak görüyorum	K99[]

S49:Facebook hesabınızın Fotoğraf ve video üretimimize ne tür katkıları olmaktadır?

Sanatsal fotoğraf ve videolarımı arkadaşlarımla paylaşıyorum	K100[]
Sanatsal açıdan kişi ve markaları takip ediyorum	K101[]
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu buradan yaparım	K102[]
Sanatsal paylaşımlarımla ilgili geri dönütler beni geliştiriyor	K103[]
Her şeyden önemlisi herkesle iletişime geçiyorum	K104[]

S50:Facebook hesabınızın Fotoğraf ve video üretimimize ne tür katkıları olmaktadır?

Sanatsal fotoğraf ve videolarımı arkadaşlarımla paylaşıyorum	K100[]
--	---------

Sanatsal açıdan kişi ve markaları takip ediyorum	K101[]
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu buradan yaparım	K102[]
Sanatsal paylaşımlarımla ilgili geri dönütleri buradan sağlıyorum	K103[]
Her şeyden önemlisi herkesle iletişime geçiyorum	K104[]
Katkısı olduğuna inanmıyorum	K105[]

S51: Twitter hesabınızın Fotoğraf ve video üretimimize ne tür katkıları olmaktadır?

Sanatsal fotoğraf ve videolarımı arkadaşlarımla paylaşıyorum	K106[]
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu buradan yapıyorum	K107[]
Her şeyden önemlisi herkesle iletişime geçiyorum	K108[]
Çok katkısı olacağına inanmıyorum	K109[]

S52: Whatshap hesabınızın Fotoğraf ve video üretimimize ne tür katkıları olmaktadır?

Sanatsal fotoğraf ve videolarımı yakın arkadaşlarımla paylaşıyorum	K110[]
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu arkadaşlarıma iletıyorum	K111[]
Fotoğraf ve video paylaşımından çok iletişim amaçlı kullanıyorum	K112[]
Çok katkısı olacağına inanmıyorum	K113[]

S53: Instagram hesabınızın Fotoğraf ve video üretimimize ne tür katkıları olmaktadır?

Sanatsal fotoğraf ve videolarımı yakın arkadaşlarımla paylaşıyorum	K114[]
Sergi, workshop ve sanatsal faaliyetlerimin duyurusunu arkadaşlarıma iletıyorum	K115[]
Daha çok fotoğraf ve video paylaşımlarımı buradan yaparım	K116[]
Fotoğraf video paylaşımı konusunda Facebook'a alternatif bir mecraadır.	K117[]

S54: Youtube ve Vimeo alanlarının Fotoğraf ve video üretimimize ne tür katkıları olmaktadır?

Sanatsal videolarımı kaliteli şekilde paylaşıyorum	K118[]
Mesleki anlamda film, fragman ve mesleki çalışmaları izliyorum	K119[]
Alanımla ilgili videoları kolaylıkla izliyorum	K120[]
Kaçırdığım televizyon programlarının tekrarını buradan izleyebilirim	K121[]
Sosyal paylaşım siteleri içinde video takipleri için en profesyonel mecraadır	K122[]

EK-4 Öğrenci Başarı Testi Geçerlilik Madde Analizi

QUICK EXAMINEE RESULTS

Number of Examinees = 60

Total Possible Score= 31

Minimum Score = 4,000 = 12,9%

Maximum Score = 26,000 = 83,9%

Median Score = 19,000 = 61,3%

Mean Score = 17,250 = 55,6%

Standard Deviation = 5,952

Variance = 35,421

Skewness = -0,855 (ÇARPIKLIK +-1 ARASINDA NORMAL DAĞILIM)

Kurtosis = -0,342 (BASIKLIK +-1 ARASINDA NORMAL DAĞILIM)

Click the "View Examinee Output" button above to VIEW or SAVE or PRINT the detailed Examinee results or hit F5 on your keyboard (similarly for detailed Items and Options output, but FULL TEST does not include Options or Examinee).

