

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM DALI

**SANAT EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN SANAT VE
ESTETİK TUTUMLARINA GÖRSEL KÜLTÜRÜN ETKİSİ**

ÖMER GÖKHAN TEMİZEL

DOKTORA TEZİ

Danışman

Doç. Dr. A. Gani Arıkan

Konya-2012



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	ÖMER GÖKHAN TEMİZEL	
	Numarası	085117021002	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ \ RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input checked="" type="checkbox"/>
	Tezin Adı	SANAT EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN SANAT VE ESTETİK TUTUMLARINA GÖRSEL KÜLTÜRÜN ETKİSİ	

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası

(İmza)



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



Eğitim Bilimleri Enstitüsü Mezuniyet Dilekçe Formu

Öğrencinin	Adı Soyadı	ÖMER GÖKHAN TEMİZEL		
	Numarası	085117021002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ \ RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input checked="" type="checkbox"/>	
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. A. Gani ARIKAN		
Tezin Adı	SANAT EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN SANAT VE ESTETİK TUTUMLARINA GÖRSEL KÜLTÜRÜN ETKİSİ			

Kimliği belirtilen danışmanı bulunduğum öğrencim, tez savunma sınavına girerek başarılı olmuş ve istenen düzeltmeleri tamamlamıştır. Mezuniyet işlemlerinin yapılabilmesi için gereğini saygılarımla arz ederim.

Önemli Not:

Bu, belge, Jüri tarafından istenen değişikliklerin tamamlandığını kontrol etmek amacıyla
(Danışmanın önerisi doğrultusunda)
Yüksek Lisans'ta danışman hariç en az 1 Jüri Üyesi,
Doktorada ise danışman hariç en az 2 Jüri Üyesi tarafından imzalanmalıdır

Jüri Üyesi Adı Soyadı İmzası	Jüri Üyesi Adı Soyadı İmzası	Jüri Üyesi Adı Soyadı İmzası	Danışman Adı Soyadı İmzası
Prof. Dr. Melek Gökhan Melez	Doç. Dr. Orhan Akbulut	Doç. Dr. Rıza Akbulut	Doç. Dr. Abdülgani ARIKAN
<i>Melez</i>	<i>Orhan</i>	<i>Rıza</i>	<i>A. Gani Arıkan</i>
Uygundur. Ana Bilim Dalı Başkanı Adı Soyadı İmzası			
<i>Prof. Yunus Akbulut</i>			

ÖNSÖZ

Görsel kültürü, genç nesillerin anlamlandırıp değerlendirmesi, tüketime ve üretim biçimlerine yansıtması, daha kolay, sınırsız, özgür ve denetimsizdir. Değişen bu yaşam biçiminin yansıtması görsel algının ve imgelerin en yoğun biçimde kullanıldığı sanat eğitimi de değişime zorlayabilmektedir. Bu çalışmada, geliştirilen tutum ölçeği ile sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel kültürün etkisinde sanat ve estetik tutumlarının ne düzeyde olduğunu ortaya çıkartılması sağlanmıştır.

Bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde birçok kişinin katkısı olmuştur. Özellikle, doktora öğrenciliğim boyunca ve bu araştırmanın her aşamasında göstermiş olduğu akademik destek ve katkılarının yanı sıra manevi desteğini de esirgemeyen değerli hocam ve tez danışmanım Sayın Doç. Dr. A.Gani ARIKAN'a teşekkürüm sonsuzdur. Tez izleme komitemde yer alarak değerli görüş ve önerileriyle araştırmama önemli katkılar sağlayan hocalarım Sayın Prof. Dr. Melek YILMAZ (Gökay)'a ve Sayın Doç. Dr. Birol GÜLNAR'a teşekkür ederim.

Ö.Gökhan TEMİZEL



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin

Adı Soyadı	Ömer Gökhan Temizel
Numarası	085117021002
Ana Bilim / Bilim Dalı	GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ \ RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora <input checked="" type="checkbox"/>
Tez Danışmanı	Doç. Dr. A. Gani Arıkan
Tezin Adı	SANAT EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN SANAT VE ESTETİK TUTUMLARINA GÖRSEL KÜLTÜRÜN ETKİSİ

ÖZET

Bu araştırmada amaçlanan, sanat eğitimi alan üniversite öğrencilerinin, sanat ve estetik tutumlarına görsel kültürün etkisinin saptanmasıdır. Bu saptamayı yapabilmek için 2010-2011 öğretim yılında Konya'da eğitim ve öğretim veren Selçuk Üniversitesi evren olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Resim-İş Öğretmenliği Bölümü lisans öğrencileri ve Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Lisans öğrencileri oluşturmaktadır.

Çalışmanın tasarım türü nedensellik ilişki tasarımıdır. Veri toplamak için tutum ölçeği geliştirilmiştir. Ölçek temelde dört bölüme ayrılmaktadır. Birinci bölümde, demografik verileri toplamayı amaçlayan sorular yer almıştır. İkinci bölümü de katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyleri sorgulanmış, üçüncü bölümde katılımcıların görsel kültürle ilgili tutumlarını ölçmeye yönelik sorulara yer verilmiş, son bölümde de görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerindeki etkisini ölçen sorular yer almıştır. Ölçek toplam 56 sorudan oluşmaktadır.

Verilerin çözümlenmesi SPSS 17.0 adlı program aracılığı ile yapılmış ve araştırma soruları ile hipotezleri sınarken uygun istatistiksel analizler kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde, korelasyon analizi, tek yönlü varyans analizi ve bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Verilerin analizinde öncelikle her bir değişkene ait bar grafikleri elde edilmiştir. Daha sonra test, ilişkili maddelere hipotez testi yapılarak sınanmıştır. İlişki derecelerini belirlemek amacıyla, Person ilişki analizi yapılmıştır. İlişki analizinin derecesini belirlemek için Pearson's R katsayısına bakılmıştır. Sonuç olarak, yapılan her bir test yorumlanmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular şöyle sıralanabilir;

Erkeklerin kadınlara göre görsel kültüre anlamlı bir şekilde daha fazla maruz kaldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların görsel kültür tutumuna sahip olma düzeyinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algılarına etkisine ilişkin tutum ortalamalarının orta düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyleri ile sahip oldukları görsel kültür tutumları arasında zayıf kuvvette, pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu ortaya koyulmuştur. Görsel kültür tutumu ile görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin sonuçlarda ise pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Görsel Kültür, Yeni Estetik, Postmodernizm,



T. C.
KONYA ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Ömer Gökhan Temizel		
	Numarası	085117021002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ \ RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora	<input checked="" type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. A. Gani Arıkan		
	Tezin İngilizce Adı	THE EFFECT OF VISUAL CULTURE ON THE ART AND AESTHETICS BEHAVIOUR OF THE STUDENTS TAKING ART EDUCATION		

SUMMARY

The purpose of this study was to find out the impact of the visual culture on the artistic and aesthetic attitudes of art students at university. The study was conducted at Selçuk University in Konya in the academic year 2010-2011. The sample population for the study were selected from the undergraduate students studying at the Faculty of Fine Arts and those studying Arts and Crafts Education in Ahmet Keleşoğlu Education Faculty.

A causal research design was used in the study. An attitude scale was developed to collect data. The scale was basically divided into four parts. In the first part, questions that aimed at collecting demographic data were used. In the second part, the participants' levels of exposure to the visual culture was questioned. The questions in the third part aimed to measure the participants' attitudes regarding visual culture. The final part questioned the impact of the visual culture on the artistic and aesthetic perceptions of the participants. The total scale consisted of 56 items.

To test the research questions and the hypotheses of the study, statistical analyses were performed using SPSS software version 17.0. Correlation analysis, one-way analysis of variance and independent samples t-test were used to analyse the data. While analysing the data, first bar graphs were obtained for each variable. Then, the analysis was examined by doing an hypotheses test for the relevant items. In order to determine the degree of the correlations tested, the Pearson correlation coefficient was calculated, and each test was interpreted accordingly.

Some findings from the study are as follows:

The study revealed that more males than females were exposed to the visual culture and that the participants had a high level of visual culture. The findings showed an average impact of visual culture on the participants' artistic and aesthetic perceptions. The study revealed a poor but a meaningful positive correlation between the participants' levels of exposure to the visual culture and their attitudes towards it. The results also showed a meaningful positive correlation between the attitudes of the participants towards visual culture and the impact of visual culture on their artistic and aesthetic perceptions.

Keywords: Visual Culture, The New Aesthetics, Postmodernism

KISALTMALAR LİSTESİ

Chi-Square Test: Khi-Kare Testi

Cramer's V: Khi- Kare değeri önemli olduğunda kullanılan katsayı

Crosstabulation (Cross-Tablo/Çapraz Tabo): Birlikte değişim katsayıları tablosu

H₀: Yokluk Hipotezi (Null hypothesis)

H_s: Seçenek hipotezi (Alternative hypothesis)

k: Sınıf katsayısı

N: Örneklem sayısı

Missing: Kayıp

Phi (p): Sayımla belirtilen kriterlerde, iki değişken arasındaki “bağımlılığın” yüzde olarak ölçüsü

Pearson's R: İlişkinin değerini veren katsayı

Sanat Eğitimi: Güzel sanatlar ve tasarım eğitimi

SPSS : Statistic Package for Social Science

System:Veri

Valid Percent: Geçerli yüzdellik

Value: İlişkinin hem yönünü (negatif-pozitif) hem de oranını gösteren değer

Y.Y: Yüzyıl

%: Yüzdellik

α (=0,05): Yanılma olasılığı

TABLOLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	75
Tablo 2. Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistik Sonuçları.....	76
Tablo 3: Öğrenim Görülen Bölüm.....	76
Tablo 4. Öğrenim Görülen Sınıf.....	77
Tablo 5: Program Türü	77
Tablo 6: Katılımcıların Eğitim Gördükleri Alandan Memnuniyet Düzeyi.....	78
Tablo 7: Ortaöğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi.....	79
Tablo 8: Katılımcılara Göre Öğretmen Olmanın Önemi	79
Tablo 9: Elektronik Eşya Kullanım Sıklığı.....	80
Tablo 10: Katılımcıların Haftalık Ortalama Televizyon İzleme Sürelerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistik Sonuçları	81
Tablo 11: TV Program Tercihleri	82
Tablo 12: Katılımcıların Haftalık Ortalama İnternet Kullanım Sürelerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistik Sonuçları	82
Tablo 13: Sanat Eseri Sahipliği	83
Tablo 14: Blog Sayfa Sahipliği.....	83
Tablo 15: Cinsiyet ve Görsel Kültür İndeks Puanı Bağımsız Örneklem <i>t</i> Testi Sonuçları.....	85
Tablo 16: Yaş ve Görsel Kültür Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları	85

Sayfa No

Tablo 17: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür İndeks Puanı Bağımsız Örneklem Testi Sonuçları	86
Tablo 18: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları	87
Tablo 19: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları	88
Tablo 20: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları	88
Tablo 21: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları..	89
Tablo 22: Görsel Kültür Tutum Maddelerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri	91
Tablo 23: Genel Görsel Kültür Tutum Puanı Merkezi Eğilim İstatistikleri	93
Tablo 24: Cinsiyet ve Görsel Kültür Tutum İndeks Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları	93
Tablo 25: Yaş ve Görsel Kültür Tutum Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	94
Tablo 26: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür Tutum Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları	95
Tablo 27: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları	95
Tablo 28: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları.....	96
Tablo 29: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları.....	97

Sayfa No

Tablo 30: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları ...	98
Tablo 31: Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Maddelerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri.....	99
Tablo 32: Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Genel Puanı Merkezi Eğilim İstatistikleri	101
Tablo 33: Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları.....	101
Tablo 34: Yaş ve Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin tutum Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	102
Tablo 35: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları.....	103
Tablo 36: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları.....	104
Tablo 37: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları	105
Tablo 38: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları	105
Tablo 39: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları	106
Tablo 40: Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Kültür Tutum İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları	107
Tablo 41: Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Tutumun Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki.....	108
Tablo 42: Görsel Kültür Tutumu İle Görsel Tutumun Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki.....	109

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
Bilimsel Etik Sayfası	i
Tez Kabul Formu	ii
Önsöz / Teşekkür	iii
Özet	iv
Summary	vi
Kısaltmalar ve Simgeler Sayfası	viii
Tablolar Listesi	ix

BİRİNCİ BÖLÜM

I. GİRİŞ.....	1
A. Problem	3
B. Amaç ve Önem.....	3
C. Sınırlılıklar.....	5
D. Tanımlar.....	5
E. Yöntem.....	8

İKİNCİ BÖLÜM

II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	11
A. Görsel Kültür Tanımı ve Kavramları.....	11
B. Görsel Kültür Kapsamında Teknoloji Olgusu ve Elektronik Sanat Kavramı.....	21
C. Görsel Kültür ve Postmodernizm.....	33
D. Görsel Kültür ve Yeni Estetik Kavramı.....	35

E. Görsel Kültür ve Yeni Medya.....	47
F. Görsel Kültür ve Psikolojik Bileşenleri.....	53
G. Görsel Kültürün Üretim ve Tüketim Üzerine Etkisi.....	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

III. YÖNTEM.....	65
A. Araştırmanın Tasarımı Ve Uygulanması.....	65
1. Araştırma Soruları ve Hipotezler.....	66
2. Soru Formu ve Ölçüm Araçları.....	71
B. Görsel Kültür Tutum Ölçeği.....	72
1. Sanat ve Estetik Algıya Görsel Kültür Etkisi	72
C. Verilerin Toplanması Ve Kullanılan İstatistiksel Analizler.....	73
1. Korelasyon Analizi.....	73
2. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA).....	73
3. Bağımsız Örneklem T Testi (Independent Samples T Test).....	74

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

IV. BULGULAR VE YORUM.....	75
A. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....	75
1. Cinsiyet Dağılımı	75
2. Yaş Dağılımı	76
3. Öğrenim Görülen Bölüm.....	76
4. Öğrenim Görülen Sınıf.....	77

5. Program Türü.....	77
6. Katılımcıların Eğitim Gördükleri Alandan Memnuniyet Düzeyi.....	78
7. Ortaöğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi.....	78
8. Öğretmenliğin Önemi.....	79
B. Katılımcıların Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Düzeyleri.....	80
1. Elektronik Eşya Kullanımı.....	80
2. Televizyon İzleme Süresi.....	81
3. Tercih Edilen TV Program Türleri.....	81
4. İnternet Kullanım Sıklığı.....	82
5. Sanat Eseri Sahipliği.....	83
6. Blog Sayfa Sahipliği.....	83
C. Katılımcıların Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Düzeyleri ve Demografik Nitelikler.....	84
1. Cinsiyet ve Görsel Kültür.....	84
2. Yaş ve Görsel Kültür.....	85
3. Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür.....	85
4. Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür.....	86
5. Eğitim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür.....	87
6. Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür.....	88
7. Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür.....	89

D. Katılımcıların Görsel Kültür Tutumları.....	90
1. Cinsiyet ve Görsel Kültür Tutumu.....	93
2. Yaş ve Görsel Kültür Tutumu.....	94
3. Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür Tutumu.....	94
4. Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Tutumu.....	95
5. Eğitim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Tutumu.....	95
6. Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Tutumu.....	96
7. Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Tutumu.....	97
E. Katılımcıların Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutumları...	98
1. Cinsiyet ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum.....	101
2. Yaş ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum.....	102
3. Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum.....	102
4. Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum.....	103
5. Eğitim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum.....	104
6. Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum.....	105
7. Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum.....	106
F. Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma, Görsel Kültür Tutumu ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Arasındaki İlişki.....	107

1. Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Kültür Tutum İlişkisi.....	107
2. Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Tutumun Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki.....	108
3. Görsel Kültür Tutumu İle Görsel Tutumun Sanat Ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki.....	108

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ,TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	110
KAYNAKÇA	119
EKLER	126
ÖZGEÇMİŞ	155

1.BÖLÜM

GİRİŞ

Günümüz dünyasında görselliğin ve görsel dilin baskın rolü yadsınamaz bir gerçektir. Kitle iletişim araçlarının ve hareketli görüntülerin egemen olduğu yaşam koşullarında toplumsal üretimlerin “görme” üzerine ayrı bir vurgu yapması kültürün yeni görselliğini anlamamızı gerektirmektedir. Günümüz bilgi çağında yaşam dinamiklerinin önemli bir boyutunu oluşturan görsel deneyimlerin anlamlandırılabilmesi için eğitimcilere olduğundan daha fazla görev düşmektedir.

Bilgi çağının yaşam koşullarını betimleyen en önemli kavramlardan birisi de hızdır. Bilgi çağıyla birlikte gelen hız ve hareket beraberinde yoğun bir tüketimi de getirmiştir. Üretilen her şey hızla tüketilmektedir. Özellikle, yeni iletişim teknolojileri ile yaşama giren televizyon, sinema, video ve internet gibi elektronik teknoloji ile gazete, dergi ve afiş gibi görsel araçların sunduğu imgelerin önem kazanması hızlı tüketimin önemli gerekçelerinden sayılabilir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler yoluyla dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olaylar, kısa sürede herkese ulaşmaktadır. Böylece, dünya küçülmekte, kültürler birbirleriyle yakınlaşmakta ve yaşam küresel bir boyut kazanmaktadır Bu koşullar altında yaşayan günümüz insanı, yaşamı algılama ve anlamlandırmada birçok uyarıcıyla karşı karşıya gelmektedir. Bu nedenle, bireylerin etkisi altında kaldığı bu uyarıcıları doğru algılama ve anlamlandırma ile yaşamında verimli kullanabilme becerilerinin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır (Türkkan, 2008: 8; Çiçekli, 2009: 9).

Görsel kültür üreticileri görsel kültür tüketicileri ile bağlantı kurmakta kullandıkları çok sayıda ve çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. En belirgin ve etkili alanları, görsel işaretler ve medyadır. Kültürün görünür hale getirildiği bu başlıklar toplum bilinci, görsel hafıza ve algıya yönelik olumlu ve olumsuz etkiler yaratabilen alanlardır.

Debord (1977), 1960'lı yıllarda modern toplumu bir seyir toplumu olarak tanımlamaktadır. İnsanlar, pasif olarak gerçek hayattan ve gerçek ihtiyaçlarından kopuk imgeler, görüntüler ve seyirlik nesnelere tüketmektedirler. İnsanların bir şey gördüğü sürece ona tepki verebilecekleri gerçeği, görsel desenlere, şekillere, dokulara ve ritimlere tepki verebilecekleri potansiyeline sahip oldukları anlamına gelmektedir (Aktaran: Bernard, 2002: 13, 143).

İnsanların gördüklerine tepki verebilecekleri gerçeği hem biyolojik, hem mekanik hem de elektronik olan bu melez hayatta, gözlerimizin önünde varlık kazanmaktadır. Makinelerle insanların her zaman ortak görevleri, olayları ve deneyimleri olmuştur. İnsanların mekanik yaratılarından ayıran süzgeçler aslında çok incedir. Biyolojik, mekanik ve elektronik dünyalar kaynaşıp hayatın kendisine yeni tanımlar yaratmaktayken modern kültür, hızlı evrimsel baskıların damgasını vuracağı bir döneme girmektedir. Bu baskılar, tarihin ritmini yeniden tanımlayacak ve toplumun makinelerle insanlar arasındaki ilişkileri hakkında gelişmiş olduğu geleneksel açıklamaların ötesine geçmesine olanak tanıyacaktır (Burnett, 2007: 168).

Teknolojinin, özellikle dijital ve iletişim teknolojisinin, dünyaya bakış açımızın ve onunla etkileşimimizin üzerinde büyük ve bir o kadarda belirsiz etkisi olduğu kabul gören bir gerçektir. Özellikle, bilgisayarların kişisel hayatımıza bu kadar hızla girmesi, başkalarıyla iletişimimizi, kendimizi ifade etme şeklimizi ve bazı durumlarda, yaşam tarzımızı, temelden değiştirmektedir. Bu etkileşimin ve kavramsallaştırmanın görsel algıya bağlı olması nedeniyle, bu değişimler görsel sanatları ve sanat eğitimi birinci dereceden içine almaktadır.

Bu süreçte bireylerin düşünsel, algısal ve duygusal açılardan bir bütün olarak geliştikleri ve görsel kültürün görünebilir alanından etkilenebilecekleri düşünülmektedir. Sanat eğitimi alan öğrencilerin bir başka ifadeyle geleceğin sanat eğitimcileri, akademisyenleri ve sanatçı adaylarının görsel kültür bağlamında, yaratıcı süreçlerinin ve estetik beğenilerinin ne boyutta etkilendiği, üretim süreçlerinde ne kadar teknolojiden beslendikleri, gördüklerini kullanma kolaylığı sağlayan görsel kültür öğelerini tercih etme oranlarının sanat ve estetik alguları üzerinde baskı yaratıp yaratmadığı belirsizliği bir problem süreci oluşturmuştur.

Geleneksel sanat eğitimi genellikle post-modern toplumda veya bu toplumu yansıtan görsel kültürde oluşan hızlı değişiklikleri yeterince göz önünde bulundurmeyen düşünce şekillerine odaklanmaktadır. 20. yüzyıl'ın modernist estetiğiyle sanat eğitimi sınırlandırdığımızda, kabul edilmiş sanat ve moda dışı kalmış sanat olarak akademik tanımlamalarla bir ayrıma gidilmiş olunur. Bu ayrımın sanat eğitimi alan öğrencilerin günümüz sanatını anlamlandırmakta estetik bağlamda çelişkilere düşmelerine sebep olabileceği düşünülmektedir. Sanat, hayatlarımızın kişisel yorumlanışlarını ifade etmek içinse, bu hayatların nasıl olduğu, bireylerin birbirleriyle ve çevreleriyle ilişkilerini anlamaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır (Therlault, 2009: 13).

Yeni medya kaynaklarının, iletişim teknolojisi ve internetin kullanımı sayesinde görsel kültür, seyircisine karşı oldukça etkilidir ve her zaman onlara cevap vermeye hazırdır. Bu sayede bireyler artık kendi imgelerini üretmekte ya da onları yutan görsel kültürün tüketicileri gibi davranabilmektedirler. Sanat eğitimi bu noktada, müfredatın değişen kültürel koşulları yansıtmasına olanak sağlaması zorunluluğunu meydana çıkmaktadır.

A. Problem

Sanat eğitimi alan öğrencilerin, sanat ve estetik tutumları üzerine görsel kültürün, etkisi ne düzeydedir?

B. Amaç ve Önem

Bilinçli üretim kadar sanatı bilinçli tüketen bir toplumun bireylerini yetiştirmek, görsel kültürün etkisinde 21. yüzyılın edilgen değil etken birer parçası olmak için de bir mecburiyet zemini oluşturmaktadır. Sanatın ilerlemeci özelliği geçmişte de günümüzde de sanat eğitime damgasını vurmuştur. Ancak günümüz koşullarında, değerlerimize sahip çıkma bilincinin yerleştirilmesi hususunun, başka pratik ve kolay geçirilebilen genel geçer bilginin altında ezildiğini gözlemlemek mümkündür.

Bunu anlamının en kolay yolu görsel, yazılı ve işitsel medyada kullanılan Türkçeye dikkat etmek; sokağa çıktığımız zaman etrafımıza baktığımızda da rahatlıkla algılanabilecek görsel kirlilik, biçimsel orantısızlıklar, neredeyse tümü yabancı bir lisandan alıntı iş yeri isimleri, sokak dokusuyla uyuşmayan yeni ve arabesk binalar, türlü mimari kirlilikler başta olmak üzere devşirilmiş, taklit edilmiş, kimlikle örtüştürülememiş/uyarlanamamış yapılara eleştirel gözle bakmak ve bu şekilde yaşamaya mecbur bırakılmış/alıştırılmış akademisyenleri, devlet adamlarını, sanatçıları, işçileri, gençleri ve çocukları hatırlamaktır. Özellikle de estetik bilinci gelişmiş birey yetiştirmenin, estetik eğitim verecek öğretmen adayı yetiştirmenin önemi de burada kendini apaçık ortaya koymaktadır (Peşkersoy, 2009: 3).

Bu çalışma görsel kültür ve teknolojinin etkisindeki günümüz ilişkilerini, öğrencilerin fikir ve deneyimlerini, sanat ve estetik tutumlarını doğrudan inceleme yolunda bir adım atma girişimini temsil etmektedir. Araştırmaya konu olan görsel kültürün sanat eğitimi alan öğrencilerin sanat ve estetik tutumlarına, olumsuz etkisini ortaya koyan iki disiplini birleştirerek yapılan çalışmalar yok denecek kadar azdır. Araştırma bu bağlamda bahsi geçen alanda, araştırmacılara, sanat eğitimcilerine ve öğrencilere yardımcı olması bakımından önemli sayılabilir. Çalışmada hem nitel ve hem de nicel metotların kullanılması ve sonuçların nicel değerlendirme ile elde edilmiş olmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel teknolojiyi kullanma alışkanlıkları ve oranları ne düzeydedir? Sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel teknoloji araçları ile sunulan programlarını izleme oranları ve programlarda ki içerik görüntü ilişkisine karşı tutumları nasıldır? Görsel kültür ve teknolojinin sanat eğitimi alan öğrencilerin yaratıcılıkları ve estetik algıları üzerindeki rolü ne düzeydedir? Gelişmiş teknoloji ve dijital kolaylığın üretime etkisine sanat eğitimi alan öğrencilerin tutumları ne yöndedir?

C. Sınırlılıklar

1. Konya Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı ve Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencileri
2. Araştırma veri toplama aracındaki anket sorularına verilen cevaplar.

D. Tanımlar

Anakronik: Meydana geliş tarihi kesin olarak bilinen bir olayı yaşadığı zaman belli olan bir kişiyi, değişik bir tarihte gerçekleşmiş ya da yaşamış gibi gösterme. Örneğin Nasrettin Hoca'nın Timur ile ilgili fıkraları gibi. Anakronizm bilgi eksikliğinden kaynaklanabilir ya da bir amaç için bilinçli olarak yapılabilir. Çağı geçmiş, çağa uymaz, eskimiş.

Arketip: Kelime anlamıyla kalıp, şablon, ilktip şeklinde ifade edilen arketipler gerçekte insan kültürünü oluşturan yapıtaşlarıdır. İnsanlar uzun dönemler boyunca karşılaştığı benzer olayları bir süre sonra belli davranış kalıplarına oturtmuş ve bu kalıpları kuşaklar boyunca aktarmaya başlamıştır. Sanatın çeşitli kollarında da kullanılan bir sözdür. Mimarlıkta “ileriki dönemlerde geliştiği bilinen bir mimari öğenin henüz en yetkin biçimine ulaşmamış ilk örneği” anlamına gelir.

Atonalite: İşlevsel armoni kurallarını bir kenara bırakmış arıza ve kromatik seslerin kullanıldığı müzikal bütünlük.

Demografi: Nüfus bilimi, nüfus bilgisi.

Eklektik: Farklı sanatsal dizgelerden alınan öğelerin yeni bir dizge içinde yeniden kullanılmasıdır. Sanattaki farklı çağ ve üsluplardan seçilip devşirilen öğelerin yeni bir tasarım ya da ürün oluşturmak için ele alınması olgusunu ifade eder. Eklektisizm, 19.yüzyılda çok yaygın bir biçimde görülür. Bununla birlikte eklektisizm bir üslup değil, bir davranış biçimi olarak değerlendirilmelidir. Ancak farklı eklektisist üsluplardan söz edilebilir. Bu üsluplar hepsinde davranış biçimi ortak olduğu halde,

biçim malzemesininde de değişirdiği çağ ya da üslup ve bunların yeniden dizgeleştirelişi farklıdır.

Estetik: Grekçe “aisthesis” ya da “aisthanesthai” sözünden gelir. “Aisthesis” sözcüğü, duyum, duyulur algı anlamına geldiği gibi “aisthanesthai” sözcüğü de duyu ile algılamak anlamına gelir. Estetik bu anlamda duyulur algının, duyusallığın sağladığı bilgi ile ilgili bir bilim olarak düşünülebilir.

Estetik Tavır: Duyulara hitap eden objektifleşmiş tinsel varlıklara karşı gösterilen karşılıksız tutum.

Formal: Resmi, geleneklere göre, devletin öngördüğü yöntemlere uygun olarak yapılan.

Haute Couture: Haute couture, modanın en üst düzeyi yerine kullanılan Fransızca bir terimden geliyor. Couture kelimesinin sözlük anlamı elbise dikmek, dikiş veya iğne ile işlemek anlamına gelmektedir. Haute ise yüce, muhteşem, şık ve zarif demektir. İki kelimenin kombinasyonu ise giysi modasında mükemmel bir sanatçılığı ifade eder. *Haute couture* kişinin özel beğenisine göre tasarlanmış, özel tasarım elbise anlamına gelen ve Fransızca'dan gelen bir moda terimidir. Tam karşılığı ise "ısmarlama"dır. Buna karşın, her özgün ya da kişiye özel yapılan tasarım haute couture olarak sınıflandırılmaz. Genellikle üst gelir seviyesinde elit müşterilerin beğenisine göre hazırlanan giyim türüdür.

İnformel: Biçimsel olmayan.

Jumbotron: Sony tarafından patenti alınan geniş ekran televizyondur. Ürün stadyum ve meydanlar gibi geniş alanlar için tasarlanmıştır.

Kibernetik: Güdüm bilimi.

Kozmopolitizm: Dünya yurttaşlığı. İnsanın ya da bireyin ‘ulus veya tür’ olarak tüm bir insanlığı, “vatan” olarak da tüm bir evreni görmesi gerektiğini savunan görüş; insanın kendisini evrenin bir yurttaşı olarak saymanı gerektiğinin savunusu. İlkçağ

yunan felsefesinde, özellikle de kinikler, stoacılar ve sofistler tarafından savunulan bir ahlâk anlayışıdır.

Literal: Harfî harfine. Aslına uygun, kelimesi kelimesine, gerçek, abartısız, tam, gerçekçi, basım.

Materyalizm (Özdekçilik): Dış dünyanın nesnel varlığını tanıyan ve özdeğe öncelik veren felsefe akımı.

Medya: Büyük iletişim ve yayın organlarının bütününe verilen ad.

Meta Estetiği: Metanın duyuşsal algılanışı ve kullanım değerinin kavranışıdır.

Otodidakt: Öz öğrenimli, öğretmensiz öğrenen kişi.

Repetition: Tekrar, yinelenme, tekrarlama, ezberden okuma, taklit, kopya, suret.

Semiyotik: Gösterge bilimi ile ilgili olan. insanların birbirleriyle anlaşmak için kullandıkları doğal diller (sözgelimi Türkçe), davranışlar, çeşitli jestler, (el-kol-baş hareketleri), sağır-dilsiz alfabesi, görüntüler, trafik işaretleri, bir kentin uzamsal düzenlenişi, bir müzik yapıtı, bir resim, bir tiyatro gösterisi, bir film, reklam afişleri, moda, yazınsal yapıtlar, çeşitli bilim dilleri, tutkuların düzeni, bir ülkedeki ulaşım yollarının yapısı, bir mimarlık düzenlemesi, kısacası bildirişim amacı taşıyan taşınmasın her anlamlı bütün, çeşitli birimlerden oluşan bir dizgedir. Gerçekleşme düzlemleri değişik olan bu dizgelerin birimleri de genelde gösterge olarak adlandırılır. Yine de çok genel olarak belirtecek olursak, anlamlı bütünleri, bir başka deyişle gösterge dizgelerini betimlemek göstergelerin birbiriyle kurdukları bağlantıları saptamak, anlamların eklenerek oluşma biçimlerini bulmak, göstergeleri ve gösterge dizgelerini sınıflandırmak, ya da insan ile insan, insan ile dünya arasındaki etkileşimi açıklamak, bu amaçla da bilimkuramsal (epistemolojik), yöntembilimsel (metodolojik) ve betimsel (deskriptif) açıdan tümükapsayıcı, tutarlı ve yalın bir kuram oluşturmak gibi birbirinden farklı birçok araştırma Türkçe'de göstergebilim diye adlandırılan bir bilim dalının alanına girer.

Stereotip: Basımcılıkta, matris kâğıdı kullanarak formaları, klişeleri ve metinleri çoğaltmaya yarayan yöntem.

Vitalite: Canlılık, yaşam fonksiyonlarını yapma gücü.

E. Yöntem

Bu kısımda çalışma yönteminde, araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama teknikleri, veri toplama aracının geliştirilmesi ile verilerin analizine yer verilmiştir.

Bu çalışmada mevcut durumu ortaya çıkartmayı amaçlayan betimsel ve taramaya yönelik bir yöntem uygulanmıştır. Betimlemeli çalışmalar genelde verilen bir durumu aydınlatmak, standartlar doğrultusunda değerlendirmeler yapmak ve olaylar arasında olası ilişkileri ortaya çıkarmak için yürütülür. Bu tür çalışmalarda amaç, incelenen durumu etraflıca tanımlamak ve açıklamaktır.

Araştırmanın evrenini Konya’da eğitim ve öğretim veren Selçuk Üniversitesi’dir. Araştırmanın örneklem grubunu Konya Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitim Resim-İş Öğretmenliği Bölümü öğrencileri ve Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. 01.06.2011 – 28.06.2011 tarihleri arasında toplam 490 öğrenciye görsel kültür çerçevesinde estetik ve sanat ile ilgili tutumlarını ölçmek üzere hazırlanmış 56 sorudan oluşan anket uygulanmıştır.

Bu çalışmada kullanılan veri toplama aracı geliştirilirken öncelikle konuyla ilgili teorik bilgilere ulaşıp, ikinci olarak da konuyla ilgili tutumları tespit etmek üzere güzel sanatlar eğitimi alan öğrencilere yönelik olarak geliştirilen tutum ölçeği kullanılmıştır. (Ek:3)

Tutum ölçeği hazırlanırken şu aşamalar izlenmiştir:

1. Tutum ölçeğinin maddeleri, konuyla ilgili olduğu varsayılan düşüncelerin not edilmesi ile oluşturulmuştur.

2. Dağınık haldeki ifadeler olumlu-olumsuz ifadeler olarak gruplanmış ve konuyla doğrudan ilişkisi olmayanlar ayıklanmıştır.
3. Tutum ölçeği çalışmanın içeriğine, araştırma sorularına uygun olarak dört bölüme ayrılmış ve her bölümün içeriği, ifadeler tekrar düzenlenerek oluşturulmuştur.
4. Tutum ölçeğine son hali verildikten sonra içerik geçerliliğini arttırmak amacıyla, uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşleri için ayrı bir form düzenlenmiştir.(Ek:2)
5. Hazırlanan tutum ölçeğinin yüzey geçerliliğinin sağlanabilmesi için uzmanların görüş ve onayı alınmış, sözü edilen uzmanların görüşleri doğrultusunda ifadeler tekrar düzenlenmiş ve geçerlilik-güvenirlik testi için hazır hale getirilmiştir.
6. Anket araştırma kapsamına alınmayarak değişkenlere ön uygulama grubuna uygulanmıştır. Elde edilen veriler kullanılarak veri toplama aracının geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılarak ön uygulama anketinde yer alan maddelerin cranbach alpha katsayıları asıl uygulama anketinin maddelerini oluşturmuştur. Geçerlilik-güvenirlik için ilk uygulama yapılmış ve geçerliliği (α : .65) hesaplaması aracılığıyla kanıtlanmıştır.
7. Anket soruları hazırlanırken güvenilirlik ve geçerliliği ispatlanmış 2008 yılında A. Gani ARIKAN'nın hazırladığı “*Grafik Tasarımda Görsel Algı*” ve 2009 yılında Eylem Tataroğlu (Peşkersoy)’un hazırladığı “*Üniversite Öğrencilerinin demografik Özellikleri ve Aldıkları Sanat Eğitiminin Mera Estetiği Konusunda Bilinçlenmelerine Etkisi*” isimli araştırmalarda ki tutum ölçeklerinden de faydalanılmıştır.

Tutum ölçeğindeki ifadeler “Tamamen Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” biçiminde *Likert Tipi Beşli Dereceleme Ölçeği* ile değerlendirmek üzere düzenlenmiştir.

Çalışma grubunda (örnekleme) yer alan öğrencilere tutum ölçeği uygulanmıştır. Ölçek temelde dört bölüme ayrılmaktadır. Birinci bölümde, demografik verileri toplamayı amaçlayan sorular yer almıştır. İkinci bölümde katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyleri sorgulanmış, üçüncü bölümde katılımcıların görsel kültürle ilgili tutumlarını ölçmeye yönelik sorulara yer verilmiş, son bölümde de görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerindeki etkisini ölçen sorular yer almıştır. Ölçek toplam 56 sorudan oluşmaktadır.

Anketlerde SPSS paket, Frekans yüzde, aritmetik ortalama, t testi tek yönlü varyasyon analizi (ANOVA) dikkate alınmıştır. Literatür çalışmaları göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde SPSS (Statistical Package for the Social Science) 17.0. SPSS paket program aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada korelasyon analizi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır.

Bu araştırma için gerekli olan veriler, ilgili istatistik literatürün taranması ve araştırmanın amacına uygun olarak araştırmacı tarafından geliştirilen veri toplama aracından elde edilen bulgular olmak üzere iki kaynaktan sağlanmıştır.

Veriler değerlendirilirken tutum ölçeğindeki her bir maddeye verilen değer, o maddenin gerçekleşme düzeyinin göstergesi olarak kabul edilmiştir. Ortalamaların yorumlanmasında ölçeğin seçenekleri ve seçeneğe verilen değerler şu şekilde belirlenmiştir: “Tamamen Katılıyorum” (5), “Katılıyorum” (4), “Kararsızım” (3), “Katılmıyorum” (2), “Kesinlikle Katılmıyorum” (1).

2.BÖLÜM

II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Görsel kültür, bilgi ve medya teknolojilerinin yoğun olduğu bir dönemde bireylerin karşı karşıya geldiği görsel uyarıcıların çözümlenmesine ve anlamlandırılmasına yarayan ve postmodernizmin ortaya çıkması ile gündeme gelen bir kavramdır. Postmodernist düşüncenin, kültürün görsel formdaki deneyimlerine ve gerçeklik ile temsilleri arasındaki bağın çözümlenmesine yaptığı vurgu, görsel kültürün bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur (Türkkan, 2008: 16).

A. Görsel Kültür Tanımı ve Kavramları

İmgenin mutlak egemenliğindeki bu yüzyılda gazeteler, dergiler, kitaplar, afişler, bilgisayar ve televizyon ekranları, caddeler, kıyafetler tarihin hiçbir döneminde bu kadar yoğun çevremizi kuşatmamıştır. İmgeler, temsil ettikleri gerçeklerinden daha fazla ilgi çekmektedir. İnsanlar görmek istediklerini görürken, imgeler görmek istemediklerimizi de göz önüne sererler. Yazılı dilin önemi elbette hiçbir zaman inkar edilemez, fakat görsel ve sözel her iki iletişim sistemi birbiriyle iç içe girmekte olduğu için etki alanı daha geniştir. Sadece ‘dinlemek ve izlemenin’ daha az bir zihinsel süreci beraberinde getirmesi ve buna teknolojinin hızlı gelişimi de eklenince, görselliğin oldukça egemen olduğu bir dönemle karşı karşıya kaldığı görülmektedir.

Görsel kültür, çok yönlü iletişimin doğal bir sonucu olarak 21.yüzyıl da ortaya çıkmış, bilgi birikimini ve büyük yaygınlık kazanan görüntü açılarının el birliği ile yarattığı yeni bir kültür biçiminin adı olmuştur. Bu yeni kültür, temel olarak görmeye ve gösterilenlere dayandırılan bir sentezdir. Görsel kültürün anlaşılabilmesi için her şeyden önce “görsel olan” ve “kültürel olan” kavramlarının açıklanması gerekmektedir. Geniş anlamda “görsel olan” görülebilen her şeydir. Dar anlamda ise, güzel sanatlar, resimler ya da imgelerdir. “Kültürel olan” ise, seçkin kültürden folk kültürüne, çok boyutlu kültürden tek boyutlu kültüre uzanan geniş bir yelpaze biçiminde ele alınabilir. Görsel kültürde ki görsel ya da kültürel olan için tek

bir tanımlama getirmek mümkün değildir. Çağdaş dünyanın kültüründeki görsel deneyimlerin zenginliği, görsel kültürün bir alanı olarak çalışılmasını gerekli kılmaktadır. Görsel kültür, tüketicinin bilgi, anlam ve zevk aradığı görsel olaylarla ilgilenir. İmgelerin, seslerin, mekansal betimlemelerin birikiminden oluşan bir katmanlar bütünü oluşturur. Görsel kültür, bireylerin yerel ve küresel anlamdaki kültürel deneyimleri yoluyla görsellere ilişkin bir görüş edinmelerini sağlamaya yarayan bir kavramdır. Amacı görsellik üzerine kurulu olmasından dolayı, sistematik bir şekilde sınırlanması imkansız bir konudur. Bu görüntü enflasyonu aslında bir kaos da temsil etmektedir. (Şahiner, 2008: 171; Barnard, 2002: 38; Türkkan, 2008: 12; Öztürk, 2006: 256; Karadağ, 2004: 13).

