



**GÖRSEL İLETİŞİM TASARIM EĞİTİMİNDE SOSYAL TASARIMIN
GEREKLİLİĞİNE DAİR ARAŞTIRMA ve BİR DERS ÖNERİSİ**

NAZİK ÇELİK

DOKTORA TEZİ

UYGULAMALI SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

EYLÜL 2014

TELİF HAKKI ve TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren 36 ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Nazik

Soyadı : ÇELİK

Bölümü : UYGULAMALI SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI

İmza :

Teslim tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı : GÖRSEL İLETİŞİM TASARIM EĞİTİMİNDE SOSYAL TASARIMIN GEREKLİLİĞİNE DAİR ARAŞTIRMA ve BİR DERS ÖNERİSİ

İngilizce Adı : AN INVESTIGATION AND A COURSE PROPOSAL ON THE NECESSITY OF SOCIAL DESIGN IN VISUAL COMMUNICATION DESIGN EDUCATION

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

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

Yazar Adı Soyadı: Nazik ÇELİK

İmza:

Jüri Onay Sayfası

Nazik Çelik tarafından hazırlanan “Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Sosyal Tasarımın Gerekliliğine Dair Araştırma ve Bir Ders Önerisi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Gazi Üniversitesi Grafik Eğitimi Bilim Dalı/Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı’nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

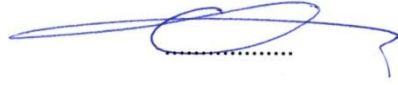
Danışman: Prof. Dr. Adnan TEPECİK (Başkan)

(Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü, Başkent Üniversitesi)



Üye: Doç. Dr. K. Özlem ALP

(Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü, Gazi Üniversitesi)



Üye: Doç. Ayşegül TÜRK

(Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü, Gazi Üniversitesi)



Üye: Yrd. Doç. Dr. Tutku Dilem ALPASLAN

(Grafik Tasarım Bölümü, Gazi Üniversitesi)



Üye: Doç. Armağan GÖKÇEARSLAN

(Grafik Tasarım Bölümü, Gazi Üniversitesi)



Tez Savunma Tarihi: 08 / 09 / 2014

Bu tezin Grafik Eğitimi Bilim Dalı/Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı’nda Doktora tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Servet KARABAĞ

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

.....

TEŞEKKÜR

Görsel iletişim tasarımı görsel dili kullanmak, tasarlamak ve üretebilmek ile ilgili bir kavramdır. Teknoloji ve sanatın buluştuğu ve birbiriyle etkileşim içinde olduğu bir çalışma alanıdır. Görsel iletişim tasarımı alanında son yıllarda ağırlık kazanan ve öne çıkan konulardan bir tanesi sosyal tasarımıdır. Sosyal içerikli grafik tasarımıyla mesaj iletilirken hedef kitle ile sosyal bir iletişim kurulmaktadır. Sosyal iletişim ile sürekli duyduğumuz söylemlerin daha algılanan, ikna edici ve davranışsal değişikliklere yol açacak bir şekilde kitlelere duyurulması sağlanmaktadır. Bu anlamda görsel iletişim tasarımı eğitimi alanında sosyal tasarımın yer alması büyük önem taşımaktadır. Yapılan araştırmada bu nedenlerle, görsel iletişim tasarımı eğitimi verilen kurumlarda sosyal tasarım eğitiminin yer alması ve niteliğini artırmak amacıyla öğretim sürecine dahil etmek üzere bir ders önerisi olarak düşünülmüş ve öğretim elemanlarının görüşlerine sunulması gereği duyulmuştur.

Tezimin oluşturulmasında bana bilgi ve deneyimlerini aktaran, her konuda desteğini esirgemeyen saygıdeğer hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Adnan TEPECİK' e çok teşekkür ederim. Araştırma boyunca tez izleme komitelerinde değerli fikirleriyle bana destek olan ve araştırmanın şekillenmesinde katkıda bulunan saygıdeğer hocalarım Yrd. Doç. Dr. Tutku Dilem ALPASLAN'a ve Yrd. Doç. Dr. Mustafa KINIK'a değerli katkılarından dolayı teşekkür ederim. Destek ve yardımlarıyla araştırmaya katkıda bulunan, bana yol gösteren saygıdeğer hocam Doç. Dr. Yahya ALTINKURT' a değerli katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Çalışma süresince desteklerinden dolayı sevgili aileme çok teşekkür ederim.

Nazik ÇELİK

Kütahya, 2014

GÖRSEL İLETİŞİM TASARIM EĞİTİMİNDE SOSYAL TASARIMIN GEREKLİLİĞİNE DAİR BİR ARAŞTIRMA ve BİR DERS ÖNERİSİ

Doktora Tezi

Nazik ÇELİK

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Eylül 2014

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, görsel iletişim tasarımı eğitimi alanında sosyal tasarımın gerekliliğini, sosyal tasarımın görsel iletişim tasarımı eğitimi içindeki amaç ve işlevini saptamaya çalışmaktır. Ayrıca Türkiye’de sadece Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinde uygulanmakta olan öğretim programlarında konuyla ilgili sorunlar olup olmadığını belirlemek, bu sorunları giderici öneriler geliştirmek ve yeni bir ders önerisi hazırlamaktır.

Bu çalışmada güvenilir bilgilere ulaşmak için detaylı literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın nicel boyutunda, evreni oluşturan öğretim elemanlarının derslerinde sosyal tasarım eğitimi uygulamalarını, sorunlarını, gereksinimlerini, sosyal tasarım öğretme-öğrenme sürecinin geliştirilmesine yönelik görüş ve önerilerini belirlemek amacıyla anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın nitel boyutunda ise, evrenden örneklem alınarak, sektör uzmanları ile yapılan görüşmelerden alınan bilgilerden yararlanılmıştır. Buna göre, nicel ve nitel veriler ayrı ayrı toplanmış, analiz edilmiş ve elde edilen veriler sonuçta bir araya getirilmiştir.

Hazırlanan anket için 2013–2014 öğretim yılı Güz Döneminde, Türkiye’deki Güzel Sanatlar Fakülteleri öğretim elemanı sayısına ilişkin çerçeve elde edilmiştir. Buna göre araştırma evrenini Türkiye’de yer alan 35 üniversitede bulunan Güzel Sanatlar Fakültesi’nde görev yapan 270 öğretim elemanı oluşturmaktadır. Araştırmanın diğer aşamasında 10 uzman ile yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir.

Bulgular, araştırmaya katılan öğretim elemanları ve uzmanların büyük bir çoğunluğunun sosyal tasarım öğretiminin çok önemli ve gerekli gördüklerini göstermektedir. Öğretim elemanları ve uzmanlar sosyal tasarım eğitiminin öğrencilerin tasarım alanında kendilerini geliştirebilmeleri açısından da oldukça önemli olduğunu vurgulamışlardır. Öğretim elemanları ve uzmanların büyük bir çoğunluğu sosyal tasarım eğitiminin, tasarımcının mesleki hayatına katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu konuda alınacak eğitimin, tasarımcıların daha nitelikli ve amacına uygun ürünler ortaya çıkarabilmesine,

tasarımlarının hedef kitle ve toplumsal gelişmelere uygun olacağına, kendini geliştirebilmesine katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir. Öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğu sosyal tasarım eğitimini desteklemeye yönelik etkinlikler gerçekleştirdikleri görülmüştür. Öğretim elemanlarının neredeyse tamamı bölümlerinde sosyal tasarım ile ilgili bir ders olmadığını belirtmişlerdir. Öğretim elemanlarının büyük çoğunluğu grafik tasarım programında sosyal tasarımın ayrı bir ders (seçmeli) olarak yer alması gerektiğini belirtmişlerdir. Elde edilen veriler sonucunda *sosyal tasarım* adı altında yeni bir ders önerisi hazırlanmıştır.

Bilim Kodu :
Anahtar Kelimeler : Sosyal tasarım, görsel iletişim tasarımı eğitimi, ders önerisi
Sayfa Adedi : 151
Danışman : Prof. Dr. Adnan TEPECİK

**AN INVESTIGATION AND A COURSE PROPOSAL ON THE
NECESSITY OF SOCIAL DESIGN IN VISUAL COMMUNICATION
DESIGN EDUCATION**

PhD Thesis

Nazik ÇELİK

GAZİ UNIVERSITY

EDUCATIONAL SCIENCES INSTITUTE

September 2014

ABSTRACT

The aim of this research is to try to determine the necessity of social design in the field of visual communication design education and the purpose and the function of social design within visual communication design education. Besides, it aims at determining whether the curriculums being applied only in Graphic Design and Visual Communication Design departments at Fine Arts Faculties in Turkey have any problems on this issue and developing proposals for the problems and preparing a new course proposal.

In this research, a detailed literature review was made to reach reliable information. For the quantitative aspect of the research, the technique of survey was utilized for specifying social design education practices, problems, and needs in the classes of the instructors constituting the population and opinions and suggestions about the development of teaching-learning process of social design of those. For the qualitative aspect of the research, sample was taken from the population and the information obtained from experts' opinions was used. Accordingly, the qualitative and quantitative data were collected separately, analysed and the data obtained were combined ultimately.

The framework was obtained relating the number of instructors of Fine Arts Faculties of Turkey of the spring semester of the academic year 2013-2014 for the questionnaire. According to these, 270 instructors working at 35 universities in Turkey in the Faculty of Fine Arts compose the population of the research. In another phase of the research semi-structured interviews with 10 experts were carried out.

The findings show that a majority of instructors and experts participating in the research find social design education significant and necessary. Instructors and experts also emphasized that social design education is very important for students to develop themselves in terms of design. A majority of instructors and experts stated that social design education contributes to the designer's professional life. They expressed that the

education of social design would help the designer produce more qualified and appropriate products for the purpose and their designs would be for the target audience and social development and it would make contribution to the designer's self-improvement. It was observed that a majority of the instructors performed activities to support social design education. Almost all of the instructors stated that there was not a course related to the social design. The majority of the instructors emphasized that social design needs to take place as a separate course (elective) in Graphic Design Programs. As a result of the data obtained in the name of social design a new course proposal has been prepared.

Science Code :
Keywords : social design, visual communication design education, course proposal
Number of Pages : 151
Advisor : Prof. Dr. Adnan TEPECİK

İÇİNDEKİLER

Jüri Onay Sayfası	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
TEŞEKKÜR.....	ii
ÖZ	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem	1
1.2. Amaç	5
1.2.1. Alt Amaçlar	5
1.3. Önem.....	6
1.4. Varsayımlar	6
1.5. Sınırlılıklar	7
1.6. Tanımlar	7
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	9
2.1. Görsel İletişim Tasarımı	9
2.1.1. İletişimin Tanımı	13
2.1.2. Görsel İletişim Tanımı	17
2.1.3. Görsel İletişim Tarihi.....	18
2.2. Görsel İletişim Tasarımı Eğitimi	20
2.2.1. Dünyada Görsel İletişim Tasarımı Eğitimi.....	21
2.2.2. Türkiye’de Görsel İletişim Tasarımı ve Eğitimi.....	23
2.3. Sosyal Tasarım.....	27
2.3.3. Sosyal Tasarımın Görsel İletişim Tasarımında Yeri ve Önemi.....	45
3. YÖNTEM.....	50
3.1. Araştırmanın Modeli	50
3.2. Evren ve Örneklem	50
3.3. Verilerin Toplanması	53
3.3.1. Anketin Geliştirilmesi ve Uygulanması	53

3.3.2. Uzman Görüşme Formu	54
3.4. Verilerin Analizi	54
3.4.1. Anket Verilerinin Çözümlemesi ve Yorumlanması	54
3.4.2. Görüşme Formu Verilerinin Çözümlemesi ve Yorumlanması.....	55
4. BULGULAR ve YORUM	57
4.1. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Eğitimi ile İlgili Var Olan Durumun Değerlendirilmesine ve Önerilerine İlişkin Görüşleri	57
4.1.1. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Yayınları Takip Etme Durumlarına İlişkin Görüşleri	57
4.1.2. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Etkinliklere Katılım Durumlarına İlişkin Görüşleri	58
4.1.3. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Çalışmalarının Durumlarına İlişkin Görüşleri	59
4.1.4. Öğretim Elemanlarının Grafik Tasarım Derslerinde Sosyal Tasarım Öğretimine Yer Verme Durumlarına İlişkin Görüşleri	60
4.1.5. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminde Kullandıkları Öğretim Materyallerinin Durumlarına İlişkin Görüşleri	61
4.1.6. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminin Amaçlarına İlişkin Görüşleri	63
4.1.7. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminde Kullandıkları Öğretim Yöntem ve Tekniklerin Durumuna İlişkin Görüşleri	64
4.1.8. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminde Sorun Yaşama Durumlarına İlişkin Görüşleri	66
4.1.9. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretimini Desteklemeye Yönelik Etkinlik Gerçekleştirme Durumlarına İlişkin Görüşleri	67
4.1.10. Öğretim Elemanlarının, Bölümlerinde Sosyal Tasarım ile İlgili Ders Durumlarına İlişkin Görüşleri	68
4.1.11. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Derse Yer Verilmesine İlişkin Görüşleri	69
4.2. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitimi ile İlgili Var Olan Durumun Değerlendirilmesine ve Önerilerine İlişkin Görüşleri.....	70

4.2.1. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin Grafik Tasarımcı Yetiştirmedeki Yeri ve Önemine İlişkin Görüşleri	70
4.2.2. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Görsel Tasarım Eğitimi Programlarında Yer Alma Durumuna İlişkin Görüşleri	71
4.2.3. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Tasarımcının Meslek Hayatına Katkılarına İlişkin Görüşleri	72
4.2.4. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitimine İlişkin Görüşleri	73
5. SOSYAL TASARIM DERSİ ÖNERİSİ	75
5.1. Sosyal Tasarım Dersinin Uygulanması ile İlgili Açıklamalar	75
5.2. Genel Amaçlar	76
5.3. Sosyal Tasarım Ders Önerisi Formu.....	77
6. SONUÇ ve ÖNERİLER	83
6.1. Sonuçlar	83
6.2. Öneriler	85
KAYNAKÇA.....	87
EKLER.....	95
EK-1. Öğretim Elemanı Sayıları.....	96
EK-2. Anket Formu	99
EK-3. Uzman Görüşme Formu	106
EK-4.Öğretim Programlarında Benzer Ders Bulunan Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Tasarım/Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Ders Programları	108
ÖZGEÇMİŞ	132

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.	Öğretim Elemanlarına Uygulanan Anketlerin Geri Dönüşü.....	51
Tablo 2.	Araştırmaya Katılan Öğretim Elemanlarının Kişisel Özellikleri (f = 121)	51
Tablo 3.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili yayınları takip etme durumlarına ilişkin görüşleri	57
Tablo 4.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili etkinliklere katılım durumlarına ilişkin görüşleri	58
Tablo 5.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili çalışmalarının durumuna ilişkin görüşleri	59
Tablo 6.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili çalışma sayılarına ilişkin görüşleri	59
Tablo 7.	Öğretim elemanlarının Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine yer verme durumlarına ilişkin görüşleri	60
Tablo 8.	Öğretim elemanlarının Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine yer verme sıklıklarına ilişkin görüşleri	60
Tablo 9.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde kullandıkları öğretim materyallerinden yararlanma durumlarına ilişkin görüşleri	61
Tablo 10.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminin amaçları ile ilgili maddelerin önemine ilişkin görüşleri.....	63
Tablo 11.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde kullandıkları öğretim yöntem ve tekniklerin durumuna ilişkin görüşleri.....	65
Tablo 12.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde sorun yaşama durumlarına ilişkin görüşleri.....	66
Tablo 13.	Öğretim elemanlarının yaşadıkları sorunlara ilişkin görüşleri.....	66
Tablo 14.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretimini desteklemeye yönelik etkinlik gerçekleştirme durumlarına ilişkin görüşleri	67
Tablo 15.	Öğretim elemanlarının gerçekleştirdikleri etkinlik türlerine ilişkin görüşleri	68

Tablo 16.	Öğretim elemanlarının bölümlerinde sosyal tasarım ile ilgili seçmeli ders olup olmaması durumuna ilişkin görüşleri.....	68
Tablo 17.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarımın grafik tasarım programında ayrı bir ders olarak yer alıp almaması durumuna ilişkin görüşleri	69
Tablo 18.	Öğretim elemanlarının sosyal tasarımın grafik tasarım programında ayrı bir ders olarak yer alması durumuna ilişkin görüşleri	69
Tablo 19.	Uzmanların sosyal tasarım eğitiminin, grafik tasarımcı yetiştirmedeki yeri ve önemine ilişkin görüşleri.....	70
Tablo 20.	Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Görsel Tasarım Eğitimi Programlarında Yer Alma Durumuna İlişkin Görüşleri	71
Tablo 21.	Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Tasarımcının Meslek Hayatına Katkılarına İlişkin Görüşleri	72
Tablo 22.	Uzmanların sosyal tasarım eğitimine ilişkin görüşleri.....	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Resim 1.	<i>Mercedes Benz reklam afişi</i> (Web 6)	11
Resim 2.	<i>Üç boyutlu grafik tasarım örneği</i> (Web 24)	12
Resim 3.	<i>Üç boyutlu grafik tasarım örneği</i> (Web 24)	13
Resim 4.	<i>İlk Duvar Resimleri</i>	19
Resim 5.	<i>İlk Duvar Resimleri</i>	19
Resim 6.	<i>Göktürk Kitabeleri</i> (Web 26)	23
Resim 7.	Tercuman-i Ahval gazetesinden (Web 25)	24
Resim 8.	Ceride-i Havadis gazetesinden (Web 25)	24
Resim 9.	İhap Hulusi çalışması (Web 25).....	25
Resim 10.	İhap Hulusi çalışması (Web 25).....	25
Resim 11.	İhap Hulusi çalışması (Web 25).....	25
Resim 12.	<i>Henri de Toulouse Lautrec-Revü Afişi-1895</i> (Web 7)	28
Resim 13.	<i>First Things First Manifestosu-1964</i> (Web 8)	29
Resim 14.	“ <i>Harpoon, Egret</i> ” Reklam ajansı: Heads, Rio de Janeiro, Brezilya, 2012. (Web 20)	31
Resim 15.	“ <i>Şiddet Sadece Fiziksel Değildir</i> ” Reklam Ajansı: Y&R, Dubai, UAE. (Web 20)	31
Resim 16.	“ <i>Çocukları kurtarın: Sadece korkaklar çocuklarını döver</i> ” Reklam Ajansı: Linkus, Beijing, China Temmuz 2011. (Web 20)	32
Resim 17.	“ <i>Emperyalizme Ölüm</i> ” 1920 (Web 9)	33
Resim 18.	“ <i>Kızıl Afiş</i> ” (Web 10)	33
Resim 19.	<i>Nike karşıtı afiş</i> (Web 11)	34
Resim 20.	<i>Adidas karşıtı afiş</i> (Web 11)	34
Resim 21.	<i>Fransız Devrimi dönemi afiş örneği</i> (Web 23).....	35
Resim 22.	<i>I. Dünya Savaşı Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 12)	36
Resim 23.	<i>I. Dünya Savaşı Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 12)	36
Resim 24.	<i>I. Dünya Savaşı Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 12)	36
Resim 25.	<i>I. Dünya Savaşı Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 12)	36
Resim 26.	<i>I. Dünya Savaşı Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 12)	37

Resim 27.	<i>I. Dünya Savaşı Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 12)	37
Resim 28.	<i>“Gönüllü Yazıldın mı?”</i> 1920 (Web 9).....	38
Resim 29.	<i>“Anayurt seni çağırıyor”</i> 1941 (Web 9).....	38
Resim 30.	<i>“Kurtulmuş Kadın”</i> (Web 9)	38
Resim 31.	<i>“Casus Olabilir”</i> (Web 9)	38
Resim 32.	<i>‘Ekim’ film afişi</i> Tasarım: Y. Ruklevsky-1927 (Web 13).....	39
Resim 33.	<i>‘İsyan’ film afişi</i> Tasarım: M. Dlugach-1928 (Web 13).....	39
Resim 34.	<i>“Savaş zamanında göreviniz! Suyu boşa harcamayın: Otomobilinizi yıkamak için hortum kullanmayın: Kovadan su alarak nemli bezle siliniz.”</i> Earl Kerkam, New York, NYC, WPA Savaş Bürosu, 1941 ve 1943, afiş tasarımı. (Web 14).....	40
Resim 35.	<i>“Savaş zamanında göreviniz! Suyu boşa harcamayın: Mutfakta suyu gerekli olduğundan fazla kullanmayın”</i> Earl Kerkam, New York, NYC, WPA Savaş Bürosu, 1941 ve 1943, afiş tasarımı. (Web 14).....	40
Resim 36.	<i>Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 15).....	41
Resim 37.	<i>Propaganda Afiş Örneği</i> (Web 15).....	41
Resim 38.	<i>“İrade’nin Zaferi” film afişi</i> (Web 16).....	42
Resim 39.	<i>We Can Do It! (Rosie the Riveter)</i> J. Howard Miller (Web 17)	43
Resim 40.	<i>Homofobi karşıtı afiş çalışması</i> Tasarım: Erdem Ömüriş (Web 18)	44
Resim 41.	<i>Greenpeace tree ring magnet</i> (Web 19)	44
Resim 42.	<i>Target practise</i> Reklam ajansı: Ogilvy Beijing, China-2007. (Web 20)	45
Resim 43.	<i>Benetton’un eşitliği öne çıkararak reklam örneği- Oliviero Toscani</i> (Web 21)	46
Resim 44.	<i>“Hand”</i> Reklam Ajansı: Grabarz & Partner, Almanya. (Web 20).....	46
Resim 45.	<i>“Bloody stairs”</i> Reklam Ajansı: McCann Paris, Fransa,2013. (Web 20)	46
Resim 46.	<i>“Faces”</i> Reklam Ajansı: IAL Saatchi & Saatchi Pakistan, 2012. (Web 20)	47
Resim 47.	<i>“Horns”</i> Reklam ajansı: Cheil, Tayland, 2013. (Web 20)	47
Resim 48.	<i>“Help Japan”</i> 2011. (Web 22)	48
Resim 49.	<i>“Stay Strong”</i> 2011. (Web 22)	48
Resim 50.	<i>“Japan Disaster”</i> 2011. (Web 22).....	48

1. GİRİŞ

Bu bölümde problem durumu, amaç, önem, varsayımlar, sınırlılıklar ve tanımlar üzerinde durulmuştur.

1.1. Problem

Dünyada tüm canlıların yaşamlarını devam ettirme sürecinde, karşlarındaki diğer canlılarla işaretler, hareketler, sesler gibi birtakım sembollerden oluşan çok çeşitli sistemleri kullanarak iletişim kurdukları bilinmektedir.

Görsel iletişim, söze gerek duymadan her türlü görüntüden oluşan bilginin insanlar arasındaki alışverişi olarak tanımlanabilir. Görsel iletişimin temelini oluşturan görme yeteneği, algılamada önemli rol oynamaktadır. Görme, konuşmadan önce gelmiştir. Önemli bir duyu organımız olan göz, aynı zamanda öğrenme aracıdır.

Çağımızda bilgisayarların iletişimde kullanılmasıyla birlikte evrensel bir iletişim ağı doğmuş ve günümüz insanı bu ağı ile kuşatılmıştır. Bilginin aktarılmasında en etkin rol artık görsel iletişim olmuştur.

Görsel iletişim tasarımı, teknoloji ve sanatın bir arada olduğu bir çalışma alanıdır. Gün geçtikçe artan bir görsel kültür içinde yaşamaktayız. Görsel iletişim tasarımı alanında son yıllarda ağırlık kazanan ve öne çıkan konulardan bir tanesi sosyal tasarımıdır. Sosyal içerikli grafik tasarımıyla mesaj iletilirken hedef kitle ile sosyal bir iletişim kurulmaktadır. Sosyal iletişim ile sürekli duyduğumuz söylemlerin daha algılanan, ikna edici ve davranışsal değişikliklere yol açacak bir şekilde kitlelere duyurulması sağlanmaktadır.

Sosyal tasarımı, toplumların yönlendirilmesinde; çeşitli bilgilerin, olayların, düşüncelerin, yayılmasında önemli rol oynamaktadır. Sosyal içerikli tasarımlar duyuru, yol gösterici, çevre, sağlık ve toplumsal olaylarda yaptırım gücü oluşturma, bilinçlendirme gibi görevleri

üstlenen sosyal veya siyasi bir amaca yönelik olarak tasarlanır. Sosyal içerikli grafik tasarımlarda satış ve tüketim amacı güdülmemektedir. Konuyla ilgili olarak Dülgeroğlu (2007) şöyle ifade etmektedir; grafik tasarımcıların sosyal bilinç geliştirmeden sadece tüketim kültürü mantığının yayılmasına ve fosilleşmesine katkıda bulunmaları, yaşadığımız dünyanın kısıtlı kaynakları, toplumsal düzensizlikler ve adaletsizlikler göz önüne alındığında, sorumsuzluk olarak görülebilir. Görsel iletişimin kitlelere ulaşmaktaki ve ikna etmedeki gücü, grafik tasarımcıların yeteneklerini sosyal konulara da yönlendirmeleriyle bu alanda verilecek mesajların ne kadar etkili olabileceğine dair bize ipuçları sunuyor.

Özsoy'a (2003) göre; "Bu gelişim sürecinde görsel iletişim yöntemleri kullanılarak yapılan sosyal tasarımlar uygarlığı geliştirmekle sorumlu olan bireyi cesaretlendirip, bunu yapmak için beceri ve bakış açıları sunmaktadır". Depeli (2007: 78) konuyla ilgili olarak "Çünkü görsel olan bilgilendirici öğeler kişiye bilgiyi ulaştırmakla kalmaz aynı zamanda bilgi ile kişi arasında duygusal bir bağ da oluşturmaktadır" şeklinde açıklamada bulunmuştur.