QUICK TEST/ITEM RESULTS

Number of Items Excluded = 0

Number of Items Analyzed = 31

Mean Item Difficulty = 0,556

Mean Discrimination Index = 0,469

Mean Point Biserial = 0,440

Mean Adj. Point Biserial = 0,383

KR20 (Alpha) = 0,855 (GÜVENİLİRLİK KATSAYISI 0,50 NİN ÜSTÜNDE)

KR21 = 0,810

SEM (from KR20) = 2,270

High Grp Min Score (n=17) = 22,000

Low Grp Max Score (n=16) = 13,000

Potential Problem Items = 6 (HATALI SORULAR)

defined as: difficulty <= 0,20(0)

or: difficulty >= 0,95(1)

or: D index <= 0,00(3)

or: AdjPtBiserial <= 0,00(4)

TITLE: Maddean

COMMENT:

*

Full Test Analysis

*

=====

Examinee Score Summary

=====

Number of Examinees = 60

Total Possible Score= 31

Minimum Score = 4,000 = 12,9%

Maximum Score = 26,000 = 83,9%

Median Score = 19,000 = 61,3%

Mean Score = 17,250 = 55,6%

Standard Deviation = 5,952

Variance = 35,421

Skewness = -0,855

Kurtosis = -0,342

=====

Score Frequency Table

=====

	Z	Rel.	Cum.	Cum.	Percentile	Normalized	
Score	Score	Freq.	Freq.	Freq.	Percent	Rank	Stanine Zn Score
4	-2,23	1	0,017	1	1,67	0,8	1 -2,39
5	-2,06	5	0,083	6	10,00	5,8	2 -1,56
8	-1,55	3	0,050	9	15,00	12,5	3 -1,15
9	-1,39	1	0,017	10	16,67	15,8	3 -1,00
11	-1,05	1	0,017	11	18,33	17,5	3 -0,93
13	-0,71	5	0,083	16	26,67	22,5	4 -0,75
15	-0,38	1	0,017	17	28,33	27,5	4 -0,59
16	-0,21	3	0,050	20	33,33	30,8	4 -0,50
17	-0,04	2	0,033	22	36,67	35,0	4 -0,38
18	0,13	7	0,117	29	48,33	42,5	5 -0,01
19	0,29	4	0,067	33	55,00	51,7	5 0,04
20	0,46	6	0,100	39	65,00	60,0	6 0,25
21	0,63	4	0,067	43	71,67	68,3	6 0,47
22	0,80	6	0,100	49	81,67	76,7	7 0,72
23	0,97	4	0,067	53	88,33	85,0	7 1,03

24	1,13	6	0,100	59	98,33	93,3	8	1,50
26	1,47	1	0,017	60	100.00	99,2	9	2,39

=====

Totals: 60 1,000

=====

Bar Graph

=====

Score Count Graph (each @ represents 1 case)

4,00	1	@
5,00	5	@@@@@
6,00	0	
7,00	0	
8,00	3	@@@
9,00	1	@
10,00	0	
11,00	1	@
12,00	0	
13,00	5	@@@@@
14,00	0	
15,00	1	@
16,00	3	@@@
17,00	2	@@
18,00	7	@@@@@@@
19,00	4	@@@@
20,00	6	@@@@@@
21,00	4	@@@@
22,00	6	@@@@@@
23,00	4	@@@@
24,00	6	@@@@@@
25,00	0	
26,00	1	@

=====

Stem-and-Leaf Display

=====

Stem Leaves (width=10)

0 . 4
0 . 555558889
1 . 133333
1 . 5666778888889999
2 . 000000111122222333344444
2 . 6

TITLE: Başarı Test Madde Analizi

COMMENT:

*

Item and Test Analysis

*

	Number	Item	Disc.	# Correct	# Correct	Point	Adj
Item	Key	Correct	Diff	Index in High Grp	in Low Grp	Biser	PtBis