Duncum (2003: 19-22) ise, görsel kültürün çalışma alanları üç bölümden toplamıştır:

- *Kültürel Çalışmalar: Görsel kültür, öncelikle kültürel çalışmalara dayalıdır ve görüntü sistemleri üzerine kuruludur. Disiplinler arası karmaşık bir yapıya sahip olan kültürel çalışmalar, modern toplumların yapısal dinamikleri ve insanların yaşam deneyimleri ile ilgilenir. Film, fotoğraf, televizyon ya da resimlerdeki görüntünün anlamı ile ilgilenir. Ayrıca, izleyici ve izlenen nesne arasındaki ilişkiler ile bu ilişkilerin sosyal çatısını çözümlenmeye çalışır.*
- *Materyale Dayalı Kültür Çalışmaları: Bu yaklaşım, nesnenin kendi yapısının önemini vurgular. Yani, yalnızca nesnenin ne anlama geldiği değil, nesnenin kendi yapısı da çok önemlidir. Sıradan, günlük ilişkiler üzerine kurulu olan materyal kültürü, nesnelere insanoğlunun düşündüğü ve eyleme geçirdiği biçimiyle anlamlandırır. Örneğin, kola ve hamburger, bir yemekten daha fazlasını ifade etmekte olup Amerika Birleşik Devletleri'nin önemli simgelerinden biri durumuna gelmiştir.*
- *Çağdaş Sanat Uygulamaları: Sanat alanındaki uygulamaları kapsar. Bu yaklaşım, sanat dünyasındaki yeni gelişmelere uyum göstermeyi içermesine karşın, radikal yeni düşüncelere açık değildir.*

Görsel kültürün en önemli taşıyıcısı konumunda olan imgeler tüm sınırları aşmakta, hemen herkes tarafından kolayca anlaşılacaktır. Görsel kültür, görmek ve bilmek arasındaki ilişkinin yeniden kurulmasını önerir. Çünkü bakmak ve görmek

birbirini karşılıklı olarak tamamlar. Görsel kültür, görselliğin yeniden düşünülüp ele alınmasını gerekli kılar (Saybaşı, 2007: 27; Parsa, 2007: 9).

Görsel kültür adı verilen bu yeni harekete Barnard (2002: 22) ‘*Bir kültürün değerlerini ve inançlarını çeşitli yollarla görünür duruma getirmesi*’ olarak tanımlama getirirken, Mitchell (1995: 15) ise, görsel kültürü disiplinler arası bir yaklaşım olarak görmekte ve “*görsel deneyimin sosyal ve kültürel olarak incelenmesi*’ olarak tanımlamaktadır. Freedman (2003: 1) “*Görsel kültür teriminin kullanımı etkisi dahilinde görsel sanatlar için doğal olarak bir içerik temin eder ve popüler sanat biçimleri ile güzel sanatlar arasındaki bağa dikkati çeker*”. Terim, popüler kültür ile geleneksel güzel sanatlar imgelemi arasındaki kesişmenin varlığını yansıtır. Mirzoeff’e (1998: 3) göre; görsel kültür “*tüketicinin içinde bilgi, anlam ve tatmin duygusu aradığı herhangi bir görsel olayı içerebilir*” demektedirler.

Görsel kültür, insan toplumları, etik ve politika, estetik ve görme ve görülmenin epistemolojisi (bilgi felsefesi) ile yakından ilgilidir. Görsel kültür ile sanat tarihi ve estetik gibi varolan disiplinler arasındaki ilişki konusuna gelindiğinde uyumsuzluk başlamaktadır. Bu noktada, belirli disiplinlerde endişeler söz konusu olmaktadır. Görsel kültür öğelerinin yapılanmasını anlayabilmek için bu alanda kuramsal bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır. İnsan ve sosyal bilimler tarafından onaylanmış stratejiler doğrultusunda bir programın oluşturulmasına, uzmanlaşmış bir disipline, sınırlara ve gereksiz kavramların ihracına ihtiyaç vardır (Öztürk, 2006: 253; Öztürk, S. 2006: 237).

Her görüntü, bireyin yaşamına bakışını etkileyen ve düşüncelerine yeni açılımlar ile öneriler getiren birer anlam taşımaktadır. Görsel kültürde ele alınan görselin kendisi değil, bu görselin birey, toplum ve dünya için ne anlamlar ürettiği önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, görsel kültür anlamların oluşturulmasında ve sorgulanmasında etkili görülmektedir. İmgeler, aslında sözcüklerle söylenebilecek şeylerin görsel çevirilerinden ziyade, dünyaya ilişkin belli bir bilincin görsel dönüşümleri olarak ortaya çıkmaktadır. Özne ürün bağlamında kültür üç sınıf içinde kendini gösterir. Bireysel Kültür, Yöresel Kültür, Evrensel Kültür. Görsel kültür ve görsel teknolojinin bireysel etkisi değerlendirilirken konunun sanatla olan ilişkisi

nedeni ile sadece bireysel kültürü merkez alan, diğer iki kültürü sadece bireysel kültürle bağlantısı içinde değerlendirmek gerekmektedir. Bireysel kültür, adından anlaşılacağı gibi, bir kimsenin kendi, kişisel edinimlerinin tümünü içerir (Leppert, 2009: 19; Erinç, 2004: 11; Mellor, 2008: 258).

Sanatla yakından ilintili bir terim olan kültür 19.yüzyılda anlam kaymasına uğramıştır. 18.yüzyılda kültür, eğitim görmüşlerle cahiller ya da görgüsüzler arasındaki toplumsal ayrımı işaret ediyordu: o zamanlar kültür, aşağı yukarı eğitilmiş bir kişinin sahip olduğu bir şeydi. Matthew Arnold gibi 19.yüzyıl yazarlarının gözünde ise kültür neredeyse güzel sanatın eşanlamlısı olmasına rağmen daha genel anlamıyla tarih, felsefe ya da hatta doğa bilimleri gibi yüksek entelektüel faaliyetleri de içerisine alıyordu. 19.yüzyıl sonunda tarihçiler ve antropologlar ise, Herder'in bir toplumun bütün davranış, inanç ve kurumlarını gösteren genel bir tanım olarak kullandığı kültür'ü yeniden dolaşıma sokarak kapsamını daha da genişletmiştir. 20.yüzyılda ise kültür hakkındaki en belirgin tartışmaların bir kısmı yüksek kültür ve düşük kültür ayrımı etrafında dönmüştür (Aktaran: Shiner, 2010: 266)

1980'lerden sonra git gide yaygınlık kazanan yeni toplumsal pozisyonlar ve ortaya çıkan yeni kimlik özellikleri, toplumsal olup bitenleri kavrama çabası, görsel ideoloji ve kuram açılımını zorunlu kılmıştır. Kültür, günlük yaşamımızın çevresini oluşturan iletiler, nesnelere ve imgeler ile aynı sahiplenme tarzının içine dahil oldu. Bu algı görsel ideoloji denilen olguyu iki yönden etkiledi. Bir yandan çağdaşlık kavramının sınırları açıldı, öte yandan da görselliğin bütün bu kavramlarla doğrudan hem örtüşen hem de örtüşmeyen bir ilişkisinin olduğu ortaya çıktı. Görselliğin kendisiyle bağlı olmadığı, hatta sanatla bağlı olmadığı, bütün toplumsal süreçlerin görselliğe içkin bir boyutunun bulunduğunu göstermektedir. Toplumsal değerlerin, inançların, davranışların birey tarafından benimseme olarak tanımlanan toplumsallaşma süreci, bireyin, yaşamdaki rol ve görevlerini, aile, okul, çalışma ortamı, medya benzeri kurumlardan öğrenerek yaşama uyum sağlaması ve geçmişte yaşanmış, şimdi yaşanmakta olan ve gelecekte yaşanacaklar için bir dünya görüşünü ve bireysel kültürü şekillendirmiştir (Kahraman, 2005: 9; Baudrillard, 2010: 134; Mora, 2008: 77).

Bireysel kültür, sanat üretimi sürecinde, görsel kültür ve görsel teknolojinin yazılı olmayan kuralları doğrultusunda şekillenmiştir. Kreuger (2005)'inde dediği gibi; *'İnsanoğlu her zaman, kendisi için en az fiziksel dünya kadar önemli olan kavramsal bir dünyayı mesken tutmuştur. Dil, simgeler, mitler, inançlar, felsefe, matematik, bilimsel kuramlar, örgütler, oyunlar, sporlar ve para insanlığımızın bütünüyle soyut boyutlarıysa da, kayalar ve ağaçlar kadar insanlığımızın bir parçasıdır'*. Görsel kültür toplumda, bilinçli ya da farkında olmadan karakterize edilmiş kültür verileri üzerinde süreklilik kazanarak sosyal hayatın içerisinde, beğenileri, ihtiyaçları ve üretim sürecini belirleyen bir bilinç ortaya koyar (Aktaran: Terlault, 2003: 5)

Bu bilinç küreselleşen dünya sistematiğinde bireysel kültürü, görsel kültür içerisinde eriterek kosmopolitan bir yaklaşıma götürür. İdea aşamasında, kozmopolitizm bir kültürel düzen olarak belirir. İdeoloji genellikle içinde yer alan şeylere ait doğruluğun eşzamanlı olarak yok edilip, yeniden tariflendiği bir kültürel üretim olarak düşünülür. İdeoloji döneminde yerel kültür ya da kozmopolitanlar, bir başka deyişle dışarıdan gelen yeni yerleşikler yerel kültür ya da değerler üstünde imtiyazlı bir konuma sahip kılınır. Kozmopolitanlık, görsel kültür içerisinde etik küreselliğin bir parametresidir. Modernite, saf yaratıcılık mitine bağlı yapıbozumcu delillerin üstesinden gelmek için süregelen bir şimdiyi ifade eden düzenli bir yaratma eylemiyle sosyal değişimin sağlanacağına dayanan ideolojik bir kültür olarak da tanımlanabilir. Tanımların içerisinde beğenilerimiz ve görmek istediklerimiz popülite ekseninde şekillenmeye başlar. Yalnızca baktığımız şeyleri görürüz. Bakmak bir seçimdir. Bu edimin sonucu olarak gördüğümüz nesne her zaman elimizle dokunabileceğimiz bir nesne anlamında olmasa da ulaşabileceğimiz bir alana getirilmiş olur (Berger, 1999: 9; Kahraman, 2005: 179; Şahiner, 2008: 106).

İmge tarihsel, toplumsal ve kültürel açıdan kendine özgü olan ve birbiriyle çelişen bir görme tarzını somutlaştırmaya yardımcı olur. Günümüzün çoğulcu dünyasında artan kültürel değerlere koşut olarak çoğalan imgeler, hem insanlar tarafından üretilmekte hem de insanlar kendi yarattıkları bu imgeler tarafından biçimlenmektedirler. Toplum bir diğer ifadeyle, imajların akışındaki yoğunlukları

yüzeysel olarak yaşantılamaktan estetik bir zevk alan konuma gelmiştir. Sadece görme ediminin ağırlığı değil, görmenin karmaşık bir biçimde bilincin yerine geçmesinin de ağırlıklı bir yere sahip olması, aynı zamanda, giderek daha fazla teknoloji görsel deneyimlerin menzilinı genişletmiştir. Görsel bilginin doğruluğu ve bütünlüğü hakkındaki temel yaklaşımlar, o imgelemi yaratmak için faydalanılmış süreçler ve araçlardaki değişiklikler ile büyük ölçüde şekillenmiş ve sanatın rolünün değiştiği bilgisini topluma vermiştir (Therlault, 2009: 3; Türkkan, 2008: 14; Burnett, 2007: 91).

Mekaniksel yaratılmış imgelem kültürel arenanın önemli bir parçası olduğu noktaya kadar gelişimini sürdürdü. İmgeler rutin olarak yeniden üretildi, işlendi, değiştirildi ve kültüre teslim edildi. Buna ilaveten, teknoloji aynı zamanda kültürlenme, benlik algısı, politik söylem ve insanlar arasındaki cinsiyet farklılıklarını içeren sosyal araçların birçok çeşidine temel kaynak oluşturmuştur. Yeniden üretilmiş imgeler; çabucak ve kolayca algısal sınırları geçmemizi, insanlar, mekanlar, nesnelere, fikirler ve hatta profesyonel disiplinler arasında bağ kurabilmemizi sağlayan bilgi ve düşünce vericileri gibi bir rol barındırdı (Freedman, 2003: 128). Kültürün bu görselleştirilmesi, yerleşik bakış açısından öteye geçmesini sağlamak ve günlük yaşam çalışmalarının ve popüler kültürün işbirlikçi imgeselliğini içermek amacıyla yapılan yeniden kavramsallaştırma çağrısının doğuşunu sağlamıştır.

Bu toplumsal ve kültürel manzarada, görsel deneyimlerin çoğu formal olarak düzenlenmiş sinema ya da sanat galerisi gibi alanlardan çok günlük yaşamın her alanında kazanılmaya başlanmıştır. Örneğin, filmler artık geleneksel olarak sinemada ya da videoda değil, bir uçak ya da otobüs yolculuğunda da izlenebilmektedir. Görsel kültür, görselin günlük deneyimlerini ve bu görsellerin altında yatan anlamların analizine yol açar. Bilgi çağının işleyişine dair keşfedilenler ve teknolojik düzeyde insanlar tarafından yaratılan görüntülerin her alanda deneyim edilebileceği dikkate alındığında, neyin gerçek olduğuna, neyin olmadığına dair geleneksel tanımlamaların cevap veremediği görülecektir. Bu önemli bir husustur; çünkü bir bakıma, hem teoride hem pratikte, neyin gerçek neyin sanal olduğuna dair ortada ki kültürel

ayrılmalar, artık eskisi kadar güçlü bir biçimde uygulanmamaktadırlar. Görsel kültürün çağdaş kuramcıları, Dewey'in "hemen" deneyimlenen estetik niteliklere karşı çıkmaktadırlar. Çünkü hiçbir şey biraz aracılık ve yorumlama olmaksızın hemen deneyim edilemez. Görsel kültürün önemi televizyon programları, mimari öğeler ya da tablolar gibi bir dizi şeyde değil; tüm bunları bireyin anlamasını sağlayan süreçlerde ve uygulamalarda yatmasıdır (Keifer-Boyd, Amburgy vd..., 2003: 46; Burnett, 2007: 99; Türkkkan, 2008: 14).

Bu görüşe karşılık ise Barnard (2002: 23) görsel kültürün toplumsal davranışa etkisini ifade ederken üretim ve tüketim sürecine gönderme yaparak 'hemen' deneyimlenen estetik niteliklerin sürecini ve sosyal bilincin estetik algı üzerinde ki etkisini açıklarken şu cümlelerle ifade eder:

'İçinde farklı grupları barındıran toplumun, sanat ve tasarım için sadece bir zemini ya da bağlamı yoktur. Toplum, görsel kültürün arka planında süregelen bir şey değildir. Görsel kültürün toplumun üreten, koruyan ve dönüştüren yönleri olup, aralarında süreklilik olan ilişki vardır. Görsel kültür toplumun üretildiği, farklı toplumsal grupların kendilerini oluşturmalarında kullanılan yöntemlerden birisidir. O halde görsel kültür sayesinde, toplumsal gruplar, kurumlar, uygulamalar, inançlar ve nesnelere üretilir ya da yeniden üretilirler'

Her sınıflı toplumda sanat bir ideoloji taşır. İdeoloji de kültürel ekseninde görünür duruma taşınarak ifade edilir. Sanatın değer bilimsel çözümlemesinde de bu iki yan birleşir. Görsel kültür, görüntülerin özenle seçimi, ifadenin nüansı, detaya verilen önem gibi güzel sanatlar açısından önemli öğeleri göz ardı etmektedir. Görsel kültür, özgül ürünler yerine, teknik tasarıma, klişelere ve tekrara dayanmaktadır. Bu gibi nedenlerden dolayı, "pop art", "donanım sanatı" ve "video sanatı" gibi postmodernist kavramların geleneksel görsel sanatlarla hiçbir ilgisi yoktur, bu nedenle "sanat" kavramı ile birlikte anılmamalıdır. Görsel kültür elemanlarından biri olan reklam görüntüleri görsel stereotipler ve abartılar üretmeye çalışmaktadır. Görsel öğeler arasındaki ayırım, temel olarak yaratıcı süreçteki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Reklam gibi görsel kültür çalışmalarında hedef ticari olduğundan, temel kaygı hedef kitlenin görüntüyü nasıl göreceğidir. Bu nedenle sanatsal kaygı ile birlikte ticari kaygı da söz konusudur. Görsel kültür kapsamında

mixed media, video art ve kitlesel medya üretim araçlarıyla yeni sanat olarak devam etmeyi sürdürmektedir. Artık reklamcılar, tasarımcılar ve grafik sanatçıları pazarlamadan eğlenceye kadar sosyal medya kaynaklarında üretimlerini, sanatsal çizgiden çok işlevsel ve bilişsel bir deneyle ortaya koymaya yönelmişlerdir (Öztürk, 2006: 254; Ziss, 2009: 47,48; Efland, 2005: 35; Olgun, 2010: 46).

İzleyiciler, metaforik bir anlamda, imgelerin hem içine girip hem dışında kalırlar. İzleyiciler imgelerden ayırırlar, ama yine de onları deneyimleme ile derinden ilgilidirler. İmge alanların deneyimlenmesi sadece orada olanı almakla ilgili bir şey değildir; aynı zamanda, insan bilincinin hiçbir zaman durağan ya da sabit olmamasına benzer şekilde, sürekli değişen dinamik bir ilişki yaratmakla da ilişkilidir. Bilinç, bireyin kendi iç koşulları ve içinde yaşadığı fiziksel ve toplumsal çevreye ilişkin olarak işlediği bir bilgi, inanç ya da düşünce olarak tanımlanabilir. Doğrudan gözlenemeseler de, gözlenebilir uyaranla ölçülebilir tepki arasındaki ilişkiyi önemli ölçülerde etkileyen ve biçimlendiren ara değişkenlerdir. İnsan bilinci, en az bilinen ve en çok kötüye kullanılan dolayısıyla, üzerinde denetimi en sık kaybedildiği bir yaşamsal organdır. Bilişsel işlevlerin uyaranla tepki arasında etkili olduğu, uyaranın birey için taşıdığı anlamı belirlediği ve bu anlam temelinde tepkinin başlatıldığı varsayılır. Bilinç toplumsal yapının bağımsız bir değişkeni olarak ortaya çıkmakta ve toplumsal, tarihsel oluşum koşullarına göre gelişerek toplumun üzerinde algılarını şekillendirebilecek bir soyut güç haline gelmektedir. Örneğin, insan masayı bilincinde ona ait gerçekle olduğu kadar, ona yönelik bir imgeyle birlikte yaşar. Oysa şimdilerde, insan nesnenin kendisini değil, nesnenin imgesini bilincinde dönüştürmek durumundadır (Dönmez, 2008: 132; Burnett, 2007: 86; Poyraz, 2005: 69; Kahraman, 2005: 12; Mcleod, Jack vd...2003: 214).

20. yüzyılda göze çarpan subjektivist tavır içerisinde baskın yer tutan olgu alımlama estetiğidir. Warning'in belirlemesiyle alımlama estetiğinin konusu sanat yapıtı ile ilgi kuran, onu kavrayan ve onu alımlayan (anlayarak kabul eden) arasında meydana gelen hareketlerdir. Alımlama estetiği, tarihsel açıdan semiyotik olarak temellendirilmiş (Prag Semiyoloji Okulu/Mukarovsky) bir sanat kavramına dayanır ve onun üzerinde gelişir. Bu anlamda subjektivist estetikten bağımsız bir konu alanı

vardır. Ingarden'e göre: “Somutlaştırmada, okuyucunun kendine özgü, yaratıcı etkinliği dile gelir. Okuyucu, kendi girişimi ve hayal gücü ile belli belirsiz yerleri, birtakım düşünce ve görüşlerle ‘doldurur’; bu düşünce ve görüşler, birçok mümkün ve uygun olanlar arasından seçilir. Genelde bu ‘seçme’, okuyucunun bilinçli ve maksatlı bir amacı olmaksızın gerçekleşir” (Aktaran: Tunalı, 1998: 111).

Alımlama estetiği imgeler üzerinden insan bilincinin gelişmesine temel oluştururlar. Dilin rolü de aynı ölçüde temeldir. Psikolog D.O.Hebb'in dediği gibi ‘Psikolojide imgelere rastlamadan şuradan şuraya ilerleyemezsiniz’. İnsanlara ezberlemeleri için isimler verdiğinizde, bunları acayip imgeler şeklinde birbirleriyle etkileşir vaziyette hayal edeceklerdir. ‘Pirelerin ağzı olur mu?’ gibi olgusal sorular sorduğunuzda pireyi görselleştirip ağızlarını arayacaklardır (Burnet, 2007: 67).

İster insan eliyle, ister mekanik veya elektronik bir araç yardımıyla olsun, imgeler içlerinde daima anlam veya anlamları barındırmışlardır. Bu anlamlar imgelere, üreticileri tarafından üretildikleri anda veya daha sonra yüklenmiştir. İmgenin doğası irdelendiğinde önce zihinde var olduğu bilinmektedir. İnsan zihninin bedenliliğine ve bütünlüğüne dair daha fazla bilgi edinildikçe, kültürün ve imgelerin rolü de değişmiştir. Ancak; görsel kültür, imgelerin incelenmesinden çok daha fazlasıyla ilgilidir. Yalnızca kuramsal modelleri ele alarak yeni bakış açılarının üretilmesini değil, aynı zamanda yeni düşünme modellerinin üretilmesinde önerir. Kültürel anlamları üretmede, görüntüyü temel alır. İlgilendiği konular işitselliğin, mekansallığın ve görselliğin çözümlenmesi ve yorumlanmasından, seyretme eyleminin ruhsal dinamiklerine kadar uzanır. Her görüntü, bireyin yaşama bakışını etkileyen ve düşüncelerine yeni açılımlar ile öneriler getiren birer anlam taşımaktadır. Görsel kültürde ele alınan görselin kendisi değil, bu görselin birey, toplum ve dünya için ne anlamlar ürettiğinin önem kazanmasıdır. Bu bağlamda, görsel kültür anlamların oluşturulmasında ve sorgulanmasında etkili görülmektedir (Türkkan, 2008: 15; Parsa, 2007: 9).

Maddeci ve diyalektik bilgi kuramı, imge terimini, bilgi-kavramsal anlamında geniş bir şekilde kullanır. Yansıma kuramı açısından imge, gerçekliğin bir kopyasına, bir çeşit manevi klişesine benzetilebilir. Filozof için imge, her şeyden önce, çevre

dünyasının zihinsel yansımasıdır. Bilgi kuramı, ruhsal yaşamın tüm dışavurumları, yani duyumları, algıları, tasarımları vb birer imge olarak niteler. Sanattaki imgeler gerçeğin bir kopyası değildir, tersine sanatçı imgeleminin ürettiği yeni olgulardır. İmgeler bize asıl dünyayı değil, dünyalardan bir dünya gösterir. İmgeler gösterilen şeyler değil, bunların temsilleridir. İmgelerin temsil ettiği şeyler gerçek dünya da olmayabilir, sadece muhayyile, kuruntu, arzu, rüya ya da fantezi dünyasında var olabilirler. İster fotoğraf, ister film ya da video, isterse resim olsun, imgelere baktığımız da gördüğümüz şey insanın bilincinin ürünüdür (Leppert, 2009: 16; Ziss, 2009: 61).

Bu ifadeler görselleştirmenin gücüne dikkat çekmektedir. Yeniden yaratım ya da fantezi odakları olarak imgelerin yorumunu açıklarken, kastedilen şeyin tam kalbinde hayal gücünün yer aldığı ortaya çıkmaktadır. Görsel kültürün görüntüleri ve ürettikleri, yaratıcıları ve izleyicileri arasında diyalog kurulan bir ilişkiyi temsil etmektedir Keifer-Boyd, Amburgy & Knight' e göre ise kültürün bir yansıması olarak görsel kültürü, bireysel ve ortak deneyimler aracılığıyla, görsel olana karşı ölçüsünde ifade edilip yorumlanabileceğini vurgulamıştır. Bu ifadesiyle de kültürel olanın görselleştirilme sürecini ve etkisini vurgular (Aktaran: Therlault, 2009: 23). Tıpkı Türkiye'de Ramazan ayların da Coca Cola reklamlarının içeriğinin değiştirilmesi ve pazarlama stratejilerinde kültürel mitleri kullanarak, sosyal medya aracılığı ile pazarını genişletme çabasında olduğu gibi. Burada amaç, enformasyonun temsili imgeleri ile insan algısını bir araya getirmektir.

Ne olursa olsun bugün yeni bir olgu gibi görünse de görsel kültür, sanatı gündelik yaşamın her anında ve alanında karşımıza çıkartmaktadır.

Bunun en iyi örneği Op Art'tır. En üst derecede soyut, bilimsel, izleyiciye ödün vermez bir sanat olan Op Art, her şeye karşın iki üç yılda haute couture'den afişlere, modayı altüst etmiştir. Galerilere, müzelere ve resim meraklısının bürosuna kapatılmış sanat yapıtları, topluma ve yaşama açılmak için, belki vurgunculuk devrinden, özel koleksiyon ya da müze koleksiyonu devrinden kurtulmakta; sadece birkaç anlayanın seyrine yönelik edilgen sanat yapıtlarıyken, toplum için etkin sanat yapıtları olmuşlardır. Viollet-le'nin belirttiği gibi: '*Bir uygarlık bir sanata sahip*

olduğunu, ancak bu sanat her yere girebiliyorsa, varlığını en basit yapılarda hissettiriyorsa iddia edebilir' (Aktaran: Ragon, 2003: 209).

Günümüzde görüntünün konuşma sanatından (görüntü retoriği) bahsetmek mümkündür. Görüntü retoriği izleyicinin konumunu belirlemektedir. Her görsel işaretin tek tip olduğunu belirten bir tarzı vardır ve alt kültürler görsel tarzlar aracılığıyla tanımlanmaktadır. Warhol, Rauschenberg, Sherman, Kruger, Prince, Wall, Viola ve Crewdson görsel kültürü görmeyi öğretmeye çalışan sanatçılardır. Görsel kültür, yüksek sanat veya sanat dünyası bağlamında yeniden sunulmuştur. Sanat teknikleri ve tasarım, reklamcılık, moda ve popüler medya görüntüleri arasında çoklu köprüler söz konusudur. Yüksek ve alçak sanat biçimleri ve çapraz medya müdahaleleri birbirinden karşılıklı etkilenmektedir. Ayrıca görsel ve fotografik kodların açılması söz konusudur. Tüm bunlar görsel kültürü gözler önüne süren faktörlerdir (Öztürk, 2006: 260).

Görüntüler sisteminin içinde görsel kültürün, bir sosyal yapının görsel olarak üretildiği kurumlar, nesnelere, eylemler, değerler ve inançlar olduğu söylenebilir. Bilginin, kimliğin, inançların ve hayal gücünün oluşumu ile süregelen tarihsel ve toplumsal süreçlerle yakından ilgilidir. Kısacası, görsel kültür insanların yaşamını biçimlendiren düşünceleri ve öyküleri temsil etmesinden dolayı önemlidir (Barnard, 2002: 22-25).

B. Görsel Kültür Kapsamında Teknoloji Olgusu ve Elektronik Sanat Kavramı

Kişiselleştirme doğallaşmanın, işlevselleşmenin ve kültürleşmenin çağdaşdır. Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin yaşantımıza girmesiyle birlikte, kültürde egemen olan yalnızca yazılı-sözlü dil değildir; resimden hiyeroglif, alfabeden televizyona kadar tüm iletişim araçları yoluyla kültür yeniden oluşturulmaktadır (Parsa, 2007: 6).

Bilgi çağı olarak adlandırılan bu yeni dönemde, bilgi ile teknoloji arasında giderek artan bir hızla birbirlerini etkileyen bir ilişki söz konusudur. Teknolojik gelişme ve bunun sonucu olan iletişim araçlarının, düş gücünü bile aşan etkin

yaygınlığı kültür kavramının, kültür örüntüsünün öğelerinin yeniden, fakat çağdaş bir hümanizm anlayışı içinde değerlendirilmesini ve irdelenmesini zorunlu kılmıştır. Teknolojik gelişimin önemli yanlarından biri, her dönemde yeni topluluk türü yaratmış olmasıdır.

McLuhan'a (1968) göre televizyon, yirminci yüz yılda 'global köyü' kurarak 'yeni bir topluluk türü' yaratmıştır. İnsanların dijital teknolojiye artan ilgisi, imgeselliğe önceden olduğundan daha çok maruz kalmalarına sebep olmuştur. Panolar, yayımlar, film ve videolara ek olarak bireyler şimdi tüm dünyada internet sitelerinden imgeler görebilmekteler. Daha da fazlası, videophone ve Ipod'lar gibi portatif avuç içi görsel cihazların düzenli artışının bir sonucu olarak imgelere ulaşım artık televizyonlarla veya bilgisayarlarla sınırlı değildir. Yani imgeler hemen her zaman her yerde görülebilmektedir (Babaoğlu, 2009: 103; Timisi, 2003: 77; Erinç, 2004: 52; Aktaran: Bozkurt, 2009: 27)

Görsel kültür üzerinde teknolojinin etkisi yeni bir olgu değildir. Teknolojik yenilikler görsel imgelemin evrimi üzerinde önemli rol oynamaktadır. Resim sanatında fotoğrafçılığın etkisi, büyük sanat tarihi kitaplarında uzunca bir süre yer almazken, fotoğrafın icadı, resim sanatının bileşenlerinin değişmesine yardım etmiştir. Dijital görüntüler insanların beğenebilecekleri gözlemsel nesnelere sunarken, izleyiciler, karakterler ne kadar hayal ürünü olsalar da, gördükleri her şeyin gerçek olabileceğini inanabilmektedirler (Freedman, 2003: 15; Kleiner ve Tansey, 1996: 960; Janson, 1986: 618)

Teknoloji sadece yeni araçlar kullanmakla ve geliştirmekle ilgili bir şey değildir. Teknoloji insanların çevrelerini yeni biçimlerde modellemelerine ve yeni düşünme biçimleri için temeller yaratmalarına da olanak tanır. Teknoloji, fiziksel aygıtların icadı ve yaratımı ile olduğu kadar bilişsel değişimle de ilgili bir şeydir. Kitle kültürünün doğuşu, teknolojiye bağımlı olarak, yakın geçmişin en etkili olgusundan birisidir. Makinenin kültüre katılmasıyla ve Victoria çağının teknolojiyle gerçekleşen büyük kentler dünyası, insanların yaşamında yepyeni öğelerden birisi haline gelmiştir (Burnett, 2007: 152; Baynes, 2008: 52). Görsel sanatlar da bu

değişikliklerden geniş ölçüde etkilenmeye devam etmiş, teknolojik dönüşümlerin etkisi içerisinde kendini farklı biçimlerde göstermeye başlamıştır.

20.yüzyıl'ın ikinci yarısı elektronik teknolojinin rüştünü ispatladığı, iletişim araçlarının günlük hayata yoğun olarak girdiği, bireysel özgürlüğün olabildiğince ön plana çıkartıldığı, modernleşme kurumları alanında çok sayıda inceleme ve araştırmanın yayınlandığı dönem olmuştur. 1980'lerin sonlarında kamuya sunulan en modern araçlar olan bilgisayarlar bu dönemin şartlarının benimsenmesini hızlandırmıştır (Bozkurt, 2005: 174; Barnard, 2002: 158; Zeren, 2006: 640).

Dijital teknolojilerin, kültürü ve çağdaş sanatı derinden etkilediği bir süreç yaşanmaya başlanmıştır. Teknoloji devrimine bağlı olarak kitle iletişim araçlarının küreselleşmesi ve internetin sağladığı olanaklar eşliğinde oluşan dijital kültür, toplumsal değişimi ve sanatsal üretimi etkilemiştir. Sanallık artık her alanda ve düzeyde yerleşik gerçeğin yerini almış, sanatsal üretimde ön plana çıkmıştır. Görsel teknolojinin sonsuz varyantları kullanılarak, daha çekici bir görüntüler sunulmaya başlanmıştır.

Teknoloji ve sanat, tarih boyunca birbiriyle doğru orantılı gelişen ve insanı diğer varlıklardan ayıran iki temel unsur olarak var olmuştur. Dolayısıyla, bir yapıtın yaratı sürecinde teknolojinin varlığı, sanatta doğayı yansıtmaktan uzaklaşarak bir deney görüntüsü vermiştir. Sanatçı, başka araçlarla ya da tekniklerle üretmesi mümkün olmayan sanatsal yapıtlarını bilgisayar teknolojisini kullanarak üretmeye başlamıştır. Bilgisayarın devreye girmesiyle birlikte öncelikle gerçeğin anlamı, içeriği, konumu neredeyse tümünden değişmiştir. Bilgisayar, giderek gelişen kullanım kolaylığı, hatasız olmasına karşın çok hızlı çalışma özelliği, geliştirilen yazılımları ve her an değişik bir uzman olabilme özelliğiyle bilgi çağının en önemli hazırlayıcı, itici gücü olmuştur. Algoritmaları çok fazla sayıda yeni nesne, alan ve olaylar sunmaktadır. Canlı dokuları tarayabilmekte ve inceleyebilmektedir. Görsel alan artık başka hiçbir şeyde olmadığı kadar hareketli veri diyarına dönmüştür (Sağlamtimur, 2010: 223; Bölükoğlu, 2002: 250; Tanyılmaz, 2008: 7).

Teknolojik süreçler geleneksel sanatı devam ettirme çalışmalarını destekliyor olsa da, bilgisayarlaşma sanat ve gerçeklik arasındaki sınırları belirsiz hale getirmeye devam etmektedir. Freedman (2003) ve Taylor (2004), teknolojinin hem kurguda hem de görsel bilginin edinimindeki estetik de önemli bir etkisinin bulunduğu görüşünde hemfikirdirler. Her iki bilim adamı da gerçek ve hyperlink olgusunun artan öneminden bahsetmektedirler. Bir video oyunu ile etkileşim, yüksek veya düşük teknolojik medya kombinasyonu ile tam bir kurgusal gerçeğin yaratılışı ya da hiperlinkler vasıtasıyla WWW'nun büyüklüğünü keşif ile izleyicinin kendi gerçeklerini etkileyip değiştirebildiği kolaylıklar, kendi dünyalarına aktif bir şekilde katılımlarını da etkilemiştir (Aktaran: Therlault, 2009: 13). Günümüzde, teknolojiden bahsedildiğinde sadece kullanım değeri üzerinden tanımlanan bir araçtan değil, yeni ortamlardan da bahsedilmelidir. Bunun en temel örneğini bir araç olan bilgisayarın bir ortam olarak internete dönüşmesinde görmek mümkündür.

Kitle iletişim araçlarının gelişmesi bilişim teknolojisinin akıl almaz bir hızla ilerlemesiyle, elektronik donanımlı araçların (bilgisayar, video, televizyon v.b) iletişimsel kapasitelerinin ötesinde, yeni sanatsal formlar ve düşünme-uygulama biçimleri yarattığından bahsetmek mümkündür. Bugün, video uygulamaları projekte edilmiş elektronik düzenekleri olarak mekanlara sokulan, maddesiz bir estetiğin açılımlarını sunmaktadır (Şahiner, 2008: 91). Sanat yapıtlarının çıkış noktaları artık yalnızca doğa değildir. Betimlemek zorunda olunan doğa da artık yoktur. Çünkü teknolojik gelişmeler bunu çoktan anlamsız kılmıştır.

1965'te Bordeaux Sigma Festivalin'de, Michel Philippot'un deneysel müzikler, Nicolas Schoffe'in sanat ve kibernetik, Abraham Moles'un teknolojinin sanat ve çağdaş düşünme üzerine etkisi, Michel Rogon'un Perspektif ve Mimari adlı konuşmalarından büyük bir düşünce belirmişti. Makinelerle birlikte yeni bir kitle sanatı doğacak mı? Sanatı makineler mi değiştirecek? Daha başka ve daha basit bir deyişle, sanatın gelecekte hala sanatçılara gereksinimi olacak mı, kibernetik hem verim hem fiyat açısından zor rekabet edilebilir bir sanat yaratamaz mı? Büyük ölçüde zanaat evresinde kalmış sanat, sanayi dönemine geçebilecek mi? Teknolojinin yeni sanatlar yarattığı rahatça tartışılabilir, sinema, radyo ve televizyon teknolojik

kitle sanatları olsa da, Abraham Moles sanat ile ilgili kaygılarını şu şekilde dile getiriyordu: *'Her şeyin yeniden tartışıldığı, araştırıldığı, denendiği uzun bir dönemin sonunda mıyız? Ve bu dönem iyice ileri gidersek sanatsal biçimin mutlak bir yıkımıyla mı sonuçlandı?' . ' Sanatçı artık eser yaratmıyor, eser yaratacak düşünceler yaratıyor'* diyor Moles. ve ekliyor: *' Artık sanat eserleri olmayacak mı? Bugünkü toplumda sanat eseri, belki, nadirata ölçü kabul eden eski bir toplumun kalıntısıdır'* (Aktaran: Ragon, 2003: 213-214).

Yirmi altı yıl sonra 1991'de bir söyleşide; Barry Monilow modern sanat ve sanatçı ideallerine uyan her türlü endişeyi ifade ediyordu: *'Hiçbir şeyin sanat olmadığı, hiçbir şeyin müzik olmadığı ve her şeyin ticaret olduğu noktaya geldik, bu o kadar büyük çapta ve o denli hızlı oldu ki ben dengemi kaybettim ve bunu yaşayan bir sürü sanatçı bir daha asla yollarını bulamıyorlar. Sanat yenik düşüyor'*. Bu yeni araçlar yüksek sanat eserlerinin erişilebilir versiyonlarının kitlesel dağılımını mümkün kılmasına rağmen, Greenberg gibi eleştirmenler bu türlü ortak karar kültürüne eleştirel yaklaşmışlardır (Aktaran: Shiner, 2010: 378-379).

Sanatçıların yüzyıllardan beri ardından koştuğu gerçeğe benzetim çabasını teknolojik imkanlarla daha iyi, hatta mükemmel olarak gerçekleştirmeye başlamışlardı. Buna karşılık resmin bitmesi gereken yerde, resim yoluna devam etti. Biten sanat tarihi olmuştu. Sanat kendini tanımlama projesi içine girdi. Danto'ya göre *'sanatın sonu'* makalesinde fotoğraf ve sinema kavşağından sonra yoluna devam eden sanatı, tarih sonrası sanat olarak ifadelendirdi. 20.yüzyıla kadar sanat yapıtı söylenmeden anlaşılan bir şeyken, bu tarihten sonra doğası fark edilmiş, felsefe tarafından neden sanat yapıtı olduğunun bulunması, anlaşılması gereken bir olgu olarak üretilmeye başlanmıştır (Aktaran: Giderer, 2003: 26).

20.yüzyılın ortalarında varlık gösteren akımlar, teknoloji-sanat bağlamındaki materyal ilişkisinin daha ötesine geçmişlerdir. Klasik anlamdaki üslubu yıkmış fakat yerine bireysel ve toplumsal tavırlar içeren kendi tarzlarını koymuşlardır. Eserlerinin ilettikleri sadece resimsellik değil, kavram ve söylemler olmuştur. Bu yüzyılın sanatçısının yapıtlarında kullandığı teknolojik araçlar, teknik nesnelere, çok yönlü etkinlikler (sürecin, bedenin, müziğin, enstrümanın, organik ve inorganik

malzemelerin kullanıldığı etkinlikler) ve tüm bunlarla iletmeye çalışılan kavramlar sanata yeni tanımlamalar getirmiştir. Bu tanımlamalardan biri de, toplumun tek büyük sanatsal bütün olduğuna inanan Joseph Beuys tarafından *'Herkes sanatçıdır'* söylemiyle biçimlenmiştir. 20.yüzyıl sanat akımları, çoğaltım ile sanatın ve sanat bilicinin yaygınlaşmasını, düşünce kavram ile sanatın, sanatçının ve yapıtın algılanmasını, üzerine düşünülmesini, neden-sonuç ile sorgulanmasını, değerlendirilmesini ve teknolojiye paralellik ile sürekli ilerlemesini, yeni anlatım araçları geliştirmesini temel almıştır (Çiçekli, 2009: 68, 97).

Ne var ki modern sanat sisteminin ötesine geçmek sadece güzel sanat sisteminin kurum ve disiplinlerine yeni bir şekil vermek demek değil aynı zamanda bu sistemin beceri, güzellik, işlev ve duyumsal zevk karşısındaki ikicilikliğini aşmak demektir. Güzel sanat ideali, hüneri hiçbir zaman tamamen dışlamamıştır ama dijital devrim güzel sanatla zanaatı duyumsal düzlemde yeniden bir araya getirme rüyasını iyice zora sokmuştur. Hipermetin, siber sanat, sanal mimari modeller, sentetik ses ve otomatik olarak kopyalamanın ortaya çıkmasıyla birlikte elle yapılan geleneksel yazı, çizim ve beste biçimleri birçok sanat dalında iyice sorunsal bir hale gelmiştir (Shiner, 2010: 400).

Teknolojik gelişim olgusu, internet ve elektronik sanatların bireysel kullanımı, sanatın çizelgesinin ve uygulamasının pratiğini değiştirmiş olsa da deneysel üretimleri sağladığı imkanlar ve kolaylıklar düşünüldüğünde hız kesmeden yoluna devam edecektir. Toplumlar dijital teknolojiyle oluşturulmuş büyük çaptaki ağ sistemi vasıtasıyla gittikçe daha çok iletişim halinde bulunmaktadır. Ağ teknolojisi daha önceden birbirinden habersiz olan bireyler ve gruplar arasında fikir ve bakış açıları paylaşımına imkan sağlamaktadır. Daha da önemlisi, ağ sistemlerindeki gelişmeler de devamlı olduğu ve onu kullanıp işleten kişilerden etkilendiği müddetçe kullanıcılar da onun şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Bu durum, internetin kısa süre içerisinde kendi pazarını ve statü değerlerini yaratmasını sağladı. Her yönüyle pazarlanabilir olan internet, dünya çapındaki birçok ülkenin bu alana olan yatırımlarını da hızlandırdı (Sweeny, 2004: 78; Tanyılmaz, 2008: 13).