Bu anlamda görsel iletişim tasarımı eğitimi alanında sosyal tasarımın yer alması büyük önem taşımaktadır. Güzel Sanatlar Fakülteleri grafik ve görsel iletişim tasarımı bölümleri öğretim programları incelenmiş ve sosyal tasarım alanı ile ilgili derslere yer verilmediği görülmüştür. Güzel Sanatlar Fakülteleri grafik ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde sosyal tasarım ile ilgili derslerin durumunu ortaya koyacak nitelikte bir araştırmanın daha önce yapılmamış olması, sosyal tasarım adı altında ayrı bir ders olarak yer almasına ilişkin durumu ortaya koyma ihtiyacını doğurmuştur.

Yapılan araştırmada bu nedenlerle, görsel iletişim tasarımı eğitimi verilen kurumlarda sosyal tasarım eğitiminin yer alması ve niteliğini artırmak amacıyla öğretim sürecine dahil etmek üzere bir ders önerisi olarak düşünülmüş ve öğretim elemanlarının görüşlerine sunulması gereği duyulmuştur. Elde edilen veriler sonucunda *sosyal tasarım* adı altında yeni bir ders önerisi hazırlanmıştır.

İlgili Araştırmalar

Bora, M. (2000); 'Eğitim Fakültelerinde Uygulanan Plastik Sanatlar Eğitimi Programlarının Sorunlarını Belirleme ve Program Önerisi' konulu araştırma Türkiye'de Eğitim Fakülteleri Plastik Sanatlar Eğitimi (Resim-İş Eğitimi) Bölümlerinin sorunlarını belirlemek ve bu sorunların bulunmadığı bir öneri model geliştirmek üzerine yapılmıştır. Tarama (Survey) türündeki bu araştırma; Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Resim-İş Eğitimi (Plastik Sanatlar Eğitimi) Anabilim Dalları öğretim elemanları (69 kişi) ve son sınıf öğrencilerinden (205 kişi) oluşan bir örneklem üzerinde yapılmıştır. Veriler, likert ölçeğine göre hazırlanmış anketler aracılığıyla toplanmıştır. Anketlerin geçerliğini sağlamak amacıyla uzman kişilerin görüşlerini almak üzere, 11 sorudan oluşan ve olası sorunların yer aldığı bir ön anket uygulanmıştır. Ayrıca, anketlerin güvenilirliği, SPSS paket programıyla, Alpha güvenirlik katsayısı bulunarak sağlanmıştır. Öğretim elemanlarına uygulanan anketlerin Alpha güvenirlik katsayısı (.96); öğrencilere uygulanan anketlerin Alpha güvenirlik katsayısı ise (.90) olarak belirlenmiştir. Veriler frekans, varyans analizi (anova), t-testi, chi-kare tabloları halinde tablollaştırılmış, gruplar arasındaki farklılıkların anlamlılık düzeyleri Scheffe ve Duncan testleri yöntemiyle analiz edilmiştir. Ayrıca elde edilen verilere göre öğretim elemanları ve öğrencilerin 'algı' ve 'beklentileri' t-testi yöntemiyle karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu araştırmadan elde edilen veriler ışığında; belirlenmiş bulunan sorunların yer almadığı bir öneri model geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu öneri model geliştirilirken; Yüksek Öğrenim Kurulu (YÖK) ve Dünya Bankası işbirliğiyle, 1998 yılından itibaren başlatılmış ve yürütülmüş olan 'Üniversitelerin Yeniden Yapılandırılması' ve 'Üniversitelerin Değerlendirilmesi (Akreditasyon)' çalışmalarında elde edilen veriler ve uygulama sonuçlarından da yararlanılmış, araştırmanın konusu, bu iki çalışmanın sonuçlarını da kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Bu araştırmadan elde edilen veriler ile YÖK tarafından yürütülen 'Yeniden Yapılanma' ve 'Akreditasyon' çalışmalarından elde edilen veriler karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmiş, böylece halen varolması muhtemel aksaklıklar ve eksiklikler de göz önüne alınarak; yine YÖK tarafından belirlenmiş bulunan 'Türkiye'de Öğretmen Eğitiminde Standartlar'a uygun bir öneri model geliştirilmeye çalışılmıştır.

Gülerce, E. (2008); 'Eğitim İçerikli Sosyal Sorumluluk Kampanyalarında Grafik Tasarım Sorunları' konulu araştırma 2000-2007 yılları arasında sivil toplum örgütleri, özel sektör

ve devlet kuruluşları tarafından yürütülen eğitim içerikli sosyal sorumluluk kampanyalarında kullanılan reklam ortamlarının grafik tasarım ilkelerine uygunluğu açısından incelenerek, değerlendirilmesini içermektedir. Araştırma sürecinde sosyal sorumluluk kavramı, reklam iletişimi, grafik tasarım ve eğitim açısından incelenmiştir. Toplumdaki sorunların eğitici, bilgilendirici iletişim mesajları ile çözümünden bahsedilmiştir. Bu açıdan, sosyal kampanyaların önemi vurgulanmıştır. Kampanya kapsamında kullanılan afiş ve web sayfaları ile ilgili olarak alanında uzman kişilere anket formu uygulanmış ve elde edilen verilerin dökümü yapılmıştır. Uzman görüşlerinin alındığı gruba uygulanan anket sonucu elde edilen verilerin çözümlenmesinde frekans ve yüzde teknikleri kullanılmıştır. Elde edilen veriler sonucunda her afiş ve web sayfasının taşıması gereken kriterlerin tamamını taşımadığı bir takım görsel sorunların olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonunda, tasarım ilkelerine uygunluk göstermeyen noktalarda araştırmacı tarafından ortaya konulan önerilere yer verilmiştir.

Nayman, Ş.Ü. (2008); ‘Sosyal İçerikli Reklam Kampanyalarının Grafik Tasarım İlkeleri Bakımından Analizi ve Eğitsel Açıdan Değerlendirilmesi’ konulu araştırma sosyal içerikli reklam kampanyalarının, grafik tasarım ilkelerine uygunluğunun saptanmak, eğitici bilgi vermesi ve eğitime olan katkısını ortaya koymak için yapılmıştır. Sosyal içerikli reklam kampanyalarında kullanılan afişlerin, grafik tasarım ilkelerine uygunluğu araştırılmış ve eğitici bilgi vermedeki başarısına etkisi incelenmiştir. Sosyal içerikli reklam kampanyalarının iletişim araçları, afiş, broşür ve televizyon reklamlarının, hedef kitle ve halk eğitimine katkıları araştırılmıştır. Araştırma sürecinde sosyal sorumluluk kavramı, reklam iletişimi, grafik tasarım ve eğitim açısından incelenmiştir. Toplumdaki sorunların eğitici, bilgilendirici iletişim mesajları ile çözümünden bahsedilmiştir. Bu açıdan, sosyal kampanyaların önemi vurgulanmıştır. Araştırmanın amacından yola çıkarak belirlenen ölçütlerce seçilen kampanya, grafik ve eğitim ölçütlerinden geliştirilen anket ile uzman görüşüne sunulmuştur. Kampanya reklam araçları, elde edilen grafik ve eğitim ölçütleri anketleriyle nitel açıdan analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Bu araştırmadaki amaç, sosyal reklamların etkili bir grafik tasarım iletişimi ile, halkı eğitimde önemli bir araç olduğunu göstermektir. Araştırmanın sonunda, kampanya afişlerinin grafik tasarım ilkelerine uygunluğunun, hedef kitle üzerindeki eğitici etkisinin artmasını sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Baykoçak, A. (2006); ‘Bienal ve Trienal’lerde Sosyal Konulu Grafik Tasarım Çalışmaları, Bilgisayar Destekli Afiş Tasarım Uygulamaları’ konulu araştırmanın birinci bölümünde, Bilgisayar Destekli Tasarım’a ait temel teknik bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde, grafik tasarım bienal ve trienalleri incelenmiş, üçüncü bölümde bienal ve trienallere katılan bazı sanatçılara ve çalışmalarına yer verilmiştir. Dördüncü son bölümde ise bienal ve trienallere katılmak üzere hazırlanan uygulama çalışmaları yer almaktadır. Konu olarak savaş ve terör karşıtlığı seçilerek çalışmalar tez kapsamında sunulmuştur.

1.2. Amaç

Bu araştırmanın amacı, görsel iletişim tasarımı eğitimi alanında sosyal tasarımın gerekliliğini, sosyal tasarımın görsel iletişim tasarımı eğitimi içindeki amaç ve işlevini saptamaya çalışmaktır. Ayrıca Türkiye’de sadece Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinde uygulanmakta olan öğretim programlarının bu konuyla ilgili olarak sorunlarını olup olmadığını belirlemek, bu sorunları giderici öneriler geliştirmek ve yeni bir ders önerisi hazırlamaktır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır.

1.2.1. Alt Amaçlar

1. Sosyal tasarımın görsel iletişim tasarımı eğitimi içinde yeri ve önemi nedir?
2. Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı bölümü öğretim elemanlarının ve sektör uzmanlarının sosyal tasarıma ilişkin görüşleri nelerdir?
3. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım konularının öğretimi sürecinde yaşadıkları sorunlar nelerdir?
4. Öğretim elemanlarının ve sektör uzmanlarının sosyal tasarım öğretiminin daha iyi gerçekleştirilmesine yönelik önerileri nelerdir?

5. Öğretim elemanlarının ve sektör uzmanlarının sosyal tasarımın öğretim programlarında ayrı bir ders olarak yer almasına ilişkin görüşleri nelerdir?

1.3. Önem

Sosyal tasarım kavramının tüm dünyada önem kazanmaya başladığı gözlemlenmektedir. Ülkemizde ise son yıllarda öne çıktığı görülmektedir. Sivil toplum örgütleri, özel sektör ve devlet kuruluşları sosyal sorumluluk adı altında pek çok kampanya yürütmektedir. Bu sosyal projelerin yürütülmesiyle topluma yarar sağlanmaya çalışılmaktadır. Sosyal kampanyalar yaratarak toplumu bu durumdan haberdar etmek, bilinçlendirmek adına tasarımcılara büyük görev düşmektedir.

Bu araştırmada, Türkiye’de sadece Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı bölümleri öğretim programlarında sosyal tasarım dersinin yer alarak toplum sorunlarına, çevreye, insana daha duyarlı, nitelikli ve bilinçli tasarımcılar yetişmesinde yüksek düzeyde faydalı olacağına inanılmaktadır.

Sosyal tasarım ile ilgili yapılmış az sayıda çalışma bulunmasıyla birlikte görsel iletişim tasarımı bölümlerinde sosyal tasarım öğretimine yer verilmesine ilişkin tez çalışması bulunmamaktadır. Araştırma bu gereksinimden dolayı yapılmıştır. Araştırma, grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı bölümleri için program geliştirme, yenileme, ders içeriklerinin yeniden gözden geçirilmesi adına önemlidir. Ayrıca bu çalışmanın ileride bu alanda yapılacak olan bilimsel çalışmalara katkıda bulunabileceğinin düşünülmesi açısından da önemlidir.

1.4. Varsayımlar

1. Araştırmada veri toplamaya yardımcı olan Türkiye’deki Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğretim elemanlarının anketi yanıtlarken görüşlerini içtenlikle yansıttıkları düşünülmüştür.
2. Sektör uzmanlarının, görüşlerinde içten ve samimi oldukları kabul edilmiştir.

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırma;

1. Türkiye'deki Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğretim elemanlarının görüşleri ile sınırlıdır.
2. Anket formunda yer alan sorular ile sınırlıdır.
3. Sektör uzmanlarının görüşlerinden elde edilen verilerle sınırlıdır.
4. Afiş örnekleri ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

İllüstrasyon: Başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak verilen addır (Becer, 1999: 210).

Tipografi: Eski Yunanca'dan türemiş olan ve kavram anlamına gelen bir kelimedir. "Typographia" sözcüğünün Türkçe halidir. Yazıyı belli teknikler kullanarak, belli şekillere sokma sanatıdır (<http://www.acibademmedya.com>).

Multimedya: Birden fazla medya öğesini (metin, animasyon, ses, müzik, video gibi) bir arada kullanma şeklidir.

Multidisipliner: Bilimsel ve teknik alanda birden fazla bilim dalının bir arada kullanılması durumunu ifade eden kavramdır.

Eko Tasarım: Daha iyi ürün tasarımı ile tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerin azaltılmasıdır. Eko tasarımın farklı zamanlarda ve yerlerde, farklı şekillerde kullanıldığını görmek bazen kafa karışıklığına sebep olsa da, bu durumu yeni gelişmekte olan anlayışların kendi terimlerini oturtma arayışları olarak değerlendirmek gerekir. Örneğin eko tasarımın; yeşil tasarım, çevre için tasarım, sürdürülebilir tasarım, doğa uyumlu tasarım, yaşam döngüsü tasarımı, yaşam döngüsü mühendisliği, çevreye duyarlı tasarım ve üretim gibi birçok kavramın yerine kullanıldığı görülmektedir (http://www.rec.org.tr/dyn_files/20/5925-IV-EKO-TASARIM.pdf).

Ocularcentrism (göz merkezli): Diğer duyuların üzerinde görmeye öncelik tanımak.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Görsel İletişim Tasarımı

İnsan çevresini algılayarak ve deneyimleyerek tanımaktadır. Hareket, tavır ve davranışlarını algılama yoluyla edindiği bilgiye göre düzenlemekte, çevresinden edindiği bilgiyi kategorize ederek zihinsel temalar oluşturmakta, böylelikle çevrenin bir imgesine sahip olmaktadır. İnsan zihni anlık hatta saniyelik görüntüleri, hareketleri, konuşmaları kendine özgü bir yöntemle hafızasına almakta ve bu hafıza her gün her dakika her saniye algılama yöntemiyle yenilenmektedir.

Leppert (2002:14)'e göre “İmgeler bize asıl dünyayı değil, dünyalardan bir dünya gösterir. Gösterilen şeyler bunların temsilleridir imgeler: Temsil, yani yeniden sunum. (...) İster fotoğraf, ister film ya da video, isterse resim olsun, imgelere baktığımızda gördüğümüz şey insan bilincinin ürünüdür”.

Tasarlama eylemi değişen, dönüşen ve gelişen nitelikte çeşitli aşamalardan oluşan bir süreç olarak ele alınabilir Gökaydın'a (1990:21). göre tasarım kavramı, “zihinsel ve doğasal uzayı, ayırt edici özellikleri ile anlamlandırarak, sınırlayıp oluşturmak, canlandırmak, değiştirmek ve üretmek tasarlamaktır. Bir işleve uygun, ayırt edici nitelikleri zihinsel, eylemsel ve nesnel olarak yaratmaktır.”

Tasarım kavramı tasarlamanın öznel ve nesnel boyutları ile açıklanabilir. Tasarım eylemi, tasarlayan kişinin bilincinde gelişenlerle ilgilidir. Kişinin algılama yeteneği, duyuları, sezgileri, içsel dürtüleri kullanması, hayal kurmayı, imgelemeyi eyleme dönüştürmesi gibi özellikler tasarımın öznel boyutudur. Tasarımın nesnellik boyutu ise, ortaya çıkarılan tasarım nesnesine ait özelliklerdir. Tasarım nesnesi üzerine estetik değer, işlevsellik ve tekniğe ilişkin belirlemeler yapılabilir; nicelikleri, nitelikleri, form ve işlev bütünlüğü, simgesel anlamı, kavramsal yönleri ile tasarımın nesnellik boyutunda yer alır.

Her tasarım öncelikle zihinde başlar, sonraki aşamada ise tasarlanmış olan objeye dönüşür. Düşünceyle başlayan tasarımın kaynağında bir kavram olması o tasarıma anlam katan ilk kuraldır. Bu nedenle “kavram, tasarımcının kendine özgü bir başlangıç noktası ve oluşturacağı biçimlerin soyut niteliğinden dolayı da tasarımın imgelem gücünün ve yaratıcılığın ilk adımıdır” (Tunalı, 2004:32).

Tasarımın amacı; teknolojik gelişmeler ile tasarım kültürünü birleştirmek ve bu çerçevede ürünler ortaya koymaktır. Bir başka deyişle, iletişimin görsel diline ağırlık veren, bu görsel dili de oluştururken modern iletişim araçlarından, sistem ve dijital teknolojiden yararlanmaktadır. Böylelikle ürünü kısa ve en iyi şekilde kullanıcıya ya da okuyucuya iletmeyi hedeflemektedir.

Tasarım, anlamsal olarak geniş bir ifadeyi kapsamaktadır. Bu bağlamda ürün tasarımı, hizmet tasarımı, grafik tasarımı ve çevresel tasarımı da içeren büyük bir düşünce sistemi olduğu söylenebilir. Tasarım, başarılı ürünler ve hizmetler hazırlamak için bir dizi araç ve kavram sağlar, görsellik ise, bir kurumun görsel kimliğinin oluşturulması için planlanan ve iletişimsel bağlamda taşıdığı anlamlar ile tüketicide yarattığı etki açılarından değerlendirilmesi gereken unsurlar bütünü olarak değerlendirilmelidir (Kotler, 2005:172).

Tasarımın görselleştirilmesi konusu, on dokuzuncu yüzyıl sonlarına doğru ortaya çıkmaya başlayan reklam ajanslarının uygulamalarında en önemli eksiklik olarak göze çarpmaya başlaması sonucunda, yeni bir yöntem arayışına girmeleriyle gelişmeye başlamıştır. O dönemlerde reklam ajanslarında tasarımın belirlenmesinde metin yazarlarının etkinliği vardı. Öyle ki; metin yazarı tasarım yapması için yazdığı reklam metniyle ilgili olarak bir kroki tasarım hazırlar ve o krokiyi, üretim teorilerini iyi bilen, tipografıyı iyi tanıyan ressamla teslim ederdi. Ressamların hazırladıkları tasarımlar ise konuya tam vakıf olmaksızın, daha çok kopya görsellerin yerleştirilmesinden oluşurdu. Tasarımcı olmayan ressamlar tarafından tasarlanan bu tasarımlar çok fazla etkili olmazdı. Bu dönemlerde tasarım veya tasarımcı kavramı da gerektiği gibi gelişmemiş ve bilinmemekteydi (Ketenci ve Bilgili, 2006:283-284).

Tüm tasarımlar metin yazarı ve ressamın elinden çıkmaktaydı (Resim 1.)



Resim 1. Mercedes Benz reklam afişi (Web 6)

Günümüzde ise tasarlanan materyallerde, düzenlenen organizasyonlarda, hazırlanan kataloglarda, broşür ve tüm çalışmalarda, metin yazarı, sanat yönetmeni, ressam, illüstratör ve fotoğrafçı vb. katkıda bulunanların ismine yer verilmekte, bir ortak çalışma ürünü olduğunun bilinmesi sağlanmaktadır. Görselleştirme, bir tasarımın en önemli ve kurgulanmasındaki başlangıç evresidir. Bu başlangıç evresinin en önemli ürünü ise taslaklardır. Görselleştirmenin ilk basamağı olan taslaklar, yaratıcı düşüncelerin kağıt üzerine aktarılmasının başlangıç kurgusu ve yaratıcı düşünceleri belirgin hale getirilerek yalınlaştıran görsel notlar veya karalamalardır. Taslaklar, konsepti belirlenen ve tasarım için başlangıç olan her grafik çalışma, tipografik çalışma veya mimari çalışmanın önemli aşamasıdır. Her tasarımcı, tasarımının başlangıcında taslaklar hazırlayarak bir anlamda konuyla ilgili olarak yaptığı beyin jimnastiğini görselleştirir.

Görsel iletişim tasarımcısı; iletilerin yorumlanması, düzenlenmesi ve görsel sunumu üzerine çalışmaktadır. Dolayısıyla “görsel iletişim tasarımı” ifadesi yöntem (tasarım), amaç (iletişim) ve araç (imgelem) olarak üç ana unsurdan oluşmaktadır. Görsel iletişim tasarımcısının amacı; iletiyi, tasarım yöntemini kullanarak imgeler aracılığı ile hedef kitleye iletmektir; hedef kitle ve nesne arasındaki iletişimi sağlamaktır (Frascara, 2004:4).

Tasarımın düşünme aşamasında ilk olarak elde edilmek istenenin ne olduğu, görsel veya stilistik gerekliliklerin olup olmadığı, fiziksel limitlerin olup olmadığı ve çözümün ne zaman gerçekleşmesi gerektiği gibi sorulara yanıt aranmaya çalışılır. Bu aşamayı takiben, konseptin görsel olarak nasıl iletişim kuracağı sorusuna cevap arandığı çözüm hakkında düşünme adımı gelir. Görsel elemanların seçilip, değerlendirilip, sınıflandırılıp düzenlenmesi bu aşamada gerçekleşir. Son olarak da, “hedef kitle” göz önünde bulundurularak çözüme ulaşılma yoluna gidilir. Tasarım projesi belli bir kitle için tasarlanır ve tasarım gerçekleştirilmeden önce hedef

kitlenin altyapısı, beklentileri ve sosyal özellikleri gibi birçok etken değerlendirilir. Çünkü tasarımın başarısı hedef kitlesinin tepkileri ile paraleldir. Bakma eylemi sanatçının eğitimi için gerekli olan en temel aşamadır. Bakma aşaması, hem doğayı hem de insanların ürettiği sanat ve tasarım elemanlarını içine alır. Yapma aşaması ise, görsel deneylerin yapılması ile başlar (Lauer and Pentak, 2011:6-19).

Görsel iletişim tasarımı birçok disipline ait terminoloji ve yaklaşımı çok katmanlı ve derinlemesine bir yeterlilikle birleştiren bir meslek haline gelmiştir (<http://grafist.org/>). Görsel iletişim tasarımcısının bir mesajı iletebilmek için kullandığı temel araçlar hala resimler ve yazılardır. Ancak 1980 sonrasındaki dönemde bu araçlara ses, zaman, hareket mekân ve etkileşim de eklenmiştir. Üç boyutlu bilgisayar ortamında etkileşimli tasarım ise özellikle yirmi birinci yüzyılın başlarından bu yana gittikçe etkisini artırarak yaygınlaşmakta ve iletişim alanında kullanılmaktadır (Resim 2-3).



Resim 2. Üç boyutlu grafik tasarım örneği (Web 24)



Resim 3. Üç boyutlu grafik tasarım örneği (Web 24)

İnsan deneyiminin her zamankinden daha görsel olduğu çağımızda bilgi üretimi içinde yerel ve evrensel değerler, görsel iletişim tasarımı ile anlam ve boyut kazanmaktadır. Yeni teknolojiler ve görme biçimleri kendimizi ve çevremizi nasıl gördüğümüz ve neler düşündüğümüz üzerinde etkili olmaktadır (<http://iletisim.bahcesehir.edu.tr>). Yaşamın gerçeklerini görerek yaşamak ve görerek kurulan iletişimle hem etrafımızda yaşananları daha kolay anlayabilir, hem de bu olaylara tepkimizi daha kolay şekillendirerek kendimizi anlatabiliriz.

Bu çerçevede görsel iletişim tasarımı, görüntüyü ve görme biçimlerini amaca yönelik kullanma yetisini kazandırmaya yönelik bir eğitimi kapsar. Dolayısıyla, teknoloji ve sanatın buluştuğu ve birbiriyle etkileşim içinde olduğu geniş yelpazesi ile dinamik bir çalışma alanı olduğu söylenebilir. <http://bilet.bahcesehir.edu.tr/?cat=96>

2.1.1. İletişimin Tanımı

Dünyada tüm canlıların yaşamlarını devam ettirme sürecinde, karşılarındaki diğer canlılarla işaretler, hareketler, sesler gibi birtakım sembollerden oluşan çok çeşitli sistemleri kullanarak iletişim kurdukları bilinmektedir. Bu bağlamda insanoğlu da varlığının bir kanıtı olarak birbiriyle çeşitli kanallar ya da yüz yüze iletişim çabalarıyla

şekillenen iletişim sürecinin ya kaynağı ya da hedefi olmakta, dolayısıyla iletiyi kodlayan ya da açımlayan taraf olarak iletişim süreci içinde roller üstlenmektedir.

En bilinen tanımlardan birine göre iletişim; duyguların, düşüncelerin, bilgi ve becerilerin aktarılma süreci; yaşayan bir evrenin parçalarının ilintilenmesi, bağlantılarının kurulma süreci; iletiyi alanın belleğinin, iletiyi gönderenin beklentisine uygun yanıt verecek biçimde uyarılması; organizmanın ortamdaki uyarıya verdiği fark edilir yanıt, ortamdaki değişime uyarlanma yanıtı; bu yanıtla diğerini etkileme; kaynaktan çıktıktan sonra iletiyi alan için bir uyarı olan davranış; kaynağın karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranıştır (Zıllıoğlu, 2003:4-5).

Gürgen (1997:33) iletişimi “toplumsal yapının temelini oluşturan bir sistem, örgütsel ve yönetsel yapının düzenli işleyişini sağlayan bir araç ve bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen bir teknik” olarak tanımlamaktadır. Bu yapısıyla iletişimin, örgütün bütünlüğünü sağlayan ve bir sinir sistemi gibi örgütün her yanını saran bir olgu olduğu söylenebilir.

Bir diğer açıdan ise Odabaşı ve Oyman (2003:15) iletişim kavramını; “sürecin iki tarafını oluşturan gönderici ya da kaynak ve alıcı ya da hedef arasında belli bir konu ya da durumla ilgili düşünce birliği kurma süreci” olarak tanımlanmaktadır.

Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi iletişimden söz edebilmek için süreci başlatan ve mesajın yönlendirildiği iki taraf ve bu iki taraf arasında ortak anlayışı sağlayacak bir düşünce birliğinin olması gerekmektedir. Bu bağlamda iletişim, mesajın kaynak tarafından kodlanarak oluşturulması ve bir kanal yoluyla hedefe ulaştırılması ve hedef tarafından açımılarak geribildirim sürecinin sağlanmasından oluşan bir süreç olma özelliğini de taşımaktadır.