Item 01 (1)	53	0,88	0,32	16 (0,94)	10 (0,63)	0,61	0,57
Item 02 (3)#	13	0,22	-0,01	3 (0,18)	3 (0,19)	0,04	-0,03
Item 03 (3)	48	0,80	0,19	15 (0,88)	11 (0,69)	0,15	0,09
Item 04 (2)	34	0,57	0,64	13 (0,76)	2 (0,13)	0,58	0,53
Item 05 (3)	45	0,75	0,75	17 (1,00)	4 (0,25)	0,79	0,76
Item 06 (3)	47	0,78	0,75	17 (1,00)	4 (0,25)	0,84	0,82
Item 07 (2)#	14	0,23	-0,01	3 (0,18)	3 (0,19)	0,15	0,08
Item 08 (1)	45	0,75	0,63	17 (1,00)	6 (0,38)	0,60	0,55
Item 09 (2)	38	0,63	0,51	14 (0,82)	5 (0,31)	0,48	0,41
Item 10 (3)	16	0,27	0,64	12 (0,71)	1 (0,06)	0,45	0,39
Item 11 (3)	13	0,22	0,41	8 (0,47)	1 (0,06)	0,30	0,23
Item 12 (4)	16	0,27	0,58	11 (0,65)	1 (0,06)	0,37	0,30
Item 13 (2)	17	0,28	0,34	9 (0,53)	3 (0,19)	0,32	0,24
Item 14 (1)	26	0,43	0,64	14 (0,82)	3 (0,19)	0,49	0,43
Item 15 (3)	13	0,22	0,53	9 (0,53)	0 (0,00)	0,36	0,30
Item 16 (4)	48	0,80	0,50	16 (0,94)	7 (0,44)	0,64	0,59
Item 17 (2)#	30	0,50	0,21	10 (0,59)	6 (0,38)	0,04	-0,05

Item 18 (1)	43	0,72	0,45	14 (0,82)	6 (0,38)	0,55	0,49
Item 19 (1)	22	0,37	0,52	11 (0,65)	2 (0,13)	0,39	0,31
Item 20 (4)	35	0,58	0,75	17 (1,00)	4 (0,25)	0,56	0,50
Item 21 (3)	41	0,68	0,94	17 (1,00)	1 (0,06)	0,76	0,73
Item 22 (3)#	57	0,95	0,19	17 (1,00)	13 (0,81)	0,41	0,38
Item 23 (4)	46	0,77	0,81	17 (1,00)	3 (0,19)	0,80	0,78
Item 24 (4)	36	0,60	0,51	14 (0,82)	5 (0,31)	0,50	0,43
Item 25 (1)	40	0,67	0,40	11 (0,65)	4 (0,25)	0,42	0,35
Item 26 (4)	24	0,40	0,40	9 (0,53)	2 (0,13)	0,39	0,32
Item 27 (3)	49	0,82	0,63	17 (1,00)	6 (0,38)	0,71	0,67
Item 28 (1)	41	0,68	0,81	17 (1,00)	3 (0,19)	0,75	0,71
Item 29 (2)#	35	0,58	0,02	11 (0,65)	10 (0,63)	-0,04	-0,12
Item 30 (1)#	20	0,33	-0,21	6 (0,35)	9 (0,56)	-0,37	-0,44
Item 31 (4)	30	0,50	0,71	12 (0,71)	0 (0,00)	0,60	0,54

=====

=====

marks potential problems (p<0,2 or p>0,95, D<0, pbis<0, adjpbis<0)

These results have been sorted by item number

=====

=====

Number of Items Excluded = 0

Number of Items Analyzed = 31

Mean Item Difficulty = 0,556

Mean Discrimination Index = 0,469

Mean Point Biserial = 0,440

Mean Adj. Point Biserial = 0,383

KR20 (Alpha) = 0,855

KR21 = 0,810

SEM (from KR20) = 2,270

High Grp Min Score (n=17) = 22,000

Low Grp Max Score (n=16) = 13,000

Potential Problem Items = 6

defined as: difficulty <= 0,20(0)

or: difficulty >= 0,95(1)

or: D index <= 0,00(3)

or: AdjPtBiserial <= 0,00(4)