İnternet, insanların her geçen gün gittikçe artan "üretilen bilgiyi saklama, paylaşma ve gerektiğinde ulaşma" istekleri sonucunda ortaya çıkan bir teknolojidir. Her ülke, belli zaman dilimlerinde köklü değişimler yaşar. Değişimi zorlayan nedenler ülkenin kendi koşullarından kaynaklanabileceği gibi uluslararası konjonktürün bir sonucu da olabilir. Endüstriyel-teknolojik ve bilimsel gelişme, insanı kayıtsız şartsız bunların koşullarına uyma durumunda bırakmıştır. Çağımız bireyi bu durumda ya pragmatist olacak ve yaratılan ortamda yaşayacak ya da başkaldırmaya devam edecektir (Bölükoğlu, 2002: 250; Turani, 2003: 86).

İnternet, görünürlüğe sahip olmasından dolayı mesaj iletme özelliğini de güçlü kılmaktadır. Bu sebepten sanatçılar bilgisayar, hem biçimsel deneylerini gerçekleştirebildikleri bir aygıt, hem de bir ortam olarak kullanmaya başlamışlardır. Gün gün üretilen ve yüklenen çalışmalar medyanın yüzünü değiştirerek etkileme potansiyelini de içinde barındırmıştır. Tele-görsel imajlar, videolar v.b bir referans noktası, bir karşıt-nokta, yansıma ve kaçış noktaları olarak sahnedeki yerini almıştır. İnternetteki hızlı paylaşımı ile birlikte, görsel sanat eserleri için biçimsel ve işlevsel açıdan önemini de beraberinde getirmiştir. İnternetin teknolojik özellikleri sayesinde küreselleştirici bir etkiye sahip olması, 1970’li yıllarda hızlanan “küreselleşme”, “enformasyon çağı”, “sanayi sonrası toplum” tartışmalarının da merkezinde yer almasına neden olmuştur. Bir bakıma internet küresel sistemin kültürel mecrası haline gelmiştir. Bilgisayarların kullanım kolaylığı ve alternatif görüntüler oluşturmada sanatçılara kazandırdığı hız onu vazgeçilmez bir sanat sihirbazı haline getirmiştir. İnternet’ in gelişmesi, dünyanın her yanından insanların iletişim içine girmesi kültürlerin kaynaşmasını ve sanatçılar arasında küresel çaplı görsel bir duyarlılığın oluşmasını sağladı (İnceoğlu, 1985: 35; Şahiner, 2008: 77-197; Işıklı, 2011: 12; Christensen, 2007: 45; Colman, 2004: 46; Güzelsoy, 2006: 2; Tanyılmaz, 2008: 3-4).

Sanat eserinin teklifine ve benzersiz olmasına ters düşse de, internet en büyük gücünü sürekli ve düzenli olarak erişilebilir olmasından almaktadır. Bu güne kadar sanat eseri sadece müzelere, galerilere ve koleksiyonculara ait bir şeymiş gibi

görünürken, dijital sanatların üretimi olan ‘net.art’ tüm izleyenlere ait bir ürün olarak sanal gerçeklikte paylaşılmaktadır.

Yeni Medya sanatları içinde en yenisi olarak yerini alan İnternet sanatını Walker Art Center eski küratörü Steve Dietz ‘*İnternet sanatı projeleri, izlenmesi/ifade edilmesi/katılımının sağlanması için İnternet'in hem gerekli hem de yeterli koşul olduğu projelerdir*’ şeklinde tanımlamıştır. Birbirlerine bağlanan her türlü ağ yapısı arasında yer alabilecek bir sanat oluşumundan bahsetmek mümkündür. Bilgi işlem konusundaki başdöndürücü hızlı gelişmelerin yaratıcı bir medyaya dönüşebileceğini ilk görenler arasında Vuk Cosic yer alır. Ardından Joan Heemskerk ve Dirk Paesmans gelirler. wwwwwwwww.jodi.org isimli siteleri 1995-1998 arasında ard arda eserler sergileyerek bu sanat dalının öncülleri olmuşlardır. Josephine Bosma ‘*sanat bundan yirmi beş yıl evvel kendi sınırları içersinde var olup gelişimini bu duvarlar içinde yaparken bir grup yenilikçi sanatçı, farklı şeylerin olabileceğini gördüler. İnternet gibi bir özgür ve belki de kaotik diye tanımlayabileceğimiz bir ortamda net.art yolcuları, estetik tariflerini altüst eden, biraz Dadacı, biraz teknoloji tutkunu, sınır tanımayan, prosedürleri yok sayan eserler üretmeye başladılar*’ ifadesiyle net.art’ı desteklediğini ifade etmiştir. Müzeler giderek, net.art ürünlerini destekleyecek fonlar oluşturmakta ve hatta kendi bünyelerine satın alıp izleyicilerine sunmaktadırlar. Net.art projelerine yatırım yapan ve aynı zamanda Berlin’deki Digital Art Museum’un kurucusu olan Wolf Lieser, müşterilerinin ve koleksiyonerlerin satın aldıkları net.art eserlerini hala memory disk veya CD gibi bir ortamda talep ettiklerini dile getirmiştir (Aktaran: Kutup, 2009).

Bilgisayar teknolojisinin mümkün kıldığı hyperlink’in gelişmesi; gerçeği görsel süreçte işlerken izlenen yolda önemli bir etkiye yol açmaktadır. Hyperlink sanatçılar araştırmalarını geleneksel perspektif ve birçok bakış açısı deneyimlerken bilgi parçalarını birleştirip bağlam kurmak adına başvurulan hemen hemen sonsuz denebilecek bakış açısı gösteren yeni bir hareketlilik meydana getirmişlerdir (Taylor,2004: 230-246).

Teknolojik tasarımlar ve sanatın tekliği ile ilgili ilk tartışmalar fotoğraf makinası ile sanatın bambaşka bir alana geçmesiyle beraber başlamıştı.

Resimselciliğin, kişisel ifade üzerine vurgunun ve sanatsal amaçlı tek adet baskının, tam da elde taşınabilen ucuz fotoğraf makinesiyle bir eğlenceliğe çevirdiği sırada ortaya çıkması herhalde tesadüf değildi. Stieglitz, *'Ne söylemek istediğiniz ve bunu nasıl söylediğinizdir. 'İster şiirde, ister fotoğrafçılıkta, isterse de resimde olsun bir sanat eserinin özgünlüğü, ifade edilen şeyin ifade ediliş tarzının özgünlüğüyle ilgilidir'* diyordu (Aktaran: Shiner, 2010: 311). Fotoğraf ve matbaa tekniği ile yapılan çoğaltımın ne'liği üzerine düşünceler, sanatın tekliği ile ilgili sorulardan hareket ettirmiştir: Orijinal nedir? Çoğaltım neyi getirdi? Soruların yanıtı 20.yüzyıl düşünce biçiminin önemli sorunsallarından biri oldu.

1920'li yıllardan itibaren iki farklı gelenek olan Duchamp ve Matis örneğinde olduğu gibi, sanatçılar referanslarını modernist söylem ya da modernizm eleştirisi üzerinden yaptılar. Teknolojiyi sanata uygulama yönündeki ilk köklü girişim, 1920'de Naum Gabo'nun, elektrik motoruyla çalışan, ilk kinetik konstrüksiyonu gerçekleştirmesiyle olmuştur. Bu eser, sanatçının bilimsel ve teknolojik gelişme karşısında aldığı tavır bakımından, önemli bir örnek teşkil ettiği gibi, 1950'li yıllarda gelişim gösterecek olan "Kinetik Sanat Hareket"i için de ilham kaynağı oluşturmaktaydı. Dadacılar'da bu teknikleri tepkisel olarak sıkça kullandılar zira fotoğrafik görüntülerin abartı ve kara mizahın ortaya çıkmasında pratik etkili bir yol olduğunu fark etmişlerdi. Teknolojiyle iç içe olan, üç boyutlu resim olanağı sağlayan, bir tür fotoğraf tekniği denilebilen bir teknik eğilim de Holografi Sanatı oldu. Holografi, fikir ve ilk teorik gelişmelerle İngiliz Dennis Gabor'ın 1947'deki çalışmalarında görülmektedir. Teknolojiyi kendi sanatsal pratiğine ilk dahil edenlerden birisi Ben Laposky'ydi. Laposky 1950'li yılların başlarında oskiloskop (bir floresanlı ekran üstüne elektrik akımının görsel kaydını çıkartmak için katot ısınlı tüpü kullanan bir cihaz) üstüne dalga formlarından elektronik görüntüler yaratmış, daha sonrada bunları fotoğraflamıştı. Görüntü üzerine yaşanan bu teknolojik gelişmeler birçok sanatçıyı bu alana kaydırarak bilgisayarla deney yapma ve yaratma çabasına girmeye yönlendirdi. Tıpkı fotoğrafın, desen ve resimden gelen bir evrim sürecinden ortaya çıktığı gibi dijital sanatta, fotoğraf, sinema ve videonun mekanik ve elektriksel süreçlerinin gelişmesi ışığında meydana gelmiştir (Çiçekli, 2009: 81-91; Bozkurt, 2005: 94; Tanyılmaz, 2008: 18).

1960'larda gelişen teknolojik şartlar değişik sanat hareketlerine uygun düşen işlerin ortaya çıkmasına neden oldu. Bu türde çalışan sanatçılar kullandıkları anlatım araçlarına göre birbirlerinden ayrıldılar. Bunlar filmler, haritalar, sertifikalar, gazete ilanları, telefon ses kayıtları, planlar, numaralar v.b şeylerdi. Nam June Pake elektronik medya imajlarını 1965 yılında ortaya koymuştu. Televizyonları yeniden yapılandığı özel tavrıyla, aracın yaygın kullanımını ironik bir dille ele almış ve ona karşı mesafeli duran ilk sanatçılardan birisi olmuştur. 1963'te Wuppertal'de müzik elektronik televizyon sergisi'nde yer alan Point of Liht ve Zen for Tv adlı çalışmaları şu an National Gallery'de bulunmaktadır. Her iki video heykelde de, elektronik imajların akışını engelleyerek, görüntü neredeyse bir nokta ya da çizgiye indirgenmiştir. Paik bu çalışmalarda iletişim toplumu'na ilişkin şüphelerini sergilemiştir (Şahiner, 2008: 59-146).

Dadistler de üretilmiş görüntüleri deformasyona uğratarak fotoğrafın dilini yeni tavrı göstermelerinde araç boyutuna indirgemişlerdir. Sadece fotoğraf değil sinemanın da geleneksel dili Prodüktivistler tarafından bilinçli olarak bozulmuştur. Dada ve kavramsal sanat gibi geleneksel sanat biçimlerine karşı olan yaklaşımlar fotoğrafı ve teknolojik aletleri kullandılar. Kübistler de, düşüncelerini gerçekleştirmek için fotoğrafı kullanmışlardır. Pek çok çağdaş ressam, fotoğrafik imgeleri tuvallerine yerleştirmede sakınca görmemiştir. Bilgisayarın kolaj becerileri özellikle Jeff Koons'un resimlerinde ağırlıklı olarak kullandı. Farklı görüntülerin bir araya getirilmesiyle oluşan bu resimler, tuval üzerine aktarılmadan önce görüntü işleme programları ile en küçük ayrıntısına kadar bilgisayar üzerinde tasarlanmaktaydı. Nagy'a göre ise fotoğraf çağdaş sanattı ve fotoğrafın sanat olup olmadığı tartışması gereksizdi. Georgo Grozs ve John Heartfield. Her iki sanatçı da fotoğrafik görüntüleri kullanarak önemli çalışmalar yaptılar. Heartfield, fotoğrafın yanında film çalışmaları da yaptı ve Prodüktivistlerin yöntemlerinden yararlandı. Kamera oyunlarıyla elde edilen film karelerini çalışmalarında uyguladı. Yan yana ya da üst üste birleştirilen görüntüler, fotoğrafı kullanarak yeni imgeler oluşturdu. 1920'li yıllarda Dadaist performanslar bu süreci başlatan önemli eylemler olmakla beraber, asıl gelişim 1950'li yıllardan günümüze Performans, Happenings ve Body

Art gibi alanlar video ile buluştuktan sonra süreç daha da yaygın duruma geldi. (Giderer, 2003: 90; Tanyılmaz, 2008: 18; Bozkurt, 2005: 44-46-47).

Performans sanatları 1950'li yılların sonundan 1970'li yılların ortalarına kadar geçen sürede disiplinler arası bir ortamda gelişmiştir. Bunun sonucunda performans, sonuçtan öte sürece odaklanmıştır. Allan Kaprow, Wolf Vostell, Red Grooms, Yves Klein, Gine Pane, Claes Oldenburg, M.Abromoviç, Rebeka Horn, Vito Acconi, Ulrike Rosenbach, Annegret Soltau, Wolfgang Flatz, J.Beuyss ve Nil Yalter gibi sanatçılar bu alanda önemli çalışmalar yapmışlardır. Örneğin, Ulrike Rosenbach ve Nil Yalter bedenlerini video karşısında kullandılar. Annegret Soltau, dokuz ay boyunca hamileliğinin görüntüsünü kaydetti ve dokuz bölümde görselleştirdi. Wolfgang Flatz, lunapark eğlencelerinden yola çıkarak topla hedef vurma oyununu izleyicilerin bedenini kullanarak gerçekleştirdi. David Hockey fotoğraf makinasını kullanarak Picasso'nun 1912'de yaptığı 'Keman ve Üzümler' gibi kübist resimlerini andıran çoğaltılmış imgeler oluşturmuştu. Tahmin edilecek olanın tersine, bu şekilde oluşan görüntü, anlamsız bir karmaşa değil, ilgi uyandırıcı bir portreyi ortaya çıkartmıştı (Bozkurt, 2005: 122-123; Gombrich, 2002: 625).

Sanat kurumları kendisine direnen insanların düşünce ve eserlerini kendi içlerine çekerek hayatta kalmak isterlerken, direnişler de sanatsal kategori ve kurumların yayılmasından zevk alma gibi bir ayartmayla karşı karşıya kaldılar. Örneğin, Dada ve Rus konstrüktivizmi gibi karşı sanat hareketleri ve Duchamp ya da John Cage gibi sanat karşıtı tavırlı yazarlar saldırdıkları sanat kurumları ve sanat kategorisi karşısında çoğunlukla ikircikli kalmışlar, bu kurumlar ise sanat karşıtı eserleri ve eylemleri çabucak bünyelerine alarak eritmişlerdir. Başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının eleştirisi, televizyon ve video teknolojisinin imkanları kullanılarak yapılmıştır. Video sanatçısı Nam June Paik, videoyu bu şekilde kullanır. Sanatın 19.yüzyılda teknolojinin yükselişinin yol açtığı gölgeler de vardı: zanaat ve popüler sanatlar iyiden iyiye itibar kaybederken, çoğu zanaatçı sanayi operatörü haline dönüşmüş ve güzel sanat kamuoyuyla popüler sanat kamuoyu iyice birbirinden ayrılmaya başlamıştı (Shiner, 2010: 304-305; Barnard, 2002: 157)

Bilgisayar, monitör, tarayıcı, yazıcı, grafik tablet gibi araçlarla çalışan sanatçı piksel tabanlı yazılımla fotoğrafları işleyebilir, düzenleme ve serbest çizim yapabilir, vektörel yazılımları kullanarak büyük boyutlu formlarla çalışabilir, üç boyutlu modelleme programlarıyla görüntü yaratma yolunu seçebilir. Yani yukarıda adı geçen birkaç alet sanatçının stüdyosunu oluşturabilir.

Dijital sanat 1990'lı yılların ortalarına doğru etkisini arttırırken müzelerde bu duruma ilgi duymaya başlamıştır. Daha yakın zamanda çağdaş sanat topluluklarının da içinde bulunduğu dijital sanat sergilerinin düzenlenmesi bu üretim biçiminin daha çok kabul görmesinin yansımalarıdır. Gündelik yaşantımızın değişiminde en büyük paya sahip teknolojik araçlar (bilgisayar, internet, cep telefonu, e posta) dijital sanata zemin hazırlamıştır. Bu nedenle dijital sanatçılar yaşadığımız çağda dijital aletlerle sanat yapmayı geleneksel araç ve aletler kullanarak sanat yapmaktan farklı görmemektedirler. Bu özgür alan her zaman olumlu sonuçlar doğurmamaktadır. Teknoloji ve endüstri bir aletler, aygıtlar, araç-gereçler dünyasıdır. 20.yüzyıldan itibaren gelişen teknoloji ve endüstriyle birlikte sanatçının yaşamında özgün paylaşımları da peşinde getirmiştir (Tunalı, 2009: 64; Tanyılmaz, 2008: 10). Günümüzde sanatçılar, internet üzerinde sergiler açarak mekan sınırlamasına bağlı kalmaksızın aynı anda tüm dünyaya ulaşabilirken, dünyanın her yeriyle bilgi ve sanatsal aktarım sağlayabilmektedirler. İnternet teknolojisi, insanların sanata katılımlarını kolaylaştırmakta, web müzeleri yaygınlaşmakta, sanat eserlerinin görüntülerine erişim olanakları alabildiğine genişlemektedir.

Sanatçılar www'nun özelliklerini ve kendi içinde bir sanat çalışması olan internet sitelerini oluşturmak için gerekli materyaller gibi web sitesi inşa araçlarını kullanan; *'İnternet Sanatı'* olarak bilinen şeyi yaratmaya ve kullanmaya başlamışlardır. Bazı hallerde çoğu birey kendilerini ifade etmek, sosyal ağ kurmak veya her ikisini birden yapmak için kendi görsellerini veya videolarını paylaşmaktadır. Youtube, Deviantart, Flickr, Facebook, Myspace gibi siteler düşünme ve üretme biçimlerini geliştirerek, dağıtım ve paylaşım yapabilmektedirler. Sanatçılar artık, içeriğin sadece kar amacı güdülen temelde özenle seçildiği medya kanalları dünyasında çalışmakla sınırlı değildir.

Kişilerin kendilerini ve eserlerini yukarıda ifade edildiği gibi görünebilir hale getirme şekilleri ve iletişimleri, görsel kültür kapsamında zamanla kişilerin postmodernist bir düşünce yapısına sahip olabilecekleri ihtimalini de akıllara getirmektedir.

C. Görsel Kültür ve Postmodernizm

Sanayi sonrası toplumu ifade eden ve yeni bir çağı temsil eden postmodernizm, kültürel açıdan yeni biçimsel özelliklere, yeni bir toplumsal yaşam tipine ve yeni bir ekonomik düzene işaret eden bir dönemdir. Postmodernizm endüstriyel olmayıp, daha çok teknolojiktir. Elektronik makinelere sahip, bilginin temel alındığı, bilgi girdilerine dayalı yeni bir yaşam biçimini ileri sürer. Hiç bir toplum ya da kültürün ötekinden daha önemli olmadığı inancıdır. Sanat da postmodernizm ise toplumun kültürel değerler ve anlamlar hiyerarşisi oluşturma ve kabul ettirme yöntemini araştırmak ve zayıflatmak için kullanılır. Sanatı, evrenselliği ve zaman ötesi oluşuyla değil, kusurlu, sıradan, ulaşılabilir, elden çıkartılabilir, yerel ve geçici olmasıyla değerlendirir. Postmodernizmle birlikte estetik sınırlar tamamıyla değişmiş, tüm karşıtlıklar bir yan yanalık haline dönüşmüştür (Türkkan, 2008: 16; Litte, 2004: 130).

Postmodernizm bir akım olarakta 1950'lerin sonlarında kendinden söz ettirmeye başlasa da, asıl yaygınlığı ve günlük yaşama girişi 1980'lerin başlarında gerçekleşmiştir. İlk olarak, postmodernizmin başladığı 1980'li yıllarda dile getirilen görsel kültür kavramı, ancak 1990'lı yılların sonlarında daha yaygın biçimde ele alınmaya başlamıştır. Önce felsefi bir tanımlama; sonra tarihte, politikada ve ekonomide bir bakış tarzı, mimaride bir yöntem, edebiyat ve plastik sanatlarda bir akım olmuş; en sonunda da bir yaşam tarzı ve dünyaya bakışı eleştirme aracına dönüşmüştür. Postmodernizm aynı zamanda modernizmin ötesinde olduğu düşünülen bir toplumsal gelişim aşamasını ifade eder. Temel düşüncesi, kültür ve kültürel tüketimin, medya ve bilgi teknolojisi etrafında düzenlenmiş bir postendüstriyel ekonomi yönünde köklü bir kayma olmasıdır. Yeni bir yaşam tarzı ve dünyaya bakışı eleştirme aracına dönüşmesi toplumsal kuram alanında da önemli

kopuşların yaşandığı, farklılaşmaların su yüzüne çıktığı bir dönemi de peşinden getirmiştir (Erinç, 2004: 162; Kahraman, 2005: 173).

Postmodern kültür ve postmodern topluma ilişkin kimi nitelikler şöyle özetlenebilir: Kültür ve kitle iletişim araçları toplumsal yaşamda öncesinden daha güçlü ve önemli bir duruma gelmiştir. Ekonomik ve toplumsal yaşam, malların sanayi emeği ile üretiminden çok sembollerin ve yaşam tarzlarının tüketimini ifade eder. İmge ve mekan, kültürel üretimin düzenleyici ilkeleri olarak anlatı ve tarihin yerini almıştır. Melezlik ve çoğulculuk ise sınırların ve sınıflandırmaların yerini almıştır. Gerçeklik ve temsillerine ilişkin düşünceler sorunlu gösterilir (Smith, 2005: 290-291).

Bu niteliklerin oluşturduğu postmodernizm, çoğul tikel ve göreceli bir hale dönüşür, diğer bir anlatımla, merkezsiz ya da çok merkezli diyebileceğimiz bir düşünce sistemini benimser. Postmodern başlangıçta tekilliği yadsıyacaktır. Çünkü üretilmiş bir imgenin bir tekrar olduğu varsayılmaktadır. Postmodernizm, her şeyden önce bir eklektik anlayış içinde çoğulculuğu benimseyen her şey olur parolasıyla kendini ortaya koyan bir akımdır. Ya öyle ya böyle değil, hem öyle hem böyle düşüncesi onu çoğulcu, çok yönlü bir akım haline getirir. Tekilciliğin yerini çoğulculuğun aldığı ve farklılıkların benimsendiği bir anlayış olan postmodernizmin ilgilendiği en temel alanlardan biri de kültürel alandır. Postmodernizmin kültürel alanın imgelerini ve anlamlarını sorgulayan bir anlayışa sahip olması görsel kültürle olan ilişkisinin çıkış noktasını oluşturur. Görsel kültür, postmodernizmin etkileriyle daha belirgin duruma gelmiştir (Türkkan, 2008: 20; Demir, 2009: 58).

Kültürel açıdan postmodernizm; gelip geçici, anlık, yüzeysel ve akıldan çok hislere seslenen kültür formlarını destekler. Yine postmodernizmin kültürel estetiği içerisinde geleneğin reddi, anlık eğlence, nostalji, pastiş, kolaj, değişkenlik ve tutarsızlık gibi unsurlar bulunmaktadır. Kuşkusuz postmodern *ethos*, önceki kültürel perspektiflere nazaran, piyasayla çok daha içli dışlı ve ticarete çok daha fazla elverişlidir. Modern toplumda temel değer olarak “endüstri ve üretim” vurgulanırken, postmodern toplumda “sosyal kontrol” kavramı ön plana çıkmaktadır. Modernist ve postmodernist bakış açıları arasındaki temel farklılık, birincisinde bütünsellik-

bütünleşme, diğ erinde ise, farklılık ve parçalanmanın vurgulanması biçiminde ortaya çıkmaktadır (Selçuk, 2011: 3883; Türkkan, 2008: 18).

Postmodernite kavramı, çağdaş gerçekliği ve deneyimi oluşturan temsiller, imgeler ve metinler çeşitliliğini, meydana getirdikleri karşılıklı etkileşim bağlamında ele alır. Bu durumdan en çok yararlanan kitle iletişim araçlarıdır. Postmodernizm bu alanda metinsel çözümlerden uzaklaşıp farklı medya biçimleri arasındaki bağlantıları daha geniş ele almayı öngörür. Bu bağlamda seçen, ayıran ve vurgulayan olarak sanatçı bu dönemde her dönemden olduğundan daha belirleyici hale gelir. Duchamp'ın Çeşme'sinden sonra sanatçının kendi elleri ile yapan olmak dışında nesneye ait yeni bir düşünce yaratarak nesneyi seçen olarak değerlendirilmesi düşüncesi bu çerçevede önem kazanmaktadır (Kılınçarslan, 2007: 93; Mink, 2000: 29).

Posmodernizmin sanatı kusurlu, sıradan ve ulaşılabilir kılması, yerel ve geçici bir bakış açısında değerlendirmesi, sanat eserlerinin uygulamasında klasik estetik anlayışının uzaklaşarak yeni bir üretim şekli kazanmıştır. Posmodernizm ile beraber estetik ölçüler yıkılmış, yeni konular ve kavramlar sanatın merkezine girmiştir.

D. Görsel Kültür ve Yeni Estetik Kavramı

Estetik sözcüğü Grekçe 'aisthesis' ya da 'aisthanestai' sözünden gelir. 'Aisthesis' sözcüğü, duyum, duyulur algı anlamına geldiği gibi, 'aisthanestai' sözcüğü de duyu ile algılamak anlamına gelir. Bu sözcüğün açıklayıcı olmayışından ve daha doğrusu yüzeyselliğinden ötürü, her şeye rağmen başka sözcükler türetme girişimleri, örneğin 'Kallistik' gibi yapılmıştır. Ama bu da tam uygun görünmemektedir, çünkü bu sözcükle kastedilen bilim, güzel olmak bakımından güzel ile değil yalnızca sanat güzelliğiyle ilgilenir. Açıklamalardan da anlaşıldığı gibi bilim olarak estetiğin konusu üzerinde herkesin oy birliğine vardığı bir tanım hiçbir zaman olmamıştır. Estetiğin tanımıyla ilgili görüş ayrılıkları, en başta, birbiriyle uzlaşmaz iki savdan kaynaklanırlar. Birinci sava göre estetiğin bir tek konusu olur. Sanatın evrim yasaları ve sanatsal yaratının özü; öyleyse o, sadece, genel sanat kuramı olarak kendini gösterecektir. Öteki görüşe göre ise, estetik ile genel sanat

kuramı birbirinden büsbütün ayrı iki bilimdir. Genel sanat kuramı, sanattaki evrim yasalarını ve sanatsal yaratının özünü inceler, buna karşılık estetik de, sanatta ve gerçeklikte güzelin bilimidir (Ziss, 2009: 1; Hegel, 1994: 1; Tunalı, 1998: 1).

Kant'a göre estetik deneyim, bir nesnenin seyredilmesinde hayal gücü ve anlama yetisi arasında meydana gelen uyumdan doğan bir hoşlanmanın hissedilmesidir. Estetik deneyim bir bilme tarzı değildir ve estetik hoşlanma da tamamen ilgiden bağımsız bir hoşlanmadır. Kant'ın estetiği bir beğeni eleştirisidir. Beğeni, "güzel"i değerlendirme, yargılama yetisidir (Aktaran: Altuğ, 2007: 16).

Estetik beğeni düşüncesinin üç ana unsuru modern estetik algısını oluşturdu. Güzellikten alınan sıradan zevk özel bir zevk türü haline gelerek incelmış ve entelektüel zevke doğru gelişirken, ön yargı içermeyen yargılama düşüncesi tarafsız derin düşünme idealine dönüşmeye başlamış ve güzellik kaygısının yerini önce yücelik kavramı ve en sonunda da yaratım olarak kendine yeten sanat eseri düşüncesi almıştır (Shiner, 2010: 195).

Estetik beğeniler üzerinde değişen düşünce sistemi, farklı görüşleride ortaya çıkmasına sebep oldu.

Mitchell'e (1995) göre;

'Sanat tarihi, artık güzellik ve estetik anlam gibi kavramları inceleme konusunu tam olarak tanımlamakta kullanmamalıdır. Sanat tarihinin görsel kültüre bir meydan okuma olarak geleneksel güzel sanatlar betimlemeleriyle beraber, gündelik ve popüler betimlemeleri de içermesi estetik anlam, estetik hiyerarşi, başyapıt ve deha gibi kavramların da sanat tarihi tarafından yeniden gözden geçirilmeleri, çeşitli kültürel zamanlar ve yerlere özel tarihi yorumlar olarak yeniden düşünülmesi gerekmektedir' (Aktaran: Barnard, 2002: 80).

Sanat tarihinin kendisi kimi kısıtlamaları bünyesinde barındırdığı için herhangi bir sanat yapıtının değerlendirilmesinde yeterli olanaklarını kendi içerisinde barındırmadığı düşünülüyordu.

Hacınikola, sanat tarihinin bilimsel bir disiplin olarak daha en başından beri, orta sınıf ideolojisinin egemenliği altında olduğunu iddia etmiştir. *'Bu bağlamda ele alındığında sanat tarihi bir burjuva sanat ideolojisi olarak: yalnızca başyapıt sayılan*

yapıtlar sanat başlığı altında gruplandırır. Önemsiz sayılan yapıtlar ise önemli ölçüde göz ardı edilir, sanat yapıtlarının yaratıcı dehalar tarafından ve bir çağın homojen ruhunu göstermek üzere gerçekleştirildikleri, böylece tüm insanlığın mirasını oluşturdukları kabul edilir. Sınıf ideolojileri ise görmezden gelinir, biçim ve içerik kavram çifti vurgulanır. Bunlardan biçim, estetik değeri taşıyan kavram olarak görülür. Biçimin tümel sınıf ideolojisiyle ilişkisi görmezlikten gelinir. Uygulamada da, bundan böyle güzellik nedir ya da bu yapıt neden güzeldir gibisinden idealist soruların yerini, bu yapıt kim tarafından ne zaman ve hangi nedenlerle güzel sayılmıştır maddeci sorusuna bırakmasını önermiştir' (Aktaran: Kaharaman, 2003: 84). Bütün bu ifadelerin eleştirdiği sonuç, sanat yapıtı yeryüzünde kendi varlıksallığını yaşayan bir olgu olmadığı, sanat yapıtı ancak kendisine yönetilen değerlendirme ile varlıksal gerçekliğine ulaşabileceği düşüncesiydi.

18.yüzyıla gelindiği zaman ise sanattan alınan zevk de ikiye bölünüyordu. Güzel sanatlara özgü incelmış zevk ile faydalı ya da eğlendirici ürünlerden aldığımız sıradan zevkler. İncelmış ya da derin düşünceye dayalı zevk, yeni bir adla estetik diye anılır hale geldi. Eski ve daha kapsamlı olan inşa olarak sanat görüşü, işlevsel bağlamda zevk alma ile uyumluydu. Tek bir yüzyılın akışı içinde, inşa modellerinin yerini, bütün güzel sanat ürünlerini kendinden geçmiş bir dikkatin nesnelere olarak gören derin düşünce modeli aldı. 19.yüzyılın başlarına gelindiğinde, güzel sanatlara, yüce hakikati ortaya çıkartma ya da ruhu iyileştirmeye dair aşkın tinsel görev verilmesiyle, güzel sanatlardaki eski işlev düşüncesi de bölündü. Sanat için sanat'a inananlar (Gautier, Baudelaire, Whisler, Wilde) ile sanatın toplumsal sorumluluğuna inananlar (Courbet, Proudhon, Ruskin, Tolstoy) ve kimi tarihçiler Platon'dan Schiller'e kadar böyle ciddi bir ilgi görmemiş bir temanın açıklanması gerektiğini vurgulamaya başlanmıştı (Shiner, 2010: 23-297)

Sanattan alınan zevkin yarattığı bölünmeler çağdaş idealist estetik tanımını ortaya çıkartmıştır. Çağdaş estetik temelinde sanatın özünün kurumsal yolla açıklanamayacağını ileri sürmekle, sanatın içsel yasalarını ve yaşadığımız dönemdeki evriminin gerçek eğilimlerini anlayıp formüle etmekteki başarısızlığını ve yetersizliğini tüm açıklığıyla ortaya koyan bir düşünce sisteminde şekillendirilmiştir.

Alman filozofu Martin Heidegger: ‘*İdealist estetik sanatsal yaratının kurumsal ve ussal açıklaması, onun güçsüzlüğünün belirtisinden başka bir şey değildir: çünkü sanat, inceleme ve çözümleme konusu olamaz*’ derken Andre Malraux: ‘*Sanatsal pratiğin bireşimini yapma ve onun insanın gerçeği özümsemesine bağlama yolunda yapılmış olan bütün girişimler gibi, estetik kuramların ortaya çıkışı da aklın yapay, ama çoğun da zararlı olan bir etkinliğinin sonucudur sadece*’ diye belirtmektedir. Ona göre kuram, usdışı sanatsal yaratının gerçekten insanın dünyasıyla bağdaşmayan, hayali ve ussal fantezilerden örülme bir ağ gibidir. Estetik beğeniye sanatsal üretim bağlamında değerlendiren E.Ballart; ‘*Sanat gerçeğin yansımaları değildir, bireyin benini dile getirmekte sadece bir araçtır*’ demektedir (Aktaran: Ziss, 2009: 16-17-24-25). İdealist estetik, sanatı gerçeklikten koparıp ayıran sanatsal yaratıda yaşamın bir yansımaları değil, sanatçı beninin anlatımını, bilinçaltı derinliklerin kavranmasını ya da belli bir ideal ilkenin somutlaştırılmasını ön görmekteydi.

Çağdaş sanat kültürü, çok eski türlerle, bir derece daha yeni başka türleri de içine almaktadır. Plastik sanatlar, daha çok eskiden ilkel insanlarca biliniyor idiye de, sinema, televizyon, fotoğrafçılık, bilgisayarla üretim, net.art v.b teknolojik yapıtlar 20.yüzyılın ürünleridir. Gerek toplumun, gerek onun kültür ve tekniğinin gelişmesiyle daha başka sanatlarında ortaya çıkamayacağını kimse iddia edemez. Dolayısıyla sanatta değişmez bir mantık olsa idi, yaratma olayı matematiksel bir düşünce sistemine ve bir kurala bağlanabilirdi. Örneğin Cezanne: ‘*Ressam, hiçbir zaman dimağı bir mantığına bağlanmaz*’ erken, her çağla ilgili yapıtın kendine özgü bir mantığı olduğu görüşünü, prensip olarak kabul etdilmesi gerektiğini vurgulamaktaydı. Yani sanatın varlık nedeni, hiçbir zaman aynı kalmaz. Böyle olunca sanatta değişmez değerlerin bulunmadığı gerçeği ortaya çıkmaktadır (Turani, 2003: 9-10).

Çağdaş estetik de ise subjektivist tavrı gösteren düşünürlerin başında Croce gelir. Çağdaş estetikte bilgi türlerini şu şekilde aktarır; Bilginin iki biçimi vardır. Bilgi ‘‘ya sezgisel ya da mantıksaldır; ya *düş gücü* ya da *us* aracılığıyla elde edilen bilgidir; ya *bireyselin* ya da *tümelin* bilgisidir; ya tek tek şeylerin ya da şeyler

arasındaki *bağıntıların* bilgisidir; kısacası ya *imgeler* ya da *kavramlar* üreticidir.” (Aktaran: Cömert, 2007: 27). Croce’ye göre sezginin en alt sınırında duyum yer almaktadır. Duyum, salt madde olduğu için, ruhun hiçbir zaman kendinde olarak yakalayamadığı biçim dışı (informe) maddedir. Ruh ona ancak egemen olur. Doğalcılığın anladığı biçimde duyum, sezgisel-ussal-pratik öğelerin bir karışımı, karışıklığıdır. Bu anlamdaki bir duyum, hem sezgi, hem düşünme, hem de bir ereğe yönelmedir. Fakat ussal ve pratik öğelerden arınmış bir duyum, yani yalın, katışıksız duyum, sezgiyle eş anlamlıdır (Aktaran: Peşkersoy, 2009: 8).

Sanat sadece gerçekliğin betimlemesi değil, kendi gerçeğinin bir koşutudur. Sanatın yalnızca doğa ve temsille yetinmeyip topluma ve sanatın kendisine karşı muhalif olmasının gerekliliği yalnızca estetik kurallara göre davranan bir sanatçının sanatsal özgürlük açısından kendini sınırlandırılmış bir ortam içine hapsedildiği anlamına gelmektedir. Estetiğin son derece öznel tartılar tarafından oluşturulan bir nesne olmaksızın bir sanat yapıtının gerçekleştirilebileceği tüm geleneksel sanat sınıflandırmalarının dışında, önünde ve üstünde yaratıcı düşüncenin olduğu görüşü yaygınlık kazanmıştır. Sanatın bu ayrılık niteliği felsefe terimleriyle tanımlanabilir ve onun varoluşunu etkileyen koşullarla belirlenebilir. Ama kurama çevrildiğinde sanatın gerçekliliğinin canlılığı silinmektedir. Kuramın kuruluşunu sanatın büyümesine ve onun toplumdaki varoluşuna aktarmak güçtür. En büyük sanat eleştirisinde bile bu eksiklik vardır. Artık ne temel kural, ne yargı, ne de zevk ölçütü vardır. Bugün sanat alanındaki hiçbir şey diğerine karşıt değildir. Yeni geometricilik, yeni dışavurumculuk, yeni figürasyon tüm bunlar tam bir farksızlık içerisinde bir arada bulunmaktadır (Baynes, 2008: 28; Giderer, 2003: 34-113, Wundram, 2008: 76).

19.yüzyıl’ın son çeyreği ile 20.yüzyılın ilk çeyreği arasındaki sanatçı için, ön planda onun ruhsal gerçeği yer almakta, yani bilincin dışında oluşan ruhsal yaşantısını ortaya koymaktadır. Yaratıcı vizyon ideali açıkça temsilin, işlevin ve güzelliğin karşıtı olmaktadır. Timuçin (2005), “*Sanatçı yapıtını bilincin düşünsel ve duygusal belirleyiciliğinde tam bir özgürlük içinde yaratır. Yaratmak özgürlük içinde var etmektir. Bilinç özgürlüğünü kendi gücünden, kendi yetkinliğinden alır. Ancak yetkin bir bilinç özgürdür, sınırlı ve karmaşık bir bilincin özgür edime ulaşabilmesi,*

dolayısıyla yaratıcı olabilmesi olanaksızdır.” Güzel kendi içinde bir amaç değildir; bir amacın aracıdır. Bu amaç özgürlüktür. Sanatın özgürleşimciliği bu tür bir işlevsellikle nitelenir ve özerk sanat, bireysel öznellik ve bilinç kavramları bu zemin üzerinde ete kemiğe bürünür. Her sanat yapıtı kendi çağının çocuğudur; ama daha çok da duygularımızın anasıdır. Her kültürel dönem kendine özgü bir sanat yaratır (Turani, 2003: 61; Aktaran: Peşkersoy, 2009: 14; Shiner, 2010: 330; Mutlu, 2005: 295; Kandinski, 2009: 19).

Pointon’na göre, sanat ve tasarımın biçimsel yönlerine vurgu bir sanatçının ekolünü ya da tüm bir dönemin genel biçimsel özelliklerini saptamaya yardımcı olur. Dönemin ruhunu ima eden analizler, genellikle Hegel’in idealist felsefesinin bir ürünü olarak düşünülür ve maddeci düşünürler tarafından Marx’ın tarihsel ve maddeci adımları izlenerek reddedilir. *Zeitgeist* teorisini destekleyen tasarım tarihçileri, sanatsal çalışmaların biçimsel özelliklerinden, tipik şekilleri, renkleri ve stillerinden tüm bir tarihsel dönemin ruhunu ya da atmosferlerini algılamının mümkün olduğunu iddia ederler. Bir tarihsel dönemin ruhu, o dönem boyunca üretilmiş nesnelerin içine işler. Wöfflin’ e göre ise sanat tarihi için hiçbir şeyin, kültür ve üslupların dönemleri arasında paralellikler çizmekten daha doğal olmadığını belirterek *Zeitgeist* fikrini destekler. Değişik zamanlar değişik sanatların doğmasına sebep olur (Aktaran: Barnard, 2002: 57).

Bir sanatçının kendi görüşünü yansıtabilmesi için, yakaladığına inandığı değerleri, kapsamlı bir bütün haline getirmesi gerekmektedir. Bu bütün, yapıtta ki öğelerin sistemleştirilmesi ile de ilgilidir. İşte bu sistem, sanat yapıtının mantığı, hem çağına, hem sanatçısına özgüdür ve getirdiği sistem, bütün sanatçılar ve çağlar için geçerlidir. Çünkü dışarıdan zorlanmış hiçbir disiplin, sanatçının ıstırap çekerek yapıtında geliştirdiği zihni disipline benzemez. Bu bağlamda 20.yüzyılda oldukça etkili olan düşüncenin son basamağı sanatın arındırılmasıdır. Greenberg’ e göre: *‘Saf sanat, konu, sanatçının kişiliği ile bağlantılar, fırça izleri gibi öğelerden arındırılmış olmalıdır. İlüzyonlara yer verilmemeli, tuvalin iki boyutluluğu öne çıkarılmalıdır’*. Bu düşünce 20. yüzyıl ilerleyen teknolojisini teknik anlamda kullanılmaya başlanmıştır (Aktaran: Çiçekli, 2009: 71; Turani, 2003: 10)

20.yüzyılda sanat, ahlaki ve psikolojik değerlere endekslenmekten kurtuldu, insanın gölgesinde vekaleten yaşamayı bıraktı ve bir mekan çözümlemesinin özerk öğeleri olarak olağanüstü bir önem kazandı. Dada'da gerçeküstücülükle parodik yeniden dirilmelerini kutlayan, soyut tarafından yapıları bozulan ve yok edilen nesnelere şimdilerde ise Yeni –Figürasyon ve Pop Art'ta imgeleriyle kendini göstermiştir. Sanatçılar geleneksel sanat anlayışını yıkıp, farklı ve kendilerine ait bir dil oluşturma çabasına girmiştir. Süreç içerisinde söz konusu gelişmelere bağlı olarak aklın ve bilginin ilerlemesi, tecrübenin artması bu dönem insanın doğaya, nesnelere ve kendisini ele alışı, algılayış ve yorumlayışında, nesnelere yaklaşımında bir takım farklılıklara, değişimlere yol açmış ve dolayısıyla yeni sanat anlayışının doğmasına neden olmuştur (Demir, 2009: 51; Baudrillard, 2010: 143).