Güney’e (2008:337) göre; iletişimin temelinde insanın diğer insanlar, toplumsal değer, tutum ve davranışlar hakkında bilgi edinip kendini hem güçlü hem de güven içinde hissetmesi isteği yatmaktadır. Dolayısıyla insan çevresindeki varlıklarla, özellikle insanla iletişim kuramadığı zaman kendini zayıf, endişeli, güvensiz ve pasif hisseder. Zıllıoğlu (2003:44) ise; “insan olarak diğer canlılardan üstünlüğünü, üyesi olduğu toplumun ve kültürünün geçmişiyle şimdisiyle ve geleceğiyle korunup sürdürülebilecek değerde

olduğunu, toplum içinde bireysel varlığının ve konumunun yerini ve önem derecesini başkalarıyla iletişimle öğrenir” şeklinde açıklamıştır.

İletişim, bilgi ve anlayışın bir bireyden diğerine aktarılması sürecidir. İletişim, insanların birbirlerinden anlam alma ve birbirlerini cevaplama çabalarını kapsayan bir etkileşim sürecidir. Geniş bir anlamda iletişim toplumsal yapının temelini oluşturan bir sistem, örgütsel ve yönetsel yapının sistemli işleyişini sağlayan bir araç ve bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen bir tekniktir. Dar anlamıyla iletişim, bireyler arası düşünce, duygu ve bilgi alış-verişi yani bireyler arası bir anlaşma köprüsüdür (Güney, 2008:338).

Günümüzde iletişim, canlıların varoluşuyla birlikte ortaya çıkan bir kavram olarak nitelendirilmektedir. Canlılar içinde farklı niteliklere sahip olan insan, iletişim yoluyla diğer canlılara oranla üstünlüğünü sağlamış, psikolojik, sosyal ve fiziksel yapısal niteliklerine göre iletiler oluşturarak çevresini gereksinimleri doğrultusunda değiştirme çabasına girmiştir. Bununla birlikte iletişim, etkileşim sonucu kendi yaşamı da çevresi tarafından biçimlendirilmiştir. İnsan topluluklarının, en ilkel yaşam biçimlerinden günümüzdeki teknolojik toplumlara kadar geçirdiği tüm evrelerde iletişim ve iletişim sistemlerinin etkinliği söz konusudur. Toplumsal ilişkilerin boyutları ve toplumlar arası ilişkilerin giderek yoğunlaşması göz önüne alınırsa, iletişimin önemi ve kazandığı evrensel boyutlar daha da iyi anlaşılabilir.

İletişim sürecinde gönderilen mesajların gönderenler ve alıcılar tarafından kesin olarak anlaşılması durumunda gerçek iletişimden bahsetmek mümkün olacaktır. Bu bağlamda iletişim, “anlaşılabilir mesajların alınması ve yollanması sanatıdır” (Eggland, 1991:3) şeklinde bir tanım yanlış olmayacaktır. McQuail ve Windahl (1994:7) iletişim, iletinin aktarımı sürecindeki gönderen ve alıcı arasındaki ilişkilerde işlevsel olan gönderen, alıcı, kanal, ileti ve etki kavramlarını anlatmaktadır.

Yazarlara göre, zaman zaman iletişimde bulunmak için bir amaç ya da bir eğilim vardır. İletişim, birinin diğeri üzerindeki bir eylemi, diğerleriyle etkileşimi ve diğerlerine bir tepkisi olabileceği gibi, bunların tümü de olabilmektedir.

İletişimi başlatan göndericinin, başka bir deyişle kaynağın hedef kitleye aktardığı ileti, düşünce, bilgi her zaman paylaşma niteliğinde değil aynı zamanda ikna edici, yönlendirici ve etkileyici olmaktadır. Böylelikle alıcı, dilimizde hedef kitle verici tarafından aktarılan iletiyi

algılamaktadır, ikna olmaktadır, bu doğrultuda yorumlamaktadır ve vericiye geribildirim olarak geri ileti gönderiminde bulunmaktadır. Kaynak ve hedef kitle arasında yollanan bu bilgi, görüş, düşünce topluluğu olan ileti, sözlü ve sözsüz ifade biçimlerindedir (Zeybek ve Duru:2007:5-6)

Etkili iletişim iletiye yani göndericinin aktarmak istediği mesaja alıcının da aynı anlamı yüklediği zaman gerçekleşmektedir. Konuyla ilgili olarak Atabek ve Dağtaş (1998) şöyle ifade etmektedir; “İleti, bir şeyi aktarmayı, iletmeyi isteyen kaynağın ürettiği sözel, görsel ve görsel-işitsel fiziki bir unsurdur. İletinin iki önemli ögesi bulunmaktadır. İçerik ve yapı. İçerik anlamla; yapı ise simgeler ve kodlarla ilgilidir. Eğer iletişim anlamların paylaşımı ise, bunu gerçekleştirebilmek için iletinin üretilişinde, verilmişinde ve tüketiminde öncelikle anlamlı olması gerekir”.

İşte bu anlamlar sembollerle yeteri kadar desteklenmediği zaman kodlama esnasında alıcının iletiyi doğru algılamasını engelleyen gürültü oluşur. Diğer bir deyişle Frascara (2004:8-9); “Etkili iletişim için fiziksel, psikolojik ya da semantik gürültüyü engellemek ne kadar önemliyse, iletiye kaynağın ve alıcının aynı anlamı verebilmesi için her iki tarafın da ortak deneyim alanına yani ortak referans çerçevesine sahip olması o denli önemlidir” diye belirtmiştir. Simge ve kodlar da tıpkı dil gibi deneyim alanıyla ilgili olduğundan mesajın içeriği ancak ortak anlam yüklenebildiği zaman doğru algılanabilmektedir.

İletişim, tasarım sürecinin en gerekli olan parçasıdır. Daha yazı icat edilmeden önce insanlar semboller aracılığı ile iletişim kurmaya çalışmışlardır. Herhangi bir resim, yazının anlam ifade etmediği ortamlarda birçok şeyi görsel yolla ifade edebilir. İletişim çoğu zaman semboller, resimler, vasıtası ile izleyicilere konu ya da mesajı ileterek gerçekleştirilir. Yaratıcı hayal gücü, seçilen görsellerin bitmiş ürünün başarısı açısından çok önemli bir konumdadır. Yaratıcı süreç, iletişim sürecinde olduğu gibi görüntülerin yazılarla bir arada kullanılması ile gerçekleştirilir. Başarılı tasarım çözümleri doğal olarak arkasındaki iyi fikirler ile desteklenir. Belli bir tasarım probleminin çözülmesi için gereken fikirleri ortaya çıkarmak her tasarım alanı için sanıldığından daha zor bir eylemdir. Fikirler, tasarımı oluşturan içerik ve form ikilisini yönlendirebilir.

2.1.2. Görsel İletişim Tanımı

Uçar'a (2004:17) göre "görme duyusu insanoğlunun en önemli duyularındandır. Çevremizdeki nesnelere, olayları, durumları önce görerek tanımlar ve anlamaya çalışırız." Bu durum, görme duyusunun iletişim için ne denli önemli olduğunu kanıtlar. İletişim kavramını açıklarken söz edildiği üzere, mesajın gönderilmesinde en etkili yollardan biri de hiç şüphesiz görsel iletişimdir.

İletişimin başlangıcından bugüne görme duyusu diğer duyulardan daha ön plandadır. Görmenin konuşmadan önce geldiğini ve bakıp tanımanın öğrenildiğini vurgulayan Berger (1995:8), bireyin ömrünün geri kalan kısmında da ilk beğeni ve izlenimlerini gördükleri doğrultusunda oluşturmaya devam ettiğini, büyüyüp toplumsallaştıkça iletişim, simge kullanarak gerçekleştirilen bir davranış biçimine dönüştüğünü ifade eder. Köknel'e (1987:48) göre; "bunun için hareket, jest, mimik, ünlem gibi simgeler kullanılır. Ancak çocuk yeterince olgunlaşınca sözcüklerle yapılan, konuşma ve yazıyla sağlanan iletişime geçilir". Bu açılardan incelendiğinde görme duyusunun iletişimde kullanılan ilk aktif duyusu olduğu görülmektedir.

Görsel kültür içinde görsel olan, görülebilen ve işlevsel ve iletişimsel bir amacı olan şeydir. Bu tanımdaki doğruluk, görsel kültür içinde görsel olanın tasarlanmış şeylerde olduğu imasından ortaya çıkar. Bu bakış açısıyla grafik tasarım ve ürün tasarımı, hem görseldir hem de iletişimsel veya işlevsel bir amaç içermektedir. O halde görsel olanı, "iletişimsel ve işlevsel bir amaç içeren şey" olarak tanımlamak yanlış olmayacaktır (Barnard, 2002:31).

Bu tanımda belirtildiği gibi görsel iletişim çerçevesinde görsel olan, sadece görünen şeyler değildir. Görünmenin yanı sıra işlevsel veya iletişimsel bir değeri olan şeylerdir.

Görsel iletişim; grafik tasarımın yanı sıra, web tasarımı, film ve video yapımı tasarımı, uzaktan yayın kimliği tasarımı, basım ve yayın tasarımı ve sergi tasarımı gibi çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Fikirlerin yaratıcı ve yenilikçi bir süreçte analizini ve görselleştirilmesini kapsayan görsel iletişim; basımdan gelerek bugünkü bilgi ve iletişim teknolojilerinin kapsamındaki etkileşimli uygulama ve çoklu ortam teknolojilerini içeren bir alandır (Bektaş, 1992:38)

Bu açıdan bakıldığında görsel iletişimin öğeleri ve uygulama alanları; iletişim sektörüne yönelik grafik uygulamalar, reklamcılık, kurumsal kimlik çalışmaları, afiş tasarımı, ambalaj tasarımı, illüstrasyon, fotoğraf, bilgisayar grafikleri, video üretimi, multimedya,

web tasarımı ile internet, iki ve üç boyutlu uygulamalar içeren grafik tasarım olmaktadır. Görsel iletişimin etkileşimli uygulamalarına ise dijital oyunlar, uzaktan eğitim ve telekonferans sistemleri örnek gösterilebilir.

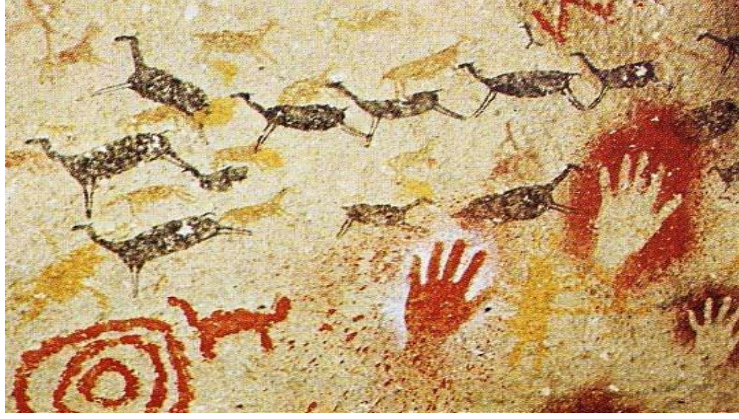
2.1.3. Görsel İletişim Tarihi

İletişimin görsel boyutu gerçekte, geçmişten günümüze kadar uzanmaktadır ve yalnızca görsel iletinin bulunduğu döneme göre değişik aktarımlar içerisinde bulunmaktadır. Yazının bulunuşundan önceki dönemlerde ilkel simgelerden olan mağara resimleri görsel iletişimin temel taşlarındandır. Eroğlu (2006:229) mağara resimlerini, “paleolitik dönemdeki resimler, mağara duvarlarına çizilen ve boyanan betimler” olarak tanımlamaktadır. Bu betimlemelerde simge olarak hayvan figürleri kullanılmaktaydı. Ketenci ve Bilgili’ye (2006:265) göre; “Bu önemli kültür varlıkları, ilkel mağara devri insanlarına dayanan, görsel iletişimin başlangıcı olarak tanımlanan simgeler ve resimlerle iletişim kurma, yaşamı paylaşma gerçekleridir”.

İlk dönemlerde yaşayan insanlar illiklik düzeyinde oldukları için bu resimleri yaparken herhangi bir estetik kaygı gütmemişlerdir. Her ne kadar, ne için yaptıkları belirgin olmasa da renk veya form düşünülerek yapılmamıştır. O dönemdeki insanların bu resimleri yaparken düşündükleri tek şey, yaptıklarının yararlı, sosyal, sihirli veya dini amaçlı olmasıdır.

Aslında bu dönemde başlayan şey sanatın doğuşundan ziyade görsel iletişimin başlaması idi. Mağara duvarlarını süsleyen bu resimler sanatsal kaygıdan değil iletişim ihtiyacından kaynaklanmıştır. Bu resimlerin yapılış amacı belki hayatta kalmalarını sağlayan avcılığın getirmiş olduğu duygulardan hareketle hayvanlar üzerindeki egemenliğin bir simgesiydi ya da gençlere avcılık hakkında görsel fikirler veren illüstratif anlamda yapılmış eğitim araçları idi (Usluata, 1995:28).

O dönemlerden miras kalan en önemli verilerde, eski mağara resimleri o devir insanların gördüklerini anlayabildiklerini ve resmederek çevresindekilere anlatabildiklerini göstermektedir. Bu resimlerde yaşamın en önemli anlarından olan av sahneleri ve yaşam biçimlerini simgeleyen ve en çok kullandıkları simge olan el resimlerine rastlanmaktadır (Resim 4-5).



Resim 4. İlk Duvar Resimleri



Resim 5. İlk Duvar Resimleri

Mezopotamya’da bulunan ve hem yazı hem de simgelerle dolu olan, kimlik belirten toprak tabletler ve tarihte yer almış, özellikle Mezopotamya, Mısır ve Anadolu’da hüküm sürmüş birçok uygarlıktan günümüze yansıyan ve görsel iletişime örnek olacak birçok eserin olduğu bilinmektedir. İletişimin etkinliğini arttırmak için, yazının yanı sıra simgeler ve resimlerle zenginleştirilmiş birçok duvar resmi vardır. Bu ilkel yöntemlerle çizilen aktarımlar günümüzde tasarımcılar tarafından da kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yöntemde amaç, içeriği en yalın ve anlaşılır düzeyde hedef kitleye ulaştırmak, akılda kalıcılığı sağlamaktır.

2.2. Görsel İletişim Tasarımı Eğitimi

Görsel iletişim tasarımı, bilgi toplumunun gelişerek enformasyon iletişiminin günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, özellikle 1990'lı yılların ortalarından itibaren yeni dijital teknolojilerin gelişerek hayatın her alanını kaplaması sonucu ihtiyaç duyulan disiplinler arası yeni bir alan olarak ortaya çıkmıştır (<http://yeditepe.edu.tr>). Düz'e (2012:24) göre; "Görsel sanatlar, temel öğeleri ile anlatım ya da ifadenin görünür kılınmasını sağlayan resimsel veya grafiksel anlatım tekniklerine sahiptir. İyi bir tasarım, tasarım ilkelerinin yardımıyla, tasarım öğelerinin doğru ve bilinçli bir şekilde kullanılmasıyla meydana gelir".

İletişim ve grafik tasarım, teknoloji gerektiren etkinliklerdir. İnsanların kitap okuma ve bilgi alma gereksinimleri matbaanın icadı sonucunu getirmiş, matbaa ile birlikte daha fazla kitap basılmış, daha fazla bilgi dolaşıma girmiş, insanların kullanımına sunulmuş, bilimsel gelişmeler hızlanmıştır. Şimşek vd. (2007:440); "Bilim ve teknolojideki hızlı gelişmeler ülkeleri kaçınılmaz bir yarışın içine sokmuş ve bu yarış yeni teknolojik olanakların geliştirilmesini bir ayrıcalık olmaktan çıkarıp zorunluluk haline getirmiştir" şeklinde açıklamışlardır.

Sonuçta bu gelişmeler iletişim teknolojilerinin daha hızlı gelişmesine yol açmış ve bu gelişim iletişim tarzlarını etkilemiş, yeni mecralar oluşmuş, tasarıma ve tasarımcılara yeni çalışma alanları açılmış, görsel iletişim tasarımı disiplini de bu değişimden etkilemiş sonuçta görsel iletişim tasarımı eğitimi de bu yeni duruma adapte olmak üzere değişmek durumunda kalmıştır. Görsel Sanatlar ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümü bu kapsamda, iletişimin yanı sıra sanat disiplinine de egemen, bilgisayar temelli iletişim teknolojilerini en iyi şekilde kullanan, ses ve görüntü çerçevesinde video, fotoğraf, ses, yazı, grafik, iki ve üç boyutlu tasarım ve animasyon ile etkileşim tasarımı ön plana alan ve bunların birleşimiyle ileti tasarlamaya çalışan öğrenciler yetiştirmeyi amaçlamaktadır (<http://fcms.emu.edu.tr>).

1990'lara kadar metin ve görüntüler grafik tasarımın başlıca temel ifade araçları olmaktaydı. Ancak 1975 sonrasında başlayarak bilgisayarların iletişim sektörüne girmesiyle grafik tasarımcının konuları arasına metin ve görüntünün yanı sıra hareket, ses, zaman, mekân ve etkileşim unsurları da katılmıştır. Konuyla ilgili Boztaş (2011:47) şöyle ifade etmektedir; "Sanat eğitimi sürecinde doğası gereği atölye ortamında bire bir yürütülmesi gereken uygulamalardan dolayı, farklı öğrenme materyallerine fazla gereksinim duyulmadığı yönünde genel bir kanı olmakla birlikte, özellikle yeni medya

araçlarından yararlanılması grafik tasarım ve görsel iletişim öğretimi ve uygulamalarında bir tür zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır”.

Artık grafik tasarım eğitimi sadece iki boyutlu düzlemle değil çok boyutlu bir uzayla ilgilenmektedir. Ancak, görsel iletişim tasarımı eğitiminin asıl amacının gelişen teknolojinin getirdiği yeni cihazları ya da yazılımları kullanmayı öğretmekten ibaret olmadığı unutulmamalıdır. Sadece alet ve programları öğretmeye dayanan bir eğitim modeli tasarımcıyı uygulamacı olma kimliği ile karşı karşıya bırakır. “Küresel bağlamlar değiştikçe, tasarım disiplininin dışında, etnografi, psikoloji, insan faktörü araştırmaları ve politika geliştirme gibi alanlardan insanlarla iş ilişkileri kurma ihtiyacı giderek artmaktadır. Bu işbirliği kavramı, bir projeye veya çözüme katkıda bulunup onu şekillendirecek yerel bilgilere sahip belirli toplulukları dahil edecek şekilde genişletilebilir” (<http://www.gmk.org.tr>).

Görsel iletişim tasarımı eğitiminde bundan böyle daha sık değişimler olması gerektiği ve eğitim modellerinin araları çok da açık olmayan süreler içinde gelişmekte olan yeni durumlara adapte olması gerektiği görülmektedir. Görsel iletişim tasarımcısının bu yeni teknolojilere hızla adapte olması, tasarlayan, kontrol eden, düzenleyen kimliğini ilerde gelişecek olan yeni teknolojilere ve bu yeni teknolojilerin getireceği yeni olanaklara adapte etmeyi becerebilmesi gereklidir. Alınan eğitim sonucunda tasarımcılar özgün ve nitelikli yapıtlar ve projeler üretebilen, etik olarak sorumlu, üretimler üzerine analizler yapabilen, uygulama ve kuram konusunda bilgili, yaratıcı, uzman kullanıcı, yeni iletişim teknolojilerine sahip ve bu alanda her türlü çalışma koşuluna sahip bireyler olacaklardır (<http://fcms.emu.edu.tr>).

Grafik tasarımın giderek disiplinler arası işbirliğine dayalı bir alan haline gelmesi yeni eğitim programlarının multidisipliner çalışmaya olanak sağlayacak şekilde tasarlanmasını gerektirir. Genel tasarımcı konumuna gelebilmek için tasarım öğrencisinin diğer disiplinlerden profesyonellerle çalışmayı öğrenmesi, onların dilinden anlaması ve onlarla aynı dili konuşacak ortak gramere sahip olmasının, kendisine fayda sağlayacağına inanılmaktadır.

2.2.1. Dünyada Görsel İletişim Tasarımı Eğitimi

Gelişmiş ülkelerdeki bazı üniversiteler, görsel iletişim tasarımı günümüzün sosyal ve teknolojik gelişmeleri ve gerçekleri içinde yeniden değerlendirme ihtiyacını duyarak farklı yapılanmalara gitmişlerdir (Ertep, 2007: 75).

Selamet (2012: 129) ise konuyla ilgili olarak; “Görsel İletişim Tasarımı Bölümünün içeriğini, ülkenin ihtiyaçlarına göre belirlemek ve yeterli hale getirmek, tasarım yolu ile gelişmeyi hedefleyen ülkeler için kritik bir önem taşımaktadır. Sanayileşmiş ekonomilerde tasarım farklı amaçlar için kullanılmaktadır ve bu nedenle tasarım eğitime önem verilmesi, ülkenin geleceğini değiştirmek için kullanılabilir” şeklinde yorumlamıştır.

Bu nedenlerden dolayı görsel iletişim tasarımı bölümleri, kuramsal bilgi ve pratik beceriyi görsel anlatım ve iletişim yeteneği ile birleştirebilen, entelektüel bilgi birikimine sahip, yaratıcı, farklı, dikkat çekici ve estetik mesajlar tasarlayabilen mezunlar vermeyi hedeflemektedir (yasar.edu.tr).

Temel tasarım dersi, ‘Basic Design’ adıyla birçok ülkenin görsel sanatlar ile ilgili programlarında da bulunmaktadır. Bu dersin amacı, nokta, çizgi, hacim, yüzey ve renk olarak malzemelerin bünyesine uygun kompozisyon amaçlı araştırma, yaratıcı ve biçimlendirici çalışma ve malzemelerin imkanlarını araştırarak yapılabilecek sonsuz biçimlendirme ve düzen çalışmaları olarak tanımlanmaktadır (İpek, 2003: 70).

Selamet (2012: 130); “Tüm bunların dışında, tasarım eğitiminde öğrenciye, tasarımcının sorumlulukları ve yeterlilikleri olması gerekliliğinin aşılması gerekir. Örneğin Estonya Sanat Akademisi bu konuda duyarlı bir ekoldür. Lisans ve lisansüstü programlarında eko tasarım (ekolojik tasarım) ilkelerine yer vermeye çalışmaktadır” şeklinde açıklamıştır.

Günümüzün teknolojik gelişmeleri ve gerçekleri ışığında, grafik tasarım eğitimi, artık dijital ortamda çeşitli hareketli görüntülerin üretildiği dersleri de içermekte ve yalnızca basılı ortamdaki işlerin üretilmesi amacına yönelik bir eğitim vermemektedir. Türkiye’de Anadolu Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesi’nin öncülük ettiği bu eğitim anlayışının yurtdışında da birçok örneği görülebilir. Bunların içinde ABD’den Rhode Island School of Design, Yale University, California Institute of the Arts, School of Visual Arts, Savannah Collage of Art and Design, San Diego State University, Michigan State University, Temple University, North Carolina State University, University of Miami; Kanada’dan St. Clair Collage, İngiltere’den Central Saint Martins Collage of art and Design, London Collage of Printing, Norwich School of Art and Design ve Almanya’dan Staatliche Akademie der Bilden Künste Stuttgart (Stuttgart Devlet Güzel Sanatlar ve Tasarım Akademisi) gibi yıllardır tasarım eğitimi veren kurumların ders programları bu konuda sunulabilecek bazı örneklerden yalnızca birkaçıdır (Ertep, 2007: 74).

Rosochacki’ye (2012: 167) göre; “Dünya genelinde görsel tasarımların bilgisayar tabanlı yapılmasının sonucunda, seçilen öğrenci profili için genelde, endüstriye geçişi arzulayan

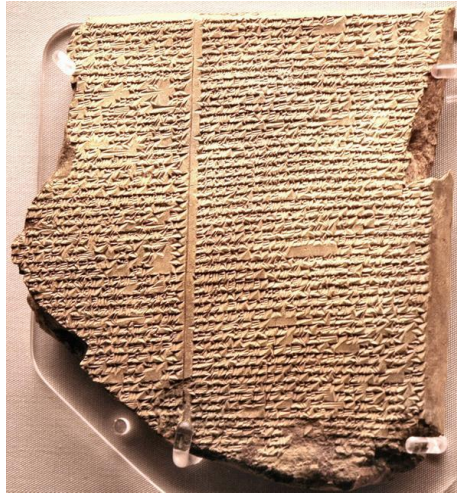
ve yazılım yetenekleri olan öğrenciler tercih edilir. Fakat bu bölümlerin ana amacı yazılımı geliştirmek değildir”.

Eski teknolojiler bir kaç azınlığın çoğunlukla iletişim kurmasına izin verirken çoğunluğun istek ve beğenileri azınlık tarafından belirlenmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ise çoğunluğun kendi istediği enformasyona ulaşmasına izin vermektedir. Çeşitli iletişim biçimleri interaktif bir ağ içinde bütünleşmekte ya da bir başka deyişle tarihte ilk kez insan iletişiminin yazılı, sözlü, görsel-işitsel biçimlerini aynı sistem içinde bütünleştiren bir hipertext ve meta-dili oluşmaktadır. İletişimsel hareketin bir formu olarak internetin, sosyal hareketler üzerinde dönüştürücü bir etkisi olmuştur (Bingöl ve Tanrıver, t.y.: 134).

İletişim konusunda eğitim programları, hem iletişim tarihi konusunda besleyici hem de günümüz iletişim araçlarına hakim bireyler yetiştirmeye yönelik kurgulanmaktadır.

2.2.2. Türkiye’de Görsel İletişim Tasarımı ve Eğitimi

Tepecik’in (2002:20) belirttiği üzere; “Türklerde grafik sanatlar tarihini, Türklerin kabul ettikleri yazı sistemleriyle ele almak daha doğru olacaktır. Orta Asya’dan Anadolu’ya uzun bir kültür coğrafyası içinde yer alan Türk tarihinde, Uygur alfabesi ve Göktürk alfabesi, kalıcı belgeleri günümüze kadar ulaştırmıştır” (Resim 6).