Split-Half (1st/ 2nd) Reliability = 0,737 (with Spearman-Brown = 0,849)
 Split-Half (Odd/Even) Reliability = 0,809 (with Spearman-Brown = 0,894)

Minimum Item Diff. = 0,217, Maximum Item Diff. = 0,950
 Minimum Disc. Index = -0,210, Maximum Disc. Index = 0,938
 Minimum Pt. Biserial = -0,374, Maximum Pt. Biserial = 0,838

To obtain a KR-20 Reliability of .80, the test must be 0,68 times as long,
 for a total of 21 items of similar quality to those in the test now.

To obtain a KR-20 Reliability of .90, the test must be 1,53 times longer,
 for a total of 47 items of similar quality to those in the test now.

*

Additional Item Analysis

*

	Scale Mean	Scale SD	KR20	SEM	Adjusted	
	if Item	if Item	if Item	if Item	Biserial	Biserial
Item	Deleted	Deleted	Deleted	Deleted	Correl.	Correl.
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Item 01	16,367	5,762	0,847	2,256	0,996	0,938
Item 02	17,033	5,950	0,860+	2,223	0,055	-0,042
Item 03	16,450	5,903	0,857+	2,230	0,220	0,125
Item 04	16,683	5,676	0,846	2,230	0,737	0,663
Item 05	16,500	5,614	0,839	2,249	1,000	1,000
Item 06	16,467	5,611	0,839	2,253	1,000	1,000
Item 07	17,017	5,903	0,858+	2,225	0,206	0,109
Item 08	16,500	5,702	0,845	2,241	0,817	0,750
Item 09	16,617	5,736	0,849	2,228	0,614	0,529
Item 10	16,983	5,766	0,850	2,234	0,605	0,521
Item 11	17,033	5,842	0,854	2,233	0,417	0,326
Item 12	16,983	5,804	0,852	2,231	0,494	0,404
Item 13	16,967	5,825	0,854	2,227	0,420	0,326
Item 14	16,817	5,723	0,849	2,226	0,623	0,539

Item 15	17,033	5,817	0,852	2,235	0,503	0,416
Item 16	16,450	5,705	0,845	2,248	0,910	0,849
Item 17	16,750	5,954	0,863+	2,204	0,046	-0,060
Item 18	16,533	5,717	0,847	2,237	0,730	0,655
Item 19	16,883	5,782	0,852	2,224	0,495	0,402
Item 20	16,667	5,691	0,847	2,230	0,705	0,628
Item 21	16,567	5,605	0,840	2,243	0,997	0,950
Item 22	16,300	5,866	0,852	2,259	0,862	0,796
Item 23	16,483	5,617	0,839	2,251	1,000	1,000
Item 24	16,650	5,724	0,849	2,227	0,631	0,547
Item 25	16,583	5,771	0,851	2,227	0,539	0,450
Item 26	16,850	5,776	0,852	2,223	0,500	0,408
Item 27	16,433	5,684	0,843	2,252	1,000	0,981
Item 28	16,567	5,611	0,840	2,243	0,981	0,933
Item 29	16,667	5,991	0,865+	2,202	-0,048	-0,152
Item 30	16,917	6,144	0,873+	2,193	-0,485	-0,570
Item 31	16,750	5,665	0,845	2,230	0,755	0,682

=====

=====

+ indicates that KR20 (0,855) improves if the item is removed

Mean Biserial Correlation = 0,591

Minimum Biserial Corr. = -0,485

Maximum Biserial Corr. = 1,000

*

Answer Key Analysis

*

=====

Bar Chart for Correct Answer Usage

=====

Answer Key Count Graph (each @ represents 1 case)

Option 1/A 8 @@@@ @@@@

Option 2/B 6 @@@@ @

Option 3/C 10 @@@@ @@@@ @@@

Option 4/D 7 @@@@ @@@

Bar Chart for Number of Options Usage

Options Count Graph (each @ represents 1 case)