Sanat ve üretim biçimleriyle ilgili görüşler ne olursa olsun, modern çağ insanın sorunsalını bedensel acı ile çözümlemeyi düşünenler ya da bedeni teknik araç olarak yüzeylede kullananlar, vücut sanatı söylemlerini yine teknolojinin kayıt cihazları ile taşınabilir hale getirmişlerdir. Modern sanatlar, bedenin ürünlerine dikkat çekmeye ve onları sanat olarak sunmayı tercih etmişlerdir. 1950'li yıllarda Manzoni, konserve yapılmış dışkıyı sanat adına sunmuştu. Andres Serrano'nun (1987) *Piss Christ* (Çiş İsa) adlı, idrar dolu bir plastik kutuda çarmıha gerilmiş İsa modelini gösteren fotoğrafı, sanat olarak sunulmuş ve o da galerilerde sergilenmişti. Gilbert ve George, kendilerini yaşayan heykeller olarak ortaya koymuşlar ve aynı zamanda çeşitli bedensel ürünlerinin fotoğraflarını çekip bunları sanat ürünleri olarak sergilemişlerdir. Sanatçı Helen Chadwick, erkek arkadaşıyla birlikte kara çiş yapmış, değişik şekillerde deliklerle kalıplar yapıp ortaya çıkan heykellere *Piss Flowers* (Çiş Çiçekleri) demiştir. Çişe de kültürel bir anlam yüklenmiştir. Sanat olarak sunulan doğal ürün değil, bu ürüne yapılan muamele onu sanat ya da görsel kültür haline getirmiştir. Bu ürünler maksatlı olarak ifade ettikleri şeyler açısından kullanılmışlardır (iğrençlik, çirkinlik vb.): içerebilecekleri herhangi doğal anlam açısından değil (Çiçekli, 2009: 77; Barnard, 2002: 28-29-30).

Estetiğin ne olması gerektiği ile ilgili devam eden farklı görüşler ortaya değişen şartlarla çıktıkça sanatçılar da kendi yorumlarını ortaya koymuşlardır.

Kavramsal sanat bu kırılmaların ve estetik sorgunun en çok hissedildiği alan oldumuştur. Nesnelere karşı olmasıyla bilinen kavramsal sanat, modernizm açısından bir son noktadır. Sanat yapıtı artık bir metine dönüşmüştür. Tuvalin içeriğinin boşaltılması, çerçevesinin bile resim yapılarak boyanması, parçalara ayrılması, boyalar damlatıp fişkırtılması, gövdesinin bir bıçakla yarılması, çöplerle ve atıklarla bir tutulması, sıradan bir tüketim nesnesine dönüştürülmesi, bir tuvalet kapısı gibi yazılıp çizilmesi, hırpalanması, sanatçının öznelliğinden kopartılması, küfürlü, pornografik yazılar ve resimlerle doldurulması onu yalnızca gözden düşürmek için değil, kadavra üzerinde çalışmış gibi bir tutumla araştırılmasıyla ilişkilidir. Geçmişin sanatı, bugün eskiden olduğu gibi değildir artık. Yetkisini yitirmiştir. Onun yerine imgeler dili oluşturulmuştur. Şimdi önemli olan bu dili kimin, ne amaçla kullandığıdır (Giderer, 2003: 151-124; Berger, 1999: 33).

Lyotard, *'bugünün sanatı anlatılması, görülmesi mümkün olmayan şeyleri dile getirmek ve göstermek çabasından başka bir şey değildir'* der. Sanatçılar artık garip makineler tasarlıyor ve yapıyor, onlarla oynuyorlardı. Yerleri kazarak, yapıları paketleyerek, taşları üst üste koyarak, vücutlarını keserek, şisofrenilerin güncelerini sergileyerek, göz yanılmasını erek edinmiş heykeller yaratarak bir gülmece dünyası kurmaya çalışıyorlardı. Duyumun olsun, anlatımın olsun sınırına gelip dayanılmıştı. O sınırın olanakları zorlanıyordu. Her şey bir deneye dönüşüyordu. Yoruma sonsuz güç ve olanak kazandıran da buydu ve bu nedenle felsefe, eğer yorumlama demek anlamını taşıyorsa, felsefeyle sanat arasındaki bağı koparmaktan söz etmek olanaksızdı (Aktaran: Kahraman, 2005: 25).

Görsel sanatlarda 1960'lı yıllardan bu güne pop, kavramsal, performans, enstalasyon ve çevresel sanatların büyük bir kısmı da güzel sanat sisteminin kutupsallıklarına karşı direnmekte sanatla hayatı yakınlaştırmaya çalışmaktadır. Warhol ve öteki pop sanatçıları sanatçının ve sanat eserinin kutsal halesiyle alay etmeye devam ettirmişler ve kavramsal sanatçılar da genellikle eser adında hiçbir şey üretmemişlerdir (Shiner, 2010: 389).

Andy Warhol'a göre, *sanatın bir misyonu olması gerekliliği* anlamsız bir görüştür, sanatın temel işlevi yaşamın yansıması olmalıdır. Çağdaş kapitalist bir

toplumda yaşamı yansıtacak olan sanat; anonim ilişkiler içinde kaybolan, kitlenin mekanik bir parçası haline gelen ancak bu kitle içinde farklı olma gereksinimi duyan bireye yönelik olmalıdır. Görüldüğü gibi pop-art, postmodernizm ve popüler kültür, değinilen tüm bu alanlarda iç içe girmektedir. Deha artık makinedir. Artık değerli olan bir şey yapmak değil, bir şey düşündürmektir. Warhol, ünlü kişilerin portrelerini yüzlerce kez çoğaltırken, insan imajını da mekanik bir imaj haline dönüştürmüştür. Duchamp, sanatı tamamen kavramsal bir yöne çekmeye çalışmış, bunu yaparken de endüstrinin karşısına ready made’i çıkartmıştır. Bu da sanatın, bir tek öznde tamamlanan bir şey olarak, öznenin zihinsel etkinliğinin dilin dışındaki bölümüne indirgenmesi demektir (Aktaran: Selçuk, 2011: 3879; Şahiner, 2008: 35; Honnef, 2000: 25).

Duchamp'ın satın alıp galerisine yerleştirdiği ünlü pisuvarı, bir süre sonra neyin sanat olup, neyin olmadığıyla ilgili sanat tarihinde bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Duchamp'ın “Çeşme” eseri Aralık 2004 te İngiliz sanat çevresinden 500 kişinin oylarıyla 20. yüzyılın en etkili eseri seçilmiştir. Bugün de günümüz sanatçıları üzerindeki etkisi devam etmektedir. 1917 senesinde New York'taki bağımsız sanatçılar birliğindeki gösteride sergileme girişiminden önce üzerinde R. Mutt imzasını iliştiirdiği bir pisuar, her ne kadar fiziksel olarak 20.yüzyılın başlarına ait olsa da bunun etkisi ve sonuçlarına ilişkin Duchamp'ın yorumu en çok 1950'lerden itibaren önemli olmuştur. Bu dönemde hem Kant estetiğinin ciddi bir sarsıntı geçirmesi hem de Duchamp anlayışının dönüştürülmesi sanatın en önemli çıkışları arasındadır (Shiner, 2010: 383-384)

1958'de Rauschenberg ve Jasper Johns combine painting yapıyorlardı. Bunlar saman doldurulmuş tavuktan Coca-Cola şişelerine kadar çeşitli nesnelere bir çeşit kolajlardı. Bu arada Chamberlain, farklı renkte araba saclarını birbirine ekleyerek heykeller yapmıştır. Artık söz konusu olan, sanatçının yeteneği, bir ya da yalıtılmış birçok resmi sergilemek değil, çok daha bütünsel bir sanat yaratmak, galeriden daha büyük bir umumi yeri, örneğin mahalleyi ya da kenti değiştirmekti. Parisli terzi Paco Rabanne'ın, fotoğraftaki mekanik sanattan esinlenmiş bir mec art modası yarattığı gibi, Saint-Tropez'de Voom Voom'un, renklerin, seslerin, ışığın ve hareketin

birbirine uyduğu bir hava yaratması için Nicos Schoffer'e başvurduğu gibi (Aktaran: Ragon, 2009: 213).

Bir eserin üretim şeklinin temelini estetik sınırlılıklar değil, sanatçının eserleri ve felsefeleri meydana getirmeye başlıyordu. Sanatçılar eserleri kadar düşünceleriyle eserlerine bağımsız bir zemin oluşturlardı.

Warholl *'Bir biçimin diğerinden daha kötü olduğunu nasıl söyleyebilirsiniz? Herhangi bir şeyden vazgeçtiğiniz hissine falan kapılmadan, gelecek hafta soyut dışavurumcu, pop sanatçı ya da gerçekçi olabilirsiniz. Çok iyi olmayan sanatçılar herkes gibi olmalı ki, insanlar çok iyi olmayan şeyleri sevebilirler. Yapmak zorunda olduğunuz her şeyi dergi ve kataloglarda yazıyor. Şu biçim ya da bu biçim, şu ya da başka insan imgesi ama aslında aralarında hiçbir fark yoktur'* diyordu (Aktaran: Yılmaz, 2009: 155). Picasso'da *'Bir şeyi onun söylenmesi gerektiğini hissettiğim şekilde söylüyorum'* (akt: Bernadac ve Bouchet, 2006: 71) diyerek farklı ama aynı sonuçta birleşiyordu. Whistl'in ise; *'Biçimci gelenek beni neredeyse en büyük korkum olan sanatımla hiçbir şey ifade edemez ve hiçbir şeyi değiştiremez hale getirmişti'* diyerek eleştirel yaklaşırken (Aktaran: Şahiner, 2008: 125) Joseph Beuys : *'Her insan sanatçıdır. Toplumsal sanat olarak nitelendirilen ve sanat disiplini olan sanata göndermede bulunuyorum'* diyerek sanatın doğuştan gelen bir yetenek olmadığına göndermede bulunuyordu (Aktaran: Yılmaz, 2009: 168). Bu felsefelerin yarattığı etki üretim sürecinde biçimden uzaklaşarak sanatsal üretimden çok felsefe üretilmeye başlanmasına zemin hazırlamaya başlamıştır. Bu süreçte Abraham A. Moles (1965): *'Her şeyin yeniden gözden geçirildiği, sınındığı, denendiği uzun bir dönemin en sonunda, sanatsal biçim'in tam yok edilmesine mi vardık. Sanatçı artık maddeyle değil düşünceyle ya da yöneticilerle çarpışıyor. Artık yaşamıyla ilgili değil, yaşamın anlamı konusunda kuşku duyuyor. Artık yapıt yaratmıyor, yapıtlar yaratmak için düşünceler yaratıyor'* (Aktaran: Ragon, 2009: 187) diyerek kaygısını dile getirmekteydi.

Bir misyona sahip olmanın sanatın anlamını kısıtlamasından ve elitist bakışın reddinden hareket eden yeni estetik anlayışının temeleni oluşturan tüm düşünceler üst-anlatılara sırtını dönüp, mekansallığı ve yerelliği öne çıkartarak evrensellik iddiasını da bir üst anlatı olarak görerek redetmekteydiler.

Sanat, tasarım, güzellik ya da estetik duygu olarak adlandırılan şeyler, kültürel zaman ve mekana göre değişiyorsa, o zaman bunların sabit hiçbir bilgisi ya da analizi olamaz. Sanat nedir? ya da Estetik nedir? gibi soruları cevaplama

çabasının kendisi de, kültürel üretimim önemli bir parçasıdır. Marksist yorumda ise; Toplumsal bilincin bir biçimi olarak sanatın tanımını da kendi öz pratiğinden çıkar. Biçimle içeriğin bütünlüğü, sanatın evrimine ilişkin nesnel yasaları dile getirmektedir. İnsanlar görsel kültür ürünleri üretmekten vazgeçemedikleri gibi, bunu analiz etmekten ve tanımlamaya çalışmaktan da vazgeçmediler. Farklı toplumlardaki farklı gruplar, kültürel yaşam süreçlerinin bir parçası olarak, sanatsal ve estetik olanı farklı şekillerde tanımlamaktadır. Sanatsal ve estetik olanı tanımlama çabası, toplumsal süreçler ya da toplumsal yaşamın bir parçası olarak görülebilir. Lois Sullivan'a göre, *“biçim işlevi takip eder”*. Bu demektir ki, bir nesnenin biçimi, o nesnenin işlevinden sonra gelir ya da ondan daha az önemlidir. Clive Bell'e göre, *“bütün sanat eserlerinin dikkate değer bir biçimi olduğunu ve çizgi, renk ve biçimlerin estetik duygularımızı uyandırmak ve kışkırtmak için bir araya geldiklerini söylemektedir”*. Bu aynı zamanda çirkin olanın da bizi kışkırttığının söylenebileceği bir durumdur (Aktaran: Barnard, 2002: 31-32-33-174; Ziss, 2009: 23-105).

Kosuth' göre; *‘Sanat ve estetik arasındaki ayrım üzerinde durmalıyız. Ayrıca, kısa da olsa biçimci sanat'a eğilmek gerek. Biçimci sanat, estetik düşüncüyü bir sanat olarak ele alan yaklaşımların başında gelir. Estetik ve sanatı birbirinden ayırmak gerekir; çünkü, estetik genel olarak dünyanın algılanması konusunda uğraşmaktadır. Nesnelere sanatsal bir bağlam içinde sunulduklarında, onların estetik düşünce açısından önemleri, ancak dünyadaki diğer nesnelere kadardır’* (Aktaran: Yılmaz, 2009: 192-193).

Biçim ve içerik sanatın ana unsuru olmaktan çıkartılarak, geleneksel estetik temellerin dışında eserler üretilmeye başlanmıştır.

Geleneksel estetik anlayışında ki sanatta, biçimle içerik karşılıklı bağımlılık içinde bulunurlar hep. Sanatta biçimle içeriğin kurduğu bu birliktelikten anlaşılabilir şudur: Sanat yapıtının bu iki yanından biri olmadı mı, öteki yanı da var olamaz. Sanat görünürü kopya etmez, onu görünür duruma getirir. Söz konusu olan ustalaktır, ne ki bizi engellememesi gereken bir ustalık. Olabilirlikten ne denli uzak olursa olsun, bilgi, belirliliktir. Ama düşsellik, kendi yönünden, vazgeçilmezdir (Ziss, 2009: 129; Klee, 2006: 51).

Bu düşüncelere dayalı tartışmalar ve estetik görüşler, imajların eleştirel olarak ele alınmasından kendine mal etme, parodi ve pastiş gibi kavramları giderek daha çok gündeme getirilmesine sebep olmuştur. Kendine mal etme stratejisi karamsar bir perspektiften bakıldığında sadece bir geçmişe bakış olarak değerlendirilebilir (Şahiner, 2008: 122; Rousseau,2011: 74).

Yeni estetik anlayışın yarattığı algıyı yeni ekonomik düzenle birlikte paranın değişen anlamından ve kültürel ürünlerin parasal eşdeğerliliğinden yola çıkarak, yeni estetik anlayışıyla oluşturulmuş kültür üretimi ve tüketimi tüm topluma yayılmış, kitlesel düzeyde yaşantılanan bir gerçekliğe dönüşmüştür. Kültür bundan böyle geçim sağlama şeklindeki ciddi bir işin ilavesi olmayıp, büyük ölçüde bu işin bir parçası haline gelmiştir. Küreselleşmeyle birlikte bütün bir kapitalist dönemin hem en önemli kırılma hem de en önemli eklemlenme dönemi başlamış Kültür endüstrisinin, sahici üslup kavramının egemenliği estetik alandaki eşdeğeri olduğu açıkça ortaya konmuştur. Üslubun salt estetik bir düzenlilik olarak tasavvur edilmesi romantik bir geçmişe yönelik fantezi olarak kalmıştır. Büyük sanatçılar üslubu kesintisiz ve eksiksiz vücuda getirenler değil, üslubu acıların kaotik ifadesine karşı bir katılık, yani olumsuz bir hakikat olarak yapıtlarına dahil edenler olmuştur (Kır, 2008: 21-22; Adorno ve Horheimer, 2009: 175; Kahraman, 2005: 174).

Küreselleşme ile birlikte bilginin ve görselin kolay ulaşılabilirliği sanatın da tekliğini, orjinalliğini ve yerelliğini ortadan kaldırarak, farklı yerlerde farklı sanatçıların ortak bir ürünü haline gelmesi sürecinin de zeminini hazırlamıştır. Bu süreç işlerken ortaya bir *Theseun'un Gemisi* paradoksu çıkmaktadır. Bu paradoksa göre: “yıllar içerisinde bakım yapıldıkça bir geminin tahtaları birer birer değiştirilmiş, buna A gemisi diyelim. Ne var ki, eski tahtalar atılmamış ve onlardan da bir gemi yapılmış, buna da B gemisi diyelim. Bu sürecin sonunda iki gemi vardır. Hangisi, Theseus'un asıl gemisidir?” (Clark, 2009: 19).

Uzun yıllardır tartışılan sanat eseri ve üretim biçimleri, estetik bilginin temellendirdiği çerçeveden dışarı çıksa da ister halka açık sergilenmiş olsun ya da özel alanlarda beğenilmiş olsun, tarihi boyunca yöneticisi seçkin kesimin ideallerine ve değerlerine görsel ifade aracı olmaktan kutulamamıştır. Her ne kadar modern

sanat, hem estetik hem siyasal anlamda kurulu düzenin yetkisine karşı kasıtlı bir muhalif olarak ortaya çıkmışsa da, günümüzde sıklıkla bu yetkinin amacına hizmet etmektedir. Yalnızca yarım yüzyıl önce, devlet müzeleri mimari, resim ve heykelticilikteki modern hareketlerle ilişkide olmaktan kaçınılmaktaydı (Hollingsworth, 2009: 477).

Sanat tüm etkinliklerimiz gibi varoluşun maddesel koşullarından etkilenen özerk bir etkinliktir; bir bilgi biçimi olarak kendi gerçeği ve kendi sonucu vardır. Ama bir tepki biçimi olarak ayındır ve uygarlık ya da kültür dediğimiz şeyin bütünlüşme sürecine katkısı vardır (Baynes, 2008: 31).

Sonuç olarak estetik kavramı içerisinde değerlendirilmek ve takdir edilmek istenmeyen sanat, sanat tarihi disiplininin içerisinde kendini görmemektedir. Kendini kendinden bağımsız tutarak üst öğretilerden kendini arındırmayı yönelmiş, kavramsal temellere dayanarak biçimden uzak içeriğe değer veren kendi alanını oluşturmuştur. Görsel kültür, gelişen teknoloji ve postmodern bakış açısı estetik bilincin oluşmasında ve şekillenmesinde tek tip ve farkında olmadan bir kolektif üretim riskinide gündeme getirmiştir. Bu bilinci medya kaynaklarıyla görünür hale getirmiştir.

E. Görsel Kültür ve Yeni Medya

Medya, yani kültürün görünür hale getirilmesi, dijital görüntü nesne ile ilişkilidir. Görüntü yalnızca birer yansıma değil, yeniden üretilen-tüketilen-üretilen sanal gerçeklik dünyasında, kayıtsız-sınırsız-çoğaltım-zihinsellik bağlamında yeni bir ortam demektir. Kültürlerinde kendini temsil etmek için bazı araçlar kullanması gerekmektedir. Kültürler kendilerini ilk olarak kendilerine, sonra da diğer kültürel gruplara göstermek ister ve görsel kültürün kullanılabileceği araçları temel malzeme olarak kullanır. Medya olarak genellenebilecek bu olgu, görsel kültürün etkisinin en yoğun olduğu alanlardan birisidir.

Birey doğduğunda algıları dış dünyaya açıktır ve çevresindeki her şeyi algılamaya çalışarak imgeleri ana belleğine kaydeder. Algıladığı bu imgeleri bir araya getirdiğinde, dünyayı bir biçimde anlamlandırmaya başlar ve yaşamı bu

imgelere yüklediği anlamlarla değerlendirir. Bu ortamda kullanmayı öğrendiği dil ve içinde yaşadığı kültürün kodları bir araya geldiğinde birey, anlamlandırdığı imgelerle kültürünü birleştirerek yeni anlamlar oluşturmaya başlar. İmgelerle kültürel gerçeklerin birleşmesinden doğan bu güçlü dil, görsel kültürün temelini oluşturur. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının etkisi, etkilenen kişilerin medya mesajlarına doğrudan doğruya, aracısız biçimde erişmesine bağlı olmakta ve öncelikle medya mesajlarının alımlayıcılar tarafından kullanılması ve tüketilmesiyle ortaya çıkmaktadır (Türkkan, 2008: 14; Kepplinger, 2003: 9).

Görüntü, daha çok zihin ve düşünce süreçleriyle ilgili bir meseledir. Düşünmeye başladığım anda görmenin karmaşıklığı geometrik olarak artar, çünkü bu durumda mesele artık konuşmaya başlamadan önce bebeklerle ebeveynleri arasındaki temel özdeşlik bağında olduğu gibi sadece tanımayla sınırlı olmaktan çıkar. Görme duyusu insanoğlunun elindeki önemli araçlardan biridir ve bu araç gerçekliğin hem açıklanmasında hem de denetlenmesinde kullanılır. Her insanın belli bir görmesi olduğu gibi, her dönemin de belli bir görmesi, belli bir varlık yorumlaması vardır. İnsan, dünya karşısında nasıl duruyorsa, dünyayı o şekilde görmektedir (Leppert, 2009: 18-37; Tunalı, 2011: 12).

Görsel kültür yaklaşımı, çapraz uzlaşmaların yaşandığı bir dünyada yaşadığımız gerçeğini tanımaktadır. Kültürel anlam taşıyan görsel içerik birçok şekilde belirmektedir. Görsel içerik ve kodlardan biri diğerine geçmektedir: Basılı görüntüler ve grafik tasarım, televizyon ve kablolu televizyon, film ve görüntü, bilgisayar arayüzleri ve program yazılımları, internet/görsel bir ortam olarak web, tüm kitle iletişim ortamlarındaki reklamlar (gerçek bir çapraz medya yapılanması), güzel sanatlar ve fotoğraf, mimari, tasarım ve kentsel tasarım. Görsel içeriğin tüm bu biçimlerine ilişkin kodları öğrenir ve kodları kitle iletişim araçları, yüksek ve düşük kültür biçimleri arasında şekillenir. Bu sonuçla, görsel kültürün görselliğin tek bir biçimi olmadığını, bir sistem olarak var olduğu gerçeğine ulaşılmaktadır (Öztürk, 2006: 257).

C.Wright Milles'a göre: *Medya, kitle insanına kim olduğunu anlatır ona kimlik kazandırır. Medya, kitle insanına ne olmak istediğini anlatır ona hırs, beklenti ve tutku kazandırır. Medya, kitle insanına buna nasıl ulaşacağını anlatır ona tekniği kazandırır. Medya, kitle insanına öyle olmadığı halde öyle olduğunu nasıl*

düşüneceğini anlatır ona kaçış imkanı verir. Medya gerçekleri istismar etmek, olayları olduğundan farklı gösterip çarpıtmak gücüne, en azından bu potansiyele sahiptir. Medya “iyi” veya “kötü” olarak nitelenen amaçlarla kullanılmaktadır. Kuşkusuz bu “iyi” veya “kötü” kullanımın sosyo-psikolojik etkileri de bulunmaktadır. Medyatik eylemlerin hedef kitlesi ve konusu genellikle insandır ve insan yaşamından kesitlerdir. Günümüzde medyanın etkisi ile kişiler farkına varmadan kendilerini hazır kalıplar içinde algılamaya başlamaktadırlar. Bu hazır kalıplar, bireyin yaşantısında aile ve okul etkisinden daha büyük bir güce kavuşmuş durumdadır. Kişi medyanın etkisi ile sorunlarını tanımlama durumundan çıkmakta, güçlü iletişim merkezlerinin kendisine dayattığı olguları sorun olarak kabullenmektedir (Aktaran: Usta, 2009: 473; Arslan, 2004; Usta, 2009: 476).

Medya etkileri yaklaşımının en belirgin özelliği, temel odak noktasının alımlayıcılar üzerinde olmasıdır. Alımlayıcılar kavramı; kendi çevreleri içinde yaşayan, toplumsal veya kültürel kurumların bir parçasını oluşturan bireyler olarak çeşitli düzeylerde anlaşılmalıdır. Kitlenin iletişim araçlarını kullanılma alışkanlığı ve bu araçların toplumsal koşulları ve psikolojik ön eğilimleri tarafından anlaşılmalıdır. Bu inanç ve beklentiler, araçların seçimine ve kullanımına ilişkin özgül davranışlar biçimlendirir. İnsanlar daha sonra bu tecrübenin değerini tartarlar ve medyadan edindikleri yararları diğer deneyim ve toplumsal etkinlik alanlarına uygularlar. Medya, kültürün ulusal ve uluslar arası düzeyde bireylere ulaştırılması noktasında önemli bir görev üslenmektedir. Diğer taraftan medya, özellikle toplumsal hayatta bireylerin çeşitli sosyal ihtiyaçlarını gidermek için sık sık başvurdukları önemli bir kaynağında adıdır (Konukman, 2006: 22; Mutlu, 2005: 99; Kocadaş, 2011).

Çağımızda kitle iletişim araçlarının gelişmesi ile birlikte medyatik eylemlerin yoğunluğu artmış ve bu eylemlerin hedef kitle üzerindeki etkilerinin ne olduğu konusu önem kazanmıştır. Günümüz de kültür her şeye benzerlik bulaştırmıştır. Filmler, radyo ve dergiler bir sistem meydana getirmiş, bu alanların her biri kendi içinde ve hep birlikte söz birliği içine girmişlerdir. Makrokosmos ile mikrokosmosun bu gözle görülür birliği, kültürün iskeletini yani tekel tarafından imal edilen kavramsal ana hatları belirlemeye başlamıştır. Günlük yaşama ilişkin tutum ve

davranışların şekilendirilmesinden bilim ve teknolojinin değişimine kadar son derece geniş bir yelpazeyi kapsayan bu etkileşim, yalnızca kitleleri bilgilendirmek ve haber iletmek değil, bireylerin tutum ve davranışlarının şekillenmesinde, verecekleri kararların oluşmasında da önemli roller üstlenmektedir (Adorno, 2009: 48; Göksel, 1991: 2; Özkan, 2006: 32).

Bugün kendimiz ve yakın çevremiz hakkındaki bilinçli ve bilinçdışı anlayışlarımızın önemli bir bölümünün çerçevesini yazılı ve görsel medyadaki imajlar etki altına almaktadır. Bu imgeler bize ne tür bedenlere sahip olmamız gerektiğini ve ne tür bedenleri arzulamamız ya da inşa etmemiz gerektiğini bildirmektedir. Benlik duygumuzu, inanç sistemimizi, bireyselliğimizi ve toplumsal varlıklar olarak statümüzü, ne tür giysiler giyeceğimizi, hangi arabaya bineceğimizi, hangi partiye oy vereceğimize kadar bizlere gösterir (Leppert, 2009: 15).

Toplumda gerçekleştirilmesi düşünülen değişikliklerde, uygun araçlar seçildiğinde ve diğer koşullar yerine getirildiğinde etkili olabilirler. Medyanın bu denli yaygın olduğu toplumsal ortamlarda kültürün her açıdan kitlesel özellikler taşıması kaçınılmazdır. Medyanın kültür işlevi doğrudan kültür programlarıyla ya da dolaylı olarak tüm içeriği ile kültürel şekillenmeyi, modelleyerek yönlendirir. Kültürel sürekliliği sağlayabildiği gibi toplumu kültürel değişime de yönlendirilebilir. Bir başka kültürün özelliklerini başka topluma taşıyıp benimsetebilir (Güneş, 2001: 131; S.Özdemir, 1998: 35-36).

Toplumların ortak kültürel kimlikleri, toplum tanımının belkemiğidir. Medya globalleşen dünyada en önemli halkayı oluşturmakla kalmaz, iletişim tarzını, dolayısıyla tasarım ve tahayyül şeklimizi de değiştirir. Madem iletişim sinyalleri sınır tanımamaktadır, o halde dünyada artık ne politik, ne kültürel, ne de ekonomik sınırların işlevi ve anlamı kalmamıştır. Bu noktanın çok önemli olduğundan, çağdaş sanayi toplumunda, eskiden çeşitli dinsel etkinlikler yüklenen görevlerin çoğunu artık kitle iletişim araçları yapmaktadır. Bu durum görsel kültürün ideolojik bir yanını bize göstermektedir. Görsel kültür toplumsal bir sınıfın fikirlerinin ifade edilmesinin ve farklı toplumsal sınıfların görüşlerinin birbiriyle çatışmaya girmesinin

yollarından biridir (Mutlu, 2005: 2009; Baynes: 2008: 22; Mora, 2008: 77; Barnard, 2002: 70).

Medya, insan gözünün daha fazla detayı ‘algılamasına’ neden olurken, daha fazla detay, nesnenin parçalanması her bir parçanın kendi öyküsünü yaratması anlamına gelir. Medyanın denetiminde gelişen kitle kültürü, kültürün üreticisi ve koruyucusu olan toplumun denetiminden çıkmış ve tamamen ticari amaçlı olarak kültür endüstrisi tarafından yapay, tek tip ve seri olarak üretilmeye başlanmıştır. Kültür ile kimlik, imge ile anlam, zihin ile düşünce arasındaki görünürde saydam ilişkilere dair genel kanılara da meydan okumaktadır. Medyanın temel taşıyıcılığını üstlendiği kitle kültürü bombardımanı, toplumu ayrıştırıp parçalamakta ve kendi geleneksel kültürüne yabancılaştırmaktadır. Medya görüntülerin ve imgelerin her yeri kapladığı yeni bir “elektronik gerçeklik” yaratmıştır. Postmodern toplum bu bağlamda bilgisayar, iletişim ve haberleşme, bilim ve teknolojideki ilerlemelerden kaynaklanan hızlı bir değişim toplumu haline gelmiştir (Bozkurt. 2005: 9; Burnett, 2007: 20; Türkkan, 2008: 20; Sartre, 2000: 31).

Değişim toplumunun bireysel özgürlüğü sınırsız ve denetimsiz kullanım alanlarının başında, sosyal medya araçları, sosyal ağlar ve blog siteleri gelmektedir. Sosyal medya, içerik açısından zengin, ödüllendirici, sürekli yenilikler içeren, interaktif iletişime zenim hazırlayan web sitelerinin yapılandırılmış olması etkisini arttırmaktadır.

Mavnaçoğlu (2009: 64)’ na göre sosyal medyanın temel özellikleri şunlardır;

- *Zaman ve mekan sınırlaması olmadan, paylaşımın ve tartışmanın esas olduğu bir internet uygulamaları zinciridir.*
- *Bireyler, kendi ürettikleri içerikleri çok kolay bir şekilde internet ortamında ve mobil ortamda yayımlamaktadır.*
- *Bireyler, başka kullanıcıların içeriklerini, yorumlarını takip etmektedirler.*
- *Birey, sosyal medya uygulamalarında hem takip eden hem de takip edilendir.*
- *Temeli, kuralları belirlenmiş bir iletişime değil samimi bir sohbet mantığına dayanır.*
- *İçerikler detaylı incelendiğinde informal oldukları ve zamanla kullanıcılar arasında bir dedikodu zincirine dönüşebildiği görülmektedir. Sosyal medya araçlarında*

kullanıcıların çoğu mahremiyet sınırlarını kaldıran tarzda içerik oluşturduğu ve kişisel bilgilerini paylaştıkları için birbirlerinin özel alanlarına müdahale edebilmektedirler.

İnternet yarattığı yeni imkanlar ve iletişim şekilleri nedeniyle de eleştirilmeye maruz kalmaktan kurtulamamıştır. Günümüz insanı, gerçek yaşamda bulamadığı yeni kimlik tasarımlarını ve kültür ortamını internette yaşamaya başlamışlardır. Medya araçları bazı açılardan bakıldığında bunun sadece nicel düzeyde kalmadığını nitel düzeyde de değişikliğe neden olduğu görünmektedir. Eskiden iki tane olup da tatmin eden bir şey düzinelerce olmasına rağmen tatmin etmemektedir. Aktüel hayattaki bu olguların toplamına popüler kültür dersek, aslında popüler kültür öğelerinin bizi temelde ne denli güçlü manipüle ettiği ortaya çıkmaktadır. Kısacası insanların göz ve kulakları, hep dışarı yönelik olma durumuna sokulmuştur. Yani, birey kendi kişisel dünyasından kopmuştur, kopartılmıştır. Bu durumda, onun tüm duyu organları devamlı olarak dış dünya tarafından uyarılmakta, meşgul edilmektedir. Bu yoğun dış dünya ilişkisi bireyleri aynı düşünce ortamına sokmakta, dolayısıyla toplumda kitle robotluğu yaratmaktadır (Gülner; Balcı, 2011: 81; Türkoğlu, 2010: 40; Turani, 2003: 58).

21.yüzyıl medyası artık tüm toplumların, siyasal erklerin ve ideolojilerin kullandığı veya yararlandığı temel araçların başında gelmektedir. Yayınları sayesinde yeni toplumlar yaratılmakta, ülkeler ve iktidarlar yıkılmakta, toplumlar sosyal dönüşümlere maruz kalmakta veya varlıklarını muhafaza edebilmektedirler (Bingöl, 2009: 8).

Yaşadığı çağın referansı olarak resim pratiği de bu gelişimlerden etkilenmektedir. İnternetin sanatçılara sağladığı olanaklardan en önemlisi kuşkusuz üretimlerini dünyayla paylaşabilme imkanıdır. Kullanıma açılan bedava bloglar, sanatçılar için nitelikli vitrinler haline gelmiştir. Ayrıca, günümüzde galeri ve müzeler starlaştırma stratejisiyle farklı isimleri piyasaya arz ederek, bu isimler üzerinden etkin bir parasal döngü yaratma kaygısında görünmektedir. Küreselleşme sürecinde milyonlarca dolarlık maliyetleriyle arz-ı endam eden dev organizasyonların bütçelerini sağlayan küresel şirketler ve medya kuruluşları, farklı pazarlama ve reklam teknikleri kullanarak sanat üzerinde markalarını ön plana

çıkartmaktadırlar. Böylece sanatın metasal karakter kazanmasıyla mücadele eden pek çok avangardist sermaye, hangi sanatçıların ya da yapıtların ön plana çıkarılacağını ve dolaşıma sokulacağını belirlemektedirler (Tanyılmaz, 2008: 14; Şahiner, 2008: 217; Peters, 2006: 65).

Medyanın da içerisinde etkin bir rol oynadığı sanat pazarı, küresel enformasyondan etkilenecek sponsorların yarattıkları baskılar sanat camiası üzerinde etkin bir rolü her fırsatta ortaya koymaktadır.

F. Görsel Kültür ve Psikolojik Bileşenleri

Beyin, milyarlarca sinir hücresinden oluşan bir iletişim merkezidir. Beyin görüntüleme yolları ile popüler kültürde bedeni, zihni ve beyni betimleme çabaları arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Madde ve sanallar, hayatı idame ettirici fonksiyonlar için gerekli olan önemli beyin bölgelerini etkileyebilir, dürtüsel madde ve sanal suistimalini tetikleyebilirler. Burada bağlantılar imgelerin üretimiyle ve insanların bedenlerine dair sahip oldukları hayali ve gerçek bakış açıları ile ilgilidirler. Organeller, fiziksel, kimyasal ve mekanik her bir farklı duyu çeşidini algılamak için özdeşleşmiş olduğu duyuya odaklanarak bunu elektrik akımına dönüştürme özelliğine sahiptirler. Bu şekilde çevresel hatırlatıcılar madde deneyimi ile ilişkilendirilmeye başlanır. Bu öğrenilmiş refleks oldukça güçlüdür ve yıllarca süren kesilme sonrası bile ortaya çıkabilir. Beynimiz hayatı idame ettirici aktiviteleri, haz veya ödülle ilişkilendirerek tekrarlamamızı sağlayacak şekilde programlanmıştır. Bu ödül devresi ne zaman aktive olsa, beyin hatırlanması gereken önemli bir şey olduğunu kaydeder ve hakkında düşünmeksizin onu tekrar tekrar yapmayı bize öğretir (Tarhan ve Nurmedov, 2011: 21-26-27-28; Burnett, 2007: 87; G. Özdemir, 2010: 57).

Endüstri kentleri insanı hem işinde, hem toplumsal çevresinde izole etmiştir. Genel olarak sabahtan akşama değin kapalı yerlerdeki çalışma durumu ile yine doğadan kopuk apartman katlarında yaşamını sürdüren endüstri çağı insanı, psikolojik birikimle doludur ve dolayısıyla bir boşalma gereksinimi içindedir. İşte bu çevresinden izole edilmiş ve psikolojik birikimle yüklü insanlardan meydana gelmiş

toplumda, ilginç bir kolektif kitle bilinci oluşmaktadır. Bu kitle bilincinin doğuş nedeni, süratli haber alma kaynakları, medya ile dünya yüzeyinin her tarafında meydana gelen olayların ve her türlü düşüncenin anında toplumlara aktarılmasına dayanmaktadır. Makineleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir güce sahiptir ki, eğlence metalarının üretimini temelden belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında emek süreçlerinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz. Sözde içerik diye sunulan şey, sadece soluk bir ön plandır (Turani, 2003: 58; Adorno, 2009: 69).

Sosyoloji, felsefe, tarih ve psikoloji arasındaki iş bölümü, bu disiplinlerin çalıştıkları malzemeye içkin ya da malzemenin zorunlu kıldığı bir iş bölümü değildir; dışarıdan dayatılmış bir bölünmedir. Örneğin, ruh ya da zihin gibi, kendine özgü nesnel özellikleri itibariyle psikolojinin ya da psikanalizin kavramları ve kategorilerini gerektiren ya da bunlara dolaysız biçimde tekabül eden ayrı ve benzersiz nesne yoktur. Aynı şekilde, kendine özgü nesnel özellikleri itibariyle sosyolojinin, tarihin ya da felsefenin kavram ve kategorilerine dolaysız biçimde tekabül eden ayrı bir nesne de yoktur. Bu bölünmeye yol açan şeyleşme kuvvetlerinden başkası değildir (Adorno, 2009: 11).

Antik çağdan beri düşünürler belleği bilgi felsefesi ile birlikte ele almışlardır ve özellikle bellek üzerine olan fikirlerinde hatırlama teknikleri üzerinde durmuşlardır. Bugün değişen ve çeşitlenen iletişim ve bilgi teknolojileri belleği hatırlama ediminin dışında unutma edimi ile de ele almak gereksinimini doğurmaktadır (Kılınçarslan, 2007: 93).

Mekanik zihin metaforlarının hüküm sürmesi, insanlar arası iletişim ve etkileşim konusunda indirgemeci paradigmanın benimsenmesine neden olmaktadır. Bu indirgeyici anlayışlar, yeni iletişim araçları ve etkileşimli teknolojiler hakkındaki tartışmalarda özellikle güçlü bir konumdadır. Güçlü medya etkileri paradigmasının egemen olduğu bu dönemde alımlayıcılar, adeta kendiliğinden kitle iletişim araçları tarafından kuvvetli bir biçimde etkilenen birbirlerinden yalıtılmış tekil bireylerden oluşan bir kitle olarak kabul edilebilir. Mekanik ve duyuşsal bellek alışkanlıklara ait bilgileri depolar. Mekanik bellek, tekrarlanan hareketlere ilişkin bilgileri, duyuşsal

bellek ile tekrarlanan duygulara ilişkin bilgileri depolarlar. Bunun sonucunda seçme hakkından çok, mecburi bir tercih oluşmasına sebep olan enformasyon, insan bilincini ortaklaştırarak tek düzeliğe götürür. Kültürel üretim, deneyim, öğrenim ve iletişim etkinlikleri için yeni bir ekolojik temelin yaratılmakta olduğudur. Bu temel dönüşümün içerimlerini ve sanal olan ile gerçek olanın bütünleştirilmesi insanlar için yeni bir kimlik yaratmıştır (Burnett, 2007: 22-177; Cangöz, 2005: 52, Kepplinger, 2003: 11).

Algılama sadece fizyolojik bir olay değil, aynı zamanda, sübjektif bir yorumdur. Bir başka deyişle, algılama kişinin dünyayı kavraması halidir. Algılar, duyuların sonucu olarak ortaya çıkarlar. Bu sebeple, algı bir kişilik tepkisidir. En önemli belirtisi de duyuların, belli bir nesne ve şekle ait olduğuna dair bir bilinç halinin kişide ortaya çıkmasıdır. Bir taraftan da, pratik usumuzun yargıda bulunmasında, kuşkusuz bizim için iyi ile kötü olanın etkisi pek çoktur; bizim duyulu varlıklar olarak doğamız söz konusu edilince, her nesne mutluluğumuza bağlıdır. Bu mutlulukla ilgili yargıyı usun vurgulayarak istediği gibi, gelip geçici duyuma göre değil de, bu geliş güzel durumun varlığımız üzerindeki etkisine ve bundan kıvanç duymamıza dayanarak vereceksek gene sonuç değişmez; her nesne genellikle buna yaslanır (Özer, 2009: 3; Kant, 2008: 98).

Görme ve gözlemlemenin de asıl aracı zihindir. Gözlerin rolü, bilincin görsel öğelerini alan ve taşıyan bir kap işlevini görmektedir. Görünenden üretilen anlam, hem kullanıcı hem de yaratıcı tarafından dinamik olarak inşa edilir. Algılamanın ardından, algılanan şey zihin içinde işlemlerden geçer ve bunu motor etkinlik yani tepki izler. Algı dizgeleri geçici iken, bellek dizgeleri kalıcı değişiklikler yaratma ve uyum gösterme becerisine sahiptir. Görsel kültür çoğu zaman kendisini sembol ve imgelerle ifade eder. Kültür, farklılığı, özgünlüğü, spontaneliği bir yana, insanın kendi dünyası ve dışındaki dünya ile temasının anlamını belirleyen bir söylem olduğu için kültürün kullanışlı ürünleri semboller ve imgelerdir. İnsanın bu kendini keşfetme gereksinimi de, hep endüstriyel toplum ortamının oluşturduğu nedenlere dayanmaktadır (Türkkan, 2008: 28; Cangöz, 2005: 57; Konukman, 2006: 35; Turani, 2003: 59).