Resim 6. Göktürk Kitabeleri (Web 26)

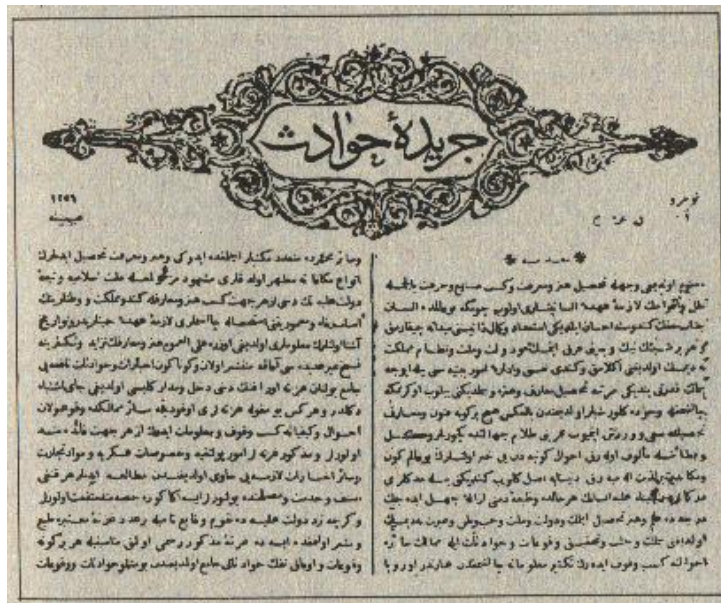
İlk matbaanın kurulması, Türk grafik sanatlar tarihinin gelişiminde önemli bir dönem olarak bilinmektedir. Matbaada basılan ilk kitap Kitab-ı Lügat-ı Vankulu'dur.

Fransız Devrimi ile etkileşim ve 1839 yılında Sultan Abdülmecit'in emriyle ilan edilen Tanzimat Fermanı ülkemiz için değişim ve batıya açılma dönemidir. Fransız kültürü ile yetişen aydınlar kendi kültürel değerlerine önem vermişlerdir. Ancak batıya olan hayranlıkları da düşüncelerini etkilemiştir. Halk kitleleri ile aydınlar arasında iletişim kurabilmenin yolu yazılarda sade bir dil kullanmaktır. Bu amaçlarına ulaşmak için, matbaayı kullanarak basılan gazeteleri, yeni açılan okullar ile ortaya çıkan ders kitaplarını, yeni yayın evlerinin açılmasını değerlendirerek ulaşılar (http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/T%C3%BCrk%20Grafik%20Sanat%C4%B1%20Tarihi.pdf).

Bu nedenle 1860 tarihi, ülkemizde matbaacılık alanındaki gelişmelerin en yoğun olduğu dönemdir. Tercumal-i Ahval, ilk ölüm ilanının yayınlandığı ilk özel gazete Ceride-i Havadis, ilk Osmanlı Türk gazetesi Takvim-i Vekayi dönemin önemli gazeteleridir (Resim 7-8).



Resim 7. Tercuman-i Ahval gazetesinden (Web 25)



Resim 8. Ceride-i Havadis gazetesinden (Web 25)

Cumhuriyetin ilk yıllarında yeni kurulan Türk Devleti'nin kimlik oluşturma çabalarında önemli bir grafik tasarımcı ve ressam İhap Hulusi'dir. Almanya'da eğitim gören Hulusi, Türk grafik sanatlar tarihinin cumhuriyet döneminde, bir öncü olarak kabul edilmiştir. Yaptığı çalışmaları ve eserleri günümüzde hala varlığını sürdürmeye devam etmektedir (Tepecik, 2002:22).

1.Dünya Savaşından Cumhuriyetin kurulmasına kadar geçen süre Türk grafik sanatının gerilemesine ve durgunluğa neden olmuştur. Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte grafik tasarıma olan ihtiyaç artmış ve bu alanda önemli gelişmeler olmuştur.

Türkiye Cumhuriyet'inin kurulduğu ilk yıllarında, devlet ve vatandaş el ele vererek harcamaların kısıtlandığı, yerli ürünlerin kullanılmasının teşvik edildiği, tasarruflu davranılması gerektiği yıllardır. Bu amaçların halk tarafından tanınması ve uygulanmasına ek olarak ulus bilinci kazandırmak amacıyla grafik sanatının en önemli dalı olan afişler kullanılmıştır. Bugünkü grafik sanatı tarihinin temeli bu dönemde atılmıştır. Dünyada olduğu gibi, Cumhuriyet Türkiye'sinde de İhap Hulusi'nin özellikle afiş ve grafik çalışmalarıyla sanat-iktidar ilişkisinin bir kez daha birbirinden ayrılmadığını görülmüştür. Geniş kitleler ile en kolay iletişimin özellikle kitle iletişim araçlarının kısıtlı ve teknolojisinin düşük olduğu dönemlerde grafik sanatının en önemli dalı olan, özellikle şehir meydanlarında sergilenen afişlerin gücü inkâr edilemez (Resim 9-10-11) (http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/T%C3%BCrk%20Grafik%20Sanat%C4%B1%20Tarihi.pdf).



Resim 9. İhap Hulusi çalışması (Web 25)



Resim 10. İhap Hulusi çalışması (Web 25)



Resim 11. İhap Hulusi çalışması (Web 25)

İlerleyen yıllarda Türk grafik sanatının gelişimi ve değişimi ile ilgili olarak Tepecik (2002: 23) şöyle ifade etmiştir; “Özellikle 1950 yılında sonra Türk grafik sanatının önemli bir atılım yaptığı görülür....1960 sonrası ülkemizde kentleşme sürecinin

artması, üretimin çeşitlenmesi, 1970 ve sonrasında siyasi hareketlerin yoğunlaşmasıyla, grafik sanatlar daha çok ön planda yer almaya başlamıştır”.

İlerleyen süreçte, bilim ve teknolojinin hızla ilerlemesi sosyo-ekonomik ve kültürel yapının değişimi, sanayileşme ve ona bağlı olarak gelişen kentleşme, başkaldırı, polemikler ve zorlamalar gibi çok çeşitli etkenler, sanatın değişimine ve gelişimine sebep olmaktadır. Toplum için sosyal bir gereksinim olan sanat da, her toplumda kendine uygun yöntemler bularak kendi koşullarına uygun biçimde gelişmektedir. Bilindiği üzere, ilkel bir kültürden gelişmiş bir kültüre, ilkel bir ekonomiden, ileri bir ekonomiye ve ileri bir üretim aşamasına geçebilmek için toplumu meydana getiren insanların eğitilmesi gerekir. Zira eğitim, toplumdaki sosyal değişmelere olanak sağladığı gibi bu değişmelere uygun insan tipinin de yaratılmasında önemli bir etken sayılmaktadır (Elmas, 2007).

Görsel İletişim Tasarımı bölümü daha önce farklı isimlerle Türkiye’deki üniversitelerin programlarında yer alsa da bu isimle ilk defa 1997 yılında Bilgi Üniversitesinde açılmıştır. Artan talep doğrultusunda iletişim sanatları konularını kapsayan bölümler devlet üniversitelerinde yeni yeni açılmaya başlasa da, vakıf üniversitelerindeki kontenjanların dörtte birinden fazlasını oluşturmaktadır (Uzun, 2007: 128). Teker ve Özer’in (2012: 73) yaptığı çalışmada görsel iletişimin önemi vurgulanmıştır ve Görsel İletişim Tasarımı bölümü, daha çok üniversitede açılması gereken bir bölüm olarak tespit edilmiştir.

Görsel iletişim tasarımı mezunları, sanatın ve tasarımın iç içe geçtiği medya, iletişim ve reklamcılık sektörlerinde görsel iletişim tasarımı konusunda uzmanlaşarak masa üstü yayıncılık, kurumsal kimlik tasarımı, bilgilendirme tasarımı, web tasarımı, video ve film yapımı, animasyon, üç boyutlu modelleme, multimedya uygulamaları gibi farklı alanlarda yaratıcı tasarımcı olarak çalışma olanağına sahiptir (git.yasar.edu.tr).

Ders programları da uygulama ve üretime öncelik veren bir çerçeve içinde oluşturulmuştur. Ders programları, teorik sanat derslerinin yanı sıra sinema, yazarlık, masaüstü ve elektronik yayıncılık tasarımları, animasyon gibi farklı sanat disiplinlerine ait derslerle; görsel dilin anlatım şekilleri, kitle iletişimi, multimedya araçları, reklamcılık gibi iletişim konularına ait dersler içermektedir. Buna rağmen var olan bölümlerden bazıları iletişim bazıları da tasarım ağırlıklı ders programlarına sahiptir. Ağırlıklı olduğu alan üniversite bünyesinde çalışan akademisyenler tarafından belirlenmektedir. Disiplinler arası bir bölüm olması nedeniyle bazı okullarda iletişim fakültelerinde bazı okullarda da güzel sanatlar fakültelerinde yer almaktadır.

Üniversitelerde açılan yılsonu sergileri ile öğrencilerin işlerinin yurt içindeki çevrelere; festivaller aracılığı ile de yurt dışı çevrelere ulaşması sağlanır (bilgi.edu.tr; yasar.edu.tr).

Bahçeşehir Üniversitesi kadrosundan Doç. Dr. Nazlı Eda Noyan, görsel iletişim tasarımının disiplinler arası bir bölüm olmasının bir sonucu olarak öğrencilerin sadece okulda verilen eğitim ile kendilerini sınırlamamalarını gerektiğini savunmaktadır. Öğrencilerin; sergi, bienal gibi organizasyonları takip etmeleri ve bir “koleksiyoner” olup sürekli görsel malzemeleri biriktirip kendilerini beslemeleri gerekmektedir (e-okul.com, 2013). Nazan Düz (2001) ise görsel iletişim tasarımcısının ülke ve dünya tarihindeki siyasal ve sosyal olayları, dönüm noktalarını, siyasi düşünce ve akımları iyi bilmesi; psikoloji ve sosyolojiye hakim olması; güncel bilimsel ve teknik buluşları yakından takip etmesi gerektiğini savunmaktadır. Okullarda yer alan çift ana dal ve yan dal programları da bu beslenme amacı ile kullanılabilir.

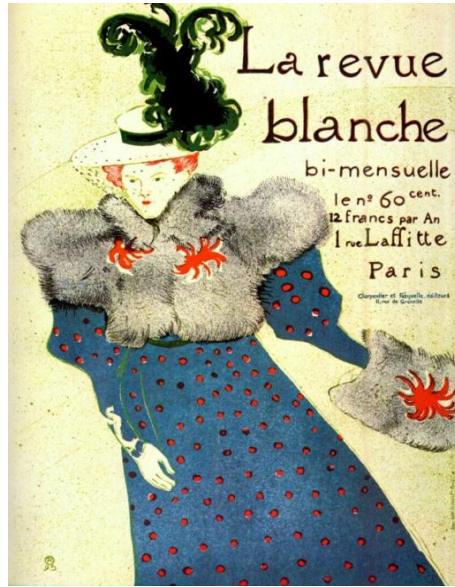
Türkiye’de görsel iletişim eğitimi grafik tasarım, görsel tasarım, iletişim sanatları gibi isimlerle çeşitli özel kurumların açtığı kurslar tarafından da verilmektedir. Bu kurslardaki eğitmenler, genellikle üniversite bünyesinde çalışan akademisyenlerden ya da ilgili bölümlerden mezun tasarımcılardan oluşmaktadır. Bir çok alana hakim olmayı gerektiren görsel iletişim tasarımı eğitiminin bu kurslar aracılığı ile nitelikli bir şekilde verilemeyeceği aşikardır. Buna rağmen mesleki tanımının belirsizliği ve Türkiye istihdam koşulları, bölüm mezunları için bir istihdam sorunu yaratmaktadır.

2.3. Sosyal Tasarım

Yapılan araştırmalar, nesnelere %3 dokunarak, %3 koklayarak, %3 tadararak, %13 işiterek, %78 görerek algıladığımız göstermektedir (Marketing Türkiye, 2004: 28). Bu durum görsel kültürün ve görsel algının iletişimdeki önemini anlatmaktadır. Görsel kültürün egemenliğindeki bu yeni yüzyılda ise çağdaş batı toplumlarında imgelerin merkezde bulunduğu ve bu anlamda göz merkezli (İng. ocularcentrism) toplumların oluştuğu sonucuna varılmıştır. Demir’e (2010: 61) göre; “Grafik tasarımının teknoloji ile iç içe olan doğası görsel öğelere yer vermesi nedeniyle bu göz merkezli toplumların algısında en hızlı biçimde yer almakta; kitle iletişim araçlarını kullanması nedeniyle bu toplumlara en hızlı biçimde ulaşmaktadır”. İçli ve Çopur (2008: 24) ise; “Üzerinde 100’den fazla dil ve 5000

dolaylarında diyalektiğin kullanıldığı bir dünyada görsel iletişim hızlı ve kolay bir iletişimdir” şeklinde açıklamışlardır.

En temel grafik tasarımı ürünü olan afiş, ilk olarak kültürel etkinlikleri duyurmak için tasarlanmıştır. Paris’te sergilenen afişlerin, toplumu nasıl etkilediği ve etkinliğe ittiği o dönemlerde fark edilmiştir (Çitci, 2009: 31) (Resim 12). Grafik tasarım bu gücü nedeniyle kamu kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve şirketler günden güne tanıtım amaçlı ayrılan bütçelerini arttırmaktadır. Günümüzde tasarım, rekabet gücünü arttıran stratejik bir silaha dönüşmüştür (Selamet, 2012: 127).

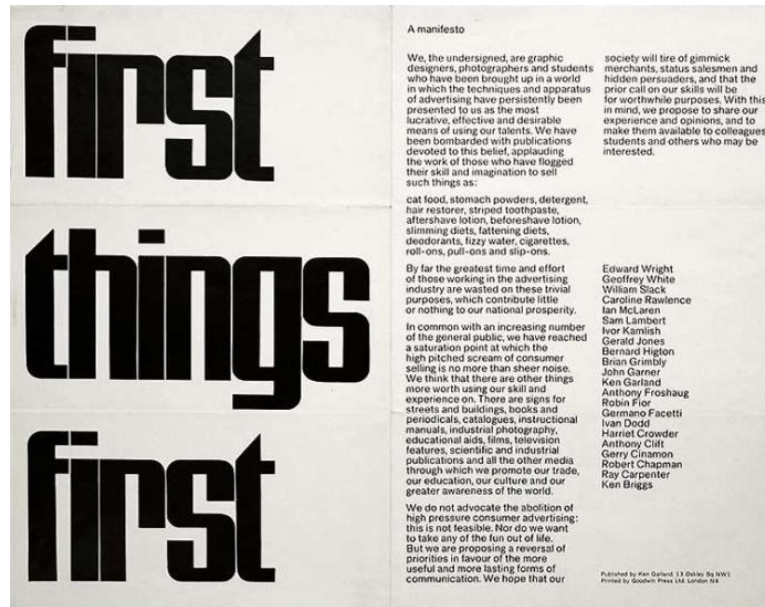


Resim 12. Henri de Toulouse Lautrec-Revü Afişi-1895 (Web 7)

Toplumsal algılar, görsel kültür ürünlerinin etkisiyle değişmektedir. Bunun temel nedeni, bir nesnenin kendi algılayıcısına erişirken bir takım özel koşullara ihtiyaç duyuyor olmasıdır. Medyanın kurgulanan reklamlar aracılığı ile imajlar sunması, farklı yaşam biçimleri aşılması ve yeni bakış açılarını tanıtmaları, aynı zamanda da karşıt görüşler ile yeni toplumsal süreçler oluşması bu konuyu örneklemektedir (Çitci, 2009: 2).

İlk olarak 1964 yılında kaleme alınan ardından 1999 yılında revize edilen ‘First Things First’ manifestosu, tasarımın ne amaçla kullanıldığının altını çizmiştir (Resim 13). Tasarımcı, enerjisini ve yeteneğini iletişim için tasarım yaparak mı yoksa ikna için tasarım yaparak mı harcamalı sorusu ile bu hareket baş göstermiştir. 1999 yılında manifestoyu imzalayan Tibor Kalman, tasarımın, bir şeyi olduğundan farklı göstermek olarak algılanmasından rahatsız olduğunu, Pierre Bernard ise grafik tasarımın ekonomik

büyüme için canlandırmak için kullanılmasının grafik tasarımın amaçları arasında olmaması gerektiğini ifade etmiştir. Garland ve diğer ilgililere göre, tasarımcının daha kaliteli bir yaşam için vermesi gereken savaşın sorumluluğunu unutmaması tehlikesi ile karşı karşıya gelmişti. First Things First hareketinin destekçileri, tüketim kültürü olan reklam sektörüne hizmet etmeyi değil toplumun yararına olan ve toplumu bilgilendiren tasarımların yapılması gerektiğini savunmaktadır (Poynor, 1999: 42). Birey kimliğine değen onlarca etmen olduğu düşünülürse ve kitap okuma oranının düşük olduğu göz önünde bulundurulursa bir afiş tasarımında söylenebilecek her şey bireye yeni bir bakış açısı olarak gelebilir (Sofi, 2006: 98).



Resim 13. *First Things First Manifestosu-1964* (Web 8)

1964 First Things First Manifestosu

Biz, aşağıda imzası bulunan grafik tasarımcılar, fotoğrafçılar ve öğrenciler, reklamcılığın teknik ve araçlarının, yeteneklerimizi kullanmak için en kazançlı, etkili alan olarak sunulduğu bir dünyada yetiştirildik.

Bu inancı destekleyen, yetenek ve hayal güçlerini kedi maması, mide ilacı, deterjan, saç bakım ürünleri, çizgili diş macunu, tıraş sonrası losyonu, tıraş öncesi losyonu, zayıflama rejimleri, şişmanlama rejimleri, deodoran, maden suyu, sigara vs. satmak için kullananların işlerinin takdir gördüğü yayınların bombardımanına uğradık.

Reklam sektöründe çalışanlar, ulusal refahımıza az ya da hiçbir katkısı olmayan birtakım amaçlar uğruna, fazlasıyla zaman ve enerji harcıyorlar.

Tüketim dalgasının kuru gürültüden ibaret sesi, toplumda sayısı giderek artan insanların olduğu kadar bizleri de bir doyma noktasına getirdi.

Uğruna yetenek ve tecrübelerimizi kullanabileceğimiz daha değerli amaçlar olduğuna inanıyoruz; sokak ve binalar için işaretler, kitap ve süreli yayınlar, kataloglar, kullanım kılavuzları, endüstriyel fotoğraflar, eğitim araçları, filmler, televizyon programları, bilimsel ve endüstriyel yayınlar gibi, ticaretimizi, eğitim düzeyimizi, kültürümüzü ve dünya görüşümüzü geliştirmeye yönelik diğer alanlar.

Tüketici reklamlarının ortadan kalkmasını savunmuyoruz.

Böyle bir şey tatbik edilemez.

Hayatı zevkli kılan yönlerinden arındırmak istemiyoruz. Önerimiz, iletişimin daha yararlı ve kalıcı biçimleri lehine önceliklerimizi yeniden sıralamak.

Umudumuz, toplumumuzun tüccarlardan, statü satıcılardan ve kandırılmaktan sıkılıp, bizim yeteneklerimizi daha anlamlı amaçlar uğruna kullanması. Bütün bunlar ışığında, tecrübe ve fikirlerimizi paylaşmayı teklif ediyor, meslektaşlarımızın, öğrencilerin ve ilgili herkesin kullanımına sunuyoruz.

Ken Briggs, Ray Carpenter, Robert Chapman, Gerry Cinamon, Anthony Clift, Harriet Crowder, Ivan Dodd, Germano Facetti, Robin Fior, Anthony Froshaug, Ken Garland, John Garner, Brian Grimbly, Bernard Higton, Gerald Jones, Ivor Kamlish, Sam Lambert, Ian McLaren, Caroline Rawlence, William Slack, Geoffrey White, Edward Wright (Poynor, 2002).

Görsel kültürün toplumu üreten, koruyan ve dönüştüren etkileri göz önüne alındığında; satış ve tüketim amacı olmayan, toplum yararını gözeten sosyal içerikli grafik tasarımlar, toplumsal konularda izleyicide belli bir düşünce ve tavır geliştirmek, tepki yaratmak, izleyiciyi harekete geçirmek ve bir eyleme davet etmek için kullanılmaktadır (Dülgeroğlu, 2007: 68) (Resim 14-15-16).



Resim 14. "Harpoon, Egret" Reklam ajansı: Heads, Rio de Janeiro, Brezilya, 2012. (Web 20)



Resim 15. "Şiddet Sadece Fiziksel Değildir" Reklam Ajansı: Y&R, Dubai, UAE. (Web 20)



Resim 16. “Çocukları kurtarın: Sadece korkaklar çocuklarını döver” Reklam Ajansı: Linkus, Beijing, China Temmuz 2011. (Web 20)

Poynor (1999), tasarımcının hem düşünen birey olması nedeniyle ikna yöntemlerine karşı direnç geliştirmesi hem de bu yöntemleri ortaya çıkaran kişi olması nedeni ile çifte bir sorumluluğu olduğuna dikkat çeker. “Herşeyin alınıp satıldığı bir kültürel ortamda, bütün kör noktaları, baskıları, tutku ve çılgınlıklarına rağmen, görsel iletişimcilerin alternatif var olma biçimleri keşfetmeleri mümkündür.” Diğer taraftan Quernec (t.y.: 130), günümüzdeki genç tasarımcıların sosyal konular ile pek ilgilenmediğini ve sosyal içerikli tasarımların, tasarımcının kendi duyarlılığı ile sipariş beklemeden yaratılması gerektiğini belirtmiştir.

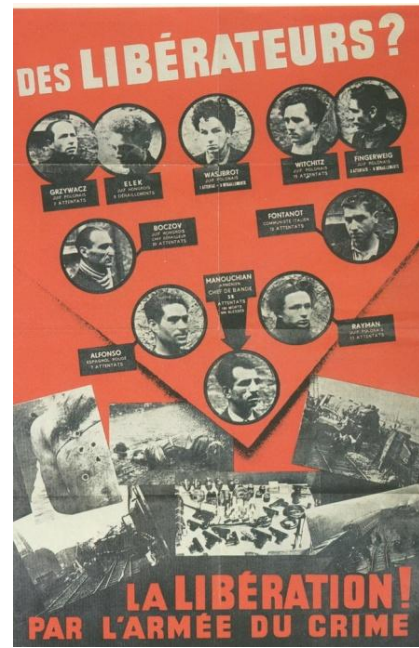
Sosyal tasarımın önemini anlamak için ders kitaplarındaki grafik tasarımları üzerine yapılan çalışmalar incelenebilir. Gestalt psikoloji okulunun bir insanın nasıl gördüğü ve görsel bilgiyi nasıl anlamlandırıldığı konusunda yaptığı çalışmaların sonuçları, tasarım ilkelerini belirleyen başlıca faktörler arasındadır. Etkili bir grafik tasarıma sahip olan ders kitaplarının, başta güdümlenici olması nedeniyle öğrencilerin derse yönelik başarısını arttırması beklenmektedir (Çağlayan, Korkmaz ve Öktem, 2013, 161).

Beck tarafından yapılan (1991) bir araştırmanın sonuçları, öğretim materyallerinin tasarımında resimsel ve metinsel ipucunun birlikte kullanılması halinde öğrenmenin artırılabilirdiği ortaya konulmuştur (Alpan, 2004: 204).

Sosyal tasarım, toplumsal değişimler için katalizör görevi görmektedir. 19.yy'ın sonlarından 20.yy'ın ortalarına kadar uzanan bir süreçte, ciddi toplumsal hareketlerin ve değişimlerin yaşandığı ülkelerde (SSCB Devrimi, Alman ve İtalyan faşizmi, İspanya İç Savaşı, Polonya, Çin ve Japonya), yöneticilerin ya da yönetime el koymak isteyenlerin görsel iletişim araçlarından yararlandıkları görülmektedir. Benzer şekilde 20.yy boyunca elektrik ve elektronik iletişim medyaları aracılığı ile insanlara gerekli bilgi, mesaj iletme etkinliğinin ve gücünün kullanılmasına devam edilmektedir (Demir, 2010: 61) (Resim 17-18).



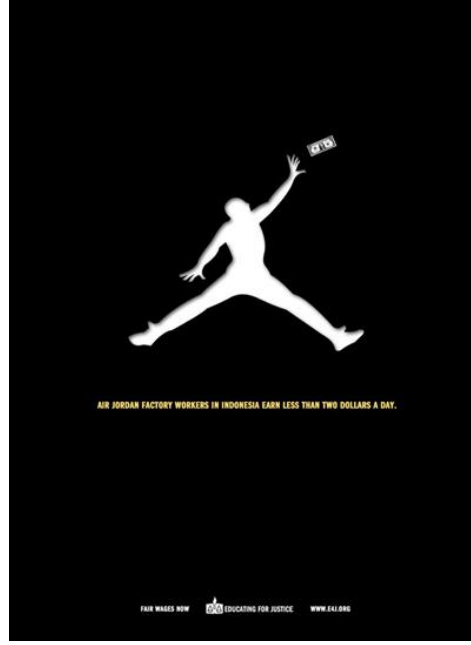
Resim 17. "Emperyalizme Ölüm"
1920 (Web 9)



Resim 18. "Kızıl Afiş" (Web 10)

Sosyal tasarım, toplumu uyarma, politik olarak yönlendirme ve toplumsal konularda eylemlilik haline sokma amacı güden tasarımlardır. Sosyal içerikli tasarımlar sağlık, çevre bilinci gibi konularda toplumu eğitmek; savaş dönemlerinde devletlerin kendi toplumlarını birlik içinde tutmak; seçim zamanlarında görsel iletişim araçları ile propaganda yapmak, sistemi ya da iktidarı eleştirmek için kullanılmaktadır. Çitci'ye (2009:31) göre; "sosyal tasarımı en genel anlamıyla üç başlıkta değerlendirmektedir. Bunlar; devletlerin savaş dönemlerinde toplumu birlik ve bütünlük içinde tutmak ve bir amaç doğrultusunda örgütlemek için ya da seçim dönemlerinde toplumu yönlendirmek için yapılan 'politik tasarımlar'; devletleri, hükümetleri, devlet adamlarını eleştirmek için yapılan 'anti-politik

tasarımlar' ve son olarak tüketim toplumunu eleştiren 'anti-reklam tasarımlar'dır" (Resim 19-20).