2 Options 0

3 Options 0

4 Options 31 @@@@

Item Included, Answer Key, Additional Correct Options

ITEMS INCLUDED:

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31

ITEMS EXCLUDED:

No Items were EXCLUDED from the analysis

CORRECT ANSWERS (Item#-Key):

1-1 # 2-3 # 3-3 # 4-2 # 5-3 # 6-3 # 7-2 # 8-1 # 9-2 #10-3

#11-3 #12-4 #13-2 #14-1 #15-3 #16-4 #17-2 #18-1 #19-1 #20-4

#21-3 #22-3 #23-4 #24-4 #25-1 #26-4 #27-3 #28-1 #29-2 #30-1

#31-4

ÖZ GEÇMİŞ

1. Ad – Soyad: Erkan ÇİÇEK
2. Doğum Tarihi: 01.01.1981
3. Unvanı: Öğretim Görevlisi

1- Öğrenim Durumu

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Radyo, Televizyon ve Sinema	İstanbul Üniversitesi	2000
Y. Lisans	Radyo ve Televizyon	Marmara Üniversitesi	2013
Doktora	İletişim Tasarım	Yıldız Teknik Üniversitesi	2014- devam

2- Akademik Ünvanlar

Ünvan	Üniversite	Fakülte / Bölüm	Yıl
Öğretim Görevlisi	Yıldız Teknik Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi / Sanat Bölümü / Fotoğraf ve Video Anabilim Dalı	2014 - ...
Araştırma Görevlisi	Tunceli Üniversitesi	İletişim Fakültesi / Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü	2013-2014

Öğretim Görevlisi	Niğantaşı Üniversitesi	MYO. Radyo Televizyon Programcılığı	2013
----------------------	------------------------	--	------------

3- Yayınlar

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında (Proceedings) Basılan Bildiriler

1. Çiçek, E. (29 Şubat-4 Mart 2016). **“İstanbul’un 19. Yüzyılında Gravürlerle Yaşam Sahneleri”** Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Engravist Uluslararası Baskıresim Etkinlikleri, İstanbul, Yıldız Teknik Üniversitesi, 76-82.
2. Çiçek, E. (05-07 Aralık 2016). **“Anton Ignaz Melling ile Silva Velazquez Gravür Sanatçılarının Yaşam Öyküleri 19. Yüzyılda İstanbulda Gravürler ile Yaşam Sahneleri”**, Gazi Üniversitesi 2. Uluslararası Sanat Sempozyumu Bildiri Kitabı, Ankara, Gazi Üniversitesi, 270-285.
3. Çiçek, E. (2015). **“A field study on the Impacts of Television on the Personality Development of Youth”**, National University of Political Studies and Public Administration, VII. European Conference on Social and Behavioral Sciences Bucharest, Romania. 110-121.
4. Çiçek, E. (2015). **“1990 Sonrası Yeni Dönem Türk Sineması”**, Kosova Priştina Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinde Konferans Bildiri Kitabı, Priştine, Prishtina Üniversitesi Sanat Fakültesi. 70-85.
5. Çiçek, E. (2015). **“Medya Okuryazarlık Düzeyi ile Medya Kullanımı Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması”**, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi: Sanatı Yönetmek Uluslararası Sanat Sempozyumu Bildiriler Kitabı, İstanbul, Yıldız Teknik Üniversitesi. 263-270.
6. Çiçek, E., Dolunay, Ahmet (04-06 Mayıs 2016). **“Medya Sanatının Güncel Öznesi”**, Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi: 1. UluslararasıÇizgi Film / Animasyon Sempozyumu, Kütahya, Dumlupınar Üniversitesi.
7. Çiçek, E. (04-06 Mayıs 2016). **“Medya Sanatının Güncel Öznesi”**, Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi: 1. UluslararasıÇizgi Film / Animasyon Sempozyumu, Uluslararası Plastik ve El Snatları Jurili Karma Sergisi, Kütahya, Dumlupınar Üniversitesi.
8. Çiçek, E. Ghoghghi Gonche (24-25 Mart 2016). **“İletişim, Medya ve Teknoloji Bağlamında Türkiyede Medya Okuryazarlığının İletişim Meslek Liselerinde Program İsimlendirmesi ile İçeriğinin Biçimlendirilmesinin İncelenmesi”**, 1. Uluslararası İletişim, Edebiyat, Müzik ve Sanat Çalışmalarında Güncel Yaklaşımlar Kongresi, Kocaeli.
9. Çiçek, E. ((24-25 Mart 2016). **“Sağlıksız İletişim”**, 1. Uluslararası İletişim, Edebiyat, Müzik ve Sanat Çalışmalarında Güncel Yaklaşımlar Kongresi, Kocaeli.