19.yüzyıl'ın son çeyreğinden bu yana süratle gelişen endüstri, bireyi baskı altına almış ve ondan kendine hizmet edecek bir robot yaratma yoluna gitmiştir. 20.yüzyıl'ın son çeyreğinde zihin felsefesi, spekülasyondan arınmak için kendine bilimden dayanaklar bulmaya çalışmıştır. Çağımızın endüstri ve atom fiziği yanında üçüncü bir devrim olarak kabul edilen bilinçaltının keşfi insanın psikolojik resmini değiştirmiştir. Toplumun birçoğunun üzerinde yeni bir bilinç kaynağı gelişmeye başlamış, bunun adı da melezleşme olarak ifadelendirilmiştir. Eklentisizm, farklı ifadelerin ve üslupların bilinçli olarak ve bir tür karşı-modernizm anlayışı içinde yan yana gelişiyse melezleşme doğal sürecin ve oluşumun sonucu olarak bilinçaltında yerini almıştır (Turani, 2003: 61; Işık, 2011: 2-3).

Bu anlamda iki melezleşme kavramının varlığına işaret edilmiştir. Birisi zorlama diğeri doğal melezleşmedir. Zorlama melezleşme, ona yandaş olursa bile, birbirinden ayrı, farklı kopuk iki kültürel alanın bulunduğunu varsayar. Melezleşmeyle birlikte bu ikisi, belli koşullar altında bir araya gelmekte ve kaynaşmaktadır. Doğal melezleşme ise insanın sınırlı değil sınırsız, her noktasını kendisinin sandığı bir dünyada yaşadığını kabul eder. Arındırılmış ve yalıtılmış bir kültürden olamayacağı görüşünden yola çıkar. Tüm kültürleri öteki kültürlerden etkilenmiş bir bünye olarak görür. Bu yanıyla da melezleşmenin doğal bir durumu olduğunu savunur. Böyle bir melezleşme kültürötesileşme ile nitelendirilebilir. Melezleşme sadece uluslar arası olanla değil, yerel olanın kendi içinde dönüşümlerle ve o paydayı oluşturan farklı öğelerle de ilgili bir kavram niteliği kazanmıştır (Kahraman, 2005: 175).

Sonuç olarak; bir zamanlar varolmuş tüm içeriklerin ve anlamların ölüp gitmelerini kanıtlayabilmek için sistem olağanüstü bir çaba harcamaktadır. Kendi sistem dış görünümü itibariyle korkunç dinamik ve devingendir. Oysa yanıltıcı olan da budur. Bahsedilen yarı uyanık bilinç, görüntü kölesi olmuş zihinsel açıklığını sürekli bir bilişsel yönelim talep ederek karşılamaktadır ki bu sistemin kesintiye uğrama anında bir hiçlikle yüzyüze gelebilmektedir (Şahiner, 2008: 41).

G. Görsel Kültürün Üretim ve Tüketim Üzerine Etkisi

Dijital benliğin, zihinsel projeksiyonu diyebileceğimiz yaşadığımız bu yeniçağda, meta bilincinin oluşturulma ve tüketilme sürecinde görsel kültürün etkisi baskın bir rol oynar. Bu etkinin sonucu insanların gereksinimlerinin karşılanmasında bir kolaylık, geçmişe kıyasla yaşam koşullarını yükseltme, çeşitlendirme yani önüne birçok seçeneğin konmasını sağlamıştır. Tüketim sürecinin pazar alanında, üretici firmalar görsel kültür ve psikolojinin insan üzerinde tüketime yöneltecek her türlü bilişsel etkiler kullanırlar (Demir, 2009: 15; Baudrillard, 2010: 15).

Çağdaş tekniğin ve büyük endüstrinin doğuşu insanın dünyayı kavrayışını, duyarlılığını ve değerler sistemini tümünden değiştirmiştir. Üretim ve tüketim her toplumsal aşamada bulunurken değişen; geçmişte üretime vurgu yapıp öne çıkarılırken, günümüzde tüketime vurgu yapıp harcama öne çıkarılmaktadır. Tüketim yapılandırılmış bir toplumsal alandır; bu alanda sadece mallar değil, ihtiyaçların kendileri de, çeşitli kültür özellikleri olarak, örnek bir gruptan, yönetici bir elitten diğer toplumsal kategorilere geçerler (Tunalı, 2009: 28; Bener, Özgün vd... 2008: 106; Baudrillard, 2010: 70).

Geçen yüzyılın ikinci yarısı içinde, geleceğin kent atmosferi oluşmaya başlamıştır. Pozitivizm'in 19.yüzyıl'ın ikinci yarısında kuvvetlenerek, hem materyalizme hizmet eden bilimsel araştırmaları, hem tarih ve felsefesini kuvvetlendirmiş ve yarattığı genel kanı ile maddeci endüstriye teşvik etmiştir. İnsanın yarattığı bu endüstriyel düzen, yaratanını kendine köle eden ve başına bir bakıma dert olan yeni ve çok sorunlu bir dünya kurmuştur. Seri üretilmiş nesnelere ve görsel kültür, herkesi aynı tercihleri yapar hale getirebilmektedir. Sorun, insanların, sadece pasif bir biçimde pazarın önlerine sunduğu şeyleri tüketen, bilinçsiz avlar oldukları gibi bir sonuca varmaktan nasıl kaçınılacağına da ortaya çıkartmaktadır. Görsel kültürün en etkili alanı medya, reklamlar sayesinde toplum üzerinde bir algı oluşturarak imgeleri ilk sıraya yerleştirip, izleyicilerin beklentilerini şekillendirip hafızalarında yer almaya amaçlamaktadır (Turani, 2003: 51-59; Bernard, 2002: 236, Freedman 2003).

Sonuçta, kültürel olanla ekonomik olan, birbirine ideoloji ile bağlanan, birbirinden (yarı) bağımsız iki bölgedir. Bugün kültür metalaşmakta, ekonomi simgeselleşmekte ve bu gelişmeler aynı anda, aynı süreçte eş zamanlı bir biçimde olmaktadır. Bunun can alıcı örneği de birbirine koparılmayacak biçimde bağlanmış meta ve gösterge kavramlarıdır. Toplum ve onun bağlarına kazınmış kültür olgusu, toplumun geçirdiği değişimlerden doğal olarak etkilenecek ve git gide farklılaşacaktır. Kültür, günümüzde açıkça ve fütursuzca, herhangi bir meta üretimi sektöründeki üretimin kurallarına uyan sanayi haline gelmiştir (Kahraman, 2005: 69; Adorno ve Horheimer, 2010: 19).

Her bireyin kültür, sosyal sınıf, danışma grubu v.s gibi farklı sosyo-ekonomik etkenlerin biçimlendirdiği bir algılama alanı vardır ve bu gerçekten hareketle pazarlama yöneticileri, tüketicilerin algılamalarıyla ürettikleri ürünler arasında olumlu bir bağ kurmaları gerekmektedir. Reklam alanında, mesajların, reklamı yapanın istediği biçimde algılanıp algılanmadığı sorunu birincil derecede önemlidir. Örneğin, Amerikan medya yöneticileri, ülke içinde ve dışında istedikleri etkiyi yaratabilmek için yoğun ve bilinçli bir çaba içinde çalışmaktadır. Amerikan kültür endüstrisi, Amerikan kültürünü dünyaya pazarlayarak, hem ticari anlamda kazanç sağlamakta, hem de kendi ideolojisinin propagandasını yapmaktadır (Mora, 2008: 80; Özer, 2009: 2; Read, 1978: 19).

Üreticinin malının alıcısı ile buluşturabildiği pazar alanını oluştururken başta, reklam, medya v.s olanaklarını kullanarak, seküler hayatların algısal paradigmalarından sonuna kadar yararlanır. Kültür endüstrisinin sonucu olarak ortaya çıkan bu durum toplumsal bir standartlaşmaya sebep olmaktadır. Arzu edilen durum ile mevcut durum arasında farklılık olmazsa ihtiyaç ortaya çıkmaz. Bu aşamada üretimin kültüre göre pazarlama stratejisi devreye girer. '*Hale Etkisi*' olarak adlandırılan bu strateji, tüketicilerin ürünün üretildiği ülke ile ilgili sahip oldukları imajı ürüne de yüklemeleridir. Burada ülkenin imajı olumluysa ürününki de olumlu olur, olumsuzsa ürünün imajı da olumsuzdur. Ülke imajını oluşturmak için ürün imajından yararlanır. Kişinin ülke ürünleri hakkındaki bilgisi ülke hakkındaki bilgisinden fazla ise ürün ile ilgili sahip olduğu bilgileri ülkeye uyarlar. İtalyan

pizzası, Rus votkası, İsveç çikolatası, Alman teknolojik ürünleri, Japon teknolojik ürünleri, Fransız şarabı ve parfümü diğer ülkelerde üretilen aynı kategorideki ürünlere nazaran daha olumlu bir imaja sahiptir (Demir, 2009: 44; Leppert, 2009: 16; Erçiş, Ünal vd... 2007: 282, Özer, 2009: 7).

Reklam uygulamalarında ürünün fark edilme ve tanınmasını sağlamak, okunaklılığın artırılması, ürüne kişilik kazandırıp, tercih edilme gücünü arttırmak için meta ya cinselleştirilmiş ya da renklere dayanarak kültüre dayalı sembolik anlamlar yüklenerek zamanın modası da göz önüne alınıp tüketici ihtiyaçları açısından ikna edici baskı kurulmuştur (Soğocak, 2009: 80).

Makrokozmos ile mikrokozmosun gözle görülür birliği insanlara kendi kültürlerinin modelini, genel ile özeli sahte özdeşliğini sunar. Tekel koşullarında tüm kitle kültürü özdeştir ve kültürün iskeleti, yani tekel tarafından imal edilen kavramsal anahtarları belirlemeye başlamaktadır. Kültür endüstrisini teknoloji terimlerle açıklamayı sever. Günümüzün teknik rasyonelliği, egemenliğin rasyonelliğidir. Kendisine yabancılaşmış toplumun cebri karakteridir (Adorno ve Horkheimer, 2009: 163).

Ticari alana sunulacak madde ister bir lastik markası isterse bir tabut modeli olsun olası müşteri her zaman aynı yerden vurulmaya çalışılır. Belden aşağı. Cinsellik kitle iletişiminin tüm anlam alanlarının gösterimsel bir biçimde üst belirleyeni haline gelmiştir. Görmeyi ve dinlemeyi gerektiren her şey cinsel bir tını almış, cinsellik olması gereken gizliliğini sektörel bir biçimde yaygınlaşp çoğaltarak, kendine en kapalı ve tutucu zeminlerde yer bulmuştur. Cinsellik sanatsal ürünü belki de en çarpıcı biçimde ederek kendine her geçen gün hızla çoğalan ve aynı hızla yayılan kabul görmüş bir alan oluşturmuştur (Baudrillard, 2010: 184; Demir, 2009: 69).

Popüler olan açık akışkan ve kaygan bir kültürdür. Bu iddia popüler kültür ürünlerinin çok anlamlı olduğu iddiasıyla birleşir. İzleyicilerin popüler kültür ürünlerini kullanmaları sıradan değil, edilgin, kısıtlı değil, yaratıcı bir iştir. İnsanların boş zamanlarında tüketmeleri hatta tüketim için boş zaman ayırmalarına teşvik

etmektedir. Gerçekte, boş zaman, kapitalizmin kutsadığı, yeniden biçim verdiği “çalışma ethosu (toplumsal bir kurumun özelliği.,toplum düzen)” ile yakından ilişkilidir. Büyümeyle özgürlüğe kavuşturulan ihtiyaçların artan ve geri çevrilmez hareketliliği, onları tatmin etmeye yönelik maddi ve kültürel malların üretiminin dinamiğinden farklı olan kendi öz dinamiğine sahiptir (Mutlu, 2005: 163; Aytaç, 2004: 117; Baudrillard, 2010: 71; Kant, 2008: 63).

Tüketim, çağdaş kapitalizmle özdeşleşmiş devletin yaşamsal önem verdiği kavramlardan, bireyin de kendisini yoğun biçimde özdeşleştirdiği, neredeyse olmazsa olmaz mantığıyla benimsediği edimlerdenidir. Tüketiciler kendilerini boş zamanlarda bile üretimin birliğine uydurmak zorundadır. Kantçı şematizmin öznelerden beklediği katkı, yani duysal çeşitliliği önceden temel kavramlara bağlama işi, endüstri tarafından öznenin elinden alındı. Manipülasyon yapılarak kitlelerin çıkarları gözetilir ya da mutluluk ve mutsuzlukla beslenen manipülasyon ile kitlelerin çıkarları önemseniymiş izlenimi yaratılır. Kullanım değerinin görüntüsü ağırlık kazanmaya başlar. Öyle ki görüntü, metanın kendisinden bile daha önemli hale gelir. Nerede bir istek, gereksinim, talep varsa orada ‘çalışma aşkı’ en ‘parlak görüntü’ ile önermeye hazır ve fatura sunan bir üretici vardır’ Bütün bunlar görülmedik ölçüde kendi sosyal ve ekonomik sınıflarının bilincine varan kitle toplumunun oluşmasına neden olmuştur (Peşkersoy, 2009: 24; Haug, 1997: 25; Kahraman, 2005: 67; İnceoğlu, 1985: 65).

Meta estetiği kapitalist toplumda en etkili güçlerden biridir. Meta estetiğinde kullanım değeri ve değişim değeri hayati rol oynar. “Bir şeyin yararlılığı, onu, bir kullanım değeri haline getirir. Metanın bu özelliği, o metanın yararlı niteliklerinden yararlanmak için gerekli olan emek miktarına bağımlı değildir” Bununla birlikte “bir metanın değeri, o metada maddeleşmiş emeğin miktarı ile doğru orantılı, üretkenliği ile ters orantılı olarak değişir” (Marx, 2004: 48-52).

Bu noktada sanat eserlerinin pazardan pay alma endişesi taşımaması gerekirken, sanat eserinin metaya dönüşmesi ve bu şekilde alımlanması, tüketim toplumunda metanın kendisi de imgeye, temsile ve göstergeye dönüşmesine neden olmuştur. Kullanım değerlerinin yerine ambalaj ve tanıtım almıştır. Sanatın

metalaştırılmasının sonu, metanın esteseze edilmesi ile sonuçlanmıştır. Oysa sanat kendinde olan tinsel varlık olarak belirlenmiştir. Bir meta değildir. Ancak, yaşadığımız yüzyılda durumun hiç de böyle olmadığı görülmektedir. Bunun için dünyaca ünlü sanat eserlerinin kimilerince bir hayat sigortasıymış gibi, değişim değerleriyle ne kadar önemsendiklerini, ülkeden ülkeye nasıl ticaretlerinin yapıldığını hatırlatmak yeterli olacaktır (Adorno, 2009: 38; Peşkersoy, 2009: 28; Öztürk, 2006: 177).

1965 yılında, OpArt keşfedilerek, moda'da, afişçilikte ve reklamcılıkta, hareket izlenimi veren geometrik çizgiler kullanılmıştı. Yves Saint-Laurent, kadınlara, Mondrian'ın soyut resimlerinden esinlenmiş elbiseler giydirdiyordu. Pop Art'ın popüler görüntü sefihliğinden sonra, plaj çadırlarını temizliğe ve arılığa, çok renkli bina cepheleri yeralıyordu. Pop'a kadar tüm sanat derinliğine bir dünya görüşü üzerine kurulmuşken, Pop göstergelerin bu içkin düzeniyle türdeş, sanayisel ve seri halindeki üretimiyle ve dolayısıyla tüm çevrenin yapay düzeniyle türdeş olarak kültürelleşmiş soyutlamasıyla da türdeş olmak istemekteydi. Buna rağmen Dada'nın tüm yapıtlarının, karşı çıktığı tüm sanat yapıtları gibi, aynı pazarda aynı işlemi görmesi, kavramsal sanat'ın da aralarında bıraktığı çöplerin ve dokümanların büyük bedellerle satılması, onların sanatın özgürlüğü için kapitalizme karşı verdikleri savaşı etkilememektedir (Ragon, 2003: 195; Baudrillard, 2010: 144; Giderer, 2003: 107).

Kültür endüstrisi ve her nesnenin metalaştırılmasını psikolojik bir alt bilince çeviren iktisat paradigmaları, sanatı da çemberi altına almıştır. Belirleyici olan herhangi bir eseri yalnızca birkaç bin ya da milyonlarca kişinin izlemesi değil evrenselleşmiş olan üretim boyutu içinde, geçici bir göstergeden ibaret olması karakteri almıştır. Bu boyut çevrim ve yeniden çevrim boyutudur. Kültür artık kalıcı olmak için üretilmez. Yapıt tabii ki evrensel merci, ideal gönderge olmaya devam eder ve bu yapıt kendi anlam özünü yitirdiği ölçüde artar (tıpkı doğanın her yerde yok edilmesinden bu yana böylesine yüceltilmesi gibi), yine de yapıt kendi gerçekliğinde, kendi üretim tarzı dolayısıyla maddi mallarınkiyle güncellik eğilimine boyun eğer. Görsel kültür içerisinde sanatın üretim ve tüketim sürecinde de farklılıklar oluşmuştur. Görsel kültürün büyük bölümü, kapitalizmin son döneminin

elemanları olan büyük şirketler tarafından üretilir. Kolektif şirket ilişkisi, bu şirketlerle olan pazarları için çalışan sanatçı ya da tasarımcılar arasında var olur. Burada, bir başkası, neyin üretilmesi gerektiğine karar verip, pazarın istediği analiz ederken maaşlı olarak işe alınmış olan sanatçı ya da tasarımcı o kararları uygulamak için var olur. Örneğin Vivienne Westwood gibi birinin, yaratıcı ve kaçık olmasına izin verilir. Bazen pazarın söyledikleri ihmal edilir. Londra, New York, Paris ve Milano moda gösterileri, tasarımcıların tamamen pratiklerinden yoksun, hiçbir zaman giyilmeyecek kıyafetler üretebildikleri yerlerdir (Baudrillard, 2010: 125; Bernard,2002: 130-132).

Tüketim üzerinden ideolojileştirilmiş, metalaştırılmış ve sorgulanmadan tüketim psikolojisi içerisine sokulmuş sanat, eski sanat sisteminden yeni güzel sanat sistemine geçiş genellikle bir serbestleşme olarak betimlenebilir. Eski sanat sisteminde hamiler genellikle bir üst konumdaydılar ve zanaatçı\sanatçılar çoğunlukla onların isteklerine uymaları gerekiyordu. Yeni piyasa sisteminde ise bizzat sanatçıların kendilerinden başka eleştiri, sanat tarihi, akademiler ve konservatuarlar gibi yeni sanat kurumları kamuoyunun beğenilerini yönlendirmeye kalkışabilmektedirler. Şayet sanatçılar geçimlerini eserlerinden kazanmak istiyorlarsa o zaman ya belli bir yelpaze içinde kalarak piyasaya, kamuoyunun ve eleştirmenlerin bir kısmının benimseyeceği eserler sürmek yahut kamuoyuna yeni bir akımı dayatmak için başka sanatçı ve eleştirmenlerle güç birliği yapmak zorunda kalacaklardır. Her ne üretilecekse hep daha önce ellenmiş, güdümlenmiş, yüzbinlerce kişi tarafından onaylanmış olmalıdır ki, tüketen ilk kişi bundan zevk alabilsin (Shiner, 2010: 180; Adorno ve Horkheimer: 2010: 349).

Üreticiler çalışmalarında büyük ölçüde özgür bırakıldıkları zaman bile müşterilerinin özgül isteklerini ya da işverenlerinin bildik ihtiyaçlarını hesaba katarak üretime yönelmektedirler. Bu sistem içinde üretilen şiirler, resimler ya da müziklerin başarısını belirleyen ölçütler arasında, elbette ki, armoni ve orantılılık gibi geleneksel güzellik sınamalarının yanı sıra üretilen parçanın amaçlarına ne ölçüde ulaştığı söz konusu olmaktadır. Modernizmin tipik fikir ve tutumları büyük burjuvazi, kendisini ayırmak için modern sanata tutumlarıyla el koymuşlardı.

Sanatçının yaratıları da işçilerin üretimi gibi büyük burjuvazinin özellikle ilgili olduğu mülkiyet yığınları gibi görülmeye başlanmıştı. Bu sürecin devamı olarak, sanat metalaşarak bir endüstri kolu haline gelmiş ve kültür sanayileşerek yeni boyutuyla ortaya çıkmıştır. Bu yüzden sanat, evrensel boyutta kendisini var etmek istemiş, hem de her moda akıma ayak uydurarak tecimsel bir meta durumuna girmiştir (Shiner, 2010: 178; Barnard, 2002: 72; Demir, 2009: 13).

Sanatçı, lüks bir tüketim ürünü olarak lanse edilen sanat yapıtının, orjinalin imtiyazlı statüsüyle oynayarak, sanat pazarının politik hedeflerini görünür kılmaya çalışmaktadır. Ortada bir gerçek vardır o da; sanatın galeri, müze ya da dergi ve kitaplarda görülen ve de sanatçıların kontrolü dışında bir pazar için seçilen ve meşrulaştırılan süreçlere tabi olmasıdır. Çağdaş ressamların çoğu, müzelere iş yetiştiren ressamlar durumuna düşmüşlerdir. Sanatçının müzeler için çalışması gerçekten sanat tarihindeki en büyük yanılgı olarak karşımıza çıkmaktadır (Şahiner, 2008: 129; Ragon, 2003: 211).

Para kazanmak, sanatın amacı olduğunda, sanatçının duyarlılığı, araştırması, sanat icra etme ve sanatını paylaşma süreci bundan etkilenmektedir. En çok hangi konunun veya hangi stilin para kazandıracağı sorusunun arkasından gitmek sanatı boğmaktır. Eleştiri ise yalnızca başyapıtları göz önüne almayı bıraktığında, sanat ahlakça karmaşık bir görünüm alır. İmgenin yaşama uygulanmadığı sıradan günlük yollara bakıldığında sanatın, insanların olumlu-olumsuz etkinliklerinin her yanıyla ilgilendiği açıklık kazanır (Giderer, 2003: 102; Baynes, 2008: 18).

Sanat pazarındaki bu yığılma, sanatçı sayısındaki bu enflasyonist artış, birbiriyle sorun çıkartmaksızın yan yana duran bu yapıtlar dizisi, postmodernizm'in heterojen kültürünü temsil eder. Öte yandan ise; reklamlar, medya ve görüntüler aracılığıyla her şeyin bir gösterge endüstrisine dönüşmesi söz konusudur. En marjinal, en sıradan, en müstehcen şey bile estetikleştirilip, müzelik bir hal alabilmektedir. Sanat sayılan şeylerde ki bu patlamanın sebeplerinden biri, bizzat sanat dünyasının sanat'la hayat'ın yeniden birleşmesi hakkındaki eski temayı gündemine almış olmasıdır. Bugünün dünyasında sanatsal uygulamalar aşağı yukarı

bir pazara bağlı ve pazar tarafından belirlenen bir sanat vardır (Şahiner, 2008: 157-158; Shiner, 2010: 19).

3.BÖLÜM

III. YÖNTEM

Konu ile ilgili olarak, Konya Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Resim-İş Öğretmenliği Bölümü Öğrencileri ve Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinin sanat ve estetik tutumlarına görsel kültürün etkisine ilişkin gerçekleştirilen alan araştırması bulgulara ilişkin bilgi verilecektir. Bu bölümde araştırmanın tasarımı ve uygulanması, araştırma soruları ve hipotezler, ölçüm araçları, veri toplama ve kullanılan istatistiksel analizlere ilişkin başlıklar bulunmaktadır.

A. Araştırmanın Tasarımı Ve Uygulanması

Çalışmanın tasarım türü “nedensellik ilişki tasarımı”dır. Bu tasarımda birden fazla faktör arasındaki ilişkinin varlığı ötesine gidilerek söz konusu ilişkinin doğası açıklanır. A'nın B üzerindeki etkisi araştırılır. Daha fazla değişken kullanılacaksa, örneğin A1, A2 ve A3'ün B'ye tek tek ya da birlikte olan etkisi üzerinde durulur. Bu çalışmada da tıpkı bu tasarımda olduğu gibi görsel kültürün sanat eğitimi alan öğrencilerin sanat ve estetik tutumları üzerindeki etkisi ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmada Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ve Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitim Resim-İş Öğretmenliği bölümü lisans öğrenimlerini sürdüren öğrencilerin tümüne ulaşılmaya çalışılmış ancak farklı nedenlerle (yerlerinde bulunamama ve araştırmaya katılmak istenmemesi gibi) 490 öğrenci ile yüz yüze görüşme sonucunda 01.06.2011 – 28.06.2011 tarihleri arasında veri toplanmıştır.

Aynı fakülte öğrencilerinden oluşan 50 kişilik grup ile pilot çalışma gerçekleştirilmiş ve bu sayede çalışmayan sorular tespit edilerek soru formu son halini almıştır.

1. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel kültüre ilişkin tutumları ve bu tutumların onların sanatsal ve estetik algılamaları üzerindeki etkisini ortaya koymayı hedefleyen bu araştırma, bu ana çerçeve temelinde aşağıda yer alan araştırma soruları yanıtlanmaya ve ilgili hipotezler de test edilmeye çalışılacaktır:

Araştırma Sorusu 1: Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri nedir?

Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklıkları ortaya konduktan sonraki aşamada bu düzeylerin onların demografik niteliklerine göre farklılaşacağı öngörüsünden hareketle 1 numaralı hipotez yazılmıştır:

Hipotez 1: Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların demografik niteliklerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Hipotez 1a. Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 1b. Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların yaşlarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 1c. Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 1d. Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların sınıflarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 1e. Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların eğitim gördükleri alanla ilgili memnuniyet düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 1f. Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların ortaöğretimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 1g. Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onlar için öğretmenliğin ne kadar önemli olduğuna göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Araştırma Sorusu 2: Katılımcılar görsel kültürle ilgili ne tür bir tutuma sahiptirler?

Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum ortaya konduktan sonraki aşamada bu tutumların onların demografik niteliklerine göre farklılaşacağı öngörüsü ortaya çıkmıştır. Arıkan (2008: 134), ‘‘*Grafik Tasarımda Görsel Algı*’’ adlı çalışmasında istatistiksel analiz bulgularında ortaya koyduğu demografik değişkenlere göre farklılıklar olabileceğine ilişkin pozitif kolerasyon bulmuştur.

Peşkersoy (2009: 173), ‘‘*Üniversite Öğrencilerinin demografik Özellikleri ve Aldıkları Sanat Eğitiminin Meta Estetiği Konusunda Bilinçlenmelerine Etkisi*’’ adlı çalışmasında, Gazi Üniversitesinde, 2008–2009 eğitim yılında sanat eğitimi almakta olan üniversite öğrencilerine uyguladığı tutum ölçeğiyle, öğrencilerin demografik özellikleri ile meta estetiğine ilişkin görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğunu saptamıştır. Araştırmaların ortaya koyduğu bulgulardan hareketle 2 numaralı hipotez yazılmıştır:

Hipotez 2: Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların demografik niteliklerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Hipotez 2a. Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 2b. Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların yaşlarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 2c. Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 2d. Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların sınıflarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 2e. Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların eğitim gördükleri alanla ilgili memnuniyet düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 2f. Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların ortaöğretimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 2g. Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onlar için öğretmenliğin ne kadar önemli olduğuna göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Araştırma Sorusu 3: Katılımcılar görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin ne tür bir tutuma sahiptirler?

Türkkın (2006), görsel sanatlar dersinde öğretmenlerin görsel kültürden yararlanma biçimlerini ortaya koymayı amaçladığı nitel araştırma yöntemiyle yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulayarak toplamıştır. Araştırma sonuçlarında katılan öğretmenlerin tümü görsel kültür birikimlerini yansıtan öğrencilerin daha zengin bir anlatıma sahip olduğunu belirlemiştir.

Carter (2004) ise, “*Sanat Eğitiminde Görsel Kültürün Kullanımı İçin Estetik Bir Kuram*” adlı araştırmasında amacını, görsel kültüre dayalı bir sanat eğitimi yaratmak için gerekli olan yeni ve alternatif estetik teorilerin neler olduğunun yanıtlanması olarak belirlemiştir. Araştırmada öğrencilerin yalnızca varolan imgelerine bakmanın yanı sıra, içinde buldukları kültürün etkileriyle oluşturdukları imgeler üzerine odaklanılmıştır. Bu imgelerin oluşumuna katkı sağlayan medya, popüler kültür ve diğer kültürlerin öğrencilerin seçimleri, yaşam biçimleri ve eylemleri üzerine olan etkilerinin sorgulanmasının öğrencilerin estetik deneyimlerini yeniden kurulabilmesine katkı sağlanacağını belirtilmektedir. Araştırmada veri toplama aracı olarak, disiplin temelli sanat eğitimi yaklaşımına ilişkin soruların yer aldığı görüşmeler kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda görsel kültürün sanat eğitiminde kullanılmasını öngören kültürel temelli sanat eğitiminin çatısını oluşturmaya yönelik bir program önerisi tasarlanmıştır.

Dikovitskaya'da (2001), "*Sanat Tarihinden Görsel Kültüre: Kültürel Dönüşümlerin Ardından Görsel Çalışmalar*" adlı araştırmasında, görsel kültür çalışmalarının geleneksel sanat tarihi anlayışına yeni bir boyut getirip getirmediğini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla, sanat tarihi, kültür ve görsel çalışmalar arasındaki bağlantının ne olduğu ile sanat tarihçilerinin görsel çalışmalara ilişkin görüşlerinin ne olduğu sorularına yanıt aramaya çalışmıştır. Araştırmanın verileri, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Sanat tarihçilerinin kimi sanat eğitiminin sanat tarihi disiplinin çeşitli yönlerden geleneksel kaldığını ve geliştirilmesi gerektiğini kabul ederken; kimi sanat tarihçileri böyle bir yapılanmanın gerekli olmadığını ve sanat tarihi disiplinin kendine özgü amaç ve işlevlerini günümüzde de yerine getirebildiğini savunmuştur.

Ortaya konan araştırma bulgularından hareketle, katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları ortaya konduktan sonraki aşamada bu tutumların onların demografik niteliklerine göre farklılaşacağı öngörüsünden hareketle 3 numaralı hipotez yazılmıştır:

Hipotez 3: Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların demografik niteliklerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Hipotez 3a. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 3b. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların yaşlarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 3c. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 3d. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların sınıflarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 3e. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların eğitim gördükleri alanla ilgili memnuniyet düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 3f. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların ortaöğretimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Hipotez 3g. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onlar için öğretmenliğin ne kadar önemli olduğuna göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.

Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri, görsel kültür tutumları ile görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutumlarına betimleyici değerlendirmeler yapmayı sağlayacak araştırma soruları yazıldıktan sonra bu düzeylerin demografik değişkenlere göre farklılaşacağını öngören hipotezlerin ardından son aşamada da görsel kültür unsurlarına maruz kalma, görsel kültür tutumu ve görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum arasındaki ilişkiye dair araştırma sorusu ve hipotezler gündeme gelmiştir.

Araştırma Sorusu 4: Görsel kültür unsurlarına maruz kalma ile görsel kültür tutumu ve görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum arasında bir ilişki var mıdır?

Tavin ve Hausman (2004), "*Küresel Çağda Sanat Eğitimi ve Görsel Kültür*" adlı araştırmalarında, öncelikli olarak küreselleşmenin yol açtığı ekonomik ve kültürel değişimlere değindikten sonra, bu değişimlerin üstesinden gelebilme, özellikle teknoloji ve iletişimde meydana gelen köklü değişimlerin düşünce ve eylemlere olan derin etkilerini belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden eylem araştırması ile gerçekleştirilmiştir. Sanat eğitimi öğretmen

adayları üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, sınıf ortamında önce görsel kültür ve küresel kültür üzerine bir tartışma ortamı yaratılmış ve öğrencilerin görsel kültüre ilişkin bir araştırma yapmaları istenmiştir. Ayrıca, küreselleşme bağlamında nesnelerin nasıl üretilip tüketildiği ile düşünce ve eylemlere ne gibi etkilerinin olduğuna yanıt aramışlardır. Öğretmenlerin sınıflarında küreselleşmenin günlük yaşamla ilişkilendirmeleri gerektiğini belirterek, sınıf etkinliklerinde günlük yaşamın içerdiği görsel kültür nesnelere ilişkin sorularla derse başlanabileceğini ve bir görsel kültür nesnesinin ne ifade ettiği, nereden geldiği, kim tarafından üretildiği, nasıl bir kültürden geldiği gibi soruları işe koşabileceklerini vurgulamışlardır.

Bu araştırma bulgusundan hareketle 4 numaralı hipotez yazılmıştır.

Hipotez 4: Görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklığı ile görsel kültür tutumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 5: Görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklığı ile görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6: Görsel kültür tutumu ile görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

1. Soru Formu ve lm Araçları

Görsel kültürün sanat ve estetik tutumu üzerindeki etkisini inceleyen bu çalışmanın soru formu 56 sorudan oluşmaktadır. Söz konusu sorular aslında bir bütün olarak tek başına sadece bir kavramı ya da konuyu ölçmemekte, soru formu kendi içinde dört farklı bölüme ayrılmaktadır.

Toplamda 56 sorudan oluşan soru formu, temelde dört bölüme ayrılmaktadır. Birinci bölüm olarak nitelendirilen ilk sekiz soruluk kısımda demografik verileri toplamayı amaçlayan sorular yer alırken, lğin ikinci bölümünde katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyini ölçen altı soru bulunmakta, takip eden on sekiz soru ise katılımcıların görsel kültürle ilgili tutumlarını ölçmeye çalışmaktadır.

Ölçeğin son bölümünü oluşturan ve yine yirmi dört sorudan oluşan kısım ise görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır.

B. Görsel Kültür Tutum Ölçeği

Araştırmada katılımcıların görsel kültüre ilişkin tutumlarını ölçmek amacıyla literatür taraması ve konu ile ilgili benzer çalışmalardan esinlenerek 16 sorudan oluşan bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçekte yer alan görsel kültüre ilişkin tutum maddeleri elbetteki konunun sanat ve estetik boyutu ile birlikte değerlendirilmiştir. Beşli Likert (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçeği ile söz konusu tutumlar ortaya konmaya çalışılmıştır.

Ölçeğin güvenilirliği .60 olarak hesaplanan alfa değeri ile ortaya konmuştur (bkz. Ek-1 Tablo 1). Geçerlilik konusu ise iki farklı geçerlilik türünün kanıtlanması aracılığıyla çözülmüştür. Bunlardan ilki geçerlilik konusunda en fazla kullanılan ve araştırmacılar tarafından en sağlam geçerlilik türü olarak nitelendirilen yapı (inşa) geçerliliğidir. Ölçeğin yapı geçerliliği, görsel kültür tutum ölçeği ile görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerindeki etkisini ölçen ölçek arasındaki pozitif ($r = .436$, $p < .001$) ve anlamlı korelasyonla ortaya konmuştur (bkz. Ek-1 Tablo 2). Söz konusu ölçeğin geçerliliği ayrıca yüzey (face) geçerliliği ile de kanıtlanmıştır.

1.Sanat ve Estetik Algıya Görsel Kültür Etkisi

Araştırmanın sorunsalı bakımından büyük önem arz eden bir diğer ölçek ise görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisini ortaya koymayı amaçlayan ölçektir. Bu ölçek de bir önceki ölçek gibi toplam 16 sorudan oluşmakta ve beşli likert tipi (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçüm düzeyini kullanmaktadır.

Ölçeğin güvenilirliği .65 olarak hesaplanan alfa değeri ile ortaya konmuştur (bkz. Ek-1 Tablo 3). Ölçeğin geçerliliği aslında görsel kültürün yapı geçerliliği ortaya konduğunda otomatik olarak kanıtlanmıştı. Hatırlanacağı üzere söz konusu iki ölçek arasındaki pozitif ($r = .436$, $p < .001$) ve anlamlı korelasyon yapı geçerliliği konusunda herhangi bir şüpheye yer bırakmamaktadır (bkz. Ek-1 Tablo 2).

C. Verilerin Toplanması Ve Kullanılan İstatistiksel Analizler

Katılımcılardan elde edilen verilerin girişi, SPSS 17.0 adlı program aracılığıyla yapılmış ve araştırma soruları ile hipotezleri sınamak için uygun istatistiksel analizler uygulanmıştır. Araştırmada, korelasyon analizi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır.

1. Korelasyon Analizi

Değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konması, bir dizi etkenlere bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu etkenler arasında değişkenlerin ölçme yapısı, dağılımın özellikleri, aralarındaki ilişkinin doğrusal olup olmaması, değişken sayısı ve kontrol durumu sayılabilir. İki değişken arasındaki ilişki, ikili ya da basit korelasyon olarak adlandırılan korelasyon teknikleri aracılığıyla hesaplanır (Büyüköztürk, 2002: 31).

Araştırma tasarımında kullanılan ölçüm düzeyleri mesafeli ya da oranlı olabilir. Bu ölçüm düzeyine ait değişkenlerde “Pearson product moment correlasyon” testi yapılır. Bu test aracılığıyla hem anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı test edilir, hem de eğer anlamlı ilişki varsa, ilişkinin yönü ve gücü belirlenir (Erdoğan, 2003: 292).

2. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Tek yönlü varyans analizi ilişkisiz iki ya da daha çok örneklem ortalaması arasındaki farkın sıfırdan anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığını test etmek için kullanılır. Bu analizin yapılabilmesi için aşağıdaki varsayımların yerine getirilmiş olması gerekir (Norusis, 2002: 301):

1. Bağımlı değişkenin ölçüm düzeyi en az aralık ölçeğinde olmalıdır.
2. Puanlar bağımlı değişkende etkisi araştırılan faktörün her bir düzeyinde normal dağılım gösterir.
3. Ortalama puanların karşılaştırılacağı örneklem ilişkisizdir.
4. Örneklem varyansları eşittir.

3. Bağımsız Örneklem T Testi (Independent Samples T Test)

Bu tür analizde iki ayrı grup ve bu gruplardan alınan ayrı örneklemeler söz konusudur. Buradaki temel amaç grupların herhangi bir özelliğinde benzerlik ya da farklılıkları ortaya koymaktır. Analiz, iki bağımsız gruptan alınan iki örneğin ortalamalarının karşılaştırılması esasına dayanır (Erdoğan, 2003: 320). Analize ilişkin temel varsayımlar ise şu şekilde sıralanabilir (Bryman ve Cramer, 2001: 140):

1. Bağımlı değişkene ait ölçüm düzeyleri ya da puanlar mesafeli ya da oranlı
2. Ölçek düzeyindedir ve karşılaştırmaya esas iki grup ortalaması aynı değişkene aittir.
3. Bağımlı değişkene ait gruplar normal dağılıma sahiptir.
4. Ortalama puanların karşılaştırıldığı puanlar ilişkisizdir.

4. BÖLÜM

IV. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde ilk olarak katılımcıların demografik özellikleri ortaya konacaktır. Daha sonra onların görsel kültürün unsurlarına maruz kalma, görsel kültür tutumu ve görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerindeki etkisine ilişkin tutumları ayrı ayrı ortaya konduktan sonra bu tutumların onların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenecektir. Son aşamada ise söz konusu üç değişken arasındaki ilişki sınanacaktır.

A. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Bu başlık altında katılımcıların yaş, cinsiyet, bölüm, sınıf, program türü gibi niteliklerine ilişkin betimleyici istatistik (frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama, ortanca, tepe değer) bulgularına yer verilecektir.

1. Cinsiyet Dağılımı

Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyet dağılımları incelendiğinde öncelikle tamamının ilgili soruyu yanıtladıkları görülecektir. Tablo 1’de de görüldüğü gibi katılımcı öğrencilerin % 67.1’i kadın, % 39.9’u da erkeklerden oluşmaktadır. Bu oranlar cinsiyete göre farklılık arayan hipotezlerin sınanabileceğini göstermektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kadın	329	67,1	67,1
Erkek	161	32,9	32,9
Toplam	490	100,0	100,0

2. Yaş Dağılımı

Katılımcıların yaşlarına ilişkin bulgulara merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla ulaşılmıştır. Tablo 2’de ayrıntıları görülen analiz sonuçlarına göre en düşük katılımcı yaşı 18, en yüksek ise 30’dur. Katılımcıların yaşlarının aritmetik ortalaması 22.27, standart sapması ise 2.321’dir. Araştırmanın sanat eğitimi alan öğrenciler arasında yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda örneklemin genç bir profile sahip olması şaşırtıcı olmayacaktır.

Tablo 2. Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistik Sonuçları

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.
Yaş	490	18	30	22,27	2,321
	490				

3. Öğrenim Görülen Bölüm

Bu başlık altında ele alınan bir diğer nitelik ise çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümdür. Söz konusu dağılım Tablo 3’de yer almaktadır. Öğrenim görülen bölümü sorgulayan soruyu katılımcıların % 99.6’sı yanıtlamıştır. Tabloya göre katılımcıların % 52.7’si resim-iş öğretmenliğinde, % 47.3’ü de Güzel Sanatlar Fakültesinde öğrenim gördüklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3: Öğrenim Görülen Bölüm

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Resim İş	257	52,4	52,7
Güzel Sanatlar	231	47,1	47,3
Toplam	488	99,6	100,0
Cevapsız	2	,4	
Genel Toplam	490	100,0	

4. Öğrenim Görülen Sınıf

Katılımcı öğrencilerin öğrenim hayatları ile ilgili bir diğer değerlendirme konusu da onların öğrenim gördükleri sınıf ile ilgilidir. Öğrencilerin sınıflara göre dağılımları Tablo 4’de yer almaktadır. İlgili dağılıma göre katılımcıların % 30.4’ü ikinci, % 29.8’i üçüncü, % 22’si dördüncü ve son olarak % 17.8’i de birinci sınıfta öğrenim gördüklerini belirtmişlerdir.