Resim 19. Nike karşıtı afiş (Web 11)



Resim 20. Adidas karşıtı afiş (Web 11)

Öztuna'ya (2007: 61) göre; “1789 Fransız Devrimi döneminde yapılan milliyetçilik ile ilgili afişler hareketin yayılmasında çok etkili olmuştur” (Resim 21). 19. yy. da İngiltere’de yaşanan Endüstri Devrimi’nin sanat ve tasarım üzerindeki ticari belirleyiciliğine karşı, başta İngiltere olmak üzere diğer Avrupa ülkelerinde de bir tepki oluştu. Art Nouveau olarak adlandırılan bu tasarımın akımı farklı ülkelerde farklı isimlerle anılıyordu (Çitci, 2009: 38-39).



Resim 21. Fransız Devrimi dönemi afiş örneği (Web 23)

Birinci Dünya Savaşı ile ilgili yapılan çalışmalar savaş gerçeğini yansıtmamaktadır. Bu tasarımlar, savaş nedeni ile travmatik bir süreçte olan toplumu rehabilite amacı taşımaktadır. Bu döneme ait afişlerde “Savaş ya da savaş bonusu al” sloganları yer almaktadır. Devletler ordularının nakit ihtiyacı nedeniyle bastırdıkları bu afişlerde savaşın özgürlük için yapıldığına ait görsel vurgular vardır. Aynı dönemde yapılan bazı afişlerde de “Erkek olmayı isterdim. Donanmaya katılırdım.” diyen kadınların olduğu afiş tasarımları mevcuttur. Bu afişler geleneksel cinsiyet algısını pekiştirmektedir. Hobsbawn ve Ranger (1983) bu durumu toplumdaki geleneklerin yeniden icat etmek olarak tanımlamaktadır. Bu yöntem kadını denetim ve baskı altına almanın meşru bir yoludur (Çitci, 2009). Günümüzde medya araçlarında kadın figürünün cinsiyetçi kullanımları ile bu meşrulaştırma süreci devam etmektedir (Resim 22-23-24-25-26-27).



Resim 22. I. Dünya Savaşı
Propaganda Afiş Örneği (Web 12)



Resim 23. I. Dünya Savaşı
Propaganda Afiş Örneği (Web 12)



Resim 24. I. Dünya Savaşı
Propaganda Afiş Örneği (Web 12)



Resim 25. I. Dünya Savaşı
Propaganda Afiş Örneği (Web 12)



Resim 26. I. Dünya Savaşı
Propaganda Afiş Örneği (Web 12)

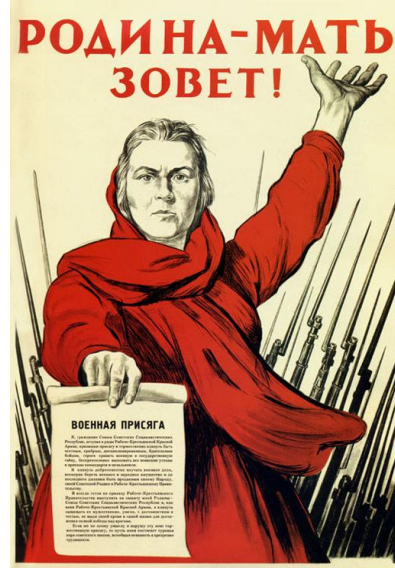


Resim 27. I. Dünya Savaşı Propaganda
Afiş Örneği (Web 12)

Rus Devrimi (1917-1930) esnasında dönemdeki siyasal kaosa rağmen Rus sanatçılar, eleştirel siyasi dergilerde kendi görüşlerini ortaya koyabilmek için yeni bir üslup araştırması yapmaya başlamışlardır (Öztuna, 2007b: 90). Toplumun fiziksel ve entelektüel ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile tasarımlarında soyut ve sade bir dil tercihinde bulunmuşlardır (Çitci, 2009: 45). Yeni tipografinin belli başlı kuralları Lissitzky'nin "The typography of typography" adlı eserinde ortaya konmuştur. Agitre Klama topluluğu üyelerinden bazı sanatçılar tarafından halkı Rus ürünlerine yöneltecek yeni ticari afiş formları oluşturulmuştur. Diğer taraftan afişlerde yer alan dikkat çekici sloganlar Mayakovski tarafından üretilmiştir. Kısa bir zaman dilimi içinde fotomontaj bu yeni tipografi anlayışına eşlik etmiştir (Weill, 2007: 44). Dönemin film afişlerinde devrim ile özdeşleşen kırmızı rengin tercih edilmesi ile halkın siyasal olarak bütünlük gösterdiği vurgusu yapılmıştır (Clark, 2004: 118). Gözün en iyi algıladığı sıcak bir renk olan kırmızı, güç, tehlike, tutku, heyecan, cinsellik, dışa dönüklüğü çağrıştırmaktadır (İçli ve Çopur, 2008: 28). Tüm bu uğraşlar Sovyet'lerde görsel bir devrim olmasını tetiklemiştir. Bu periyotta halk ile en fazla buluşan sanat dalı olan film afişleri okuma yazma bilmeyen bir toplumun yeni rejime adapte olması için kullanılmıştır (Öztuna, 2007d: 86) (Resim 28-29-30-31-32-33).



Resim 28. "Gönüllü Yazıldın mı?"
1920 (Web 9)



Resim 29. "Anayurt seni çağırıyor" 1941 (Web 9)



Resim 30. "Kurtulmuş Kadın"
(Web 9)



Resim 31. "Casus Olabilir" (Web 9)



Resim 32. 'Ekim' film afişi Tasarım:
Y. Ruklevsky-1927 (Web 13)



Resim 33. 'Isyan' film afişi Tasarım:
M. Dlugach-1928 (Web 13)

1929 Büyük Buhran sonrası Amerika Birleşik Devletleri vatandaşlarının yaşadığı sosyoekonomik ve kültürel sorunları giderebilmek için sosyal tasarım örneklerine başvurmuştur. Bu dönemde kendine özgü bir Amerikan görsel algısının ortaya çıktığı söylenebilir. Yaşanan ciddi ekonomik kriz nedeniyle sosyoekonomik standartları bir hayli düşen Amerikan halkının güçlenebilmesi için toplumsal konularda aydınlatıcı birçok çalışma yapılmıştır. Bu sebeple dönemin tasarımlarında sade ve kolay anlaşılabilir bir dil mevcuttur (WPA Works Progress Administration 1935-1943: Federal Art Project Poster, Aktaran: Çitci, 2009: 54). Eğitim seviyesinin düşük olduğu Amerikan kırsallarında toplumu eğitebilmek amacıyla görsel iletişim araçları aktif bir rol almıştır (Resim 34-35).



Resim 34. “Savaş zamanında göreviniz! Suyu boşa harcamayın: Otomobilinizi yıkamak için hortum kullanmayın: Kovadan su alarak nemli bezle siliniz.” Earl Kerkam, New York, NYC, WPA Savaş Bürosu, 1941 ve 1943, afiş tasarımı. (Web 14)



Resim 35. “Savaş zamanında göreviniz! Suyu boşa harcamayın: Mutfakta suyu gerekli olduğundan fazla kullanmayın” Earl Kerkam, New York, NYC, WPA Savaş Bürosu, 1941 ve 1943, afiş tasarımı. (Web 14)

Görsel iletişim araçları Nazi Almanya’ında da etkin bir şekilde kullanılmıştır. Hitler kendi ideolojisi ile paralellik gösteren görsel biçimlere yönelmiştir. Alman gazetelerinin “Yeni Tipografi” biçiminin yerine Alman alfabesi olarak da bilinen “Fraktur” biçimini başka bir deyişle geleneksel gotik siyah harfleri tercih etmeleri konusunda direktmiştir (Öztuna, 2008: 78) (Resim 36-37).

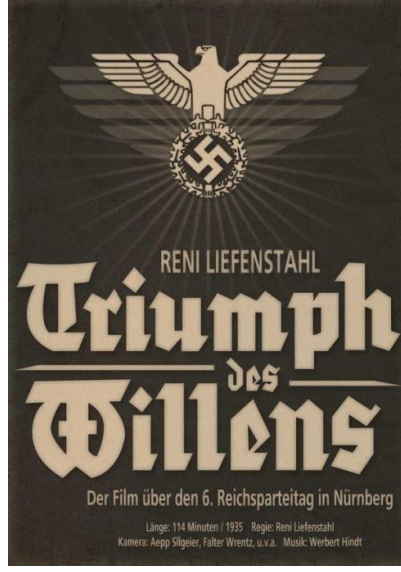


Resim 36. Propaganda Afiş Örneği
(Web 15)



Resim 37. Propaganda Afiş Örneği
(Web 15)

Nazi Almanya'sından verilebilecek bir başka örnek ise 1935 senesinde gösterime sunulan İrade'nin Zaferi filmidir. Filmin senaryosu dönemin faşist iktidarını destekleyen niteliktedir. Fakat filmin görsel iletişimdeki başarısı özellikle de Hitler'in uçakla tanrı katından "Mesih" olarak geldiği sahnenin tasarımı izleyicide Hitler'e karşı bir hayranlık oluşturmak amacı ile kurgulanması altında yatmaktadır. Hitler, bu filmi izleyen kayda değer bir kitle için "sevecen baba, birleştirici" olarak algılanmıştır. Bu film, döneminde bu amaçla çekilen onlarca filmin arasındaki başarılı bir örnektir. Birçok kuramcı için Hitler'in, o dönemde Alman halkı tarafından bu kadar sevilip yüceltilmesi ve Almanya'da Nazizmin bu kadar hızlı kabul görmesinin altında sinema, afiş gibi görsel teknikler kullanılarak yapılan gizli eğitimidir (Keşaplı; 2013: 30-33) (Resim 38).



Resim 38. “İrade'nin Zaferi” film afişi (Web 16)

Nazi Almanyası'nda savaş süresince oluşan kötü ekonomik şartlar toplumun sınıfsal farklılıklarını yavaş yavaş ortadan kaldırmaya başlasa da dönemin afişlerinde yer alan “kurucu” erkekler ile “katılımcı” kadınlar üzerinden geleneksel cinsiyet tanımları korunmuştur (Çitci, 2009: 84).

İkinci Dünya Savaşı döneminde Amerika'da tasarlanan “Perçinci Rosie” afişi ise tam tersi bir amaç gütmektedir. Bu tasarımın amacı savaş döneminde ortaya çıkan işgücü yetersizliğini savaşa gitmemiş kadınlarla telafi edebilmektir. Tercih edilen kadın figürü “kendine güvenen Amerikan kadını”dır ve aslında bu kadını yaratmak için tasarlanmıştır. Sonuç olarak bu görsel hedefine ulaşmıştır ve savaş döneminde kadınlar erkeklerin egemen olduğu iş kollarında çalışmaya başlamış; sonrasında da bu iş kollarındaki varlıklarına devam etmişlerdir. Amerika'da İkinci Dünya Savaşı dönemine ait sosyal tasarım ürünlerinde, asker ihtiyacını karşılayabilmek adına “Birleşerek kazanabiliriz” gibi sloganlara yer verilerek siyahi yurttaşların orduya katılımı sağlanmıştır. Bu örnekler toplum içindeki farklı sosyal statülerde yer alan insanların arasındaki ayrımın ortadan kalkması ve savaş döneminde Amerikan toplumunun güçlenmesini sağlamak adına yapılan; sonuçları da sonraki dönemlerde gözlenebilen çalışmalardır (Çitci, 2009: 89) (Resim 39).



Resim 39. *We Can Do It! (Rosie the Riveter)* J. Howard Miller (Web 17)

2000 yılında Dorr ve Kunkell'in (2000: 5-21) yaptığı bir araştırma göstermektedir ki televizyonun 1950'li yıllarda Amerika'da gelişmesi ve yaygınlaşması ile kısa sürede insanların yaşamlarının önemli bir bölümünü işgal etmesi ile birlikte insanların bilgi ve eğitimlerini arttıran yöntemlerde de önemli değişiklikler olmasına yol açmıştır.

Öztuna'ya (2007c: 80) göre; “1960'larda dünyanın siyasi dinamizmi, dönemin tasarım formlarını düşünce biçimlerinin desteklenmesi amacı ile kullanılmasına itmiştir”. Bu döneme kadar temelleri İsviçre'de atılmış olan Uluslararası Stil, yaygın ve kabul gören bir tasarım biçimi iken bu dönemde yapılan görsel tasarımlarda Uluslararası Stilin temelinde yatan kurallar reddedilmiş ve yeni bir dil oluşturulmuştur. Bu değişimin temelinde yatan başlıca sebep Uluslararası Stilin kolay anlaşılabilirlik prensibinin tanıtım ve reklam amaçlı kullanımınıdır. 1960'lı yıllarda ses getiren hippie akımının, dönemin tüketim dayatmalarına ve bu dayatmalar için kullanılan reklam sektörü gibi araçlarına karşı olan duruşudur. Bu dönemde yapılan konser afişlerinde çok renklilik, karmaşık ve iç içe geçmiş formlar kullanılmıştır. Bu sayede ilk bakışta ne olduğu anlaşılmayan yani tüketilemeyen, üzerine düşünülmesi gereken üretimi destekleyen tasarımlar mevcuttur (Çitci, 2009: 65-67). 1970'li yıllara gelindiğinde dünyadaki toplumsal protestolar bireyin dünya ile sorunlarını ve bu sorunlara bulduğu çözümleri kişiselleştirmiştir. Birey temelli bu post modern çağda tasarımcılar bütün rasyonel tasarım çözümlerini yoksaymış, tasarım yaparken kendi çözümlerini kullanmışlardır (Becer, 2005: 111).

Görsel iletişim araçları din, töre gibi güçlü toplumsal elemanların oluşturduğu tabuları yıkabilecek güçtedir. Batıda bile tabu kabul edilen eşcinsellik hem sosyal içerikli hem de reklam içerikli görsellerde varlığını sürdürerek toplumun diğer kesimlerince kabullenilmiştir (Çitci, 2009: 102) (Resim 40).



Resim 40. Homofobi karşıtı afiş çalışması Tasarım: Erdem Ömürüş (Web 18)

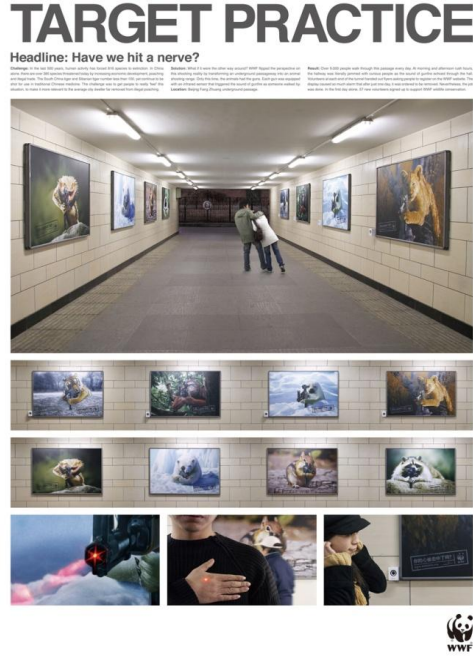
Greenpeace; Florida'da yürüttüğü bir kampanya "Eğer ABD'de her hane sadece bir rulo kağıt havluyu %100 geri dönüştürülmüş olanla değiştirirse, 544.000 ağacı kurtarabilirdik" sloganı ağaç gövdesi kesiti biçimindeki magnetlere yazılıp marketlerdeki kağıt havluların altına koyarak marketten alışveriş yapan müşterilerin magnetlerdeki basit grafiği görmesi ile kayda değer bir farkındalık yaratmıştır (Selamet, 2012: 131) (Resim 41).



Resim 41. Greenpeace tree ring magnet (Web 19)

Başka bir örnek ise 2007'de Doğal Hayatı Koruma Vakfı'nın soyu tükenen hayvanlarla ilgili organize ettiği bir tasarım yarışmasının ödüllü tasarımıdır. Altgeçite yerleştirmiş panolardaki hayvanların ellerine lazer nişanı olan silahlar yerleştirilmiştir. Önünden geçen

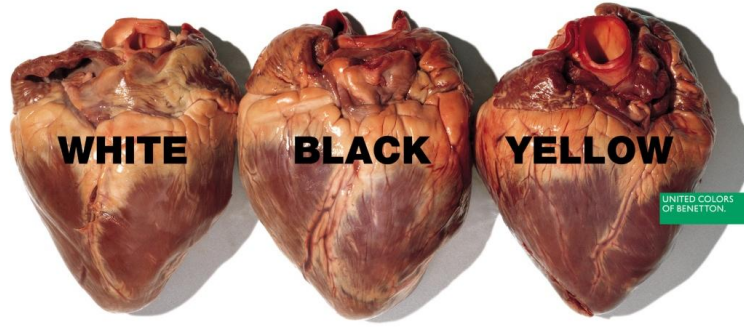
insanların lazerlerin üzerindeki yansımısını görmesi, kurbanla bir özdeşleşim yaratmaktadır (Selamet, 2012: 132) (Resim 42).



Resim 42. *Target practise* Reklam ajansı: Ogilvy Beijing, China-2007. (Web 20)

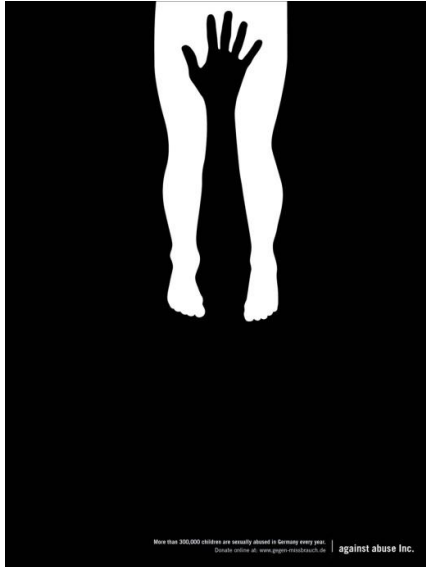
2.3.3. Sosyal Tasarımın Görsel İletişim Tasarımında Yeri ve Önemi

Hem grafik tasarımı hem de iletişim araçları değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte günden güne değişim göstermektedir. Görsel iletişim özellikle 1990'lı yıllarda başlayan dijital teknolojilerin gelişmesi, ucuzlaması ve yaygınlaşması ile hayatın her alanını kaplamaktadır. İnsanların hem iletişimin hem de görsel verilerin bombardımanına tutulduğu yeni iletişim çağında reklam, filmlerdeki karakter tasarımları, oyun endüstrisi tasarımları, mekan tasarımları gibi birçok sektörde görsel iletişim tekniklerinden faydalanılmaktadır. Diğer taraftan insanlık tarihi boyunca görsel öğeler toplumları yönlendirmek ve eğitmek için kullanılmıştır. Tarihi mağara resimlerine dayanan görsel iletişim; gelişen teknoloji sonucu iletişim araçlarının değişmesi ile her geçen gün hızla değişmekte ve gelişmektedir (Demir, 2010: 61).

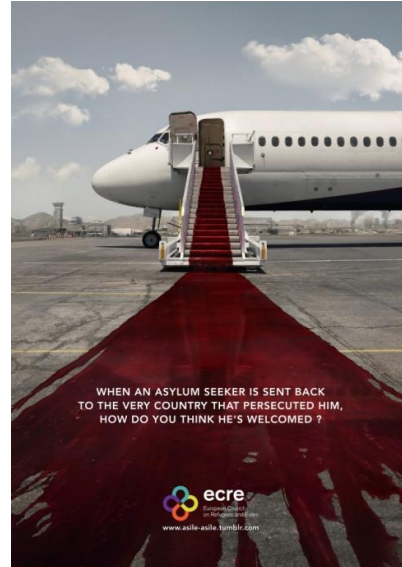


Resim 43. Benetton'un eşitliği öne çıkaran reklam örneği- Oliviero Toscani (Web 21)

Özsoy'a (2003) göre; "Bu gelişim sürecinde görsel iletişim yöntemleri kullanılarak yapılan sosyal tasarımlar uygarlığı geliştirmekle sorumlu olan bireyi cesaretlendirip, bunu yapmak için beceri ve bakış açıları sunmaktadır" (Resim 43). Depeli (2007: 78) konuyla ilgili olarak "Çünkü görsel olan bilgilendirici öğeler kişiye bilgiyi ulaştırmakla kalmaz aynı zamanda bilgi ile kişi arasında duygusal bir bağ da oluşturmaktadır" şeklinde açıklamada bulunmuştur. Bunun en temelinde yatan sebep Berger'e (1995: 9-11) göre; "Kişinin bir görsele bakmasının kendisi ile görsel arasındaki ilişkiye bakması ile eşdeğer olmasından kaynaklanmaktadır" (Resim 44-45-46-47-48-49-50).



Resim 44. "Hand" Reklam Ajansı: Grabarz & Partner, Almanya. (Web 20)



Resim 45. "Bloody stairs" Reklam Ajansı: McCann Paris, Fransa, 2013. (Web 20)



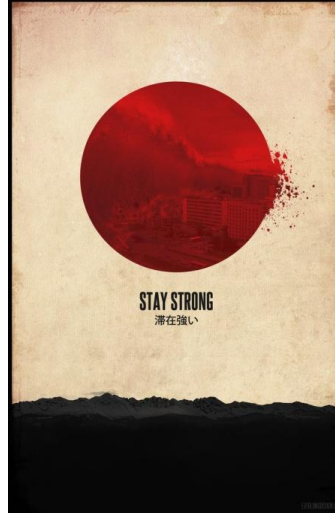
Resim 46. "Faces" Reklam Ajansı: IAL Saatchi & Saatchi Pakistan, 2012. (Web 20)



Resim 47. "Horns" Reklam ajansı: Cheil, Tayland, 2013. (Web 20)



Resim 48. “Help Japan” 2011.
(Web 22)



Resim 49. “Stay Strong”
2011. (Web 22)



Resim 50. “Japan Disaster”
2011. (Web 22)

1914 yılında kurulan Amerika Grafik Sanatlar Enstitüsü (AIGA), 2009 yılında gerçekleştirdiği konferansta, ‘Center for Sustainable Design (Sürdürülebilir Tasarım Merkezi)’ tarafından oluşturulan prensipleri açıklamıştır (Selamet, 2012: 131): “...bireyler, toplumlar, ekonomiler ve gezegenin gelişimi için “çevresel sorumluluk”, “sosyal adalet”, “ekonomik refah” ve “kültürel canlılık” desteklenmeli ve bunların ayrılmaz biçimde birbirine bağlı olduğunun farkına varılmalıdır.”

Dünyada da öğretim programlarına sosyal tasarımı dahil eden güzel sanatlar akademileri bulunmaktadır. Örneğin; Baltimore’de bulunan Maryland Sanat Enstitüsü Koleji (Maryland Institute College of Art) lisans ve lisansüstü programlarında sosyal tasarım (social design) bölüm olarak yer almaktadır. Akademi, toplumda tasarımcının rolü ve sorumluluğu ile ilgili tasarım dünyasında artan bir ilgi ve anlayış olduğunu belirtmektedir. Program, sosyal sorumluluk tasarımcıları olarak kendi seslerini duyurmak, geliştirmek için gelişmiş öğrenci ve araçları ve deneyimleri ile nitelikli tasarımcılar yetiştirmeyi ve onları meslekte liderlik rolleri üstlenmeye hazırladıklarını belirtmektedir. Sosyal Tasarım Seminer, Sosyal Tasarım Stüdyosu temel derslerinin yanında grafik tasarım, çevre tasarımı, etkileşimli tasarım, stüdyo, teori, tarih, antropoloji, ya da halk sağlığı seçmeli dersleri bulunmaktadır ([http://www.mica.edu/Programs_of_Study/Graduate_Programs/Social_Design_\(MA\).html](http://www.mica.edu/Programs_of_Study/Graduate_Programs/Social_Design_(MA).html)).

Eindhoven Tasarım Akademisi'nde de (Design Academy Eindhoven) aynı şekilde lisans ve lisansüstü programlarında sosyal tasarım (social design) bölümü olarak yer almaktadır. Akademi, tasarımın insan davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu belirtirken; sosyal tasarımcıların toplumun dönüşümü ve gelişiminde belirleyici bir rolü sahip olduğunu vurgulamaktadır. Akademi, sosyal tasarıma çağımızın gerçekten ihtiyacı olduğunu savunmaktadır. Bu program çerçevesinde öğrencilerin, toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikli ve duyarlı tasarımcılar olarak yetiştirilmesi hedeflenmektedir (<http://www.designacademy.nl/>).

3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmada izlenen yöntem, evren, örneklem, verilerin toplanması ve analizi alt başlıkları bulunmaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmada güvenilir bilgilere ulaşmak için detaylı literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın nicel boyutunda, evreni oluşturan öğretim elemanlarının derslerinde sosyal tasarım eğitimi uygulamalarını, sorunlarını, gereksinimlerini, sosyal tasarım öğretim-öğrenme sürecinin geliştirilmesine yönelik görüş ve önerilerini belirlemek amacıyla anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın nitel boyutunda ise, evrenden örneklem alınarak, sektör uzmanlarının görüşlerinden alınan bilgilerden yararlanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Türkiye'deki Güzel Sanatlar Fakülteleri grafik ve görsel iletişim tasarımı bölümü öğretim elemanları oluşturmaktadır. 2013–2014 öğretim yılı Güz Döneminde, Türkiye'deki Güzel Sanatlar Fakülteleri öğretim elemanı sayısına ilişkin çerçeve elde edilmiştir. Buna göre araştırma evrenini Türkiye'de yer alan 35 üniversitede bulunan Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinde görev yapan 270 öğretim elemanı oluşturmaktadır. Evrene ulaşma güçlüğü olmadığı dikkate alınarak, yöntemin de tarama modeli olması ve daha güvenilir verilerin elde edilmesi amacı ile örneklem alma yoluna gidilmemiştir.