10. Çiçek, E. Öztürk, Ali. (01-02 Haziran 2016). **Türk Sinemasında Kara Film Örneği “Vavien”**, Yaratıcı Endüstriler Uluslararası Tasarım Sempozyumu , Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi:İstanbul.

Ulusal Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında Basılan Bildiriler

1. Çiçek, E. (05-06 Mayıs 2016). **“Güven-siz”**, 2. Ulusal Şişli Sempozyumu, Çalışma Yaşamı ve Disiplinlerarası Yaklaşımlar , Şişli Meslek Yüksekokulu. İstanbul.

2. Çiçek, E. (05-06 Mayıs 2016). **“Etik ve Çalışma Yaşamı Açısından Rakamlarla İletişim Fakültesi Mezunlarının İş Yaşamındaki Psikolojik ve Ekonomik İzdüşümleri”**, 2. Ulusal Şişli Sempozyumu, Çalışma Yaşamı ve Disiplinlerarası Yaklaşımlar , Şişli Meslek Yüksekokulu. İstanbul.

3. Çiçek, E. (04-05 Haziran 2015). **“Örnekleri ile Meslek Yüksek Okullarındaki Örgün Eğitimin İş Hayatındaki Yeri”**, I. Ulusal Şişli Sempozyumu, Türkiye’de Meslek Yüksekokulu Algısı Bildiriler Kitabı, İstanbul, Şişli Meslek Yüksekokulu. 329-339.

Diğer Yayınlar

1. Çiçek, E. Tüketime Eyvallah; Öze Kesinlikle Hayır, Objektif Gazetesi, 9. Sayı, 2008

2. Çiçek, E. Neden Vizonte, Vizonte Dergisi, 1. Sayı, 2007

3. Çiçek, E. Merhaba, Radyo Televizyon Dergisi, 2. Sayı, 2006

4. Çiçek, E. Öğretmenler Günü, Hayatı Seviyorum; Çünkü Öğretmenim, Stüdyo Dergisi, 1. Sayı, 2006

5. Çiçek, E. Yeryüzünde Halkla İlişkiler İnsanlıkla Başlar (Röportaj), Frekans Dergisi,

3. Sayı, 2005

6. Çiçek, E. Mevlana Celaleddin-i Rumi’yi Anmak, Vizyon Dergisi, 1. Sayı, 2005

Sanatsal Çalışmalar (Kişisel Sanatsal Etkinlikler)

1. Çiçek, E. Sergi, “Yaşam Kişisel Fotoğraf Sergisi”, Hollanda İ. Üniversitesi Sergi Salonu Rotterdam, Ağustos 2016.

2. Çiçek, E. Workshop, “Belgesel Çekmek”,Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi Fotoğraf ve Video Anasanat Dalı, İstanbul, 17 Ekim 2016.