Tablo 4. Öğrenim Görülen Sınıf

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Birinci Sınıf	87	17,8	17,8
İkinci Sınıf	149	30,4	30,4
Üçüncü Sınıf	146	29,8	29,8
Dördüncü Sınıf	108	22,0	22,0
Toplam	490	100,0	100,0

5. Program Türü

Çalışmaya katılan öğrencilerin öğrenimleri ile ilgili bir diğer konu da onların hangi program türüne (birinci ve ikinci) devam ettikleri ile ilgilidir. Tablo 5’de yer alan dağılıma göre katılımcıların % 99.0’u ilgili soruyu yanıtlamışlardır. Soruyu yanıtlayan öğrencilerin % 76.5’i birinci öğretime devam ettiklerini belirtirken, % 23.5’i de ikinci öğretime devam ettiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 5: Program Türü

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Birinci Öğretim	371	75,7	76,5
İkinci Öğretim	114	23,3	23,5
Toplam	485	99,0	100,0
Cevapsız	5	1,0	
Genel Toplam	490	100,0	

6. Katılımcıların Eğitim Gördükleri Alandan Memnuniyet Düzeyi

Çalışmaya katılan öğrencilerin eğitim gördükleri alandan memnuniyet düzeyleri de ayrıca bu başlık altında değerlendirilmiştir. Tablo 6'da yer alan sonuçlara göre katılımcıların % 37.3'ü eğitim gördükleri alandan memnun olduklarını belirtirken, % 20.4'ü kararsız, % 16.3'ü memnun, % 14.1'i çok memnun, % 11.8'i de hiç memnun olmadığını ifade etmiştir. Oranlardan da anlaşıldığı üzere katılımcıların yarısından fazlası eğitim gördükleri alandan memnun ya da çok memnun olduğunu belirtmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Eğitim Gördükleri Alandan Memnuniyet Düzeyi

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Hiç Memnun Değilim	58	11,8	11,8
Memnun Değilim	80	16,3	16,3
Ne Memnunum Ne Değilim	100	20,4	20,4
Memnunum	183	37,3	37,3
Çok Memnunum	69	14,1	14,1
Toplam	490	100,0	100,0

7. Ortaöğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi

Çalışmaya katılan öğrencilerin ortaöğretimlerini tamamladıkları yerleşim birimlerine dair dağılım Tablo 7'de yer almaktadır. Tablo 7'de de görüldüğü gibi katılımcıların % 44.1'i gibi önemli bir bölümü ortaöğrenimlerini Büyükşehirlerde tamamlarken, % 36.1'i şehirlerde, % 16'sı ilçede ve son olarak % 3.7'si de köy-kasabada tamamlamıştır. Dağılımda da görüldüğü gibi öğrencilerin önemli bir bölümü ortaöğrenimlerini büyük şehir ya da şehirde tamamlamıştır.

Tablo 7: Ortaöğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Köy-Kasaba	18	3,7	3,7
İlçe	78	15,9	16,0
Şehir	176	35,9	36,1
Büyük Şehir	215	43,9	44,1
Toplam	487	99,4	100,0
Cevapsız	3	,6	
Genel Toplam	490	100,0	

8. Öğretmenliğin Önemi

Çalışma kapsamında ayrıca öğrencilere öğretmen olmanın onlar için ne kadar önemli olduğuna yönelik bir soru da yöneltilmiştir. Tablo 8, söz konusu soruya alınan yanıtların frekans dağılımını içermektedir. Buna göre katılımcıların % 38.2'si öğretmen olmanın kendileri için çok önemli olduğunu belirtirken, % 22.1'i önemli olduğunu, % 15.5'i orta düzeyde önemli olduğunu, % 11.5'i az önemli olduğunu ve son olarak % 12.7'si de önemsiz olduğunu ifade etmiştir. Dağılımdan da anlaşıldığı üzere katılımcıların önemli bir bölümü öğretmen olabilmeyi önemsemektedirler.

Tablo 8. Katılımcılara Göre Öğretmen Olmanın Önemi

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Önemsiz	62	12,7	12,7
Az Önemli	56	11,4	11,5
Orta Düzeyde Önemli	76	15,5	15,5
Önemli	108	22,0	22,1
Çok Önemli	187	38,2	38,2
Toplam	489	99,8	100,0
Cevapsız	1	,2	
Genel Toplam	490	100,0	

Buraya kadarki olan bölümde katılımcıları daha yakından tanımayı sağlayacak olan niteliklerin betimleyici bulguları ele alınmıştır. Bu aşamadan sonra ise yine betimleyici olarak katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri ortaya konmaya çalışılacaktır.

B. Katılımcıların Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Düzeyleri

Bu başlık altında katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeylerine ilişkin betimleyici istatistik (frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama, ortanca, tepe değer) bulgulara yer verilecektir.

1. Elektronik Eşya Kullanımı

Bu başlık altında öncelikle katılımcıların elektronik eşya kullanım sıklıkları ele alınmıştır. Konu ile ilgili olarak elde edilen dağılım Tablo 9’da yer almaktadır. Buna göre katılımcıların % 38.1’i elektronik eşyaları çok sık kullandığını belirtirken, % 35.2’si çok sık kullandığını, % 16.8’i bazen kullandığını, % 7.4’ü nadiren kullandığını ve son olarak da % 2.5’i de hiç kullanmadığını belirtmişlerdir. Dağılımdan da net bir biçimde görüldüğü gibi katılımcıların elektronik eşya kullanım sıklığı oldukça yüksektir.

Tablo 9. Elektronik Eşya Kullanım Sıklığı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Hiç Kullanmıyorum	12	2,4	2,5
Nadiren Kullanıyorum	36	7,3	7,4
Bazen Kullanıyorum	82	16,7	16,8
Sık Kullanıyorum	186	38,0	38,1
Çok Sık Kullanıyorum	172	35,1	35,2
Toplam	488	99,6	100,0
Cevapsız	2	,4	
Genel Toplam	490	100,0	

2. Televizyon İzleme Süresi

Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri ayrıca onların ortalama olarak haftalık ne kadar süre (saat) televizyon izledikleri sorusu ile de ölçülmeye çalışılmıştır. Söz konusu soruya alınan yanıtların merkezi eğilim istatistik sonuçları Tablo 10’da yer almaktadır. Buna göre katılımcıların haftalık ortalama en düşük televizyon izleme süresi 1 saat olurken, en yüksek ise 72 saat olarak gerçekleşmiştir. Diğer yandan ortalama TV izleme süresi (haftalık) 7.92 saat olurken standart sapma ise 9.66 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Haftalık Ortalama Televizyon İzleme Sürelerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistik Sonuçları

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart
TV İzleme Süresi	479	1	72	7,92	9,660
Valid N (listwise)	479				

3. Tercih Edilen TV Program Türleri

Katılımcıların TV izleme alışkanlıkları ile ilgili olarak bu başlık altında değerlendirilen bir diğer konu da onların TV program tercihleri olmuştur. Söz konusu tercihlerle ilgili dağılım Tablo 11’de yer almaktadır. Tablo 11’de yer alan dağılıma göre katılımcıların en yüksek oranda izlediklerini belirttikleri program türü % 33.7’lik oranla “dizi”ler olurken, onu % 19.5 ile sanat programları, % 19.0 ile belgesel, % 17.4 ile magazin/eğlence, % 5.4 ile açıkoturum ve son olarak da % 4.9 ile de spor programları izlemektedir. Dağılımda da görüldüğü üzere program tercihinde diziler, sanat programları ve belgeseller ön sıralarda yer almaktadır.

Tablo 11. TV Program Tercihleri

	Yanıtlar	
	N	Yüzde
Sanat Programları	241	19,5%
Dizi	415	33,7%
Magazin/Eğlence	215	17,4%
Belgesel	234	19,0%
Açıkoturum	67	5,4%
Spor Programları	61	4,9%
Toplam	1233	100,0%

4. İnternet Kullanım Sıklığı

Katılımcıların televizyon izleme süreleri ile ilgili yapılan değerlendirmenin bir benzeri ise internet için gerçekleştirilmiştir. Bu kez haftalık internet kullanım süresinin (saat) ne kadar olduğu katılımcılara sorulmuştur. Söz konusu soruya alınan yanıtların merkezi eğilim istatistik sonuçları Tablo 12’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların haftalık ortalama en düşük internet kullanım süresi 1 saat olurken, en yüksek ise 100 saat olarak gerçekleşmiştir. Diğer yandan ortalama internet kullanım süresi (haftalık) 22.37 saat olurken standart sapma ise 23.006 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Haftalık Ortalama İnternet Kullanım Sürelerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistik Sonuçları

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart Sapma
İnternet Kullanım Süresi	487	1	100	22,37	23,006
Valid N (listwise)	487				

5. Sanat Eseri Sahipliği

Katılımcılara ayrıca evlerinde bir sanat eserinin bulunup bulunmadığı da sorulmuştur. İlgili soruya alınan yanıtların dağılımı Tablo 13’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların % 65.1’inin evinde bir sanat eseri bulunurken, % 34.9’unun evinde ise herhangi bir sanat eseri bulunmamaktadır.

Tablo 13. Sanat Eseri Sahipliği

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	319	65,1	65,1
Hayır	171	34,9	34,9
Toplam	490	100,0	100,0

6. Blog Sayfa Sahipliği

Bu başlık altında son olarak katılımcıların blog sayfa sahipliği değerlendirilmiştir. Tablo 14’de yer alan sonuçlara göre katılımcıların % 58.8’inin blog sayfası bulunmazken, % 41.2’sinin ise blog sayfası bulunmaktadır.

Tablo 14. Blog Sayfa Sahipliği

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	200	40,8	41,2
Hayır	285	58,2	58,8
Toplam	485	99,0	100,0
Cevapsız	5	1,0	
Genel Toplam	490	100,0	

Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri bu başlık altında betimleyici olarak ortaya konduktan sonraki aşamada bu düzeylerin onların demografik niteliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

C. Katılımcıların Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Düzeyleri ve Demografik Nitelikler

Bu başlık altında da katılımcı öğrencilerin görsel kültür unsurlarını kullanma/maruz kalma düzeylerinin onların demografik ve eğitsel niteliklerine göre farklılık gösterip göstermediği gerekli analizler aracılığıyla test edilmiştir. İlgili testler gerçekleştirilmeden önce bir “görsel kültür indeksi” oluşturulmuştur: Ölçekte yer alan sorulardan elektronik eşya kullanım sıklığında 3, 4, ve 5 numaralı kodlar 1 puan olarak yeniden kodlanmış; televizyon izleme süresinin aritmetik ortalaması olan 8 saatin üzeri 1 puan olarak aşağısı ise sıfır olarak yeniden kodlanmış; yine internet kullanım süresinin ortalaması olan 22 saatin üstü 1 puan olarak aşağısı ise sıfır olarak yeniden kodlanmış; sanat eseri sahipliği sıfır, olmaması ise 1 puan olarak yeniden kodlanmış ve son olarak blog sayfa sahipliği 1 puan olarak, sahipliğin bulunmaması ise sıfır puan olarak yeniden kodlanmıştır. Daha sonra ise bu beş sorudan her bir deneğin kaç puanlık görsel kültür puanına eriştiği “compute” komutu aracılığıyla hesaplanarak indeks ortaya konmuştur.

1. Cinsiyet ve Görsel Kültür

Görsel kültür puanının katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı uygulanan bağımsız örneklem t testi aracılığıyla ortaya konmuştur. İlgili hipotezi sınamak için iki bağımsız örneklem kategorisi olan cinsiyet değişkenine göre aralıklı ölçüm düzeyindeki görsel kültür puanının ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için bağımsız örneklem *t* testi uygulanmıştır.

Tablo 15’de görüldüğü gibi sonuçlar; görsel kültüre erkeklerin ($\chi^2 = 2.701$) kadınlara ($\chi^2 = 2.188$) göre anlamlı biçimde daha fazla maruz kaldıklarını ortaya koymuştur ($t = -4.724, p < .001$). (bkz. Ek-1 Tablo 4).

Tablo 15: Cinsiyet ve Görsel Kültür İndeks Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	t Testi	Sig.
Görsel Kültür İndeksi	Kadın	329	2.188	-4.724	.000
	Erkek	161	2.701		

Sonuçlara göre 1a numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

2. Yaş ve Görsel Kültür

Aralıklı ölçüm düzeyine sahip olan yaş ve görsel kültür ortalama puanı arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla aralıklı ölçüm düzeyleri için kullanılan Pearson Correlation analizi uygulanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre katılımcıların yaşıyla görsel kültür puanı ve arasında pozitif yönlü, zayıf kuvvette ve anlamlı ilişki bulunmuştur ($r = .145$, $p < .005$). (bkz. Ek-1 Tablo 5). Diğer bir ifadeyle katılımcı öğrencilerin yaşları yükseldikçe görsel kültüre maruz kalma ve onu kullanma düzeyleri de artmaktadır. Bu sonuçlara göre katılımcıların yaşlarıyla görsel kültür düzeyi arasında pozitif ilişki öngören 1b numaralı hipotez kabul edilmiştir.

Tablo 16: Yaş ve Görsel Kültür Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları

Yaş	N	r	Sig.
Görsel Kültür	490	.145	.001

3. Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür

Görsel kültür puanının katılımcıların öğrenim gördükleri bölüme göre farklılaşıp farklılaşmadığı uygulanan bağımsız örneklem t testi aracılığıyla

sınanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için iki bağımsız örneklem kategorisi olan öğrenim görülen bölüm değişkenine göre aralıklı ölçüm düzeyindeki görsel kültür puanının ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için bağımsız örneklem *t* testi uygulanmıştır.

Tablo 17’de görüldüğü gibi sonuçlar; görsel kültüre Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinin ($\chi^2 = 2.545$) Resim-İş Öğretmenliği bölümü öğrencilerine göre ($\chi^2 = 2.190$) göre anlamlı biçimde daha fazla maruz kaldıklarını ortaya koymuştur ($t = -3.558$, $p < .001$). (bkz. Ek-1 Tablo 6). Bu sonuçlara göre 1c numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

Tablo 17: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür İndeks Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

Faktörler	Bölüm	N	Ortalama	<i>t</i> Testi	Sig.
Görsel Kültür İndeksi	Resim-İş Öğretmenliği	257	2.190	-3.558	.000
	Güzel Sanatlar Fakültesi	231	2.545		

4. Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür

Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıfa göre görsel kültür puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip görsel kültür puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 18’de ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür puan indeksi katılımcıların öğrenim gördükleri sınıfa göre anlamlı biçimde farklılık göstermemektedir ($F = 2.378$, $p > .05$). Aslında, Tablo 18’de de görüldüğü gibi sınıf yükseldikçe görsel kültür puan ortalaması da yükselmektedir ancak bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir (bkz. Ek-1 Tablo 7). Bu sonuçlara göre 1d numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların sınıflarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 18: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Puan İndeksi	Birinci Sınıf	87	2.12	2.378	.069
	İkinci Sınıf	149	2.32		
	Üçüncü Sınıf	146	2.38		
	Dördüncü Sınıf	108	2.54		

5. Eğitim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür

Katılımcıların öğrenim gördükleri alandan memnuniyet düzeyine göre görsel kültür puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip görsel kültür puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 19’da ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür puan indeksi katılımcıların öğrenim gördükleri alandan memnuniyet düzeyine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir ($F= 3.145, p<.05$) (bkz. Ek-1 Tablo 8).

Görsel kültür puanının memnuniyet düzeylerinden hangileri arasında anlamlı şekilde farklılaştığını ortaya koymak amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır. Test sonucunda elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre öğrenim gördükleri alandan hiç memnun olmayanlar ($\chi^2 = 2.74$), memnun olanlardan ($\chi^2 = 2.20$) anlamlı biçimde daha yüksek görsel kültür puanına sahiptirler (bkz. Ek-1 Tablo 9).

Bu sonuçlara göre 1e numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların eğitim gördükleri alanla ilgili memnuniyet düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

Tablo 19: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Puan İndeksi	Hiç Memnun Değilim	58	2.74	3.145	.014
	Memnun Değilim	80	2.42		
	Ne Memnunum Ne de Değilim	100	2.45		
	Memnunum	183	2.20		
	Çok Memnunum	69	2.21		

6. Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür

Katılımcıların orta öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre görsel kültür puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip görsel kültür puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 20’de ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür puan indeksi katılımcıların orta öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermemektedir ($F= .134, p>.05$) (bkz. Ek-1 Tablo 10).

Bu sonuçlara göre 1f numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onların orta öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 20: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Puan İndeksi	Köy-Kasaba	18	2.33	.134	.940
	İlçe	78	2.33		
	Şehir	176	2.32		
	Büyük Şehir	215	2.39		

7. Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür

Katılımcılar için öğretmen olmanın önemine göre görsel kültür puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip görsel kültür puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 21’de ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür puan indeksi katılımcılar için öğretmen olmanın önemine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir ($F= 10.054$, $p<.001$) (bkz. Ek-1 Tablo 11).

Görsel kültür puanının önem düzeylerinden hangileri arasında anlamlı şekilde farklılaştığını ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Test sonucunda elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre öğretmen olmayı “önemsiz” görenler ($\chi^2 = 2.66$), çok önemli görenlerden ($\chi^2 = 2.08$) anlamlı biçimde daha yüksek görsel kültür puanına sahiptirler (bkz. Ek-1 Tablo 12). Ayrıca az önemli bulanlar ($\chi^2 = 3.03$), orta düzeyde önemli bulanlardan ($\chi^2 = 2.28$), önemli bulanlardan ($\chi^2 = 2.36$) ve çok önemli bulanlardan ($\chi^2 = 2.08$) anlamlı biçimde daha yüksek görsel kültür puanına sahiptirler.

Bu sonuçlara göre 1g numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri onlar için öğretmenliğin ne kadar önemli olduğuna göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

Tablo 21: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Puan İndeksi	Önemsiz	62	2.66	10.054	.000
	Az Önemli	56	3.03		
	Orta Düzeyde Önemli	76	2.28		
	Önemli	108	2.36		
	Çok Önemli	187	2.08		

Görsel kültüre maruz kalma düzeyinin katılımcıların demografik ve mesleki niteliklerine göre farklılık gösterip göstermediği ortaya konduktan sonra onların görsel kültürle ilgili tutumlarının ortaya konması gündeme gelmiştir.

D. Katılımcıların Görsel Kültür Tutumları

Katılımcıların görsel kültür tutumlarına yönelik betimleyici bulgular merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla ortaya konmaya çalışılmıştır. Tablo 22, katılımcıların söz konusu tutum maddelerine verdikleri yanıtların katılım düzeyine göre yukarıdan aşağı doğru sıralanmasını içermektedir. Buna göre en yüksek aritmetik ortalamaya sahip ilk beş madde şunlardır:

1. Sosyal medya'nın (Facebook, Twiter, My Space, Msn, You Tube, Yonja, Hi 5, Netlog, Flicher, Bloglar..v.b) üretilen eserlerin kolay yoldan insanlarla buluşturduğunu düşünüyorum.
2. Görsel kültür öğelerinin, sosyal hayat üzerinde kalıcı etkilere sahip olduğunu düşünüyorum.
3. Performans sanatları ve video art gibi görsel sunumların izleyiciler üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu düşünüyorum.
4. Teknoloji tabanlı sanat aktivitelerinin takip etmenin yaratıcılığa farklı açılardan avantaj sağlayacağını düşünüyorum.
5. Kitlelere fark ettirmeden isteklerine yön verebilmenin, görsel kültür araçları ile mümkün olabileceğini düşünüyorum.

Tablo 22: Görsel Kültür Tutum Maddelerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

Görsel Kültür Tutum Maddeleri	N	E.D	E.Y.	Ort.	S.S.
Sosyal medyanın (Facebook, Twiter, My Space, Msn, You Tube, Yonja, Hi 5, Netlog, Flicher, Bloglar..v.b) üretilen eserlerin kolay yoldan insanlarla buluşturduğunu düşünüyorum.	490	1	5	4,01	1,063
Görsel kültür öğelerinin, sosyal hayat üzerinde kalıcı etkilere sahip olduğunu düşünüyorum.	490	1	5	3,95	1,085
Performans sanatları ve video art gibi görsel sunumların izleyiciler üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu düşünüyorum.	490	1	5	3,90	1,046
Teknoloji tabanlı sanat aktivitelerinin takip etmenin yaratıcılığa farklı açılardan avantaj sağlayacağını düşünüyorum.	490	1	5	3,88	1,002
Kitlelere fark ettirmeden isteklerine yön verebilmenin, görsel kültür araçları ile mümkün olabileceğini düşünüyorum.	490	1	5	3,86	1,046
Günlük yaşam ile sanatın kesiştiğini düşünüyorum	489	1	5	3,80	1,084
Medya yayınlarını takip ederken ilgili olduğum konuların dışında, farklı imajlar ile karşı karşıya kaldığımı düşünüyorum.	490	1	5	3,68	,988
Görsel kültürün olanaklarını kullanarak popüler bir sanatçı/tasarımcı olmanın, nitelikli eserler üretmekten daha etkili olduğunu düşünüyorum.	489	1	5	3,63	1,191
Bilgisayarla sanat ve tasarım uygulamasının diğer yöntemler gibi sanatsal bir üretim yöntemi olduğunu düşünüyorum.	490	1	5	3,56	1,155
Görsel kültürün ideolojik bir işlevi olduğunu düşünüyorum.	489	1	5	3,55	1,108
Modern sanat anlayışında sanat tarihi disiplinin olmadığını, sadece sanatsal inceleme alanlarının olduğunu düşünüyorum.	490	1	5	3,54	1,128
Teknolojik medyanın sonsuz olanaklarını göz önüne alarak, bu tarz sanatların kalıcılığının olabileceğini düşünüyorum.	489	1	5	3,53	1,098
Sanatın çeşitli işlevlerini tartışmak da, estetik bilgime güveniyorum.	490	1	5	3,50	1,030
Dünya'da tek boyutlu seçkin bir kültür olduğunu düşünüyorum.	490	1	5	3,27	1,139
Sanatın doğuştan gelen bir yetenek gerektirmediğini düşünüyorum.	490	1	5	3,14	1,415
Sanat ile ilgili gelişmeleri takip etmek için internetin faydalı bir alan olduğunu düşünmüyorum.	490	1	5	2,52	1,342
Estetik beğenilerim üzerinde, görsel kültürün baskıcı bir yanı olduğunu düşünmüyorum.	490	1	5	2,45	1,113

En düşük aritmetik ortalamalara sahip beş madde ise şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Estetik beğenilerim üzerinde, görsel kültürün baskıcı bir yanı olduğunu düşünmüyorum.
2. Sanat ile ilgili gelişmeleri takip etmek için internetin faydalı bir alan olduğunu düşünmüyorum.
3. Sanatın doğuştan gelen bir yetenek gerektirmediğini düşünüyorum.
4. Dünya’da tek boyutlu seçkin bir kültür olduğunu düşünüyorum.
5. Sanatın çeşitli işlevlerini tartışmak da, estetik bilgime güveniyorum.

Katılımcıların görsel kültür tutumları ayrıca tüm maddelerin compute edilmesi sonucunda merkezi eğilim istatistikleri uygulanarak da ayrıca değerlendirilmiştir. Katılımcıların genel görsel kültür tutum puan ortalamasının yorumlanmasından önce bu yoruma temel teşkil eden ölçeğin derecelendirilmesi ve bu derecelendirmenin anlamlandırılması daha uygun olacaktır. Söz konusu sınıflandırmada, kullanılan beşli likert ölçeğinden esinlenilmiştir. Sorulara en düşük 1, en yüksek de 5 puanı ifade eden yanıtlar verildiği ve toplam bir doyum indeksi oluşturulduğu için $4/5 = .80$ puan aralığında 1’den başlamak üzere derecelendirme yapılmıştır.

- 1) 1,00 – 1,80 = Çok düşük doyum düzeyi
- 2) 1,81 – 2,60 = Düşük doyum düzeyi
- 3) 2,61 – 3,40 = Orta doyum düzeyi
- 4) 3,41 – 4,20 = Yüksek doyum düzeyi
- 5) 4,21 – 5,0 = Çok yüksek doyum düzeyi

Bu açıklamalar ışığında Tablo 23’de yer alan ve genel görsel kültür tutum ortalamasını ifade eden 3.60 değeri katılımcıların yüksek düzey görsel kültür tutumuna sahip olduğunu göstermektedir. Yine aynı tabloya göre katılımcıların en düşük tutum puanı 2,06 en yüksek ise 4,59’dur.

Tablo 23: Genel Görsel Kültür Tutum Puanı Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Görsel Kültür Tutum İndeksi	490	2,06	4,59	3,6046	,42647

Katılımcıların görsel kültür tutum puanları betimleyici olarak konduktan sonra, bu tutumların onların demografik ve eğitsel niteliklerine göre farklılık gösterip göstermediği gündeme gelmiştir.

1. Cinsiyet ve Görsel Kültür Tutumu

Görsel kültür tutum puanının katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılaşp farklılaşmadığı uygulanan bağımsız örneklem t testi aracılığıyla ortaya konmuştur. İlgili hipotezi sınamak için iki bağımsız örneklem kategorisi olan cinsiyet değişkenine göre aralıklı ölçüm düzeyindeki görsel kültür puanının ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için bağımsız örneklem *t* testi uygulanmıştır.

Tablo 24’de görüldüğü gibi sonuçlar; görsel kültür tutum puanının cinsiyete göre anlamlı biçimde farklılaşmadığını ortaya koymuştur ($t = -1.596$, $p > .05$). (bkz. Ek-1 Tablo 13).

Tablo 24: Cinsiyet ve Görsel Kültür Tutum İndeks Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	<i>t</i> Testi	Sig.
Görsel Kültür Tutum İndeksi	Kadın	329	3.583	-1.596	.111
	Erkek	161	3.648		

Sonuçlara göre 2a numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

2. Yaş ve Görsel Kültür Tutumu

Aralıklı ölçüm düzeyine sahip olan yaş ve görsel kültür tutum ortalama puanı arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla aralıklı ölçüm düzeyleri için kullanılan Pearson Correlation analizi uygulanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre katılımcıların yaşıyla görsel kültür tutum puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($r = -.038$, $p > .05$). (bkz. Ek-1 Tablo 14). Bu sonuçlara göre katılımcıların yaşlarıyla görsel kültür tutum düzeyi arasında pozitif ilişki öngören 2b numaralı hipotez reddedilmiştir.

Tablo 25: Yaş ve Görsel Kültür Tutum Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları

Yaş			
	N	r	Sig.
Görsel Kültür Tutum İndeksi	490	-.038	.399

3. Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür Tutumu

Görsel kültür tutum puanının katılımcıların öğrenim gördükleri bölüme göre farklılaşıp farklılaşmadığı uygulanan bağımsız örneklem t testi aracılığıyla sınıanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için iki bağımsız örneklem kategorisi olan öğrenim görülen bölüm değişkenine göre aralıklı ölçüm düzeyindeki görsel kültür tutum puanının ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır.

Tablo 26'da görüldüğü gibi sonuçlar; katılımcıların görsel kültür tutum puanlarının onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmadığını ortaya koymuştur ($t = -.680$, $p > .05$). (bkz. Ek-1 Tablo 15). Bu sonuçlara göre 2c numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 26: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür Tutum Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

Faktörler	Bölüm	N	Ortalama	<i>t</i> Testi	Sig.
Görsel Kültür Tutum İndeksi	Resim-İş	257	3.589	-.680	.497
	Güzel Sanatlar Fakültesi	231	3.615		

4. Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Tutumu

Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıfa göre görsel kültür tutum puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip görsel kültür tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 27’de ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür tutum puanı katılımcıların öğrenim gördükleri sınıfa göre anlamlı biçimde farklılık göstermemektedir ($F= .251, p>.05$) (bkz. Ek-1 Tablo 16). Bu sonuçlara göre 2d numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların sınıflarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 27: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Tutum Puanı	Birinci Sınıf	87	3.63	.251	.860
	İkinci Sınıf	149	3.60		
	Üçüncü Sınıf	146	3.60		
	Dördüncü Sınıf	108	3.58		

5. Eğitim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Tutumu

Katılımcıların öğrenim gördükleri alandan memnuniyet düzeyine göre görsel kültür tutum puanlarının farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip

görsel kültür tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 28’de ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür tutum puanı katılımcıların öğrenim gördükleri alandan memnuniyet düzeyine göre anlamlı biçimde farklılık göstermemektedir ($F=.088$, $p>.05$) (bkz. Ek-1 Tablo 17).

Bu sonuçlara göre 2e numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların eğitim gördükleri alanla ilgili memnuniyet düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 28: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Puanı	Hiç Memnun Değilim	58	3.59	.088	.986
	Memnun Değilim	80	3.58		
	Ne Memnunum Ne de Değilim	100	3.61		
	Memnunum	183	3.61		
	Çok Memnunum	69	3.61		

6. Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Tutumu

Katılımcıların orta öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre görsel kültür tutum puanlarının farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip görsel kültür tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 29’da ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür tutum puanı katılımcıların orta öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir ($F= 3.077$, $p <.05$) (bkz. Ek-1 Tablo 18). Görsel kültür tutum puanının yerleşim birimi gruplarından hangileri arasında anlamlı şekilde farklılaştığını ortaya koymak amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır. Test

sonucunda elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre orta öğrenimini köy-kasabada tamamlayan katılımcılar ($\chi^2 = 3.80$), orta öğrenimini ilçede tamamlayanlara ($\chi^2 = 3.50$) göre anlamlı biçimde daha yüksek görsel kültür tutum puanına sahiptirler (bkz. Ek-1 Tablo 19).

Bu sonuçlara göre 2f numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onların ortaöğretimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

Tablo 29: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Tutum Puanı	Köy-Kasaba	18	3.80	3.077	.027
	İlçe	78	3.50		
	Şehir	176	3.62		
	Büyük Şehir	215	3.60		

7. Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Tutumu

Katılımcılar için öğretmen olmanın önemine göre görsel kültür tutum puanının farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip görsel kültür tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 30'da ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür tutum puanı katılımcılar için öğretmen olmanın önemine göre anlamlı biçimde farklılık göstermemektedir ($F= 1.642, p>.05$) (bkz. Ek-1 Tablo 20). Bu sonuçlara göre 2g numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürle ilgili sahip oldukları tutum onlar için öğretmenliğin ne kadar önemli olduğuna göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 30: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültür Tutum Puanı	Önemsiz	62	3.67	1.642	.162
	Az Önemli	56	3.70		
	Orta Düzeyde Önemli	76	3.60		
	Önemli	108	3.58		
	Çok Önemli	187	3.56		

Görsel kültür tutumlarının katılımcıların demografik ve mesleki niteliklerine göre farklılık gösterip göstermediği ortaya konduktan sonra onların görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutumlarının ortaya konması gündeme gelmiştir.

E. Katılımcıların Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutumları

Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutumlarına yönelik betimleyici bulgular merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla ortaya konmaya çalışılmıştır. Tablo 31, katılımcıların söz konusu tutum maddelerine verdikleri yanıtların katılım düzeyine göre yukarıdan aşağı doğru sıralanmasını içermektedir. Buna göre en yüksek aritmetik ortalamaya sahip ilk beş madde şunlardır:

1. Farklı sanat dalları, estetik beğenilerin değişmesine olumlu yönde geliştirir.
2. Güzellik kavramı toplumsal gelişimi ile beraber gelişir.
3. Başyapıt kavramının günümüz şartların da tekrar incelenmesi gerekmektedir
4. Estetik duygu, kültürden kültüre değişiyor ise kavramsal analizi olamaz
5. Estetik duygularımızın uyarılmasında sanatın ilkelerinin etkisi önemlidir.

Tablo 31: Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Maddelerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Maddeleri	N	E.D	E.Y	Ort.	S.S.
Farklı sanat dalları, estetik beğenilerin değişmesine olumlu yönde geliştirir	490	1	5	3,80	1,072
Güzellik kavramı toplumsal gelişimi ile beraber gelişir.	490	1	5	3,77	1,075
Başyapıt kavramının günümüz şartların da tekrar incelenmesi gerekmektedir	490	1	5	3,70	1,169
Estetik duygu, kültürden kültüre değişiyor ise kavramsal analizi olamaz	490	1	5	3,58	1,120
Estetik duygularımızın uyarılmasında sanatın ilkelerinin etkisi önemlidir	490	1	5	3,56	1,180
Kullanım amaçlı üretilen her ürünün tasarımında estetik görünüş ve işlevsellik eşit derecede önemli olmalıdır	490	1	5	3,56	1,201
Herkesin kolaylıkla kullanabileceği dijital görüntü ve kayıt edici aletlerle estetik beğeniye hitap edecek sanat üretilebileceğini düşünmüyorum	490	1	5	3,54	1,167
Sanat eseri popüler kültürün çabuk tüketilen bir parçası olmamalıdır	489	1	5	3,54	1,238
Marcel Duchamp'ın pisuvar adlı eseri, Leonarda Da Vinci'nin Mona Lisa'sı kadar sanat eseri örneği olabileceğini düşünüyorum	490	1	5	3,53	1,183
Sanat eserinin üretimi sürecin de, sanatın ilkelerinin estetik duygularımızı uyandırmak için bir araya getirilmesi gerekmektedir	490	1	5	3,51	1,103
Popüler kültürün bir parçası olarak üretilen eserler, sanat eseri olarak kabul edilebilir	490	1	5	3,48	1,209
Sanatçılar güzeli yansıma konusunda topluma karşı sorumludurlar	490	1	5	3,46	1,201
Tasarlanan bir ürün yanıltıcı bir reklam etkisi ile hedef kitlesini buluşturabiliyor ise bu durumdan rahatsızlık duymayabilirim	490	1	5	3,45	1,228
Sosyal medya araçlarının sanatçıların eserlerini üretirken estetik tutumlarını etkiliyor olabileceğini düşünmüyorum	490	1	5	3,43	1,150
Kendimi ifade etmekte alternatif sanat dalları (tiyatro, müzik, dans, video art ,performans sanatları, net art v.b) bana daha yakın geldiğini düşünüyorum	490	1	5	3,33	1,226
Sanat ürünlerini anlayabilmek için üretildiği evrenin kültür parçası olmak gerekmektedir	489	1	5	3,27	1,235
Para kazanma amacı sanatçıyı sanatsal yaratıcılıktan uzaklaştırmaz	490	1	5	3,25	1,365
Özellikleri abartılarak ve çarpıtılarak reklamının yapıldığını düşündüğüm bir ürünü duyularıma "hoş" geldiği için satın almaktan rahatsızlık duymam	490	1	5	3,22	1,348
Sanat eserine yüklenen maddi değerini sanatı, popüler kültürün çabuk tüketilir bir parçası haline getirmektedir	490	1	5	3,19	1,311
Sanat, zamanın gerçekliğine sadık kalmayıp, üretildiği kültürü yansıtmalıdır	489	1	5	3,09	1,241
Nitelikli bir sanat eseri tesadüfen yaratılabilir	488	1	5	3,08	1,286
Bilgisayarla hazırlanan sanat ve tasarım çalışmaları çoğunlukla istenilen plastik değerleri vermediğini düşünüyorum	490	1	5	2,99	1,201
Sanat eğitimi ile ilgili aldığım derslerin, sanatsal düzenleme ilkelerini uygulamada yeterli içeriğe sahip olduğunu düşünüyorum	490	1	5	2,96	1,240
Estetik kavramı içerisin de yalnızca güzellik yer almaktadır	489	1	5	2,68	1,238
Sanat eserinin görünüşünden başka bir anlamı yoktur	489	1	5	2,68	1,372

En düşük aritmetik ortalamalara sahip beş madde ise şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Sanat eserinin görünüşünden başka bir anlamı yoktur
2. Estetik kavramı içerisinde yalnızca güzellik yer almaktadır
3. Sanat eğitimi ile ilgili aldığım derslerin, sanatsal düzenleme ilkelerini uygulamada yeterli içeriğe sahip olduğunu düşünüyorum
4. Bilgisayarla hazırlanan sanat ve tasarım çalışmaları çoğunlukla istenilen plastik değerleri vermediğini düşünüyorum
5. Nitelikli bir sanat eseri tesadüfen yaratılabilir.

Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutumları ayrıca tüm maddelerin compute edilmesi sonucunda merkezi eğilim istatistikleri uygulanarak da ayrıca değerlendirilmiştir. Katılımcıların genel görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puan ortalamasının yorumlanmasından önce bu yoruma temel teşkil eden ölçeğin derecelendirilmesi ve bu derecelendirmenin anlamlandırılması daha uygun olacaktır. Söz konusu sınıflandırmada, kullanılan beşli likert ölçeğinden esinlenilmiştir. Sorulara en düşük 1, en yüksek de 5 puanı ifade eden yanıtlar verildiği ve toplam bir doyum indeksi oluşturulduğu için $4/5 = .80$ puan aralığında 1'den başlamak üzere derecelendirme yapılmıştır.

- 1) $1,00 - 1,80 =$ Çok düşük doyum düzeyi
- 2) $1,81 - 2,60 =$ Düşük doyum düzeyi
- 3) $2,61 - 3,40 =$ Orta doyum düzeyi
- 4) $3,41 - 4,20 =$ Yüksek doyum düzeyi
- 5) $4,21 - 5,0 =$ Çok yüksek doyum düzeyi

Bu açıklamalar ışığında Tablo 32'de yer alan ve genel görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum ortalama puanını ifade eden 2.98 değeri

katılımcıların orta düzey tutumuna sahip olduğunu göstermektedir. Yine aynı tabloya göre katılımcıların en düşük tutum puanı 2,12 en yüksek ise 3,76'dır.

Tablo 32. Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Genel Puanı Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Genel Puanı	487	2,12	3,76	2,9862	,28287

Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutumları betimleyici olarak konduktan sonra, bu tutumların onların demografik ve eğitsel niteliklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

1. Cinsiyet ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum

Görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puanının katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı uygulanan bağımsız örneklem t testi aracılığıyla ortaya konmuştur. İlgili hipotezi sınamak için iki bağımsız örneklem kategorisi olan cinsiyet değişkenine göre aralıklı ölçüm düzeyindeki tutum puanının ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır.

Tablo 33'de görüldüğü gibi sonuçlar; görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puanının cinsiyete göre anlamlı biçimde farklılaşmadığını ortaya koymuştur ($t = -.538$, $p > .05$). (bkz. Ek-1 Tablo 21).

Tablo 33: Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	t Testi	Sig.
Görsel Kültür Tutum İndeksi	Kadın	326	2.981	-.538	.591
	Erkek	161	2.996		

Sonuçlara göre 3a numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların cinsiyetlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

2. Yaş ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum

Aralıklı ölçüm düzeyine sahip olan yaş ve görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum ortalama puanı arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla aralıklı ölçüm düzeyleri için kullanılan Pearson Correlation analizi uygulanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre katılımcıların yaşıyla görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($r = -.035$, $p > .05$). (bkz. Ek-1 Tablo 22). Bu sonuçlara göre katılımcıların yaşlarıyla görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum düzeyi arasında pozitif ilişki öngören 3b numaralı hipotez reddedilmiştir.

Tablo 34: Yaş ve Görsel Kültürün Sanat Ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin tutum Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları

Yaş	N	r	Sig.
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutum İndeksi	490	-.035	.436

3. Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum

Görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puanının katılımcıların öğrenim gördükleri bölüme göre farklılaşıp farklılaşmadığı uygulanan bağımsız örneklem t testi aracılığıyla sınanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için iki bağımsız örneklem kategorisi olan öğrenim görülen bölüm değişkenine göre aralıklı ölçüm düzeyindeki tutum puanının ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır.

Tablo 35’de görüldüğü gibi sonuçlar; katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puanlarının onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılaştığını ortaya koymuştur ($t= 3.098$, $p <.01$). (bkz. Ek-1 Tablo 23). Resim iş öğretmenliği bölümü öğrencilerinin söz konusu tutum puan ortalaması anlamlı biçimde Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinden daha yüksektir. Bu sonuçlara göre 3c numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların bölümlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

Tablo 35: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Faktörler	Bölüm	N	Ortalama	t Testi	Sig.
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutum İndeksi	Resim-İş Öğretmenliği	257	3.467	3.098	.002
	Güzel Sanatlar Fakültesi	231	3.248		

4. Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum

Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıfa göre görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 36’da ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültür tutum puanı katılımcıların öğrenim gördükleri sınıfa göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir ($F= 3.719$, $p < .05$) (bkz. Ek-1 Tablo 24). Farklılaşmanın hangi sınıflar arasında olduğunu görebilmek için Bonferroni testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre ikinci sınıf öğrencilerinin söz konusu tutum

puanları anlamlı şekilde birinci sınıf öğrencilerinden daha yüksektir (bkz. Ek-1 Tablo 25).