Araştırmanın gerçekleştirilmesinde veri toplama aracı olarak kullanılan anket, evrenin tümüne iletilmiş ancak anketlerin tamamının geri dönüşü sağlanamamıştır. Uygulanan anketler ile değerlendirmeye alınan anketlere ilişkin bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Öğretim Elemanlarına Uygulanan Anketlerin Geri Dönüşü

Gönderilen		Yanıtlanan		Değerlendirme Dışı Bırakılan		Değerlendirmeye Alınan	
f		f	%	f	%	f	%
270		124	45,9	3	2,4	121	97,5

Tablo 1'de görüldüğü gibi, araştırma evrenini oluşturan 270 öğretim elemanından 124'ü (% 45,9) anketi yanıtlayarak görüşlerini bildirmişlerdir. Veri toplama aracının ölçme güvenilirliğine hataların karışmasını önlemek amacıyla belirlenen 3 (% 2,4) anket değerlendirme dışı bırakılmıştır. Değerlendirme dışı bırakılan anketler çıkarıldıktan sonra, 121 (% 97,5) anket değerlendirmeye alınmış ve üzerinde istatistiksel işlem yapılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretim elemanlarının kişisel özelliklerine ilişkin bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğretim Elemanlarının Kişisel Özellikleri (f= 121)

	f	%
Eğitim Derecesi		
Lisans	9	7,5
Yüksek Lisans	61	50,8
Doktora	30	25,0
Sanatta Yeterlilik	20	16,7
Çalışma Süresi		
0-5 yıl	44	37,9
6-10 yıl	42	33,9
11-20 yıl	28	22,6
21 yıl ve üzeri	7	5,6
Ünvan		
Profesör	4	3,3
Doçent	8	6,7
Yardımcı Doçent	24	20,0
Öğretim Görevlisi	43	35,8
Araştırma Görevlisi	37	30,8
Uzman	4	3,3

Tablo 2. (devamı) Araştırmaya Katılan Öğretim Elemanlarının Kişisel Özellikleri (f = 121)

Yaş			
	25 yaş ve altı	5	4,2
	26-35 yaş	48	40,0
	36-45 yaş	48	40,0
	46-55 yaş	15	12,5
	56 yaş ve üzeri	4	3,3
Cinsiyet			
	Kadın	53	45,3
	Erkek	64	54,7
Tez Alanı (sosyal sorumluluk alanı ile ilgili mi?)			
	Evet	10	8,4
	Hayır	109	91,6

Tablo 2’de görüldüğü gibi çalışma evrenini oluşturan öğretim elemanlarının; % 7,5’i lisans mezunu, % 50,8’i yüksek lisans mezunu, % 25’i doktora derecesine, % 16,7’si sanatta yeterlilik derecesine sahiptir. Bu oranlara göre, öğretim elemanları büyük çoğunluğu yüksek lisans derecesine sahiptir.

Tablo 2’ye göre öğretim elemanlarının % 37,9’u 5 ve daha az yıl, % 33,9’u 6-10 yıl arasında, % 22,6’sı 11-20 yıl arasında, % 5,6’sı 21 yıl ve üzerinde hizmet süresi bulunmaktadır.

Tablo 2’de görüldüğü gibi çalışma evrenini oluşturan öğretim elemanlarının; % 3,3’ü profesör, % 6,7’si doçent, % 20’si yardımcı doçent, % 35,8’i öğretim görevlisi, % 30,8’i araştırma görevlisi, % 3,3’ü uzman ünvanına sahiptir.

Tablo 2’ye göre öğretim elemanlarının % 4,2’si 25 yaş ve altı, % 40’ı 26-35 yaş aralığında, % 40’ı 36-45 yaş aralığında, % 12,5’i 46-55 yaş aralığındadır. % 3,3’ü 56 yaş ve üzerindedir.

Tablo 2’de görüldüğü gibi çalışma evrenini oluşturan öğretim elemanlarının; % 45,3’ü kadın, % 54,7’si erkektir.

Tablo 2’de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının; % 8,4’ünün tez çalışması sosyal sorumluluk alanı ile ilgili, % 91,6’sının tez çalışması ise alan ile ilgili değildir.

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanmasında nicel ve nitel yaklaşımlar bir arada kullanılmıştır. Araştırmanın nicel boyutuna ilişkin verilerinin toplanmasında “*Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Sosyal Tasarımın Gerekliliğine Dair Öğretim Elemanlarının Görüşleri Anketi*”, nitel boyutta verilerin toplanmasında ise “*Uzman Görüşme Formu*” kullanılmıştır. Veri toplama araçlarına ilişkin bilgiler aşağıda verilmiştir.

3.3.1. Anketin Geliştirilmesi ve Uygulanması

Anket geliştirilirken ilk aşamada alan yazın geniş çapta taranmış, benzer özelliklerdeki çalışmalar incelenmiştir. Anketin görünüş ve kapsam geçerliği için uzman görüşü alınmıştır. Tez danışmanının da katkılarıyla taslak bir anket hazırlanmıştır. Soru maddeleri ve anlatımların anlaşılır olup olmadığı ve genel olarak anketin araştırmanın amacına uygun olup olmadığına ilişkin uzman görüşlerine dayalı olarak oluşturulan ankete son şekli verilmiştir.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğretim elemanlarının kişisel özelliklerine, ikinci bölümde ise sosyal tasarım eğitimi ile ilgili var olan durumun değerlendirilmesine ve önerilere ilişkin soru maddeleri yer almaktadır. Anketin birinci bölümünde sekiz soru maddesi yer almıştır. Bağımsız değişkenleri oluşturan ve kişisel bilgiler olarak adlandırılan bu bölümde, öğretim elemanlarının; çalıştığı kurumu, akademik unvanını, eğitim durumunu, hizmet sürelerini, cinsiyetini, yaşını belirlemeye yönelik soru maddelerine yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde sosyal tasarımı eğitimi ile ilgili on bir soru ve maddeye yer verilmiştir.

3.3.2. Uzman Görüşme Formu

Araştırmada nitel verileri yarı yapılandırılmış bir veri toplama aracı ile elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış veri toplama araçları, sahip olduğu belli düzeydeki standartlığı ve esnekliği nedeniyle, belirli bir konuda derinlemesine bilgi edinmeye yardımcı olması nedeniyle araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (Yılmaz ve Altinkurt, 2011). Yarı yapılandırılmış görüşmeler, hem sabit seçenekli cevaplamayı hem de ilgili alanda derinlemesine gidebilmeyi birleştirir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2010: 163). Görüşme formu iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, araştırmacının kısaca kendisini tanıttığı ve araştırmanın amacı ilişkin bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde ise görüşme sorularına yer verilmiştir. Hazırlanan görüşme soruları uzman görüşlerine sunulmuştur. Alınan öneriler doğrultusunda görüşme sorularına son biçimi verilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin çözümlenmesine ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

3.4.1. Anket Verilerinin Çözümlenmesi ve Yorumlanması

Anket formlarındaki bilgiler kodlanarak bilgisayara veri girişi yapılmıştır. Anket yoluyla elde edilen nicel verilerin analizinde betimsel istatistik kullanılmıştır. Araştırma verilerinin tüm istatistiksel çözümlenmeleri, SPSS paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Anket formunda yer alan açık uçlu soru maddeleri nitel veri olarak kabul edilmiştir. Açık uçlu soru maddelerinden toplanan verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz tekniği kullanılmış, bulgular nicel olarak sunulmuştur. Ankette yer alan açık uçlu soru maddeleri okunarak değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda, araştırmaya katılan öğretim elemanlarının her bir açık uçlu soru maddelerine verdikleri yanıtların dökümü yapılmıştır. Daha sonra çizelgede yer alan bulgular açıklanarak yorumlanmıştır.

3.4.2. Görüşme Formu Verilerinin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Görüşme verilerinin çözümlemesinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Elde edilen verilere göre alt temalar oluşturulmuştur. Araştırmaya katılan uzmanların sosyal tasarım eğitiminin gerekliliğine ilişkin verdikleri yanıtlar belirli başlıklar altında birleştirilmiştir. Bu aşamada elde edilen bulgular, uzmanların görüşleri doğrultusunda genel olarak değerlendirilmiş, benzer cevaplar ortak gruplar halinde toplanmış ve yorumlanmıştır.

4. BULGULAR ve YORUM

Araştırmanın bu bölümünde verilerin nicel ve nitel yöntemler sonucunda ulaşılan bulgu ve yorumlar yer almaktadır.

4.1. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Eğitimi ile İlgili Var Olan Durumun Değerlendirilmesine ve Önerilerine İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının grafik tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine ilişkin bulgular; etkinlikler, süre, çalışmalar, öğretim materyalleri, amaçlar, kullanılan öğretim yöntemleri, yaşanan sorunlar başlıkları altında verilmiştir.

4.1.1. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Yayınları Takip Etme Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili yayınları takip etme durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili yayınları takip etme durumlarına ilişkin görüşleri

	f	%
Her zaman	14	11,7
Çoğunlukla	54	45,0
Kimi zaman	39	32,5
Çok seyrek	11	9,2
Hiçbir zaman	2	1,7
Toplam	120	100,0

Tablo 3'te görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 14'ü (% 11,7) sosyal tasarım ile ilgili yayınları her zaman, 54'ü (% 45,0) çoğunlukla, 39'u (% 32,5) kimi zaman, 11'i (% 9,2) çok seyrek olarak takip ettiğini, 2'si (% 1,7) hiçbir zaman takip etmediğini ifade etmişlerdir. Bu verilerden hareketle öğretim elemanlarının çoğunluğu ilgili yayınları takip etmektedir.

4.1.2. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Etkinliklere Katılım Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım/sosyal sorumluluk kampanyaları ilgili sempozyum, panel, konferans gibi etkinliklere katılım durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili etkinliklere katılım durumlarına ilişkin görüşleri

	f	%
Her zaman	1	0,8
Çoğunlukla	14	11,6
Kimi zaman	57	47,1
Çok seyrek	38	31,4
Hiçbir zaman	11	9,1
Toplam	121	100,0

Tablo 4'te görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 1'i (% 0,8) sosyal tasarım ile ilgili etkinliklere her zaman, 14'ü (% 11,6) çoğunlukla, 57'si (% 47,1) kimi zaman, 38'i (% 31,4) çok seyrek olarak katıldığını, 11'i (% 9,1) hiçbir zaman katılmadığını ifade etmişlerdir. Bu durum, öğretim elemanlarının alanla ilgili olarak yeterince etkinliklere katılmadıkları şeklinde değerlendirilebilir.

4.1.3. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Çalışmalarının Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili çalışmalarının olup olmadığına ilişkin görüşleri Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili çalışmalarının durumuna ilişkin görüşleri

	f	%
Evet	39	32,2
Hayır	82	67,8
Toplam	121	100,0

Tablo 5’te görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 39’u (% 32,2) sosyal tasarım ile ilgili çalışmasının olduğunu, 82’si (% 67,8) konuyla ilgili çalışması olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 5’teki soruya ‘evet’ yanıtını veren öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili çalışma sayılarının durumuna ilişkin görüşleri Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım ile ilgili çalışma sayılarına ilişkin görüşleri

	f	%
1 tane	6	15,4
2 tane	12	30,8
3 tane	8	20,5
4 tane	3	7,7
5 tane	6	15,4
6 tane	1	2,6
10 tane	2	5,1
15 tane	1	2,6
Toplam	39	100,0

Tablo 6’da görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 6’sı (% 15,4) 1 tane, 12’si (%30,8) 2 tane, 8’i (%20,5) 3 tane, 3’ü (% 7,7) 4 tane, 6’sı (% 15,4) 5 tane, 1’i (% 2,6) 6 tane, 2’si (% 5,1) 10 tane, 1’i (% 2,6) 15 tane sosyal tasarım ile ilgili çalışmasının olduğunu ifade etmişlerdir.

4.1.4. Öğretim Elemanlarının Grafik Tasarım Derslerinde Sosyal Tasarım Öğretimine Yer Verme Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine yer verme durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Öğretim elemanlarının Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine yer verme durumlarına ilişkin görüşleri

	f	%
Evet	76	74,5
Hayır	26	25,5
Toplam	102	100,0

Tablo 7’de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 76’sı (% 74,5) sosyal tasarım öğretimine derslerinde yer verdiğini, 26’sı (% 25,5) derslerinde yer vermediğini ifade etmişlerdir.

Tablo 7’deki soruya ‘evet’ yanıtını veren öğretim elemanlarının Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine yer verme durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Öğretim elemanlarının Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine yer verme sıklıklarına ilişkin görüşleri

	f	%
Haftada 1-2 saat	14	11,3
Gerekli olduğunda	48	38,7
Nadiren	11	8,9
Diğer	3	2,4

Tablo 8’de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 14’ü (% 11,3) sosyal tasarım öğretimine haftada 1-2 saat, 48’i (% 38,7) gerekli olduğunda, 11’i (% 8,9) nadiren yer verdiğini ifade etmişlerdir. ‘diğer’ seçeneğini işaretleyen 3 öğretim elemanı (% 2,4), *dönemde bir proje, sosyal sorumlulukla ilgili projeler, her derste ilk 20 dk.* cevaplarını vermişlerdir. Bu durumda, öğretim elemanlarının büyük çoğunluğunun düzenli olarak değil, sadece gerekli olduğunda gündemde yer alan sosyal konulara yer verdiği sonucuna ulaşılabilir.

4.1.5. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminde Kullandıkları Öğretim Materyallerinin Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde kullandıkları öğretim materyallerinden yararlanma durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde kullandıkları öğretim materyallerinden yararlanma durumlarına ilişkin görüşleri

	Her zaman		Çoğunlukla		Kimi zaman		Çok seyrek		Hiçbir zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	Türkçe grafik tasarım/sosyal tasarım ile ilgili süreli yayınlar	6	7,3	17	20,7	26	31,7	22	26,8	11	13,4	82
Yabancı dilde grafik tasarım/sosyal tasarım ile ilgili süreli yayınlar	8	9,8	26	31,7	24	29,3	16	19,5	8	9,8	82	100,0
Bilimsel yayınlar (ilgili makaleler/bildiriler/tezler)	5	6,3	18	22,5	32	40,0	15	18,8	10	12,5	80	100,0
Örnek çalışmalar	38	45,8	35	42,2	6	7,2	4	4,8	0	0,0	83	100,0
İnternet	48	57,8	29	34,9	4	4,8	2	2,4	0	0,0	83	100,0
Bilgisayar	48	60,8	28	35,4	2	2,5	1	1,3	0	0,0	79	100,0
Görsel araçlar (film, video, slayt, CD vb)	39	48,1	31	38,3	5	6,2	6	7,4	0	0,0	81	100,0
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Tablo 9’da görüldüğü gibi Türkçe grafik tasarım/sosyal tasarım ile ilgili süreli yayınları, öğretim elemanlarının 6’sı (% 7,3) her zaman, 17’si (% 20,7) çoğunlukla, 26’sı (% 31,7)

kimi zaman, 22'si (% 2,8) çok seyrek olarak kullandığını, 11'i (% 13,4) hiçbir zaman kullanmadığını ifade etmişlerdir.

Yabancı dilde grafik tasarım/sosyal tasarım ile ilgili süreli yayınları, öğretim elemanlarının 8'i (% 9,8) her zaman, 26'sı (% 31,7) çoğunlukla, 24'ü (% 29,3) kimi zaman, 16'sı (% 19,5) çok seyrek olarak kullandığını, 8'i (% 9,8) hiçbir zaman kullanmadığını ifade etmişlerdir.

Bilimsel yayınları (ilgili makaleler/bildiriler/tezler), öğretim elemanlarının 5'i (% 6,3) her zaman, 18'i (% 22,5) çoğunlukla, 32'si (% 40,0) kimi zaman, 15'i (% 18,8) çok seyrek olarak kullandığını, 10'u (% 12,5) hiçbir zaman kullanmadığını ifade etmişlerdir.

Örnek çalışmaları, öğretim elemanlarının 38'i (% 45,8) her zaman, 35'i (% 42,2) çoğunlukla, 6'sı (% 7,2) kimi zaman, 4'ü (% 4,8) çok seyrek olarak kullandığını ifade etmişlerdir.

İnterneti, öğretim elemanlarının 48'i (% 57,8) her zaman, 29'u (% 34,9) çoğunlukla, 4'ü (% 4,8) kimi zaman, 2'si (% 2,4) çok seyrek olarak kullandığını ifade etmişlerdir.

Bilgisayarı, öğretim elemanlarının 48'i (% 60,8) her zaman, 28'i (% 35,4) çoğunlukla, 2'si (% 2,5) kimi zaman, 1'i (% 1,3) çok seyrek olarak kullandığını ifade etmişlerdir.

Görsel araçları (film, video, slayt, CD vb), öğretim elemanlarının 39'u (% 48,1) her zaman, 31'i (% 38,3) çoğunlukla, 5'i (% 6,2) kimi zaman, 6'sı (% 7,4) çok seyrek olarak kullandığını ifade etmişlerdir.

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde en çok kullandıkları öğretim materyallerine ilişkin verdikleri yanıtlar incelendiğinde, en çok bilgisayar ve internetten faydalandığı, bunu görsel araçların ve daha sonra da örnek çalışmaların takip ettiği görülmektedir. Yabancı dilde yayınlar, Türkçe yayınlar ve bilimsel yayınlardan ise çok az faydalandığı görülmektedir.

4.1.6. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminin Amaçlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminin amaçları ile ilgili maddelerin önemine ilişkin görüşleri Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminin amaçları ile ilgili maddelerin önemine ilişkin görüşleri

	Çok önemli		Önemli		Kısmen önemli		Önemsiz		Çok önemsiz		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Sosyal tasarımın grafik tasarımdaki yeri ve önemini kavrama	30	36,6	50	61,0	1	1,2	1	1,2	0	0,0	82	100,0
Sosyal tasarımın uygulama alanlarını öğrenme	30	36,1	49	59,0	3	3,6	1	1,2	0	0,0	83	100,0
Sosyal tasarımın tarihsel gelişimini öğrenme	16	19,3	42	50,6	21	25,3	3	3,6	1	1,2	83	100,0
Sosyal tasarım ve kültürel yapı ilişkisini kavrama	34	42,0	41	50,6	5	6,2	1	1,2	0	0,0	81	100,0
Sosyal tasarım ve görsel çevre ilişkisini kavrama	34	41,0	45	54,2	4	4,8	0	0,0	0	0,0	83	100,0
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Tablo 10’da görüldüğü gibi sosyal tasarımın grafik tasarımdaki yeri ve önemini kavramanın, öğretim elemanlarının 30’u (% 36,6) çok önemli, 50’si (% 61,0) önemli, 1’i (% 1,2) kısmen önemli, 1’i (% 1,2) önemsiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal tasarımın uygulama alanlarını öğrenmenin, öğretim elemanlarının 30’u (% 36,1) çok önemli, 49’u (% 59,0) önemli, 3’ü (% 3,6) kısmen önemli, 1’i (% 1,2) önemsiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal tasarımın uygulama alanlarını öğrenmenin, öğretim elemanlarının 30'u (% 36,1) çok önemli, 42'si (% 50,6) önemli, 3'ü (% 3,6) kısmen önemli, 1'i (% 1,2) önemsiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal tasarımın tarihsel gelişimini öğrenmenin, öğretim elemanlarının 16'sı (% 19,3) çok önemli, 49'u (% 59,0) önemli, 21'i (% 25,3) kısmen önemli, 3'ü (% 3,6) önemsiz, 1'i (% 1,2) çok önemsiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal tasarım ve kültürel yapı ilişkisini kavramanın, öğretim elemanlarının 34'ü (% 42,0) çok önemli, 41'i (% 50,6) önemli, 5'i (% 6,2) kısmen önemli, 1'i (% 1,2) önemsiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal tasarım ve görsel çevre ilişkisini kavramanın, öğretim elemanlarının 34'ü (% 41,0) çok önemli, 45'i (% 54,2) önemli, 4'ü (% 4,8) kısmen önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Öğretim elemanlarının görüşleri incelendiğinde, verilen yanıtların önemli ve çok önemli seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. Öğretim elemanlarının “Sosyal tasarımın grafik tasarımdaki yeri ve önemini kavrama”, “Sosyal tasarımın uygulama alanlarını öğrenme” ve “Sosyal tasarım ve görsel çevre ilişkisini kavrama” amaçlarına diğer amaçlara göre daha fazla önem verdikleri görülmektedir.

4.1.7. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminde Kullandıkları Öğretim Yöntem ve Tekniklerin Durumuna İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde kullandıkları öğretim yöntem ve tekniklerin durumuna ilişkin görüşleri Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde kullandıkları öğretim yöntem ve tekniklerin durumuna ilişkin görüşleri

	Her zaman		Çoğunlukla		Kimi zaman		Çok seyrek		Hiçbir zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Düz anlatım yöntemi	6	7,4	13	16,0	29	35,8	18	22,2	15	18,5	81	100,0
Soru-yanıt yöntemi	10	12,5	27	33,8	29	36,3	12	15,0	2	2,5	80	100,0
Tartışma yöntemi	31	37,8	39	47,6	9	11,0	2	2,4	1	1,2	82	100,0
Beyin fırtınası	42	51,9	30	37,0	9	11,1	0	0,0	0	0,0	81	100,0
Araştırma-İnceleme yaptırma	44	53,0	31	37,3	7	8,4	1	1,2	0	0,0	83	100,0
Diğer	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Tablo 11’de görüldüğü gibi düz anlatım yöntemini, öğretim elemanlarının 6’sı (% 7,4) her zaman, 13’ü (% 16,0) çoğunlukla, 29’u (% 35,8) kimi zaman, 18’i (% 22,2) çok seyrek olarak kullandığını, 15’i (% 18,5) hiçbir zaman kullanmadığını ifade etmişlerdir.

Soru-yanıt yöntemini, öğretim elemanlarının 10’u (% 12,5) her zaman, 27’si (% 33,8) çoğunlukla, 29’u (% 36,3) kimi zaman, 12’si (% 15,0) çok seyrek olarak kullandığını, 2’si (% 2,5) hiçbir zaman kullanmadığını ifade etmişlerdir.

Tartışma yöntemini, öğretim elemanlarının 31’i (% 37,8) her zaman, 39’u (% 47,6) çoğunlukla, 9’u (% 11,0) kimi zaman, 2’si (% 2,4) çok seyrek olarak kullandığını, 1’i (% 1,2) hiçbir zaman kullanmadığını ifade etmişlerdir.

Beyin fırtınası yöntemini, öğretim elemanlarının 42’si (% 51,9) her zaman, 30’u (% 37,0) çoğunlukla, 9’u (% 11,0) kimi zaman kullandığını ifade etmişlerdir.

Araştırma-inceleme yaptırma yöntemini, öğretim elemanlarının 44’ü (% 53,0) her zaman, 31’i (% 37,3) çoğunlukla, 7’si (% 8,4) kimi zaman, 1’i (% 1,2) çok seyrek olarak kullandığını ifade etmişlerdir.

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde kullandıkları öğretim yöntem ve tekniklerin durumuna ilişkin yanıtlarına bakıldığında, en çok araştırma-inceleme yaptırma, beyin fırtınası ve tartışma yöntemini kullandıkları görülmektedir. Soru-yanıt yöntemi ve düz anlatım yöntemini ise daha az kullandıkları görülmektedir.

4.1.8. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretiminde Sorun Yaşama Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde sorun yaşama durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde sorun yaşama durumlarına ilişkin görüşleri

	f	%
Evet	76	74,5
Hayır	26	25,5
Toplam	102	100,0

Tablo 12’de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 76’sı (% 74,5) sosyal tasarım öğretiminde sorun yaşadığını, 26’sı (% 25,5) sorun yaşamadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 12’deki soruya ‘evet’ yanıtını veren öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde yaşadıkları sorunların durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13. Öğretim elemanlarının yaşadıkları sorunlara ilişkin görüşleri

	f
Türkçe kaynak sıkıntısı	29
Yabancı kaynak sıkıntısı	4
Görsel kaynak sıkıntısı	9
Öğrenciden kaynaklanan sorunlar	24
Amaçların belirlenmesine ilişkin sorunlar	23
İçeriğe ilişkin sorunlar	14
Değerlendirmeye ilişkin sorunlar	17
Ders saatinin yetersizliği	26
Diğer	1

Tablo 13'teki sonuçlara bakıldığında öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde yaşadıkları sorunların başında Türkçe kaynak sıkıntısı, ders saatinin yetersizliği, öğrenci kaynaklı sorunlar ve amaçların belirlenmesine ilişkin sorunlar yaşadıkları görülmektedir. 'diğer' seçeneğini işaretleyen bir öğretim elemanının görüşü ise '*proje ile ilgili maddi destek sorunları yaşıyorum*' olmuştur.

4.1.9. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım Öğretimini Desteklemeye Yönelik Etkinlik Gerçekleştirme Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretimini desteklemeye yönelik etkinlik gerçekleştirme durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretimini desteklemeye yönelik etkinlik gerçekleştirme durumlarına ilişkin görüşleri

	f	%
Evet	73	64,6
Hayır	40	35,4
Toplam	113	100,0

Tablo 14'te görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 73'ü (% 64,6) sosyal tasarım öğretimini desteklemeye yönelik etkinlik gerçekleştirdiğini, 40'ı (% 35,4) gerçekleştirmediğini ifade etmişlerdir.