3. Çiçek, E. Panel, “Sinemada Oyuncu Seçimi”, Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi Fotoğraf ve Video Anasanat Dalı, İstanbul, 7 Aralık 2015.
4. Çiçek, E. Seminer 1, “Sinemada Fimi Çekmek”, Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi Fotoğraf ve Video Anasanat Dalı, İstanbul, 25 Kasım 2016.
5. Çiçek, E. Seminer , “İnsan İlişkilerinde Rol Model”, Hazarbey Eğitim Kurumları, Kastamonu, 6 Nisan 2016
6. Çiçek, E. Bildiri-Konferans , “İletişim ve İnsan İlişkileri Bağlamında ‘Patch Adams’ Filmin Psiko –Rol Analizi” , Hazarbey Eğitim Kurumları, Kastamonu, 6 Nisan 2016
7. Çiçek, E. Workshop, “Patch Adams Filmi Üzerinde Fotoğraf ve Video Okumaları ”, Hazarbey Eğitim Kurumları, Kastamonu, 6 Nisan 2016
8. Çiçek, E. Sergi, “Yansıyanlar Kişisel Fotoğraf Sergisi”, Yıldız Teknik Üniversitesi, Yüksel Sabancı Sanat Merkezi, İstanbul, 2015.
9. Çiçek, E. Sergi, “Şehr-i Merdiven Kişisel Fotoğraf Sergisi”, Yıldız Teknik Üniversitesi, Yüksel Sabancı Sanat Merkezi, İstanbul, 2015.
10. Çiçek, E. Seminer, “Havadan Fotoğraf ve Video Çekiminde Yasal zemin ve Eğitimdeki Değeri”, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi Davutpaşa Kongre Merkezi, İstanbul, 2015.
11. Çiçek, E. Seminer, “Aydınlatma Estetiği ve Sanat Semineri”, Nişantaşı Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, İstanbul, 2014.
12. Çiçek, E. Atölye Çalışması, “Dijital Hayat”, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul, 2014.
13. Çiçek, E. “N.K.Ü. I. Uluslararası Posta Sanatı (Mail-Art) Bienali”, N.K.Ü. Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Tekirdağ, 23 Mart 2016.
14. Çiçek, E. “Öğr. Gör. Erkan Çiçek Ve Öğrencileri Karma Fotoğraf Sergisi”, Yıldız Teknik Üniversitesi, Yüksel Sabancı Sanat Merkezi, İstanbul, 26 Haziran 2015.
15. Çiçek, E. “İz(m) Kişisel Fotoğraf Sergisi”, Yıldız Teknik Üniversitesi, Yüksel Sabancı Sanat Merkezi, İstanbul, 18 Nisan 2016
16. Çiçek, E. “Şeh-ri Çarşı Kişisel Fotoğraf Sergisi”, Hazarbey Eğitim Kurumları ve Kastamonu Belediyesi Konferans Salonu, Kastamonu, 4-8 Nisan 2016
17. Çiçek, E. Yönetmen, “Tanıtım Film”, Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi, İstanbul, 2014.
18. Çiçek, E. Yönetmen, “**Kısa Film**”, Son Perde , İstanbul, 2009.
19. Çiçek, E. Yönetmen, “**Kısa Film**”, Bedel , İstanbul, 2008.
20. Çiçek, E. Yönetmen, “**Kısa Film**”, Ölüm , İstanbul, 2007.

21. Çiçek, E. Yönetmen, **“Kısa Film”**, Son Mektup , İstanbul, 2007.

Ortak Sanatsal Etkinlikler (Karma Sanatsal Etkinlikler)

1. Çiçek, E. **“N.K.Ü. I. Uluslararası Posta Sanatı (Mail-Art) Bienali”**, N.K.Ü. Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Tekirdağ, 23 Mart 2016.

2. Çiçek, E. **“Yıldız Sanat Festivali / Öğretim Elemanları Karma Sergisi”**, Yıldız Teknik Üniversitesi Yüksel Sabancı Sanat Merkezi, İstanbul, 1 Kasım – 14 Aralık 2014.

3. Çiçek, E. **“Serbest Karma Fotoğraf Festivali”**, Yıldız Teknik Üniversitesi Yüksel Sabancı Sanat Merkezi, İstanbul, 2015.

4. Çiçek, E. **“Teknopark Karma Afiş Sergisi”**, Yıldız Teknik Üniversitesi Yüksel Sabancı Sanat Merkezi, İstanbul, 2015.