Bu sonuçlara göre 3d numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların sınıflarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

Tablo 36: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutum İndeksi	Birinci Sınıf	87	2.91	3.719	.012
	İkinci Sınıf	149	3.03		
	Üçüncü Sınıf	146	2.97		
	Dördüncü Sınıf	105	2.99		

5. Eğitim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum

Katılımcıların öğrenim gördükleri alandan memnuniyet düzeyine göre görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 37’de ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puan düzeyleri katılımcıların öğrenim gördükleri alandan memnuniyet düzeyine göre anlamlı biçimde farklılık göstermemektedir ($F= 1.374$, $p > .05$) (bkz. Ek-1 Tablo 26). Bu sonuçlara göre 3e numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların eğitim gördükleri alanla ilgili memnuniyet düzeylerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 37: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutum İndeksi	Hiç Memnun Değilim	58	2.95	1.374	.242
	Memnun Değilim	79	2.95		
	Ne Memnunum Ne de Değilim	100	3.01		
	Memnunum	183	2.97		
	Çok Memnunum	67	3.03		

6. Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum

Katılımcıların orta öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 38’de ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puanı katılımcıların orta öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermemektedir ($F= 1.850$, $p >.05$) (bkz. Ek-1 Tablo 27). Bu sonuçlara göre 3f numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların ortaöğretimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) reddedilmiştir.

Tablo 38: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutum İndeksi	Köy-Kasaba	18	3.01	1.850	.137
	İlçe	78	2.94		
	Şehir	174	3.02		
	Büyük Şehir	214	2.97		

7. Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum

Katılımcılar için öğretmen olmanın önemine göre görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puan düzeylerinin farklılaşacağını öne süren hipotezi sınamak amacıyla; kademeli ölçüm düzeyindeki ikiden fazla grupların aralıklı ölçüm düzeyine sahip tutum puan ortalamalarını karşılaştırmak amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 39’da ayrıntıları yer alan analiz sonuçlarına göre görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum puanı katılımcılar için öğretmen olmanın önemine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir ($F= 2.517$, $p < .05$) (bkz. Ek-1 Tablo 28). Farklılığın hangi alt gruplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır. Buna göre öğretmenliğin çok önemli olduğunu düşünen katılımcıların ($\chi^2 = 3.49$) ilgili tutum puan ortalaması, öğretmenliğin az önemli olduğunu düşünen katılımcılara göre ($\chi^2 = 3.29$) anlamlı biçimde daha yüksektir (bkz. Ek-1 Tablo 29).

Bu sonuçlara göre 3g numaralı hipotez (Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onlar için öğretmenliğin ne kadar önemli olduğuna göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir) kabul edilmiştir.

Tablo 39: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

	Sınıf	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutum İndeksi	Önemsiz	62	3.29	2.517	.041
	Az Önemli	56	3.13		
	Orta Düzeyde	76	3.30		
	Önemli	108	3.34		
	Çok Önemli	187	3.49		

Katılımcıların görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeyleri, görsel kültür tutumları ile görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutumlarına ilişkin betimleyici değerlendirmeler yapmayı sağlayacak değerlendirmeler yapıldıktan sonra ve bu düzeylerin demografik değişkenlere göre farklılaşacağını öngören hipotezlerin

sınanmasının ardından son aşamada da görsel kültür unsurlarına maruz kalma, görsel kültür tutumu ve görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum arasındaki ilişkiye dair incelemeler gündeme gelmiştir.

F. Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma, Görsel Kültür Tutumu ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum Arasındaki İlişki

Bu başlık altında öncelikle görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklığı ile görsel kültür tutumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki öngören hipotezi sınamak amacıyla uygulanan korelasyon analizi sonuçları değerlendirilmiştir.

1. Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Kültür Tutum İlişkisi

Görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklığı ile görsel kültür tutumu arasında pozitif ilişki öngören ilgili hipotezi sınamak amacıyla her ikisi de sürekli ölçüm düzeyine sahip olan değişkenler arasında korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 40’da yer alan analiz sonuçlarına göre katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyleri ile sahip oldukları görsel kültür tutumları arasında hipotezde öngörüldüğü doğrultuda çok zayıf kuvvette, pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır ($r = .137$, $p < .005$). (bkz. Ek-1 Tablo 30). Bu sonuçlara göre 4 nolu hipotez (Görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklığı ile görsel kültür tutumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır) kabul edilmiştir.

Tablo 40: Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Kültür Tutum İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları

	N	r	Sig.
Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı	490	.137	.002
Görsel Kültür Tutumu			

2. Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Tutumun Sanat Ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki

Görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklığı ile görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisi arasında pozitif ilişki öngören ilgili hipotezi sınamak amacıyla her ikisi de sürekli ölçüm düzeyine sahip olan değişkenler arasında korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 41’de yer alan analiz sonuçlarına göre katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyleri ile sahip oldukları görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisi arasındaki ilişki, hipotezde öngörüldüğü doğrultuda çok zayıf kuvvette, pozitif yönlü ve anlamlıdır ($r = .093$, $p < .05$). (bkz. Ek-1 Tablo 31). Bu sonuçlara göre 5 nolu hipotez (Görsel kültür unsurlarına maruz kalma sıklığı ile görsel kültür tutumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır) kabul edilmiştir.

Tablo 41: Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Tutumun Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki

	N	r	Sig.
Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı	490	.093	.041
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutumu			

3. Görsel Kültür Tutumu İle Görsel Tutumun Sanat Ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki

Görsel kültür tutumu ile görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisi arasında pozitif ilişki öngören ilgili hipotezi sınamak amacıyla her ikisi de sürekli ölçüm düzeyine sahip olan değişkenler arasında korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 42’de yer alan analiz sonuçlarına göre katılımcıların görsel kültür tutumu ile sahip oldukları görsel kültürün sanat ve estetik algıya etkisi arasındaki ilişki, hipotezde öngörüldüğü doğrultuda pozitif yönlü ve anlamlıdır ($r = .163$, $p < .001$). (bkz. Ek-1 Tablo 32). Bu sonuçlara göre 6 nolu hipotez (Görsel kültür tutumu

ile görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır) kabul edilmiştir.

Tablo 42: Görsel Kültür Tutumu İle Görsel Tutumun Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki

	N	r	Sig.
Görsel Kültür Tutumu	487	.163	.000
Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Tutumu			

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

İnsanlık tarihi boyunca süregelen tüm medeniyetlerin, devletlerin ve hatta bireysel kültürlerin temelinde fikri bir öz bulunmaktadır. Gerçekte bu sosyal yapıların gücü, canlılığı ve gelişmesi de bu fikri öz'ün işlenmişliğine bağlıdır. Bu açıdan değerlendirilecek olunursa sanat, fikirlerin işlenmesinde, insan ufkunun genişlemesinde en önemli fonksiyonlardan birisini yerine getirmektedir.

Fikri öz olarak nitelendirilebilecek kişisel gelişim, algı, beğeni ve seçim hakları, bir kültürün görünebilir biçimleri vb. gibi genel geçerliliği değişebilen özellikler üzerinde görsel kültür ve görsel teknolojinin etkisi yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Sözelimi bilgisayar teknolojisinin hızla hayatımıza girişi dünyayı küçültmüş, bilgi akışını hızlandırmış, insanların kendilerini ifade etme şekillerini değiştirmiştir. Doğal olarak sanat, bu gelişim ve değişim içerisinde konularını yenilemiş, klasik estetik anlayışından uzaklaşmış, geleneksel üretim biçimlerinden farklılaşmış ve sanat tarihi disiplininin kendini bağımsız tutma yoluna girmiştir. Artık estetik kalıplar ve sanatın içeriği, sunumu, üretimi ve tüketimi eski sanattan bambaşka bir noktaya gelmiştir. Ancak çağımızda sanat, tüm toplumsal pencerelerde maalesef büyük sezgiler sayesinde insanlığın ufkunu genişletmek ve arayışlarını ortaya koymak yerine anlaşılabilirliğini zora sokmaya başlamıştır.

Diğer taraftan günümüzde görsel kültür sadece sanatın değerlendirilmesinde değil, ideoloji, kültür, etik ve demokrasiye kadar uzanan yapısal dönüşümlerde etkisini baskın bir şekilde göstermektedir. Görsel kültürün en aktif alanı medya ise tüketim, kampanya, reklam gerçeği, kimlik, gelenek ve ticaret hizmetinde sanatın tanımını tümüyle değiştirmiştir. Medya Sanatı olgusunun üst başlığını oluşturan fotoğraf, sinema, televizyon, video ve bilgisayarın gerçekleştirdiği üretimler müzelerde 'Media Art' bölümlerinde sergilenirken, Amerika ve Avrupa'da birçok üniversitede ise 'Media Art' alanında bölümler açılmış ya da doğrudan akademiler kurulmuştur.

Bilindiği gibi, yaşanan bu çağın dinamikleri doğrultusunda, değişim ve dönüşümlerin birinci derecede etkileneni insan olmuştur. Çocukluktan itibaren dijital iletişim, sanal gerçeklik ve simülasyonlarla yetişen birçok birey, geleneksel düşünme ve üretme biçimlerinden uzaklaşmış ve bir ölçüde topluma yabancılaşmıştır. Bireylerin etkisi altında kalabileceği düşünülen bu uyarıcıları doğru algılama ve anlamlandırma ile yaşamında doğru kullanabilme becerilerinin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla sanat eğitimi alan öğrencilerin, yaratıcı süreçlerini ve estetik beğenilerini ne boyutta etkilediği, üretim süreçlerinde ne kadar teknolojiden beslendikleri, gördüklerini kullanma kolaylığı sağlayan görsel kültür öğelerini tercih etme oranları sanat ve estetik algıları üzerinde yarattığı baskın etki ile mücadeleleri güncel ve çağın dinamiklerine uygun bir eğitimle karşılanabilir. Bu araştırmada görsel kültür olgusundan sanat eğitimi alan öğrencilerin olumsuz yönde ne boyutta etkilendiği ve görsel kültürün tüketim alanının ne kadar farkında oldukları ele alınmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmında elde edilen verilere göre, katılımcıların çoğunluğunu kız öğrenciler oluşturmaktadır. Yaşlarına ilişkin bulgularda ise katılımcıların yaş ortalamaları 22.27 dir. En küçük 18 ve en yüksek 30 olarak çıkmıştır. Katılımcıların % 52.7'si Resim İş öğretmenliğinde, % 47.3'ü de Güzel Sanatlar Fakültesinde öğrenim gördüklerini belirtmişlerdir. Devam ettikleri sınıf itibarıyla ise, % 30.4'ü ikinci, % 29.8'i üçüncü, % 22'si dördüncü ve son olarak % 17.8'i de birinci sınıfta öğrenim gördüklerini belirtmişlerdir. Program türleri bakımından ise, katılımcıların % 76.5'i birinci öğretime devam ettiklerini belirtirken, % 23.5'i de ikinci öğretime devam ettiklerini beyan etmişlerdir.

Katılımcıların görsel kültür düzeyleri onların cinsiyetlerine, yaşlarına, bölümlerine, alanlarına, öğretmenlik mesleğinin ne kadar önemli olup olmadığına göre anlamlı biçimde farklılık göstermiştir. Bu bakımdan, görsel kültüre maruz kalma düzeylerini ortaöğretimi tamamladıkları yerleşim birimi ile anlamlı biçimde farklılık göstermesi ve devam ettikleri sınıflarına göre farklılık göstermektedir hipotezi reddedilmiştir. Reddedilen bu iki hipotezde görsel kültür araçlarının kullanım alanlarının genişliği ve sınırsızlığı olarak değerlendirilebilir.

Öğrencilerin görsel kültür unsurlarına maruz kalma düzeylerine ilişkin görüşlerinin yer aldığı II. Bölüme verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde, büyük çoğunluğunun elektronik eşya kullanım sıklığının oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin haftalık televizyon izleme süreleri 7 saatin üzerinde olduğu, % 33.7 lik oranla dizi izledikleri daha sonra sırasıyla sanat programları ve belgesellerin yer aldığı belirlenmiştir. Diğer yandan haftalık ortalama internet kullanma süresi 22 saatin üzerinde saptanmıştır. Aktif ve birinci kişi olarak, öğrenci ortalama haftada 30 saat televizyon ve internet kullanmaktadır. Evinde sanat eseri olan katılımcı sayısı daha fazla çıkarken, blog sayfası sahip olma oranı olmayanlara göre düşük çıkmıştır. İnternete girme süreleri düşünüldüğü zaman, katılımcılar interneti sadece kişisel sayfalarını kontrol etmek için değil, farklı sebeplerle kullandıkları kanısı söz konusu olmaktadır. Görsel kültür unsurlarına maruz kalmanın cinsiyete göre değişip değişmediği uygulanan bağımsız örneklem “*t testi*” ile ortaya konmuş; sonuçlara göre erkeklerin kadınlara göre anlamlı bir şekilde daha fazla maruz kaldığı ortaya çıkmıştır. Katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyleri yaşlarına, bölümlerine eğitim gördükleri alanlara, öğretmenlik mesleğine verdikleri öneme göre anlamlı bir biçimde değişiklik gösterirken, öğrenimlerini tamamladıkları yerleşim birimleri ve devam ettikleri sınıflara göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir hipotezinin tersi sonuç çıkmıştır. Bulgular sonucunda bireylerin düşünsel, algısal ve duygusal açılardan bir bütün olarak görsel kültürün görünebilir alanından etkilenebilecekleri düşünülebilir

Öğrencilerin görsel kültür tutumlarının ortaya konmasına yönelik soruların yer aldığı III. Bölümde en yüksek aritmetik ortalamaya sahip beş madde değerlendirildiğinde, çıkan sonuçlarda görsel kültür tutum ortalama puanı 3,60 olarak tespit edilmiştir. En yüksek 4,59 en düşük ise 2,06 olarak hesaplanmıştır. Rakamlar bize görsel kültür tutumuna sahip olma düzeyinin yüksek olduğunu açıklamaktadır. Görsel kültür tutumunun yüksek düzeyde çıkması, bireylerin zihin ve düşünme süreçlerini etkileyerek hayata bakış açılarının üzerinde bir güç olabileceği ihtimalini de gündeme getirmektedir.

Katılımcıların görsel kültür ile ilgili sahip oldukları tutum onların cinsiyetlerine, yaşlarına, bölümlerine, sınıflarına, eğitim aldıkları alanla ilgili

memnuniyet düzeylerine, öğretmenlik mesleğinin ne kadar önemli olduğuna göre farklılık göstermezken, ortaöğretimi tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir. Sanat ile ilgili gelişmeleri takip etmede internetin faydalı bir araç olduğunu belirten katılımcılar, estetik beğenilerini görsel kültür unsurlarının etkilediğini açıkça ifade etmişlerdir. Dijital sanatların kalıcılığının olacağına inanırken, teknoloji tabanlı sanat aktivitelerini takip etmenin yaratıcılıklarını olumlu şekilde geliştireceği düşünülmekte, bilgisayarla tasarım ve sanat uygulamalarının diğer yöntemler gibi sanatsal bir üretim şekli olduğu büyük bir çoğunluk tarafından kabul edilmektedir. Katılımcılar, dünyada tek boyutlu seçkin bir kültür olduğunu, görsel kültürün olanaklarını kullanarak popüler bir sanatçı olunabileceğini düşünmektedirler. Görsel kültür unsurlarının bilinçli bir kabul ile sosyal hayat üzerinde kalıcı etkilere sahip olduğunu ve ideolojik bir işlevselliğe sahipliği yönündeki görüşü benimsediklerini bildirmişlerdir. Ayrıca sosyal medyanın eserlerini kolay yoldan insanlarla buluşturduğu, kendilerini ifade etmede uygun bir alan olduğu görüşünü de kabullenmişlerdir.

Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algılarına etkisine ilişkin tutum ortalamaları 2.98 olarak orta düzeyde çıkmıştır. Estetik algı ve sanat ile ilgili görüşlerini öğrenmek üzere hazırlanan tutum ölçeğinde, farklı sanat dallarının estetik beğenilerini olumlu etkileyebileceği, güzellik kavramının toplumsal gelişimle beraber gelişeceği, başyapıt kavramının tekrar incelenmesi gerektiği, estetik kavramların kültürel farklılıklardan dolayı kavramsal analizi olmadığı, herkesin rahatlıkla kullanabileceği dijital aletlerle sanat üretilebileceği, Duchamp'ın Pisuar'nın, Leonardo'nun Mona Lisa'sı kadar sanat eseri örneği olduğunu yüksek doyum oranında görüş bildirdikleri sonuçlarla ortaya konmuştur. Diğer taraftan kendilerini ifade etmede alternatif sanatların 3.33'lük oranla orta düzey doyumun üst sınırına yakın bir değerde görüş bildirirlerken, para kazanma amacı ile sanat üretmenin sanatçıyı yaratıcılıktan uzaklaştırmayacağını 3.25'lik orta düzey doyum oranıyla benimsemişlerdir. Sanatın metalaştırılması ve tesadüfen sanat eseri üretilebileceğine dair görüşlerini de 3.09'luk orta düzey doyum ile kabul etmişlerdir. Bilgisayarla üretilen eserlerin plastik değerleri taşımadığı görüşünü reddetmişlerdir. Diğer yandan sanat eğitimi ile ilgili aldıkları dersleri sanatsal düzenleme ilkelerini

uygulamalarında yeterli içeriğe sahip olmadıklarını düşünmüş, estetik kavramının güzellik ile sınırlı olmadığı, sanat eserinin görünüşünden başka bir anlamı olmadığı görüşünü bildirmişlerdir. Günümüz sanatının metalaştırılarak tüketim psikolojisi içerisine sokulmuş olmasına, ayrıca görsel kültür aktarıcılarının etkisiyle de her moda akıma ayak uydurarak evrensel boyut da kendini var etme çabasına karşı da sanat eğitimi alan öğrencilerin rahatsızlık duymaması, üzerinde durulması gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Öğrencilerin ders içeriğine ilişkin görüşlerine verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde; öğrencilerin büyük çoğunluğunun sanat derslerinin içeriğinde yaratımlarını gerçekleştirecek araçlar olan sanatsal düzenleme ilkeleri ve sanatın elemanlarını kullandıracak ve uygulamaya dönük bir içeriğin bulunduğu yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. Bu noktada kararsızların ve bu ifadeyi onaylamayanların da benzer çoğunluğu teşkil ettiği hesap edilirse, sanatın elemanları ve sanatsal düzenleme ilkelerinin yer aldığı “temel sanat dersi” içerikleri gözden geçirilip haftalık ders saati artırılabilir. Öğrencilerin temel olarak sanatın elemanlarını ve ilkelerini örneklerle kavramasından sonra, bildiklerini yaşantıya dökerek uygulama sahalarına ihtiyaçları vardır. Bu konuda projeler geliştirilerek, araştırma ve raporlarla desteklenen hem bilimsel hem de sanatsal uygulamalar yapılarak dersler işlevsel hale getirilebilir.

Öğrencilerin büyük çoğunluğu sanat derslerinin niteliği hakkında kararsızlıklarını dile getirmiş; geri kalanlar ise ders içeriklerinin yeterli ya da yetersiz olması yönünde kutuplara ayrılmışlardır. Bu noktada estetik dersinin önemi ortaya çıkmaktadır. İnsanın bütünsel olarak eğitilmesi için son derece gerekli olan estetik eğitiminin ders saatinin artırılması, hatta bu eğitimin bir değil birkaç dönem verilmesi söz konusu problemin çözümü için gerekli görünmektedir. Yüksek oranda sosyal medya, taşınabilir elektronik aletler, televizyon ve görsel medya ile iç içe kalan sanat öğrencileri, ders içerikleri ve aldıkları eğitimin yetersizliğine inanıyor olmaları, görsel kültürün etkisinin ve kontrolsüzlüğünün bireyin algısı, üretimi ve dünyayı yorumlama bilinci üzerinde baskın bir etki yarattığı düşünülmektedir. Ders içeriklerinin de günümüz şartlarına göre medya okuma başlığı altında da

düzenlenebilir ve öğrenciler dışarıda ki saldırıların etkisini en aza indirebilmeleri ya da kendilerini bu görsel bombardımandan korumaları ve seçici olmaları için kültürel estetik değerler konusunda donanımlı hale getirilip bilinçlendirilmelidirler.

Kültürün sanat aracılığı ile aktarılması hususunu dile getirmek ve bu konudaki görüşleri almak üzere tutum ölçeğine yerleştirilen ifadeyle ilgili olarak öğrencilerin çok büyük bir çoğunluğu destekler yönde görüş bildirmiştir. Buradan çıkan sonuç, öğrenciler estetik değerlerin kültür aktarımındaki rolünü bildiklerini ve kabul ettiklerini göstermektedir. Bu nedenle, sözkonusu bu konuda daha verimli çalışmalar yapabilmek için kuramsal olarak ve uygulamalarla desteklenecek sanat derslerine ihtiyaç duymaktadırlar.

Öğrencilerin büyük çoğunluğu, özellikleri çarpıtılarak ya da abartılarak reklamı yapılan ürünleri satın alabilecekleri yönünde görüş bildirerek, ciddi bir tutum farkı ortaya koymuşlardır. Sanat eğitimi alan bireylerin görünüşün aldatıcılığı konusunda da bilinçli hareket etmesi beklenirdi. Çünkü duyarlılık geliştirme hususu sanat eğitiminin ayaklarından biridir. Her kademedeki eğitim gören bireylerin, günlük hayatlarında ve tercihlerinde kendilerine ve çevrelerine özen göstererek kendilerine ve çevrelerine belli bir hassasiyetle yaklaşmaları beklenir. Değer estetiği konularından birisi de ahlaki değerlerdir, etikdir. Dolayısı ile kandırmacayı reddetmek yerine kabullenmek akla bir kez daha “uyutulmuş alıcılar” kavramını getirmektedir. Duyuların eğitilmesi yoluyla duyarlılık geliştirme ve “başka gözlerle” değerlendirmenin öğretildiği sanat eğitimi ders içeriklerinin öğrencilerce de yetersiz bulunduğu hatırlanacak olunursa; ders içeriklerinde, özellikle de estetik dersi içeriğinde, meta ve değer estetiği konularına daha geniş yer verilebilir.

Üniversite öğrencilerinin şaşkıncu bir diğer tutumları ise, “yanıltıcı bir reklam etkisi ile hedef kitlesini buluşturabiliyorsa bu durumdan rahatsızlık duymam” tutum sorusuna olan yaklaşımlarının yüksek doyum oranında bir değer çıkmasıdır. Çok az bir farkla öğrenciler maddeyi reddetmiş, kararsız kalmış ve de nihayetinde reklam ve paranın tuzağına düşerek etik değerleri bir kenara bırakma eğilimi göstermişlerdir. Günümüz ekonomik koşullarında bir tuzak olarak algılanması da oldukça güç olan para ve reklamın, öncelikle öğretmen adayları olarak, sonrasında da birer tasarımcı ya

da sanatçı adayı olarak duyarlılıklarını kirlettiğini düşündürmektedirler. Eğitimin amacı, genel eğitimde de sanat eğitiminde de zamanın sunduğu her durumu kabullenmek değil, hedeflerine uygun, iyi birer vatandaş yetiştirmektir. Dolayısı ile sıklıkla telaffuz edilen değerlerimizdeki çöküş yönündeki saptamalar kendilerini bu maddede haklı çıkarmaktadır.

Diğer bir önemli husus, katılımcıların cinsiyetine göre, yaşlarına göre, eğitim gördükleri alan ile ilgili memnuniyetlerine göre, ortaöğretimlerini tamamladıkları yerleşim birimine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir hipotezleri reddedilmiştir. Katılımcıların görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerine etkisine ilişkin tutumları onların bölümlerine göre, sınıflarına göre, öğretmenliğin ne kadar önemli olduğuna göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir hipotezleri kabul edilmiştir. Katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyleri ile sahip oldukları görsel kültür tutumları arasında hipotezde öngörüldüğü doğrultuda çok zayıf kuvvette, pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. Görsel kültür tutumu ile görsel tutumun sanat ve estetik algıya etkisine ilişkin tutum arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak Konya Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Resim-İş Öğretmenliği Bölümü Öğrencileri ve Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada, sanat eğitimi alan öğrencilerin sanat ve estetik tutumlarına görsel kültürün etkisinin istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır.

Tespit edilen sonuçlardan anlaşılmaktadır ki, görsel kültür olgusu sanat eğitimi alan öğrencilerin sosyalleşmesinde, bireysel kararlar almasında, günlük bilgi ihtiyaçlarını karşılamada, sanatsal üretimlerinde ve estetik beğenileri üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Görsel kültürün olgularının farkında olup, kullanıp değerlendirmeleri ve seçimler yapıp küresel çağın hızına yetişmeye çalışmaları olumlayıcı bir yan olarak değerlendirilebilecek bir sonuç olarak karşımıza çıksa da, dünyayı ve kendi kültürlerini algılama bağlamında ki tahribatı da göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu tahribatı en aza indirgeyecek olan eğitim kurumlarıdır. Sonuçlardan da anlaşılacağı gibi, eğitim aldıkları kuruma, ders içeriklerine ve estetik

bilgilerine güvenleri yoktur. Bu güvensizlik, bireysel farklılıkların yerini çoğulcu kimliklere ve benliklere bırakmakta, beğeniler zevkler, üretimler tek tipleşmeye başlamaktadır. Oysaki yurttaş olma ve birey olma bilincinin gelişmesi, kendi geleceğine, yaşamına, ülkesine ve kültürüne sahip çıkma bilincinin oluşması ile gerçekleşebilecekken, aksine var olduğu gerçekliğe yabancı kalıp ötekileştirmesine de sebep olabilmektedir.

Toplum ve geleceğin eğitimcilerini çağdaş uygarlık seviyesine çıkartabilmek ancak çağın dinamikleri karşısında ayakta durabilecek yaratıcı, sorgulayıcı, kimliğinin bilincinde, küreselleşme sürecinde gerçekleşen olguların muhasebesini yapabilen ve ayakta durabilecek bilinçli bireyleri yetiştirmekle gerçekleşebilir. Günümüzde bir milli sanat sorunsalı ile baş başayken, görsel kültür araçlarının sanat eğitimi alan öğrenciler üzerindeki olumsuz etkisi ileriye dönük Türk sanatı ve sanat eğitimcisi kimliğinde de olumsuz etkilere neden olabileceği düşünülmektedir.

Bu olumsuz etkiler üzerinde çağın gereği olarak sanat eğitimcisi kendisini geliştirmeli ve yenilemelidir. Sanat eğitimcisi kişisel donanımını zamanın ruhuna göre güncelleyerek milli kültürü farklı sunumlar ve üretim şekilleriyle ortaya koyabilir. Tartışmayı, sorgulamayı gerektiren sanatsal yaklaşımları desteklemeli ve küresel rekabeti göğüsleyebilecek, ona hazır ve donanımlı bireysel ve toplumsal kültürden haberdar öğrenciler yetiştirmeyi amaç edinmelidir. Sanat evrensel bir beğeni içerisinde varoluşuna tarih boyunca devam etmiş ve edecek olsa da, her çalışmanın kendi içerisinde yerel kültürle üretilmiş olduğunu her zaman düşünülmelidir.

Bilindiği gibi küreselleşen dünyada, kültür endüstrisinin hızlı ve sınırsız alanı olan medya unsurları ve internet, sanatçıları, sanatçı adaylarını ve tasarımcıların üretimleri üzerinde kısmen de olsa kurumsal bir kimlik oluşturmuştur. Dolayısıyla görsel kültürü, analiz ederken algıya ve üretime etkisinin bu açıklamalar içerisinde bir parça olduğu da göz ardı edilmemelidir. Popüler kültürün de, kitle kültürü ve kültür arasındaki ilişkiyi günümüzde sınırlarını bulanıklaştırdığı ve bir yanyanalık içerisinde nitelediği de düşünülecek olunursa; her alanı kapsayarak metalaştırma ve şeyleştirme bilincini oluşturduğu bir süreci de yaşadığı ve görsel kültürün

değerlendirilmesi ve eleştirilmesi ne bireysel ne de estetik olarak sınırlandırılmayacağı da ortaya çıkmaktadır.

Toplumsal bilince Eflatunun “idealar” dünyasından daha ideal gelebilecek, parlak, çok sesli, cazip, görsel zenginliği ve ulaşılabilirliği çok kolay olan bir zamanın içinde yaşayabilme olanağı sunulmuştur. Bu yaşam zinciri içerisindeki melezleşmiş toplumsal bilinç bir temele bağlı olmadan gündelik tüketime dönüşmüştür. Görsel kültür araçları bu dönüşümün en hızlı, kolay, sınırsız ve denetimsiz bir şekilde bireylere ulaşmasını ve tüketilmesini sağlamaktadır. Bu tüketim sadece zaman ve eşya değil, aynı zamanda yabancılaşmaya başlanmış içinde yaşanılan bir kültürü de içine almaktadır.

Bu çalışma, nicel ve nitel araştırma yöntemlerini bir arada kullanarak ve iki farklı disiplinin konularını birleştirip sonuca ulaşmaya çalışmıştır. Türkiye’de görsel kültür olgusunun ve araçlarının sanat eğitimi alan öğrencilerin, sanata ile ilgili görüşlerine, sanat üretimi ve estetik bakış açılarına etkisi olup olmadığına dair çalışmaların yapılmış olmamasından kaynaklı olarak kavramsal alan ve istatistiksel analizler arasında bazı kısımlarda içerik kaymaları yaşanmıştır. Bunun geçerli sebebi ise konu ile ilgili araştırmaların kısıtlı olmasından kaynaklanmaktadır. Fakat bu çalışma görsel kültür ve sanat eğitimi alanında yapılacak olan araştırmalar için önemli ipuçları verebilecek düzeydedir.

Bu açıdan, görsel kültür ve araçlarının sanat eğitimcilerini ve sanat eğitimi alan öğrencileri en az ölçüde etkilenmeleri için ne yönde çalışmalar yapılmalıdır ve yöntemleri neler olabilir, ders içeriklerine, görsel kültürün ne olduğuna ve ne olmadığına dair başlıkların koyulabilirliğini, sanat eğitimcilerinin görsel kültür düzeyleri ve farkındalıklarının üzerine araştırmalar yapılabilir. Çünkü görsel kültür, çağımız insanının bir gerçeğidir, bu gerçek azalarak değil aksine artarak devam edecek gibi gözükmektedir. Bu süreçte bireylerin yalnızca akıl varlığı olarak değil; düşünsel, algısal ve duygusal açılardan bir bütün olarak geliştikleri, görsel kültürün görünebilir alanından etkilenebildikleri düşünülmelidir. Dolayısıyla her görüntü, bireyin yaşama bakışını etkileyen ve düşüncelerine yeni açılımlar ile öneriler getiren birer anlam taşımaktadır.

KAYNAKÇA:

- Adorno, W. Theodor. (2009). *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi* (5.baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, W. Theodor ve Horkeimer, M. (2010). *Aydınlanma Diyalektiği* (Çevirenler: Nihat Ülner ve Elif Ö. Karadoğan) (1. Baskı). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Altuğ, T. (2007). *Kant estetiği*. (2.Basım). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Anık, C. (2003). *Bilgi Fabrikaları ve Müşteriler*, (2. Baskı). Ankara: Altinküre Yayınları.
- Arıkan, G. (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*, Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Arslan, A. (2004). *Medyanın Birey Toplum ve Kültür Üzerinde Etkileri*, www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/download/.../162, Erişim Tarihi: 04.08.2011.
- Arslan, R. (2010). *Çağdaş Sanat Manifestosu* (1. Baskı). İstanbul: Altıkırkbeş Yayın.
- Aytaç, Ö. (2004). Kapitalizm ve Hegomanya Bağlamında Boş Zaman. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, (2), 115-138.
- Barut, E. (2009). *Modernizmin Serüveni* (8. Baskı). İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2010). *Tüketim Toplumu* (Çevirenler: Hatice Deliçaylı ve Ferda Keskin). (4. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Baynes, K. (2008). *Toplumda Sanat* (Çeviren: Yusuf Atılğan). (3. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bener, Özgün ve Müberra, Babaoğlu (2010). Tüketici - Pazar - Araştırma – Danışma Test ve Eğitim Merkezi, Tüketici Yazıları (II). (Editörler: Prof. Dr. Müberra Babaoğlu ve Doç. Dr. Arzu Şener). *Yeni Teknolojiler ve Tüketici Etkileşimi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 103-117
- Berger, J. (1999). *Görme Biçimleri* (Çeviren: Yurdanur Sanlman). (2. Baskı). İstanbul: Metis Yayınları.

- Bernadac, M. Laure ve Bouchet, D. P. (2006). *Picasso, Dahi ve Deli* (Çeviren: Cem İleri). (4. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bernard, M. (2002). *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür* (Çeviren: Güliz Korkmaz). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Bingöl, Feyzi, A. (2009). Açılış konuşması. *I. Medya ve Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 07-09 Ekim (Editör: Mustafa Yağbasan).. Elazığ: Karınca yayınları, 11-12.
- Bozkurt, M. (2005). *Enstalasyon, Film, Performans, Video Sanatı* (1. Baskı). İstanbul: Bileşim Yayınevi.
- Bölükoğlu, Hülya İ. (2002). Bilgi Çağında Eğitim Fakültelerinde Resim-İş Eğitiminin Genel Bir Değerlendirilmesi, *G.Ü Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22 (3), 247-259.
- Bryman A, Cramer D (2001). *Quantitative Data Analysis with SPSS Release İstanbul (Avrupa) for Windows*, Routledge, London.
- Burnett, R. (2007). *İmgeler Nasıl düşünür* (Çeviren: Güçsar Pusar) (1. Baskı). İstanbul: Metir Yatınevi.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Cangöz, B. (2005). Geçmişten Günümüze Belleği Açıklamaya Yönelik Yaklaşımlara Kısa Bir Bakış, *Hacettepe Üniversitesi Edabiyat Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 51-62
- Christensen, C. (2007). YouTube: The evolution of media?. *Screen Education*, 45, 36-40.
- Çiçekli, P. (2009). *20.Yüzyıl Sanatında Teknolojinin Yeri*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Clark, M. (2009). *Paradokslar Kitabı* (Çeviren: Ahmet Fethi) (1. Baskı). İstanbul: Hil Yayın.
- Colman, A. (2004). Net.art and net.pedagogy: Introducing internet art to the digital art curriculum. *Studies in Art Education*, 46, 61-73. Retrieved January 28, 2008, from ERIC database.

- Cömert, B. (2007). *Croce'nin Estetiği* (1. Basım). Ankara: De Ki Basım Yayın Ltd. Şti.
- Demir, F. G. İlbeyli. (2009). *Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine* (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dönmez, A. (Haziran 2009), *Bilişsel Sosyal Şemalar*, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/34/971/11951.pdf>, Erişim Tarihi: 04.08.2011.
- Duncum, P. (2002). Visual culture art education: Why, what and how?. *International Journal of Art & Design Education*, 21, 14-23. Retrieved February 21, 2008, from Academic Search Premier database.
- Duncum, P. (2004). Visual culture isn't just visual: Multiliteracy, multimodality and meaning. *Studies in Art Education*, 45, 252-264.
- Efland, A. D. (2005). Problems confronting visual culture. *Art Education*, 4(21), 35-40. Retrieved May 18, 2008 from ERIC database.
- Erdoğan İ (2003). *Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı, İstatistiksel Yöntemler, Analiz ve Yorum*, Erk, Ankara.
- Erinç, S. (2004). *Kültür Sanat Sanat Kültür* (2. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Erçiş, Aysel, Ünal Sevtap, Can Polat(2006), *Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Süreci Üzerindeki Rolü*, <http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/3754>, Erişim Tarihi: 04.08.2011.
- Freedman, K. (2003). *Teaching visual culture: Curriculum, aesthetics and the social life of art*. (1. Baskı). New York: Teachers College Press.
- Frueud, S. (2011). *Metapsikoloji IV* (Çeviri: Aziz Yardımlı). (1. Baskı). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Giderer, E. Hakkı. (2003). *Resmin Sonu* (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gombrich, E. H. (2002). *Sanatın Öyküsü* (Çevirenler: Erol Erduran ve Ömer Erduran). (3. Basım). İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Göksel, Ahmet B. (1991). Kitle iletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Kültürün Oluşması ve Yayılması Üzerindeki Etkileri, *Düşünceler Dergisi*, 5 (5), 1-12, İzmir: Ege Üniversitesi Basım Yayın Yüksekokulu.

- Gülnar, B., Balcı, Ş. (2011). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*, Konya: Literatürk.
- Güneş, S. (2001). *Medya ve Kültür Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı*, (1. Baskı). Ankara: Vadi Yayınları.
- Gürdal, O. (2000). Yaşamboyu Öğrenme Etkinliği: Enformasyon Okur Yazarlığı, *Türk Kütüphanecisi* 14 (2), 176-187.
- Güzelsoy, M. (2006). *Küresel İletişim Dergisi*, sayı 1.
- Haug, W. F. (1997). *Meta Estetiği'nin Eleştirisi* (Çeviren: Ayşe Gül). (1. Baskı) İstanbul: Spartaküs Yayınları. (Eserin orijinali 1986 yılında basılmıştır).
- Hegel, G. W. Friedrich. (2011a). *Tarih Felsefesi I* (Çeviri: Aziz Yardımlı). (1. Baskı). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Hegel, G. W. Friedrich. (2011b). *Tarih Felsefesi II* (Çeviri: Aziz Yardımlı). (1. Baskı). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Hegel, G.W. (1994). *Estetik*. (Çevirenler: Taylan Altuğ ve Hakkı Hünler) (1. Basım). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Heidegger, M. (2003). *Varlık ve Zaman* (Çeviren: A. Kadir Çüçen). (3. Baskı). Bursa: Asa Kitabevi.
- Hollingsworth, M. (2009). *Dünya Sanat Tarihi* (Çevirenler: Rengin Küçükdoğan ve Banu Ergüder). (1. Baskı). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Honnef, K. (2000). *Warhol* (1. Baskı). Germany: Taschen.
- <http://tr.wikipedia.org> Erişim Tarihi: 10.09.2011.
- Işıklı, Ş. (2006). *Bulanık Mantık ve Bulanık Teknolojiler*, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/34/923/11510.pdf>, Erişim Tarihi: 04.08.2011.
- İnceoğlu. M. (1985). *Güdüleme Yöntemleri*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları,4.
- Janson, H.W. (1986). Realism and impressionism. In P. Egan (Ed.), *History of art* (pp. 618-624). (7. Baskı) New York: Harry N. Abrams, Inc
- Kahraman, B. Hasan, (2005). *Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri* (3. Baskı). İstanbul: Agora Kitaplığı Yayınevi.

- Kandinsky, V. (2009). *Sanatta Zihinsellik Üstüne* (Çeviren: Tefvik Duran) (1.Baskı). İstanbul: Hayalbaz Kitap.
- Kant, I. (2011). *Arı Usun Eleştirisi* (Çeviri: Aziz Yardımlı). (1. Baskı). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Kant, I. (2008). *Pratik Usun Eleştirisi* (Çeviren: İsmet Z. Eyuboğlu) (7. Baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Karadağ, Ç. (2004). *Görme kültürü (Görüntüler evreni)* (1. Baskı). Ankara: Doruk Yayınları.
- Keifer-Boyd, K., Amburgy, P. ve Knight, W. (2003). Three approaches to teaching visual culture in K-12 school contexts. *Art Education*, 37(2), 44-51.
- Kepplinger, Hans M. (2003). *Etki Kavramının Sınırları: Medya Etki Araştırmaları*, (Çeviren: Murat Çebi), Ankara: Alternatif Yayınları.
- Kılınçarslan, Ö. (2007). *Günümüz Sanatında Zaman ve Bellek Kavramlarının Görsel Açılımları*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Ana Sanat Dalı, İzmir.
- Kır, G. (2008). *İnternet ve Gençlik Kültürü*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Klee, P. (2006). *Çağdaş Sanat Kuramı* (Çeviren: Mehmet Dünder) (1. Baskı). Ankara: dost Kitabevi.
- Kleiner, R. & Tansey, F. (1996). Mid-century realism: The reaction against romanticism. In C.Klein (Ed.), *Gardner's art through the ages* (10th ed., pp. 957-994). Orlando, FL: Harcourt Brace and Co.
- Konukman, Alparsan E. (2006). *Medya ve Kültür: Son Dönem Televizyon Dizilerinin Yaşam Tarzı Üzerindeki İmgeleri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Leppert, R. (2009). *Sanatın Anlam Görüntüsü* (Çeviren: İsmail Türkmen). (2. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Litte, S. (2004). *İzimler* (Çeviren: Derya Nüket Özer). (3. Baskı). İstanbul: Yem Yayın.
- Marx, K. (2004). *Kapital Birinci Cilt.* (Çeviren: Alaattin Bilgi). (7. Baskı). Ankara: Sol Yayınları.

- Mavnacıoğlu, K. (2009). İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açıdan İncelenmesi: Sosyal Medya rnekleri. *I. Medya ve Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 07-09 Ekim (Editör: Mustafa Yağbasan). Elazığ: Karınca yayınları, 63-73.
- Mellor, Philip A. (2008). "Bilgi ağında" Din, Kültür ve Toplum (eviren: İhsan apioğlu), *Ankara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 253-269
- Mcleod, Jack M. ve Reeves, Byron. (2003). *Medya Etkilerinin Doğası zerine, Medya Etki Araştırmaları*, (eviren: Murat ebi). Ankara: Alternatif Yayınları.
- Mitchell, W. J. T. (1995). What is visual culture? *Meaning in the visual arts: Views from the outside*. Lavin, I. (Ed.). Princeton: Institute for Advanced Study.
- Mirzoeff, N. (1998). What is visual culture?. In N. Mirzoeff (Ed.), *Visual culture reader* (pp. 3-13). New York: Routledge.
- Mink, Janis. (2000). *Duchamp* (1. Baskı). Germany: Taschen.
- Mora, N. (2008). *Medya alışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim* (1. Baskı), Alt kitap Online Yayınevi.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya* (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Norusis M.J (2002). *SPSS 11.0 Guide To Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey.
- Olgun, E. (2010). *Network Marketing* (1. Basım). İstanbul: Beyaz Yatınevi.
- zdemir, G. (2010). *Din ve Beyin* (8. Baskı). İstanbul: Sınır tesi Yayınları.
- zdemir, S. (1998). *Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme*, (1. Baskı) İstanbul: Timaş Yayınları.
- Özer, Nur (2009). Algılama ve Pazarlama Uygulamaları. *Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, (e-dergi)*,5 (1), 1-12.
- zkan, Hasan H. (2006). Popüler Kültür ve Eğitim, *Kastamonu Eğitim Dergisi* 14 (1), 29-38.