Tablo 14'teki soruya 'evet' yanıtı veren öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretimini desteklemeye yönelik gerçekleştirdikleri etkinlik türlerine ilişkin görüşleri Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15. Öğretim elemanlarının gerçekleştirdikleri etkinlik türlerine ilişkin görüşleri

	f
Workshop	25
Konferans	6
Grafik tasarım/sosyal içerikli tasarım sergisi	50
Tasarım yarışmaları	45
Diğer	1

Tablo 15'teki sonuçlara bakıldığında öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde desteklemeye yönelik gerçekleştirdikleri etkinlikleri öncelikli olarak Grafik tasarım/sosyal içerikli tasarım sergileri oluşturmaktadır. Daha sonra ise; tasarım yarışmalarını çoğunlukla gerçekleştirdikleri görülmektedir. 'diğer' seçeneğini işaretleyen bir öğretim elemanının görüşü ise '*verdiğim dersin bir kısmını oluşturuyor*' olmuştur.

4.1.10. Öğretim Elemanlarının, Bölümlerinde Sosyal Tasarım ile İlgili Ders Durumlarına İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının, bölümlerinde sosyal tasarım ile ilgili ders olup olmama durumuna ilişkin görüşleri Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16. Öğretim elemanlarının bölümlerinde sosyal tasarım ile ilgili ders olup olmaması durumuna ilişkin görüşleri

	f	%
Evet	7	5,8
Hayır	113	94,2
Toplam	120	100,0

Tablo 16'da görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 7'si (% 5,8) sosyal tasarım ile ilgili ders olduğunu, 113'ü (% 94,2) olmadığını ifade etmişlerdir.

4.1.11. Öğretim Elemanlarının Sosyal Tasarım ile İlgili Ders Yer Verilmesine İlişkin Görüşleri

Öğretim elemanlarının, sosyal tasarımın grafik tasarım programında ayrı bir ders olarak yer alıp almaması durumuna ilişkin görüşleri Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17. Öğretim elemanlarının sosyal tasarımın grafik tasarım programında ayrı bir ders olarak yer alıp almaması durumuna ilişkin görüşleri

	f	%
Evet	103	85,1
Hayır	18	14,9
Toplam	121	100,0

Tablo 17’de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 103’ü (% 85,1) sosyal tasarımın programda ayrı bir ders olarak yer alması gerektiğini, 18’i (% 14,9) gerekmediğini ifade etmişlerdir.

Tablo 17’deki soruya ‘evet’ yanıtını veren öğretim elemanlarının sosyal tasarımın grafik tasarım programında yer alması durumuna ilişkin görüşleri Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18. Öğretim elemanlarının sosyal tasarımın grafik tasarım programında ayrı bir ders olarak yer alması durumuna ilişkin görüşleri

	f	%
Seçmeli ders olarak, 2 yarıyıl, haftada 4 saat 3 kredi verilmelidir	87	70,2
Zorunlu ders olarak, 2 yarıyıl, haftada 4 saat 3 kredi verilmelidir.	15	12,1
Diğer	2	1,6

Tablo 18’de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının 87’si (% 70,2) sosyal tasarımın programda seçmeli ders olarak, 2 yarıyıl, haftada 4 saat 3 kredi verilmesi gerektiğini, 15’i (% 12,1) zorunlu ders olarak, 2 yarıyıl, haftada 4 saat 3 kredi verilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. ‘diğer’ seçeneğini işaretleyen bir öğretim elemanı cevapsız bırakırken, diğer öğretim elemanının görüşü ise ‘*tek başına bir ders olmasa da verilen projelere bağlı olarak işlenmelidir*’ olmuştur.

4.2. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitimi ile İlgili Var Olan Durumun Değerlendirilmesine ve Önerilerine İlişkin Görüşleri

Uzmanların grafik tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine ilişkin bulgular; grafik tasarımcı yetiştirmedeki önemi, görsel tasarım eğitimi programlarında yer almasına dair görüşler, tasarımcının meslek hayatına katkıları başlıkları altında verilmiştir.

4.2.1. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin Grafik Tasarımcı Yetiştirmedeki Yeri ve Önemine İlişkin Görüşleri

Uzmanların sosyal tasarım eğitiminin, grafik tasarımcı yetiştirmedeki yeri ve önemi ilişkin görüşleri Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Uzmanların sosyal tasarım eğitiminin, grafik tasarımcı yetiştirmedeki yeri ve önemine ilişkin görüşleri

	f
Sosyal medya ve günümüz teknolojilerini etkili kullanma	4
Herkes için tasarım	4
Tasarım problemlerine farklı bakış açısıyla yaklaşma becerisi	2
Toplam	

Tablo 19’da görüldüğü gibi uzmanların 4’ü sosyal medya ve günümüz teknolojilerini etkili kullanma, 4’ü tasarımın herkes için olduğu, 2’si tasarım problemlerine farklı bakış açısıyla yaklaşma becerisinin önemini ifade etmişlerdir. Bununla ilgili olarak uzmanlardan soruyla ilgili farklı görüş bildiren bir kişinin yanıtı şöyledir:

Sosyal tasarım deyince ilk aklıma gelen sosyal dernekler konular ve kampanyalar üzerine yapılan tasarım örnekleri oluyor ki üniversitede bolca işlenen konular aslında ve tasarım kabiliyeti ve düşüncesi açısından öğrenciye çok şey kattığına pek inanmıyorum. Her şeyin reklam üzerine döndüğü günümüzde çağa ayak uydurmuş mesleki açıdan çok daha fazla öğretici konular işlenmeli bence yani bu tarz konular başlı başına bir ders olarak değil o dönemde bir konu olarak işlenmeli (U10).

4.2.2. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Görsel Tasarım Eğitimi Programlarında Yer Alma Durumuna İlişkin Görüşleri

Uzmanların sosyal tasarım eğitiminin, görsel tasarım eğitimi programlarında yer alıp almamasına ilişkin görüşleri Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Görsel Tasarım Eğitimi Programlarında Yer Alma Durumuna İlişkin Görüşleri

	f
Sosyal tasarım eğitim programlarında yer almalı	8
İçinde yaşanılan toplumun değerlerini göz ardı edilmemesi	3
Toplam	

Tablo 20’de görüldüğü gibi uzmanların 8’i sosyal tasarım eğitim programlarında yer alması gerektiğinin, 3’ü tasarımcının içinde yaşadığı toplumun değerlerini göz ardı

etmemesi gerektiğinin önemini ifade etmişlerdir. Bununla ilgili olarak uzmanlardan soruyla ilgili farklı görüş bildirenlerin yanıtları şöyledir:

Bu sanatçının sanata bakışına bağlı. Belki seçmeli ders olarak yer alabilir (U6).

Bence kesinlikle bir ders olarak işlenmemeli. Dediğim gibi bir dönemde bir konu olarak işlenebilir ama öğrenciyi sürekli tek noktaya hapsetmek ki bu ne yazık ki bizim okullarımızda gelenek haline gelmiş durumda öğrenciye hiçbir şey katmayacaktır (U10).

4.2.3. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Tasarımcının Meslek Hayatına Katkılarına İlişkin Görüşleri

Uzmanların sosyal tasarım eğitiminin, tasarımcının meslek hayatına katkılarına ilişkin görüşleri Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitiminin, Tasarımcının Meslek Hayatına Katkılarına İlişkin Görüşleri

	f
Daha nitelikli ve amacına uygun ürünler ortaya çıkarma	3
Hedef kitle ve toplumsal gelişmelere uygunluk	4
Tasarımcının kendini geliştirebilmesi	3
Toplam	

Tablo 21’de görüldüğü gibi sosyal tasarım eğitiminin, tasarımcının mesleki hayatına katkıları konusunda, uzmanların 3’ü tasarımcıların daha nitelikli ve amacına uygun ürünler ortaya çıkarabildiğini, 4’ü tasarımların hedef kitle ve toplumsal gelişmelere uygunluğunu, 3’ü tasarımcının kendini geliştirebildiğini ifade etmişlerdir. Bununla ilgili olarak uzmanlardan soruyla ilgili farklı görüş bildirenlerin yanıtları şöyledir:

Sosyal tasarım adı altında ders almadık ama “Kuş gribi” ve “Kan ver hayat kurtar” gibi sosyal sorumluluk projeleri üzerine ödevlerimiz olmuştur. Mesleki hayatıma bir katkısı olduğunu düşünmüyorum (U6).

En önemli kısım da eğitimin iş hayatına etkisi. Mezun olduktan sonra tasarımcının yaşayacağı her türlü sorunu azaltma açısından bilgi ve gerçeklik verilebilirse iyi bir katkı sağlayabilir (U8).

Farklı bir iş sahası yaratacağını düşünüyorum (U9).

Sosyal tasarım eğitiminin öğrenciye çok şey kattığını düşünmüyorum (U10).

4.2.4. Uzmanların Sosyal Tasarım Eğitimine İlişkin Görüşleri

Uzmanların sosyal tasarım eğitimine ilişkin görüşleri Tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22. Uzmanların sosyal tasarım eğitimine ilişkin görüşleri

	f
Tasarımcıların bilinçlendirilmesi	4
Sosyal medyayı amacına uygun kullanabilme	2
İçinde yaşadığı toplumdan kopuk olmaması	2
Toplam	

Tablo 22’de görüldüğü gibi uzmanların 4’ü tasarımcıların bilinçlendirilmesi gerektiğinin, 2’si tasarımcının sosyal medyayı amacına uygun kullanabilmesinin önemini, 2’si tasarımcının içinde yaşadığı toplumdan kopuk olmaması gerektiğinin önemini ifade etmişlerdir. Bununla ilgili olarak uzmanlardan soruyla ilgili farklı görüş bildirenlerin yanıtları şöyledir:

Bu alanda eğitim ve bilimsel bir müessese kurulması için çok acele edilmelidir. Çünkü çok geride kalmıştır (U3).

İş hayatına yönelik gerçekçi yardımcı bir eğitim olacağını düşünüyorum (U8).

Son olarak bahsettiğiniz sosyal tasarım öğretimi bir toplumun sosyal durumu, zevkleri, ekonomik ve politik durumundan yola çıkarak nasıl tasarımlar yapılacağını anlatan bir ders ise üstte yazdıklarımın hepsini geri alıyorum (U10).

5. SOSYAL TASARIM DERSİ ÖNERİSİ

5.1. Sosyal Tasarım Dersinin Uygulanması ile İlgili Açıklamalar

Sosyal Tasarım dersi Güzel Sanatlar Fakülteleri Grafik Bölümü ve Görsel İletişim Tasarımı Bölümleri 7. ve 8. yarıyılıda olmak üzere, haftada 4 saatlik bir ders süresi öngörülerek seçmeli ders olarak tasarlanmıştır.

Bu dersin eğitim ve öğretiminde;

1. Toplum sorunlarına, çevreye, insana daha duyarlı, nitelikli ve bilinçli tasarımcılar yetiştirmek amacıyla Sosyal Tasarım dersi disiplinler arası yaklaşımla tasarlanmış bir derstir. Bu nedenle gerektiğinde diğer alanlarla ilişkilendirme yapılmalıdır. Örneğin kanser ile ilgili bir çalışma için tıp alanından; savaş karşıtlığı ve savaşın etkileri ile ilgili bir çalışma için tarih alanı ile ilişkilendirme sağlanabilir.
2. Öğretim elemanı, kazanımları gerçekleştirmek adına; içinde yaşadığı toplumun özelliklerini; öğrenci grubunun hazır-bulunuşluk düzeylerini dikkate alarak genel amaçlar doğrultusunda hareket etmelidir.
3. Bu ders özellikle toplumsal ve insani değerleri kazandırmaya yönelik bir ders olduğu için, değer eğitimi odaklanılmalıdır. Değer eğitimi verirken örnek olaylardan yararlanılabilir.
4. Bu ders teorik bilgiden çok uygulamaya yönelik olarak işlenmelidir. Bu nedenle bilgisayar, projeksiyon gibi teknik malzemeye sahip atölye hazırlanmasına olanak sağlanmalıdır.
5. Sosyal Tasarım dersi taslak programında, ders ilk dört hafta teorik olarak işlenmeli; sosyal tasarım kavramı ve ilgili tanımlar (STK, mesleki etik, tüketim toplumu, anti-reklam, sosyal sorumluluk projeleri vb.), sosyal tasarımın tarihsel süreci, sosyal tasarımın görsel iletişim tasarımında yeri ve önemi, günümüz tasarımının çevresindeki sorunlar konuları öğrencilere görsellerle (afiş, video vb.) desteklenerek anlatılmalıdır. Bu süreç içinde öğrencilerin de derse dahil olması sağlanmalıdır.

6. Beşinci hafta öğrencilerle beyin fırtınası yapılarak toplumun güncel sorunlarını belirleme ve çözüm üretmeye yönelik proje hazırlama aşamasına gelinmelidir. Yedinci ve sekizinci hafta belirlenen proje geliştirilip hazırlanmalıdır.

7. Ara sınavdan sonraki iki hafta süresince yine teorik olarak işlenmeli; bu alanda dünyadaki gelişmeler, yapılan çalışmalar, etkinlikler ve projeler öğrencilere aktarılmalıdır. Daha sonraki haftalarda yine öğrencilerle beyin fırtınası yapılarak bir proje geliştirilip uygulanmalıdır.

8. Ortaya çıkan çalışmalar okul içinde ve dışında sergilenmeli, ulaşabildiği kadar çok insana ulaşması sağlanmalıdır. Çalışmanın konusu ile ilgili olarak gerekli kurumlarla iletişime geçilip satışı sağlanabilir. Elde edilen gelirin de yardım kuruluşlarına bağışlanması sağlanabilir. Böylece hem dersin amacına hem de öğrencilerin yardımlaşma ve dayanışma değerlerinin gelişimine katkı sağlanabilir.

5.2. Genel Amaçlar

Eğitim-öğretim döneminin sonunda Sosyal Tasarım dersini alan öğrenci şu edinimleri kazanması amaçlanmaktadır:

1. İçinde yaşadığı toplumunun değerlerine ve sorunlarına duyarlı bir tasarımcı aday olması.
2. Dünyayı, toplumu daha yaşanır kılmak adına sosyal sorumluluk kampanyaları yaratabiliyor olması.
3. Etik değerlere saygılı ve yaratıcılığını insani değerlerden, toplumsal sorunlardan yana kullanan bir tasarımcı olması.

5.3. Sosyal Tasarım Ders Önerisi Formu

BÖLÜM I. DERS İLE İLGİLİ BİLGİLER

FAKÜLTE/ENSTİTÜ veya YÜKSEKOKUL	Güzel Sanatlar Fakültesi
BÖLÜM (veya ABD)	Grafik / Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

Yarıyıl	HAFTALIK DERS SAATİ			DERSİN			
	Teorik	Uygulama	Laboratuar	Kredisi	AKTS	Türü	Dili
7-8	2	2		3	4	ZORUNLU <input type="checkbox"/> SEÇMELİ <input checked="" type="checkbox"/>	Türkçe

DERS ADI <i>Bu bilgi kataloglarda yer alacaktır.</i>
Türkçe Ad <i>en çok 80 karakter</i> Sosyal Tasarım
Kısaltılmış Türkçe Ad <i>en çok 20 karakter</i> Sos. Tas.
Dersin İngilizce Adı <i>maximum 80 characters</i> Social Design
Dersin Kısaltılmış İngilizce Adı <i>maximum 20 characters</i> Soc. Des.

Ön Şart Dersi (varsa) <i>Ders koduyla belirtiniz</i>	
Önerilen ön şartlar (varsa)	

Dersin Cinsi (Uygun olanların tümünü işaretleyiniz)							
	Bölümün Zorunlu Ders		Dekanlık/YO için Zorunlu Ders	x	Bölümün Seçmeli Ders		Dekanlık/YO için Seçmeli Ders

Önerilen ders programdaki bir başka dersin yerini alacak mı? (birini işaretleyin)		<input type="checkbox"/> Evet	<input checked="" type="checkbox"/> Hayır
Önceki Dersin Kodu		Önceki Dersin Adı	

İLK VERİLİŞ											
Akademik Dönem	20		/	20		Dönem		x	GÜZ		BAHAR
Önerilen Maksimum Sınıf Mevcudu	20	Diğer Bölüm Öğrencileri için Kontenjan					Dersi Alması Beklenen Öğrenci Sayısı	20			

BÖLÜM II. DERS İLE İLGİLİ DETAYLAR

Dersin açılmasını neden öneriyorsunuz? Belirtiniz.
Sosyal tasarım kavramının tüm dünyada önem kazanmaya başladığı gözlemlenmektedir. Ülkemizde ise son yıllarda öne çıktığı görülmektedir. Sivil toplum örgütleri, özel sektör ve devlet kuruluşları sosyal sorumluluk adı altında pek çok kampanya yürütmektedir. Bu sosyal projelerin yürütülmesiyle topluma fayda sağlanmaya çalışılmaktadır. Sosyal kampanyalar yaratarak toplumu bu durumdan haberdar etmek, bilinçlendirmek adına tasarımcılara büyük görev düşmektedir. Güzel Sanatlar Fakülteleri 'Grafik Tasarım' ve 'Görsel İletişim Tasarımı' bölümleri öğretim programlarında 'sosyal tasarım' ın ayrı bir ders olarak yer alması durumunda toplum sorunlarına, çevreye, insana daha duyarlı, nitelikli ve bilinçli tasarımcılar yetişmesinde yüksek düzeyde faydalı olacağına inanılmaktadır.

Öğretme Şekli
<i>Dersi nasıl organize edeceğinizi belirtiniz (teorik dersler, uygulamalar, laboratuvarlar vs)</i>
Sözel anlatım, soru cevap ve tartışma, beyin fırtınası yöntemleri kullanılacaktır. Uygulamalı bireysel çalışma ve grup çalışması yapılacaktır. Öğrencilere bir sonraki hafta işlenecek konu doğrultusunda araştırma yapma ve ödev hazırlama sorumluluğu verilerek derse hazır gelmeleri sağlanacaktır.

Laboratuvar/Uygulama/Stüdyo

Her hafta yapılacak laboratuvar/stüdyo/uygulama saatlerini belirtiniz.

Ders haftada 4 saat olmak üzere 2 saat teorik 2 saat uygulamalı olarak işlenecektir.

Bilgisayar Kullanımı

Bilgisayar gereksimi bulunup bulunmadığını, özel yazılımlar gerekip gerekmediğini kısaca belirtiniz.

- Bilgisayar
- Projeksiyon

Haftalık Detaylı Ders İçeriği

Hafta	Konular	Önerilen Kaynak
Hafta 1	Sosyal tasarım kavramı- tanımlar (STK, mesleki etik, tüketim toplumu, anti-reklam, sosyal sorumluluk projeleri)	
Hafta 2	Sosyal tasarımın tarihsel süreci	
Hafta 3	Sosyal tasarımın görsel iletişim tasarımında yeri ve önemi	
Hafta 4	Günümüz tasarımının çevresindeki sorunlar	
Hafta 5	Toplumun güncel sorunlarını belirleme ve çözüm üretmeye yönelik proje hazırlama	
Hafta 6	Proje geliştirme	
Hafta 7	Proje geliştirme	
Hafta 8	Uygulama	
Hafta 9	Ara sınav	
Hafta 10	Tasarım müdahaleleri (Satın almama günü (SAG), televizyon seyretmeme haftası, sade hayat hareketi)	
Hafta 11	Uluslararası sosyal tasarım/iletişim projeleri	
Hafta 12	Proje geliştirme	
Hafta 13	Uygulama	
Hafta 14	Uygulama	
Hafta 15	Uygulama	
Hafta 16	Dönem sonu sınavı	

Önerilen Kaynaklar

- Brian Dougherty. *Green Graphic Design*. Allworth Press, 2008.
- DK. Holland. *Design Issues: How Graphic Design Informs Society*. Allworth Press, 2001.
- Nigel Whiteley. *Design for Society*. Reaktion Books Ltd., 1998.
- Sim Van Der Ryn, Stuart Cowan. *Ecological Design, Tenth Anniversary Edition*. Island Press, 2007.

PROGRAMLARINDA ÖNERİLEN DERSİN VEYA BENZERİNİN BULUNDUĞU DİĞER ÖĞRETİM KURUMLARININ MEVCUDİYETİ

Üniversite	Dersin Adı	Yarıyılı	Ders zorunlu mu?	Ders seçmeli mi?
Anadolu Üniversitesi	Ekolojik Grafik Tasarım	4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Beykent Üniversitesi	Sivil Toplum Kuruluşları	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doğuş Üniversitesi	Toplumsal Duyarlılık Projeleri	1-2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haliç Üniversitesi	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Işık Üniversitesi	Sosyal Sorumluluk Uygulamaları	7-8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
İstanbul Arel Üniversitesi	Sosyal Sorumluluk ve Topluma Hizmet Uygulamaları	4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İstanbul Aydın Üniversitesi	Sosyal Sorumluluk ve Etik	1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bölümünüzde veya diğer bölümlerde içeriği bu dersle örtüşen ders(ler) var mı?

Evet

Hayır

Varsa benzer dersin kodu

Varsa Dersin Adı

Dersin açılmasını öneren öğretim elemanları (Ünvan, Ad, Soyad)	İmza

Dersi verebilecek öğretim elemanları (Ünvan, Ad, Soyad)	İmza

BÖLÜM III. BÖLÜM KURUL KARARI VE BÖLÜM BAŞKANI ONAYI

Bölüm Kurulu Toplantı Tarihi		Toplantı No.		Karar Sayısı	
Öğretim Üyesi Sayısı	Öneren <input type="checkbox"/>	Ret eden <input type="checkbox"/>		Çekimser <input type="checkbox"/>	
Bölüm Başkanı Ünvan, ad, soyad		İmza		Tarih	

NOT: Bu formun bir kopyasını Dekanlığa/Enstitü Müdürlüğüne/Yüksekokul Müdürlüğüne veriniz.

BÖLÜM IV. FAKÜLTE/ENSTİTÜ/OKUL KARARI VE DEKAN/MÜDÜRÜN ONAYI

Fakülte Kurulu Toplantı Tarihi		Toplantı No.		Karar Sayısı	
Kurul Üyeleri Sayısı	Öneren <input type="checkbox"/>	Ret eden <input type="checkbox"/>		Çekimser <input type="checkbox"/>	
Dekan/Müdür Ünvan, ad, soyad		İmza		Tarih	

BÖLÜM V. ÜNİVERSİTESİ Senatosunun Kararı ve Rektörlük Onayı

Senato Toplantı Tarihi		Toplan tı No.		Karar Sayısı	
Rektör Yardımcısı Ünvan, ad, soyad		İmza		Tarih	

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma bulgularına dayalı sonuçlar ve öneriler verilmiştir.

6.1. Sonuçlar

- Araştırmaya katılan öğretim elemanları ve uzmanların büyük bir çoğunluğu sosyal tasarım öğretiminin çok önemli ve gerekli olduğunu belirtmişlerdir. İyi bir grafik tasarımcının sosyal konulara duyarlı olması gerektiğini, içinde yaşadığı toplumun değerleri açısından çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Öğretim elemanları ve uzmanlar sosyal tasarım eğitiminin öğrencilerin tasarım alanında kendilerini geliştirebilmeleri açısından da oldukça önemli olduğunu vurgulamışlardır. Bunun yanı sıra kimi öğretim elemanları ve uzmanlar ise sosyal tasarım eğitiminin önemsiz olduğunu, grafik tasarımcı yetiştirmek için çok gerekli olmadığını ifade etmişlerdir.
- Öğretim elemanları ve uzmanların büyük bir çoğunluğu sosyal tasarım eğitiminin, tasarımcının mesleki hayatına katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu konuda alınacak eğitimin, tasarımcıların daha nitelikli ve amacına uygun ürünler ortaya çıkarabilmesine, tasarımlarının hedef kitle ve toplumsal gelişmelere uygun olacağına, kendini geliştirebilmesine katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra kimi öğretim elemanları ve uzmanlar ise sosyal tasarım eğitiminin meslek hayatına katkısı olmadığını, bu yüzden çok gerekli olmadığını ifade etmişlerdir. Öğretim elemanlarının çoğunluğunun sosyal tasarım ile ilgili yayınları takip ettikleri görülmüştür. Bu durumun yanı sıra, öğretim elemanlarının alanla ilgili olarak yeterince etkinliklere katılmadığı görülmüştür. Ayrıca büyük çoğunluğunun konuyla ilgili çalışmalarının olmadığı görülmüştür.

- Öğretim elemanlarının büyük çoğunluğu derslerinde, sosyal tasarıma gerekli olduğunda yer verdiklerini belirtmişlerdir. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım eğitiminde öğretim materyali olarak en çok internetten, görsel araçların ve örnek çalışmalardan faydalandıkları görülmüştür. Yabancı dilde yayınlar, Türkçe yayınlar ve bilimsel yayınlardan ise çok az faydalandıkları görülmüştür. Öğretim elemanlarının sosyal tasarım öğretiminde, öğretim yöntem ve tekniklerinden en çok araştırma-inceleme yaptırma, beyin fırtınası ve tartışma yöntemini kullandıkları görülmüştür. Soru-yanıt yöntemi ve düz anlatım yöntemini ise daha az kullandıklarını belirtmişlerdir. Öğretim elemanları grafik tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretiminin “Sosyal tasarımın grafik tasarımdaki yeri ve önemini kavrama”, “Sosyal tasarımın uygulama alanlarını öğrenme” ve “Sosyal tasarım ve görsel çevre ilişkisini kavrama” amaçlarının önemli olduğunu belirtmişlerdir. Öğretim elemanlarının büyük çoğunluğu sosyal tasarım öğretiminde sorun yaşadığını belirtmişlerdir. Öğretim elemanlarının yaşadıkları sorunların başında Türkçe kaynak sıkıntısı, ders saatinin yetersizliği, öğrenci kaynaklı sorunlar ve amaçların belirlenmesine ilişkin sorunlar olduğu görülmüştür.
- Öğretim elemanlarının büyük bir çoğunluğu sosyal tasarım eğitimini desteklemeye yönelik etkinlikler gerçekleştirdikleri görülmüştür. Gerçekleştirilen etkinlikleri öncelikli olarak grafik tasarım/sosyal içerikli tasarım sergilerinin oluşturduğu görülmüştür. Daha sonra ise, tasarım yarışmalarını çoğunlukla gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Öğretim elemanlarının neredeyse tamamı bölümlerinde sosyal tasarım ile ilgili bir ders olmadığını belirtmişlerdir.
- Öğretim elemanlarının büyük çoğunluğu grafik tasarım programında sosyal tasarımın ayrı bir ders (seçmeli) olarak yer alması gerektiğini belirtmişlerdir. Uzmanların büyük bir çoğunluğu sosyal tasarımın, eğitim programlarında yer alması gerektiğini, bu eğitimle birlikte tasarımcıların daha nitelikli ve amacına uygun ürünler ortaya çıkarabileceğini, tasarım problemlerine farklı bakış açısıyla yaklaşma becerisi kazanabileceklerini, tasarımlarının hedef kitle ve toplumsal gelişmelere uygun olarak şekilleneceğini, tasarımcının kendini geliştirebileceğini, daha nitelikli ve bilinçli tasarımcılar olacaklarını belirtmişlerdir. Ayrıca içinde yaşadıkları toplumun değerlerini göz ardı etmemeleri gereğinin önemini kavrayabileceklerini ifade etmişlerdir.