- Öztürk, N. (2006). *Görsel Kültür Etkisinde:Pazar Benzerliği, Ürün Kategorisi ve Standartlaştırma Açısından Dergi Reklamlarında Türkiye, İspanya ve İngiltere Karşılması*.Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstirüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Reklamcılık ve Tanıtım Bilimdalı, İstanbul.
- Parsa, A. F. (2007). İmgenin gücü ve görsel kültürün yükselişi. *Fotografya Dergisi*, 19,1-10.
- Peşkersoy, E. (2009). *Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özellikleri ve Aldıkları Sanat Eğitiminin Meta Estetiği Konusunda Bilinçlenmelerine Etkisi*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Peters, T. (2006). *Kendinizi Markalaştırmanın 50 Yolu* (Çeviren: Esra Makara). (2. Baskı). İstanbul: Pegasus Yayınevi.
- Ragon, M, (2009). *Modern Sanat* (Çeviren: Vivet Kanetti) (1. Baskı). İstanbul: Hayalbaz Kitap.
- Read, H. (1978). *Sanat ve endüstri*. (Çeviren: Nigan Bayazıt). İstanbul: İTÜ Matbaası.
- Rousseau, J. Jacques. (2011). *Sanatlar ve Bilimler Üzerine Söylem* (Çeviren: Aziz Yardımlı). (1. Baskı). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Sağlamtimur, Zühal Ö. (2010). Dijital Sanat, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (3), 213-238.
- Sağocak, Mehtap D. (2005). *Ergonomik Tasarımda Renk*, <http://www.trakya.edu.tr/Enstituler/FenBilimleri/fenbilder/index.php>, Erişim Tarihi: 04.08.2011.
- Sartre, J. P. (2000). *Aydınlar Üzerine* (Çeviren: Aysel Bora). (2. Baskı). İstanbul: Can Yayınları.
- Saybaşı, N. (2007). Görsel kültüre giriş. *Toplumbilim Dergisi-Görsel Kültür Özel Sayısı-*, 22.
- Selçuk, G. (2011). Postmodern Söylem ve Popüler kültür Kavramının Semantik Dönüşümü, *Journal of Yasar University* 23 (6), 3645-3659.
- Shiner, L. (2010), *Sanatın İcadı* (Çeviren: İsmail Türkmen). (2. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

- Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*. (1. Basım). İstanbul: Babil Yayınları.
- Sweeny, R. (2004). Lines of sight in the "network society": Simulation, art education, and a digital visual culture. *Studies in Art Education*, 46, 74-87. Retrieved June 17, 2007 from ERIC database.
- Şahiner, R. (2008). *Sanatta Postmodern Kırılmalar ya da Modernin Bozumu* (1. Baskı). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Tarhan, Nevzat ve Nurmedov, Serdar (2011). *Bağımlılık, Sanal veya Gerçek* (1. Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tanyılmaz, B. (2008). *Çağdaş Resim Sanatında Dijital Görüntü Estetiği*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Taylor, P. (2004). Hyperaesthetics: Making sense of our technomediated world. *Studies in Art Education*, 45, 328-342. Retrieved January 28, 2008, from Education Research Complete database.
- TDK, Büyük Türkçe Sözlük, Web: <http://www.tdk.gov.tr>
- Therlault, Gregory G. (2009). *"A New Age Of Art" The Effects of Visual Culture and Techology on Student Attitudes About Art and*, Master of Science, Southern Connecticut State University New Haven, Connecticut.
- Tezbaşaran, A. (1997). *Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi* (2.Basım) Ankara: Dost Yayınevi.
- Tunalı, İ. (2011). *Felsefenin Işığında, Modern Resim* (8. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tunalı, İ. (1998). *Estetik*. (5. Basım) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tunalı, İ. (2003). *Marksist Estetik*. (3. Basım). İstanbul: Analiz Basım Yayım.
- Tunalı, İ. (2009). *Tasarım Felsefesi* (3. Baskı). İstanbul: Yem Yayın
- Turani, A. (2003). *Çağdaş Sanat Felsefesi* (4. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Türkkan, Burçin. (2008). *İlköğretim Görsel Sanatlar Dersi Bağlamında Görsel Kültür Çalışmaları: Bir Eylem Araştırması*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Türkoğlu, T. (2010). *Dijital Kültür* (1. Baskı). İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Usta, A. (2009). Medyatik Eylemlerin Sosyo-Psikolojik Etkisi. *I. Medya ve Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 07-09 Ekim (Editör: Mustafa Yağbasan).. Elazığ: Karınca yayınları, 473-489.
- Yılmaz, M. (2009). *Sanatçıları Okumak Ya Da Postmodern Söyleşiler* (1.Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Zeren, Gülbin. (2006). Bilgi Çağı ve Küreselleşme Sürecinde Sanat Eğitimcisi Kimliği Sorunsalı, *Kastamonu Eğitim Dergisi*,14 (2), 637-647.
- Ziss, A. (2009). *Estetik, Gerçeğin Sanatsal Özümsemesinin Bilimi* (Çeviren: Yakup Şahan) (1. Baskı). İstanbul: Hayalbaz Kitap.
- Wundram, M. (2008). *Rönesans* (Çeviren: Selma Suman). (1. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi
- www.insanbilimleri.com (2011)
- [http://www.fotografya.gen.tr/cnd / index.php ?sayi 24](http://www.fotografya.gen.tr/cnd/index.php?sayi%2024)
- www.wikipedia.com (2011)

EKLER

EK 1: İSTATİSTİKSEL ANALİZLER SONUCU ELDE EDİLEN
TABLOLAR

Tablo 1: Görsel Kültür Tutum Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	489	99,8
	Excluded ^a	1	,2
	Total	490	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,599	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
s15	54,62	130,319	,083	,601
s16	54,26	128,429	,236	,586
s17	53,76	70,311	,604	,470
s18	54,49	128,156	,215	,587
s19	54,08	129,182	,216	,588
s20	53,90	127,403	,276	,583
s21	54,14	129,029	,076	,605
s22	53,80	127,676	,251	,584
s23	54,13	127,610	,222	,586
s24	54,22	128,048	,222	,587
s25	55,24	135,536	-,075	,618
s26	53,85	128,215	,241	,586
s27	54,20	127,995	,217	,587
s28	53,75	132,582	,053	,602
s29	53,88	128,484	,243	,586
s30	54,03	70,290	,601	,471

Tablo 2: Görsel Kültür Tutumu İle Sanatsal Algılamaya Etkisine İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

Correlations

			görselkültür	sanat
Spearman's rho	görselkültür	Correlation Coefficient	1,000	,436**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	490	490
	sanat	Correlation Coefficient	,436**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	490	490

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 3: Görsel Kültürün Sanatsal Algıya Etki Tutum Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	490	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	490	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,653	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
s31	85,04	456,217	-,041	,657
s32	84,53	450,295	,070	,653
s33	84,61	356,336	,461	,606
s34	83,91	445,624	,182	,648
s35	83,93	447,527	,132	,650
s36	83,72	449,861	,098	,652
s37	84,02	335,570	,353	,637
s38	84,61	354,466	,467	,604
s39	83,98	448,816	,117	,651
s40	84,03	450,760	,065	,653
s41	84,20	355,847	,467	,605
s42	84,03	352,126	,493	,600
s43	83,76	358,461	,453	,607
s44	84,24	448,398	,091	,652
s45	84,30	450,480	,059	,653
s46	84,01	450,928	,061	,653
s47	83,79	447,933	,125	,650
s48	83,69	449,814	,100	,651
s49	83,94	446,796	,143	,650
s50	83,96	446,755	,147	,649
s51	83,95	445,239	,181	,648
s52	84,16	453,230	,015	,655
s53	84,50	456,966	-,057	,658
s54	84,06	447,814	,131	,650
s55	84,04	448,583	,104	,651
s56	84,27	446,947	,118	,651

Tablo 4: Cinsiyet ve Görsel Kültür İndeks Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

Group Statistics

cinsiyet		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Visuality	Kadın	329	2,1884	1,03934	,05730
	Erkek	161	2,7019	1,17178	,09235

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Visuality	Equal variances assumed	7,257	,007	-4,922	488	,000	-,51341	,10431	-,71837	-,30846
	Equal variances not assumed			-4,724	286,220	,000	-,51341	,10868	-,72733	-,29950

Tablo 5: Yaş ve Görsel Kültür Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları**Correlations**

		s2	Visuality
s2	Pearson Correlation	1	,145**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	490	490
Visuality	Pearson Correlation	,145**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	490	490

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 6: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür İndeks Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları**Group Statistics**

s3		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Visuality	Resim İş Öğretmenliği	257	2,1907	1,07103	,06681
	GSF	231	2,5455	1,12535	,07404

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Visuality	Equal variances assumed	4,369	,037	-3,567	486	,000	-.35479	,09947	-.55023	-.15936
	Equal variances not assumed			-3,558	474,430	,000	-.35479	,09973	-.55076	-.15883

Tablo 7: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

ANOVA

Visuality					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8,716	3	2,905	2,378	,069
Within Groups	593,784	486	1,222		
Total	602,500	489			

Test of Homogeneity of Variances

Visuality			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,571	3	486	,054

Tablo 7'nin Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

Visuality								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	87	2,1264	1,00931	,10821	1,9113	2,3416	,00	5,00
2	149	2,3289	1,09324	,08956	2,1519	2,5058	,00	5,00
3	146	2,3836	1,15227	,09536	2,1951	2,5720	,00	5,00
4	108	2,5463	1,13058	,10879	2,3306	2,7620	,00	5,00
Total	490	2,3571	1,11000	,05014	2,2586	2,4557	,00	5,00

Tablo 8: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

ANOVA

Visuality					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15,231	4	3,808	3,145	,014
Within Groups	587,269	485	1,211		
Total	602,500	489			

Test of Homogeneity of Variances

Visuality

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,576	4	485	,180

Tablo 8'in Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

Visuality

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	58	2,7414	1,13262	,14872	2,4436	3,0392	,00	5,00
2	80	2,4250	1,19889	,13404	2,1582	2,6918	,00	5,00
3	100	2,4500	,96792	,09679	2,2579	2,6421	1,00	5,00
4	183	2,2077	1,10967	,08203	2,0458	2,3695	,00	5,00
5	69	2,2174	1,10971	,13359	1,9508	2,4840	,00	5,00
Total	490	2,3571	1,11000	,05014	2,2586	2,4557	,00	5,00

Tablo 9: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Puan İndeksi Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

Visuality Bonferroni

(I) s6	(J) s6	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,31638	,18977	,961	-,2188	,8515
	3	,29138	,18162	1,000	-,2208	,8035
	4	,53373*	,16581	,014	,0661	1,0013
	5	,52399	,19602	,078	-,0288	1,0768
2	1	-,31638	,18977	,961	-,8515	,2188
	3	-,02500	,16506	1,000	-,4905	,4405
	4	,21735	,14749	1,000	-,1986	,6333
	5	,20761	,18079	1,000	-,3022	,7174
3	1	-,29138	,18162	1,000	-,8035	,2208
	2	,02500	,16506	1,000	-,4405	,4905
	4	,24235	,13684	,772	-,1435	,6282
	5	,23261	,17221	1,000	-,2530	,7182
4	1	-,53373*	,16581	,014	-1,0013	-,0661
	2	-,21735	,14749	1,000	-,6333	,1986
	3	-,24235	,13684	,772	-,6282	,1435
	5	-,00974	,15545	1,000	-,4481	,4286
5	1	-,52399	,19602	,078	-1,0768	,0288
	2	-,20761	,18079	1,000	-,7174	,3022
	3	-,23261	,17221	1,000	-,7182	,2530
	4	,00974	,15545	1,000	-,4286	,4481

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 10: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

ANOVA

Visuality

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,500	3	,167	,134	,940
Within Groups	601,615	483	1,246		
Total	602,115	486			

Test of Homogeneity of Variances

Visuality

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,212	3	483	,305

Tablo 10'un Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

Visuality

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	18	2,3333	1,28338	,30250	1,6951	2,9715	1,00	5,00
2	78	2,3333	1,25529	,14213	2,0503	2,6164	,00	5,00
3	176	2,3295	1,06069	,07995	2,1718	2,4873	,00	5,00
4	215	2,3953	1,09245	,07450	2,2485	2,5422	,00	5,00
Total	487	2,3593	1,11307	,05044	2,2602	2,4584	,00	5,00

Tablo 11: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Puan İndeksi ANOVA Sonuçları

ANOVA

Visuality

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	46,211	4	11,553	10,054	,000
Within Groups	556,161	484	1,149		
Total	602,372	488			

Test of Homogeneity of Variances

Visuality

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,848	4	484	,024

Tablo 11'in Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

Visuality

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	62	2,6613	1,00725	,12792	2,4055	2,9171	1,00	5,00
2	56	3,0357	1,19033	,15906	2,7169	3,3545	,00	5,00
3	76	2,2895	1,20903	,13869	2,0132	2,5657	,00	5,00
4	108	2,3611	1,02728	,09885	2,1652	2,5571	,00	5,00
5	187	2,0802	1,02074	,07464	1,9330	2,2275	,00	5,00
Total	489	2,3579	1,11102	,05024	2,2592	2,4566	,00	5,00

Tablo 12: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Puan İndeksi Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

Visuality
Tamhane

(I) s8	(J) s8	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,37442	,20412	,513	-,9578	,2089
	3	,37182	,18867	,406	-,1651	,9087
	4	,30018	,16166	,493	-,1603	,7606
	5	,58108*	,14811	,002	,1576	1,0046
2	1	-,37442	,20412	,513	-,2089	,9578
	3	,74624*	,21103	,006	,1443	1,3482
	4	,67460*	,18728	,005	,1382	1,2110
	5	,95550*	,17571	,000	,4498	1,4612
3	1	-,37182	,18867	,406	-,9087	,1651
	2	-,74624*	,21103	,006	-1,3482	-,1443
	4	-,07164	,17031	1,000	-,5558	,4126
	5	-,20926	,15750	,873	-,2399	,6584
4	1	-,30018	,16166	,493	-,7606	,1603
	2	-,67460*	,18728	,005	-1,2110	-,1382
	3	,07164	,17031	1,000	-,4126	,5558
	5	,28090	,12387	,218	-,0694	,6312
5	1	-,58108*	,14811	,002	-1,0046	-,1576
	2	-,95550*	,17571	,000	-1,4612	-,4498
	3	-,20926	,15750	,873	-,6584	,2399
	4	-,28090	,12387	,218	-,6312	,0694

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 13: Cinsiyet ve Görsel Kültür Tutum İndeks Puanı Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

Group Statistics

cinsiyet		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GörKültTutum	Kadın	329	3,5832	,43042	,02373
	Erkek	161	3,6485	,41615	,03280

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
GörKültTutum	Equal variances assumed	,332	,565	-1,596	488	,111	-,06537	,04095	-,14583	,01510
	Equal variances not assumed			-1,615	327,575	,107	-,06537	,04048	-,14500	,01427

Tablo 14: Yaş ve Görsel Kültür Tutum Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları**Correlations**

		s2	GörKültTutum
s2	Pearson Correlation	1	-,038
	Sig. (2-tailed)		,399
	N	490	490
GörKültTutum	Pearson Correlation	-,038	1
	Sig. (2-tailed)	,399	
	N	490	490

Tablo 15: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültür Tutum İndeks Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları**Group Statistics**

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GörKültTutum	s3 1	257	3,5895	,43896	,02738
	2	231	3,6157	,40970	,02696

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
GörKültTutum	Equal variances assumed	1,597	,207	-,680	486	,497	-,02623	,03857	-,10200	,04955
	Equal variances not assumed			-,683	485,302	,495	-,02623	,03842	-,10172	,04927

Tablo 16: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları

ANOVA

GörKültTutum

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,138	3	,046	,251	,860
Within Groups	88,798	486	,183		
Total	88,936	489			

Test of Homogeneity of Variances

GörKültTutum

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,474	3	486	,701

Tablo 16'nın Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

GörKültTutum

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	87	3,6337	,41819	,04483	3,5445	3,7228	2,06	4,59
2	149	3,6040	,44224	,03623	3,5324	3,6756	2,18	4,53
3	146	3,6060	,42460	,03514	3,5365	3,6754	2,29	4,53
4	108	3,5803	,41774	,04020	3,5006	3,6600	2,35	4,53
Total	490	3,6046	,42647	,01927	3,5668	3,6425	2,06	4,59

Tablo 17: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları

ANOVA

GörKültTutum

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,064	4	,016	,088	,986
Within Groups	88,872	485	,183		
Total	88,936	489			

Test of Homogeneity of Variances

GörKültTutum

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,576	4	485	,680

Tablo 17'nin Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

GörKültTutum

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	58	3,5994	,46140	,06058	3,4781	3,7207	2,29	4,53
2	80	3,5801	,45292	,05064	3,4794	3,6809	2,06	4,47
3	100	3,6124	,42959	,04296	3,5271	3,6976	2,29	4,59
4	183	3,6102	,41040	,03034	3,5504	3,6701	2,35	4,53
5	69	3,6114	,41315	,04974	3,5121	3,7106	2,35	4,24
Total	490	3,6046	,42647	,01927	3,5668	3,6425	2,06	4,59

Tablo 18: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Tutumu ANOVA Sonuçları

ANOVA

GörKültTutum

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,656	3	,552	3,077	,027
Within Groups	86,635	483	,179		
Total	88,291	486			

Test of Homogeneity of Variances

GörKültTutum

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,833	3	483	,476

Tablo 18'in Betimleyici İstatistikleri**Descriptives**

GörKültTutum

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	18	3,8039	,48549	,11443	3,5625	4,0454	2,88	4,53
2	78	3,5000	,45255	,05124	3,3980	3,6020	2,18	4,53
3	176	3,6267	,41592	,03135	3,5649	3,6886	2,29	4,59
4	215	3,6067	,41347	,02820	3,5511	3,6623	2,06	4,53
Total	487	3,6041	,42623	,01931	3,5662	3,6421	2,06	4,59

Tablo 19: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültür Tutumu Çoklu Karşılaştırma Tablosu**Multiple Comparisons**GörKültTutum
Bonferroni

(I) s7	(J) s7	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,30392 [*]	,11075	,038	,0105	,5973
	3	,17719	,10481	,549	-,1005	,4548
	4	,19725	,10392	,350	-,0780	,4726
2	1	-,30392 [*]	,11075	,038	-,5973	-,0105
	3	-,12673	,05761	,170	-,2793	,0259
	4	-,10667	,05598	,344	-,2550	,0416
3	1	-,17719	,10481	,549	-,4548	,1005
	2	,12673	,05761	,170	-,0259	,2793
	4	,02006	,04305	1,000	-,0940	,1341
4	1	-,19725	,10392	,350	-,4726	,0780
	2	,10667	,05598	,344	-,0416	,2550
	3	-,02006	,04305	1,000	-,1341	,0940

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 20: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültür Tutum Puanı ANOVA Sonuçları**ANOVA**

GörKültTutum

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,186	4	,296	1,642	,162
Within Groups	87,352	484	,180		
Total	88,538	488			

Test of Homogeneity of Variances

GörKültTutum

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,738	4	484	,566

Tablo 20'nin Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

GörKültTutum

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	62	3,6709	,44024	,05591	3,5591	3,7827	2,47	4,53
2	56	3,7017	,35023	,04680	3,6079	3,7955	2,59	4,35
3	76	3,6076	,42401	,04864	3,5107	3,7045	2,35	4,53
4	108	3,5801	,43868	,04221	3,4964	3,6637	2,29	4,53
5	187	3,5632	,43197	,03159	3,5009	3,6255	2,06	4,59
Total	489	3,6033	,42595	,01926	3,5655	3,6412	2,06	4,59

Tablo 21: Cinsiyet ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

Group Statistics

cinsiyet		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Aesthetic	Kadın	326	2,9813	,28217	,01563
	Erkek	161	2,9960	,28489	,02245

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.						95% Confidence Interval of the Difference	
				t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Aesthetic	Equal variances assumed	,192	,661	-,538	485	,591	-,01468	,02727	-,06825	,03890
	Equal variances not assumed			-,536	316,066	,592	-,01468	,02736	-,06850	,03915

Tablo 22: Yaş ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı Korelasyon Analizi Sonuçları

			s2	Aesthetic
Spearman's rho	s2	Correlation Coefficient	1,000	-,035
		Sig. (2-tailed)	.	,436
		N	490	487
	Aesthetic	Correlation Coefficient	-,035	1,000
		Sig. (2-tailed)	,436	.
		N	487	487

Tablo 23: Öğrenim Görülen Bölüm ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı Bağımsız Örneklem *t* Testi Sonuçları

Group Statistics

s3	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
sanat	1	3,4675	1,06761	,06660
	2	3,2481	,36709	,02415

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
sanat	Equal variances assumed	6,344	,012	2,970	486	,003	,21944	,07389	,07426	,36462
	Equal variances not assumed			3,098	321,581	,002	,21944	,07084	,08007	,35881

Tablo 24: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı ANOVA Sonuçları

ANOVA

Aesthetic

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,878	3	,293	3,719	,012
Within Groups	38,009	483	,079		
Total	38,886	486			

Test of Homogeneity of Variances

Aesthetic

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,659	3	483	,175

Tablo 24'ün Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

Aesthetic

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	87	2,9113	,23447	,02514	2,8613	2,9612	2,12	3,36
2	149	3,0349	,29680	,02432	2,9868	3,0829	2,28	3,76
3	146	2,9734	,29093	,02408	2,9258	3,0210	2,16	3,72
4	105	2,9970	,27683	,02702	2,9434	3,0505	2,20	3,60
Total	487	2,9862	,28287	,01282	2,9610	3,0114	2,12	3,76

Tablo 25: Öğrenim Görülen Sınıf ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

Aesthetic
Bonferroni

(I) s4	(J) s4	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,12363*	,03785	,007	-,2239	-,0234
	3	-,06216	,03799	,615	-,1628	,0385
	4	-,08569	,04067	,214	-,1934	,0221
2	1	,12363*	,03785	,007	,0234	,2239
	3	,06147	,03267	,363	-,0251	,1480
	4	,03795	,03574	1,000	-,0567	,1326
3	1	,06216	,03799	,615	-,0385	,1628
	2	-,06147	,03267	,363	-,1480	,0251
	4	-,02353	,03589	1,000	-,1186	,0716
4	1	,08569	,04067	,214	-,0221	,1934
	2	-,03795	,03574	1,000	-,1326	,0567
	3	,02353	,03589	1,000	-,0716	,1186

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 26: Öğrenim Görülen Alandan Memnuniyet Düzeyi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı ANOVA Sonuçları

ANOVA

Aesthetic

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,439	4	,110	1,374	,242
Within Groups	38,448	482	,080		
Total	38,886	486			

Test of Homogeneity of Variances

Aesthetic

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,099	4	482	,356

Tablo 26'nın Betimleyici İstatistikleri**Descriptives**

Aesthetic								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	58	2,9586	,28922	,03798	2,8826	3,0347	2,12	3,40
2	79	2,9549	,24611	,02769	2,8998	3,0101	2,32	3,40
3	100	3,0172	,26946	,02695	2,9637	3,0707	2,40	3,76
4	183	2,9722	,29826	,02205	2,9287	3,0157	2,20	3,76
5	67	3,0388	,29070	,03551	2,9679	3,1097	2,20	3,68
Total	487	2,9862	,28287	,01282	2,9610	3,0114	2,12	3,76

Tablo 27: Orta Öğretimin Tamamlandığı Yerleşim Birimi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı ANOVA Sonuçları**ANOVA**

Aesthetic					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,444	3	,148	1,850	,137
Within Groups	38,391	480	,080		
Total	38,835	483			

Test of Homogeneity of Variances

Aesthetic			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,710	3	480	,546

Tablo 27'nin Betimleyici İstatistikleri**Descriptives**

Aesthetic								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	18	3,0178	,31622	,07453	2,8605	3,1750	2,16	3,56
2	78	2,9405	,27643	,03130	2,8782	3,0028	2,20	3,52
3	174	3,0218	,27480	,02083	2,9807	3,0630	2,12	3,76
4	214	2,9721	,28862	,01973	2,9333	3,0110	2,24	3,76
Total	484	2,9866	,28355	,01289	2,9613	3,0119	2,12	3,76

Tablo 28: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı ANOVA Sonuçları

ANOVA

sanat

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6,709	4	1,677	2,517	,041
Within Groups	322,595	484	,667		
Total	329,304	488			

Test of Homogeneity of Variances

sanat

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,896	4	484	,110

Tablo 28'in Betimleyici İstatistikleri

Descriptives

sanat

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	62	3,2984	,67059	,08516	3,1281	3,4687	2,54	7,27
2	56	3,1312	,25074	,03351	3,0640	3,1983	2,62	3,69
3	76	3,3016	,35745	,04100	3,2199	3,3833	2,65	4,42
4	108	3,3451	,41071	,03952	3,2667	3,4234	2,35	4,31
5	187	3,4922	1,19153	,08713	3,3203	3,6641	2,12	14,27
Total	489	3,3642	,82146	,03715	3,2912	3,4372	2,12	14,27

Tablo 29: Öğretmenliğin Önemi ve Görsel Kültürün Sanat ve Estetik Algıya Etkisine İlişkin Tutum İndeks Puanı Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

sanat
Bonferroni

(I) s8	(J) s8	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,16721	,15051	1,000	-,2572	,5916
	3	-,00323	,13972	1,000	-,3972	,3908
	4	-,04670	,13008	1,000	-,4135	,3201
	5	-,19380	,11964	1,000	-,5312	,1436
2	1	-,16721	,15051	1,000	-,5916	,2572
	3	-,17044	,14378	1,000	-,5759	,2350
	4	-,21390	,13444	1,000	-,5930	,1652
	5	-,36100*	,12436	,039	-,7117	-,0103
3	1	,00323	,13972	1,000	-,3908	,3972
	2	,17044	,14378	1,000	-,2350	,5759
	4	-,04347	,12224	1,000	-,3882	,3012
	5	-,19056	,11106	,868	-,5037	,1226
4	1	,04670	,13008	1,000	-,3201	,4135
	2	,21390	,13444	1,000	-,1652	,5930
	3	,04347	,12224	1,000	-,3012	,3882
	5	-,14710	,09867	1,000	-,4253	,1311
5	1	,19380	,11964	1,000	-,1436	,5312
	2	,36100*	,12436	,039	,0103	,7117
	3	,19056	,11106	,868	-,1226	,5037
	4	,14710	,09867	1,000	-,1311	,4253

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 30: Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Kültür Tutum İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları

Correlations

		Visuality	GörKültTutum
Spearman's rho	Visuality	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	,137**
		N	490
	GörKültTutum	Correlation Coefficient	,137**
		Sig. (2-tailed)	1,000
		N	490

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 31: Görsel Kültür Unsurlarına Maruz Kalma Sıklığı İle Görsel Tutumun Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki - Korelasyon Analizi Sonuçları

			Visuality	Aesthetic
Spearman's rho	Visuality	Correlation Coefficient	1,000	,093*
		Sig. (2-tailed)	.	,041
		N	490	487
	Aesthetic	Correlation Coefficient	,093*	1,000
		Sig. (2-tailed)	,041	.
		N	487	487

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 32: Görsel Kültür Tutumu İle Görsel Tutumun Sanat ve Estetik Algıya Etkisi Arasındaki İlişki - Korelasyon Analizi Sonuçları

			Aesthetic	GörKültTutum
Spearman's rho	Aesthetic	Correlation Coefficient	1,000	,163**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	487	487
	GörKültTutum	Correlation Coefficient	,163**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	487	490

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

EK.2**UZMAN DEĞERLENDİRME FORMU**

Tezin Adı: Sanat Eğitimi alan öğrencilerin sanat ve estetik tutumlarına görsel kültürün etkisi.

Problem Cümlesi: Görsel kültürün, sanat eğitimi alan öğrencilerin, sanat ve estetik ile ilgili tutumları üzerinde etkisi ne düzeydedir?

Alt Problemler

1. Sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel teknolojiyi kullanma alışkanlıkları ve oranları ne düzeydedir?
2. Sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel teknoloji araçları ile sunulan programlarını izleme oranları ve programlarda ki içerik görüntü ilişkisine karşı tutumları nasıldır?
3. Sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel teknoloji aracılığıyla sunulan programların topluma yönelik etkileri konusunda ki tutumları nelerdir?
4. Görsel kültür ve teknolojinin sanat eğitimi alan öğrencilerin yaratıcılıkları ve estetik algıları üzerindeki rolü ne düzeydedir?
5. Görsel kültür ve görsel teknoloji alanında sanat eğitimi alan öğrencilerin teknolojik materyallerle destekli üretime karşı tutumlarının estik algıları üzerinde ki etkisi ne düzeydedir?
6. Gelişmiş teknoloji ve dijital kolaylığın üretime etkisine sanat eğitimi alan öğrencilerin tutumları ne yöndedir?

Yukarıdaki problemlerin çözümüne ilişkin veri toplamak amacı ile geliştirdiğim tutum ölçeği ektedir. Lütfen aşağıdaki kriterlere göre uzmanlık görüşünüzü belirtiniz.

Destek ve yardımlarınız için teşekkür ederim.

Ö.Gökhan TEMİZEL

Selçuk Üniveristesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı
Tel: (555) 239 86 33

Toplamda 56 sorudan oluşan soru formu, temelde dört bölüme ayrılmaktadır. Birinci bölüm olarak nitelendirilen ilk sekiz soruluk kısımda demografik verileri toplamayı amaçlayan sorular yer alırken, ölçeğin ikinci bölümünde katılımcıların görsel kültüre maruz kalma düzeyini ölçen altı soru bulunmakta, takip eden on sekiz soru ise katılımcıların görsel kültürle ilgili tutumlarını ölçmeye çalışmakta, ölçeğin son bölümünü oluşturan ve yine yirmi dört sorudan oluşan kısım ise görsel kültürün sanat ve estetik algı üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır.

1. I. Bölümde yer alan demografik özelliklerle ilgili sorular araştırmanın amacına uygun mudur?

Evet () Hayır ()

2. I. Bölümde sizce fazla olan ve çıkarılmasını uygun bulduğunuz sorular var mı? Var ise numarasını yazınız.(1-14)

.....

3. I. Bölümde eksikliğini saptadığınız ve yer almasını uygun bulduğunuz demografik özellikler var mı?(1-14)

Evet () Hayır ()

4. Yanıtınız “evet” ise lütfen önerilerinizi yazınız.

.....

5. II. Bölümde yer alan tutum ifadeleri, sanat eğitimi alan öğrencilerin görsel kültür düzeyleri ile ilgili bilgi almak için yeterlidir.(15-33)

Evet () Hayır ()

6. II. Bölümde sizce fazla olan ve çıkarılmasını uygun bulduğunuz ifadeler var mı? Var ise numarasını yazınız.

.....

7. II. Bölümde eksikliğini saptadığınız ve yer almasını uygun bulduğunuz ifadeler var mı?

Evet () Hayır ()

8. Yanıtınız “evet” ise lütfen önerilerinizi yazınız.

.....

9. III. Bölümde yer alan tutum ifadeleri sanat eğitimi alan öğrencilerin, görsel kültür etkisinde sanat ve estetik ile ilgili tutumlarını anlamada yeterlidir.

Evet () Hayır ()

10. III. Bölümde sizce fazla olan ve çıkarılmasını uygun bulduğunuz ifadeler var mı? Var ise numarasını yazınız.

.....

11. III. Bölümde eksikliğini saptadığınız ve yer almasını uygun bulduğunuz ifadeler var mı?

Evet () Hayır ()

12. Yanıtınız “evet” ise lütfen önerilerinizi yazınız.

.....

13. IV. Bölümde yer alan tutum ifadeleri sanat eğitimi alan öğrencilerin, görsel kültür etkisinde sanat ve estetik ile ilgili tutumlarını anlamada yeterlidir.

Evet () Hayır ()

14. IV. Bölümde sizce fazla olan ve çıkarılmasını uygun bulduğunuz ifadeler var mı? Var ise numarasını yazınız.

.....

15. IV. Bölümde eksikliğini saptadığınız ve yer almasını uygun bulduğunuz ifadeler var mı?

Evet () Hayır ()

12. Yanıtınız “evet” ise lütfen önerilerinizi yazınız.

.....

Değerlendirmeniz:

.....

EK.3

Değerli Katılımcı;

Bu ölçek, sanat eğitimi alan siz üniversite öğrencilerinin, görsel kültürün etkisinde sanat ve estetik ile ilgili tutumlarınızı belirlemek amacı ile hazırlanmıştır. Araştırma sonuçları, bu konuda hazırlamakta olduğum doktora tezinde veri olarak kullanılacaktır. Size verilen tutum listesi üzerine adınızı yazmayınız, kimliğinizi belirtecek herhangi bir işaret koymayınız. Yardımlarınız için teşekkür ederim.

Ö.Gökhan TEMİZEL

(S.Ü Eğitim Bilimleri Enstitüsü)

1. Cinsiyetiniz

1.() Kadın 2.() Erkek

2. Yaşınız

1.() 18 2.() 19 3.() 20 4.() 21 5.() 23
6.() 23 7.() 24 8.() 25 ve üstü

3. Bölümünüz

1.() Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği
2.() Güzel Sanatlar Fakültesi

4. Kaçınıcı sınıf öğrencisiniz

() 1 () 2 () 3 () 4

5. Program türünüz

1. Normal () 2. İkinci Öğretim ()

6. Eğitim gördüğünüz alandan memnun musunuz.

1. () Hiç memnun değilim 2. () Memnun değilim
3. () Ne memnunum ne de değilim 4. () Memnunum
5. () Çok memnunum

7. Ortaöğretiminizi tamamladığınız yerleşim birimi.

1. () Köy-kasaba 2. () İlçe 3. () Şehir 4. () Büyükşehir

8. Öğretmen olmak sizin için ne kadar önemli.

- 1.() Önemsiz 2.() Az önemli 3.() Orta düzeyde önemli
4.() Önemli 5.() Çok önemli

9. Düzenli olarak kullandığınız elektronik eşyalarınız var mı.

- 1.() Hiç kullanmıyorum 2.() Nadiren kullanıyorum
3.() Bazen kullanıyorum 4.() Sık kullanıyorum
5.() Çok sık kullanıyorum

10. Haftada ortalama ne kadar televizyon seyrediyorsunuz.(noktalı alana saat olarak yazınız)

.....saat seyrediyorum.

11. Televizyonda ne tür programları izlemeyi tercih ediyorsunuz.(en fazla 3 sık işaretleyiniz)

- 1.() Sanat Programları 2.() Dizi 3.() Magazin ve Eğlence
Programları 4.() Belgesel 5.() Açıkoturum
6.() Spor Programları 7.() Diğer...

12. Haftada İnternete girdiğiniz sıklık. (noktalı alana saat olarak yazınız)

.....saat internete giriyorum.

13. Eviniz de bir sanat eseri var mı.

- 1.() Evet 2.() Hayır

14. Kendinize ait bir blog sayfanız var mı.

- 1.() Evet 2.() Hayır

İfade Numarası		Tamamen	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle	Katılmıyorum
	Her bir ifadeyi okuduktan sonra, size uygun olan sütuna "X" işareti koyunuz. Bir ifadeyi okuduktan sonra aklınıza ilk gelen seçeneği işaretleyiniz ve işaretsiz ifade bırakmayınız.						
15	Sanatın doğuştan gelen bir yetenek gerektirmediğini düşünüyorum.						
16	Sanatın çeşitli işlevlerini tartışmakta, estetik bilgime güveniyorum.						
17	Günlük yaşam ile sanatın kesiştiğini düşünüyorum						
18	Görsel kültür etkisinde dünya'da tek boyutlu bir kültürün oluşturulduğunu düşünüyorum.						
19	Medya yayınlarını takip ederken ilgili olduğum konuların dışında, farklı imajlar ile karşı karşıya kaldığımı düşünüyorum.						
20	Kitlelere fark ettirmeden isteklerine yön verebilmenin, görsel kültür araçları ile mümkün olabileceğini düşünüyorum.						
21	Görsel kültürün ideolojik bir işlevi olduğunu düşünüyorum.						
22	Görsel kültür öğelerinin, sosyal hayat üzerinde kalıcı etkilere sahip olduğunu düşünüyorum.						
23	Görsel kültürün olanaklarını kullanarak popüler bir sanatçı/tasarımcı olmanın, nitelikli eserler üretmekten daha etkili olduğunu düşünüyorum.						
24	Modern sanat anlayışında sanat tarihi disiplinin olmadığını, sadece sanatsal inceleme alanlarının olduğunu düşünüyorum.						
25	Sanat ile ilgili gelişmeleri takip etmek için internetin faydalı bir alan olduğunu düşünmüyorum.						
26	Performans sanatları ve video art gibi görsel sunumların izleyiciler üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu düşünüyorum.						
27	Bilgisayarla sanat ve tasarım uygulamasının diğer yöntemler gibi sanatsal bir üretim yöntemi olduğunu düşünüyorum.						
28	Sosyal medyanın (Facebook, Twiter, My Space, Msn, You Tube, Yonja, Hi 5, Netlog, Flicher, Bloglar..v.b) üretilen eserleri kolay yoldan insanlarla buluşturduğunu düşünüyorum.						
29	Teknoloji tabanlı sanat aktivitelerini takip etmenin yaratıcılığa farklı açılardan avantaj sağlayacağını düşünüyorum.						
30	Teknolojik medyanın sonsuz olanaklarını göz önüne alarak, bu tarz sanatların kalıcılığının olabileceğini düşünüyorum.						
31	Estetik beğenilerim üzerinde, görsel kültürün baskıcı bir yanı olduğunu düşünmüyorum.						
32	Sanat eğitimi ile ilgili aldığım derslerin, sanatsal düzenleme ilkelerini uygulamada yeterli içeriğe sahip olduğunu düşünüyorum.						
33	Estetik kavramı içerisinde yalnızca güzellik yer almaktadır.						

34	Estetik duygu, kültürden kültüre değişiyor ise kavramsal analizi olamaz.					
35	Estetik duygularımızın uyarılmasında sanatın ilkelerinin etkisi önemlidir.					
36	Güzellik kavramı toplumsal gelişim ile beraber gelişir.					
37	Nitelikli bir sanat eseri tesadüfen yaratılabilir.					
38	Sanat eserinin görünüşünden başka bir anlamı yoktur.					
39	Sanat eserinin üretim sürecinde, sanatın ilkelerinin estetik duygularımızı uyandırmak için bir araya getirilmesi gerekmektedir.					
40	Sanatçılar güzeli yansıtmada konusunda topluma karşı sorumludurlar.					
41	Sanat, zamanın gerçekliğine sadık kalmayıp, üretildiği kültürü yansıtmalıdır.					
42	Sanat ürünlerini anlayabilmek için üretildiği evrenin kültür parçası olmak gerekmektedir.					
43	Sanat eseri popüler kültürün çabuk tüketilen bir parçası olmamalıdır.					
44	Para kazanma amacı sanatçıyı sanatsal yaratıcılıktan uzaklaştırmaz.					
45	Sanat eserine yüklenen maddi değer sanatı popüler kültürün çabuk tüketilir bir parçası haline getirmektedir.					
46	Popüler kültürün bir parçası olarak üretilen eserler, sanat eseri olarak kabul edilebilir.					
47	Başyapıt kavramının günümüz şartların da tekrar incelenmesi gerekmektedir.					
48	Farklı sanat dalları, estetik beğenilerin değişmesini olumlu yönde etkiler.					
49	Kullanım amaçlı üretilen her ürünün tasarımında estetik görünüş ve işlevsellik eşit derecede önemli olmalıdır.					
50	Marcel Duchamp'ın pisuvar adlı eseri, Leonarda Da Vinci'nin Mona Lisa'sı kadar sanat eseri örneği olabileceğini düşünüyorum.					
51	Herkesin kolaylıkla kullanabildiği dijital görüntü ve kayıt aletleri ile, estetik beğeniye hitap edecek sanat eserleri üretilebilir.					
52	Kendimi ifade etmekte alternatif sanat dalları (tiyatro, müzik, dans, video art, performans sanatları, net art v.b) bana daha yakın geliyor.					
53	Bilgisayarla hazırlanan sanat ve tasarım çalışmaları çoğunlukla istenilen plastik değerleri vermediğini düşünüyorum.					
54	Sosyal medya araçları, eserin üretim sürecinde sanatçıların estetik tutumlarını etkiler.					
55	Tasarlanan bir ürün yanıltıcı bir reklam ile hedef kitlesini buluşturabiliyor ise bu durumdan rahatsızlık duymayabilirim.					
56	Özellikleri abartılarak ve çarpıtılarak reklamının yapıldığını düşündüğüm bir ürünü duyularıma "hoş" geldiği için satın almaktan rahatsızlık duymam.					

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

Özgeçmiş

Adı Soyadı:	ÖMER GÖKHAN TEMİZEL	İmza:	
Doğum Yeri:	ANKARA		
Doğum Tarihi:	26.04.1980		
Medeni Durumu:	BEKAR		

Öğrenim Durumu

Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	İnkılap İlkokulu		KONYA	1991
Ortaöğretim	Karatay Karma Ortaokulu		KONYA	1993
Lise	Selçuklu Lisesi	Süper Lise	KONYA	1998
Lisans	Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi	Resim-İş Öğretmenliği	KONYA	2004
Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim İş	KONYA	2007

		Öğretmenliği		
Becerileri:	Plastik Sanatlar			
İlgi Alanları:	Müzik, tarih, felsefe			
Tel:	0 555 239 86 33			
Adres	Selçuk üniversitesi toki konutları ck.1 1. Blok no:23 Selçuklu\ KONYA			