6.2. Öneriler

- Grafik Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı programında, sosyal tasarıma ayrı bir ders olarak yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir.
- Diğer grafik tasarım derslerinde ayrılan sürenin yetersiz olduğu düşünülmektedir.
- Sadece gündemde yer alan bir ya da birkaç sosyal sorumluluk kampanyasına yönelik çalışma yaptırmak, öğrencilerin sosyal tasarımı kısa süreli bitirip teslim etmesi gereken bir ödev gibi algılamalarına neden olmaktadır. Bunun yerine öğrencilere sosyal tasarım eğitimi ile tasarım yapmanın yanı sıra tasarımlarının toplum, kültür ve çevre üzerindeki etkileri hakkında duyarlı birer tasarımcı olmaları gerektiği öğretilmelidir.
- Öğretim elemanları sosyal tasarım ile ilgili sempozyum, panel gibi etkinliklere daha çok katılmalı, konuyla ilgili olarak yayınları ve sosyal medyayı yakından takip etmelidir.
- En büyük sorunlardan biri olan sosyal tasarım ile ilgili Türkçe yayınların sayısı artırılmalı, yabancı dilde yayınlar aktarılmalı ve bu alana yönelik araştırmalar artırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Barnard, M. (2002). *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Becer, E. (2005). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Berger, J. (1995). *Görme Biçimleri*. (Çev. Y. Salman). İstanbul: Metis Yayınları.
- Berger, J. (2002). *Görme Biçimleri*. 8. Basım. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bilirdönmez, K. (2010). *Fotoğrafın Görsel İletişim Tasarımındaki Kurguları ve Uygulamaları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi SBE, Fotoğraf Anasanat Dalı.
- Bingöl, Y. ve Tanrıver, N. (t.y.). “Bilgi Çağında Değişen Sosyal Hareketler: Sanal Eylemler”. *The Journal of Knowledge Economy and Knowledge Management*, 4(1): 131-141.
- Boztaş, E. (2011). Grafik Tasarım Eğitimi İçin Görsel Çoklu Ortam Materyali Geliştirme. *Ege Eğitim Dergisi*. 12 (2):44-62.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Clark, T. (2004). *Sanat ve Propaganda*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çitci, E. (2009). Görsel Kültür Elemanı Olarak XX. Yy.da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi. Yüksek Lisans Tezi.
- Demir, H. (2010). “Geçmişten Günümüze Grafik Tasarımın İşlevi ve Başlıca Gelişim Evreleri”, *Atatürk Üniversitesi Dergisi*, 57-62. (çevrimiçi) <http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/gsf/article/view/3120/3012> (Erişim: 20 Aralık 2013).

- Depeli, G. (2010). *Göçmenin Evi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Kültür ve İletişim Yayınları.
- Dorr, A. ve Kunkell, D. (2000). "Children and The Media Environment". *Communication Research*, 17(1): 21-24.
- Duru, H. ve Zeybek, I. (2007). *Kimliğim ve Ben*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınevi.
- Dülgeroğlu, Y. S. (2007). "Sosyal İçerikli Grafik Tasarım". *Grafik Tasarım Dergisi*, 4(2): 68-71.
- Düz, N. (2001). Kitap Kapağı'nda Grafik Tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kuramsal Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi.
- Düz, N. (2012). *Ambalaj-Reklam İlişkisi ve Tasarım Eğitimindeki Yeri*. Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi. 3 (6):19-52. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Eggland, W. (1991) *Örgütlerde İletişim*. (Çev. Y. Büyükerşen vd.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Elmas, H. (2007) *21.Yüzyılda Türkiye'de Güzel Sanatlar Eğitimi ve Güzel Sanatlar Eğitiminde Yaşanan Sorunlar*. 2.Bölge Üniversiteleri Ve Güzel Sanatlar Fakülteleri Dekanlar Toplantısı ve Paneli'nde sunulmuş bildiri, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Eroğlu, Ö. (2006). *Resim Sanatı Sözlüğü*. İstanbul: Nelli Sanatevi.
- ERTEP, H.(2007). "Kimliğini Arayan Bölüm: Görsel İletişim Tasarımı". *Grafik Tasarım Dergisi*, 9, 72-77.
- Frascara, J. (2004). *Communication Design: Principles, Methods and Practice*. New York: Allworth Press.
- Gökaydın, N. (1990). *Eğitimde Tasarı ve Görsel Algı*. Ankara: Sedir Yayınları.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Güney, S. (2008). *Davranış Bilimleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- İçli, G. E. ve Çopur, M. E. (2008). “Pazarlama İletişiminde Renklerin Rolü”. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1): 22-33.
- İpek, İ., (2003). “Bilgisayarlar, Görsel Tasarım ve Görsel Öğrenme Stratejileri”. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(3): 68-76.
- Keşaplı, O. (2013). “Nazi Almanya’sı ve Faşist İtalya’da Faşist Sinema Estetiği”. *Azizim E-Dergisi*, 1(4): 35-40.
- Ketenci, H.F. ve Bilgili, C. (2006). *Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim & Grafik Tasarım*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Kotler, P. (2005). *A’dan Z’ye Pazarlama, Pazarlamayla İlgilenenin Bilmesi Gereken 80 Kavram*. (Çev. A.K. Bakkal), İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Köknel, Ö. (1987) *İnsanı Anlamak*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Lauer, D.A. and Pentak, S. (2011). *Design Basics*. Eight Edition. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.
- Leppert, R. (2002). *Sanatta Anlamın Görüntüsü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1994). *Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri*. (Çev. B. Dağtaş ve U. Demiray), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2003). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Özçuhadar, T. (2011). Eko-Tasarım, Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Yayınları-IV, 16. (çevirimiçi). http://www.rec.org.tr/dyn_files/20/5925-IV-EKO-TASARIM.pdf (Erişim: 19.09.2014).
- Özsoy, V. (2003). *Görsel Sanatlar Eğitimi, Resim-İş Eğitiminin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Öztuna, H. Y. (2007). “Fransız Art Nouveanu Afiş Tasarımı 1890-1914”, *Grafik Tasarım Dergisi*, 5, 60-65.

- Öztuna, H. Y. (2007b). "Konstrüktivizm El Lissitzky ve Tipografi". *Grafik Tasarım Dergisi*, 11, 90-99.
- Öztuna, H. Y. (2007c). "San Francisco Psychedelic Rock Hareketi ve Afişleri", *Grafik Tasarım Dergisi*, 8, 80-87.
- Öztuna, H. Y. (2007d). "Sovyet Film Afişleri: Stenberg Kardeşler". *Grafik Tasarım Dergisi*, 13, 86-91.
- Öztuna, H. Y. (2008). "Nazi Propaganda Stratejisi ve Afiş Tasarımları". *Grafik Tasarım Dergisi*, 27.
- Poynor, R. (1999). "Adbuster's", *No Tasarım*, 1(5): 42.
- Rosochacki, S. (2012). "Social Learning in Visual Communication Design". *The International Journal of Humanities*, 9(3): 165-172.
- Selamet, S. (2012). "Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarımı". *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15): 127-129.
- Sofi, M. (2006). *Küreselleşme Olgusu Çerçevesinde Oluşturulan Birey Kimliğini Sorgulayıcı Afiş Tasarımları*. Yüksek Lisans Tezi.
- Şenyapılı, Ö. (2008). "Afişlerde Birinci Dünya Savaşı". *Grafik Tasarım Dergisi*, 22(2008).
- Şimşek, A., Özdamar, N., Becit, G., Kılıçer, K., Akbulut, Y. ve Yıldırım, Y. (2007). *Türkiye'deki Eğitim Teknolojisi Araştırmalarında Güncel Eğilimler*. 1. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu Bildirileri. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar Tarih-Tasarım-Teknoloji*. Ankara: Detay Yayınları.
- Tunalı, İ. (2004). *Tasarım Felsefesine Giriş*. İstanbul: YEM Yayınevi.
- Uçar, T.F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Usluata, A. (1995). *İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Uzun, R. (2007). “İstihdam sorunu bağlamında Türkiye’de iletişim eğitimi ve öğrenci yerleştirme”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 25(2): 117-134.

Quernec, A., (n.d.) “First Things First”, *No Tasarım*, 2(5): 130.

Well, A. (2007). *Grafik Tasarım*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Yılmaz, K. ve Altinkurt, Y. (2011). Öğretmen Adaylarının Türk Eğitim Sisteminin Sorunlarına İlişkin Görüşleri. *Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8 (1), 942-973.

Zıllıoğlu, M. (2003). *İletişim Nedir?*. İstanbul: Cem Yayınevi.

İnternet Kaynakları

Web 1. Görsel Sanatlar ve Görsel İletişim Tasarımı (BA & MA). FCMS (Faculty of Communication a Media Studies).

http://fcms.emu.edu.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=57&lang=tr (11.11.2013).

Web 2. Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar.

http://www.gmk.org.tr/pdf/gsu/grafik_sanatlar_uzerine123.pdf (11.11.2013).

Web 3. Bilgi.edu.tr (t.y.). Görsel İletişim Tasarımı. <http://www.bilgi.edu.tr/tr/programlar-ve-okullar/lisans/iletisim-fakultesi/gorsel-iletisim-tasarimi/> (20.12.2013).

Web 4. e-okul.co (2013). Geleceğin Mesleği: Görsel İletişim ve Tasarımı (Doç. Dr. Nazlı Eda Noyan ile Röportaj). <http://e-okul.co/gelecegin-meslegi-gorsel-iletisim-ve-tasarimi-roportaj/> (18.12.2013).

Web 5. Git.yasar.edu.tr (t.y.). Görsel İletişim Tasarımı. <http://git.yasar.edu.tr/> (20.12.2013).

Web 6. <http://blog.mercedes-benz.com.tr/bir-yildizin-hikayesi-2/> (21.12.2013).

Web 7. http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2008/03/kucuk_dev_adam_henry_de_toulouse_lautrec.html (21.12.2013).

Web 8. <http://www.kengarland.co.uk/KG-published-writing/first-things-first/> (13.09.2013).

- Web 9. <http://aysetatileciksin.wordpress.com/2012/06/07/yeni-insanin-sanatla-insasi/> (21.12.2013).
- Web 10. http://www.sanatcephesi.org/SC/314/kizil_afis_ya_da__bir_externasyonal_dayanisma_ornegi/ (21.12.2013).
- Web 11. <http://huseyinsevkitopuz.blogspot.com.tr/2010/05/anti-ad-anti-reklam.html> (21.12.2013).
- Web 12. <http://www.ruzname.net/birinci-dunya-savasindan-propaganda-afisleri> (21.12.2013).
- Web 13. <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/25653031.asp> (21.12.2013).
- Web 14. <http://www.iletikampus.com/amerikan-ekonomik-krizi-ve-afis-tasarim/> (21.12.2013).
- Web 15. <http://alkislarlayasiyorum.com/icerik/3041/propaganda-afisleri> (21.12.2013).
- Web 16. <http://altyazili.org/triumph-des-willens/> (21.12.2013).
- Web 17. http://www.allposters.com.tr/-sp/Yapariz-Biz-Percinci-Rosie-We-Can-Do-It-Rosie-the-Riveter-Posterler_i1750913_.htm (21.12.2013).
- Web 18. <http://www.kaosgl.com/sayfa.php?id=1080> (21.12.2013).
- Web 19. <http://www.coloribus.com/focus/ad-posters-with-magnets/9773555/> (21.12.2013).
- Web 20. <http://adsoftheworld.com> (21.12.2013).
- Web 21. <http://agonistica.com/oliviero-toscani/> (13.09.2013).
- Web 22. <http://www.rojaksite.com/pray-for-japan/> (07.03.2014).
- Web 23. <http://pics7.this-pic.com/key/french%20revolution%20slogan> (21.12.2013).
- Web 24. <http://trendland.com/rizon-pareins-3d-graphic-design/> (07.03.2014).
- Web 25. http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/T%C3%BCrk%20Grafik%20Sanat%C4%B1%20Tarihi.pdf (21.05.2014).

Web 26. <http://www.azadxeber.net/yazdir.php?id=4355&t=H> (21.05.2014).

Web 27. <http://iletisim.bahcesehir.edu.tr/> (20.12.2013).

Web 28. <http://bilet.bahcesehir.edu.tr/?cat=96> (20.12.2013).

Web 29. <http://yeditepe.edu.tr/> (20.12.2013).

Web 30. <http://www.acibademmedya.com/blog/tipografi-nedir/> (11.09.2013).

Web 31. <http://grafist.org/> (20.12.2013).

Web 32. [http://www.mica.edu/Programs_of_Study/Graduate_Programs/Social_Design_\(MA\).html](http://www.mica.edu/Programs_of_Study/Graduate_Programs/Social_Design_(MA).html) (09.09.2014).

Web 33. <http://www.designacademy.nl/> (09.09.2014).

EKLER

EK-1. Öğretim Elemanı Sayıları

	ÜNİVERSİTE ADI	BÖLÜM ADI	ÖĞRETİM ELEMANI SAYISI
1	Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	3
2	Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	10
3	Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	4
4	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	3
5	Çankırı Karatekin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	5
6	Çukurova Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	5
7	Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	9
8	Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	15
9	Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	9
10	Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	7
	Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	3
11	Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	13

12	Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	6
13	Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	10
14	Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	5
15	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	Grafik Tasarım Bölümü	14
16	Muğla Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	7
17	Sakarya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	8
18	Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	8
19	Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	5
20	Trakya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Bölümü	4
21	Atılım Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	6
22	Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Görsel Sanatlar ve Tasarım Bölümü	11
23	Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	5
		İletişim ve Tasarım Bölümü	3
24	Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	8

25	Doğuş Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Fakültesi	Grafik Bölümü	4
		Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	6
26	Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	5
27	Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Görsel İletişim Tasarım Bölümü	6
28	İstanbul Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	11
29	İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	5
30	İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi	İletişim Tasarımı ve Multimedya Bölümü	15
31	İzmir Ekonomi Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi	Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	9
32	Kadir Has Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	5
33	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	5
34	Yaşar Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	6
35	Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Grafik Tasarım Bölümü	7
TOPLAM			270

EK-2. Anket Formu

Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Sosyal Tasarımın Gerekliliğine Dair Öğretim Elemanlarının Görüşleri Anketi

Değerli Öğretim Elemanı,

Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Bölümü Grafik Eğitimi Anabilim Dalı'nda doktora tezi hazırlamaktayım.

Tezin konusu “Görsel İletişim Tasarım Eğitiminde Sosyal Tasarımın Gerekliliğine Dair Bir Araştırma ve Bir Ders Önerisi” dir.

Araştırmada, görsel iletişim tasarımı eğitimi alanında sosyal tasarımın gerekliliğini, sosyal tasarımın görsel iletişim tasarımı eğitimi içindeki amaç ve işlevi saptanmaya çalışılacaktır. Ayrıca Türkiye’de sadece Güzel Sanatlar Fakülteleri ‘Grafik Tasarım’ ve ‘Görsel İletişim Tasarımı’ bölümlerinde uygulanmakta olan öğretim programlarında bu konuyla ilgili olarak sorunların olup olmadığı belirlenecek, bu sorunları giderici öneriler geliştirilip ve yeni bir ders önerisi geliştirilecektir.

Bu amaçla hazırlanmış olan anket iki bölümden oluşmaktadır.

1. Kişisel tanıtım soruları
2. Sorunları belirlemeye yönelik sorular

Soruları cevaplamadan önce seçenekleri lütfen dikkatle okuyunuz ve daha sonra uygun gördüğünüz şıkları işaretleyiniz. Araştırmanın bulgularının geçerliliği büyük ölçüde size sunulan sorulara vereceğiniz cevaplara bağlı olacağından gerçeği yansıtan görüş ve önerileriniz önem taşımaktadır.

İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkürlerimi sunarım.

Arş. Gör. Nazik ÇELİK

Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

Danışman: Prof. Dr. Adnan TEPECİK

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

1. Kurumunuzun Adı:

2. Bölümünüz, Anabilim veya Anasanat Dalınız:

3. En son aldığınız eğitim derecesi:

- Eğitim Enstitüsü (3 yıl)
- Lisans
- Yüksek Lisans
- Doktora
- Sanatta Yeterlilik

4. Teziniz sosyal sorumluluk alanı ile ilgili mi?

- Evet
- Hayır

5. Kaç yıldır üniversitede çalışmaktasınız?

- 0-5
- 5-10
- 10-20
- 20 yıl ve üzeri

6. Ünvanınız nedir?

- Profesör
- Doçent
- Yardımcı Doçent
- Öğretim Görevlisi
- Araştırma Görevlisi
- Uzman

7. Yaşınız:

- 25 yaş ve altı
- 25-35
- 35-45
- 45-55
- 55 yaş ve üzeri

8. Cinsiyetiniz:

- Kadın
- Erkek

SOSYAL TASARIM EĞİTİMİ İLE İLGİLİ VAR OLAN DURUMUN DEĞERLENDİRİLMESİNE VE ÖNERİLERE YÖNELİK SORULAR

Aşağıdaki sorulara, ilgili seçeneklerden görüşünüze uygun olanı işaretleyiniz.

9. Sosyal tasarım ile ilgili yayınları takip ediyor musunuz?

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Kimi zaman
- Çok seyrek
- Hiçbir zaman

10. Sosyal tasarım/sosyal sorumluluk kampanyaları ilgili sempozyum, panel, konferans gibi etkinliklere katılıyor musunuz?

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Kimi zaman
- Çok seyrek
- Hiçbir zaman

11. Konuyla ilgili bir çalışmanız var mı?

- a. Evet
- b. Hayır

Yanıtınız evet ise kaç tane?

12. Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretimine yer veriyor musunuz?

- a. Evet
- b. Hayır

Yanıtınız evet ise Grafik Tasarım derslerinde ne kadar yer veriyorsunuz?

- a. Haftada 1–2 saat
- b. Gerekli olduğunda
- c. Nadiren
- d. Diğer (Lütfen belirtiniz):

13. Sosyal tasarım öğretiminde aşağıdaki öğretim materyallerinden hangi sıklıkla yararlanıyorsunuz?

Sosyal tasarım öğretiminde yararlandığınız kaynak ve araçlar	Her zaman	Çoğunlukla	Kimi zaman	Çok seyrek	Hiçbir zaman
Türkçe grafik tasarım/sosyal tasarım ile ilgili süreli yayınlar					
Yabancı dilde grafik tasarım/sosyal tasarım ile ilgili süreli yayınlar					
Bilimsel yayınlar (ilgili makaleler/bildiriler/tezler)					
Örnek çalışmalar					
İnternet					
Bilgisayar					
Görsel araçlar (film, video, slayt, CD vb)					
Diğer (Lütfen belirtiniz):					

14. Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretiminin amaçlarına ilişkin olarak aşağıda yer alan maddelerin önemini, size uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

Grafik Tasarım derslerinde sosyal tasarım öğretiminin amaçları	Çok önemli	Önemli	Kısmen önemli	Önemsiz	Çok önemsiz
Sosyal tasarımın grafik tasarımdaki yeri ve önemini kavrama					
Sosyal tasarımın uygulama alanlarını öğrenme					
Sosyal tasarımın tarihsel gelişimini öğrenme					
Sosyal tasarım ve kültürel yapı ilişkisini kavrama					
Sosyal tasarım ve görsel çevre ilişkisini kavrama					
Diğer (Lütfen belirtiniz):					

15. Sosyal tasarım öğretiminde, aşağıda verilen öğretim yöntem ve tekniklerini kullanma sıklığınızla ilgili olarak, size uygun olan seçeneği işaretleyerek belirtiniz.

Sosyal tasarım öğretiminde kullandığınız öğretim yöntem ve teknikleri	Her zaman	Çoğunlukla	Kimi zaman	Çok seyrek	Hiçbir zaman
Soru-yanıt yöntemi					
Düz anlatım yöntemi					
Tartışma yöntemi					
Beyin fırtınası					
Araştırma-inceleme yaptırma					
Diğer (Lütfen belirtiniz):					

16. Sosyal tasarım öğretiminde sorun yaşıyor musunuz?

a. Evet

b. Hayır

Yanıtınız evet ise ne tür sorunlar yaşıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz).

- Türkçe yazılı kaynak sıkıntısı
- Yabancı dilde yazılı kaynak sıkıntısı
- Görsel kaynak sıkıntısı
- Öğrenciden kaynaklanan sorunlar
- Amaçların belirlenmesiyle ilgili sorunlar
- İçerikle ilgili sorunlar
- Değerlendirmeyle ilgili sorunlar
- Ders saatine ayrılan sürenin yetersizliği
- Diğer (Lütfen belirtiniz):

17. Sosyal tasarım öğretimini desteklemeye yönelik etkinlik gerçekleştiriyor musunuz?

a. Evet

b. Hayır

Yanıtınız **evet** ise ne tür etkinlikler gerçekleştiriyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz).

- Workshop
- Konferans
- Grafik tasarım/sosyal içerikli tasarım sergisi
- Tasarım yarışmaları
- Diğer (Lütfen belirtiniz)

18. Bölümünüzde sosyal tasarım ile ilgili ders var mı?

a. Evet

b. Hayır

19. Sosyal tasarım, Grafik Tasarım Programında ayrı bir ders olarak yer almalı mıdır?

a. Evet

b. Hayır

Yanıtınız **evet** ise (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz).

a. Seçmeli ders olarak, 2 yarıyıl, haftada 4 saat 3 kredi verilmelidir.

b. Zorunlu ders olarak, 2 yarıyıl, haftada 4 saat 3 kredi verilmelidir.

Anket sona ermiştir. İlginiz için teşekkür ederim.

EK-3. Uzman Görüşme Formu

Uzman Görüşme Formu

Sayın

Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Bölümü Grafik Eğitimi Anabilim Dalı'nda doktora tezi hazırlamaktayım.

Tezin konusu “Görsel İletişim Tasarım Eğitiminde Sosyal Tasarımın Gerekliliğine Dair Bir Araştırma ve Bir Ders Önerisi” dir.

Araştırmada, görsel iletişim tasarımı eğitimi alanında sosyal tasarımın gerekliliğini, sosyal tasarımın görsel iletişim tasarımı eğitimi içindeki amaç ve işlevi saptanmaya çalışılacaktır. Ayrıca Türkiye’de sadece Güzel Sanatlar Fakülteleri ‘Grafik Tasarım’ ve ‘Görsel İletişim Tasarımı’ bölümlerinde uygulanmakta olan öğretim programlarında bu konuyla ilgili olarak sorunların olup olmadığı belirlenecek, bu sorunları giderici öneriler geliştirilip ve yeni bir ders önerisi geliştirilecektir.

Bu amaçla, çalışma verilerini elde etmek için uzman görüşlerine sunmak üzere sorular hazırlanmıştır. Katılımınızın gönüllülük esasına dayalı olduğu, doktora tezi kapsamında gerçekleştirilecek bu çalışmada, görüşme süresinde alınan veriler tamamen bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacaktır. Çalışmama gösterdiğiniz ilgi ve ayırdığınız zaman için teşekkür ederim.

Nazik ÇELİK

Görüşme Soruları

1. Sosyal tasarım eğitiminin, grafik tasarımcı yetiştirmedeki yeri ve önemi konusunda görüşleriniz nelerdir?
2. Görsel Tasarım Eğitimi programlarında sosyal tasarım dersi yer almalı mı? Görüşleriniz nelerdir?
3. Sosyal tasarım eğitiminin, tasarımcının mesleki hayatına katkıları konusunda görüşleriniz nelerdir?
4. Sosyal tasarım eğitimi ile ilgili başka görüş ve önerileriniz nelerdir?

**EK-4. Öğretim Programlarında Benzer Ders Bulunan Güzel Sanatlar Fakülteleri
Grafik Tasarım/Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Ders Programları**

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
Temel Bilgi Teknolojisi	Temel Fotoğrafçılık
Grafik Desen I	Grafik Desen II
Görsel İletişime Giriş	Tipografi I
İleri İngilizce I	Türk Dili II
İngilizce I	Yabancı Dil Dersleri (1)
Tipografiye Giriş	Seçmeli Ders (1)
Türk Dili I	
Yabancı Dil Dersleri (1)	
Seçmeli Ders (1)	
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Grafik Tasarıma Giriş	Grafik Tasarım I
Özgün Grafik Baskı I	Özgün Grafik Baskı II
Bilgisayar Destekli Grafik Tasarım	Bilgisayar Destekli Görüntü İşleme
AİTT I	AİTT II
Tipografi II	Tipografi III
Seçmeli Ders (1)	Seçmeli Ders (1)
Mesleki Seçmeli Ders (1)	Mesleki Seçmeli Ders (1)
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Bilgisayar Destekli Yazı Tasarımı I	Bilgisayar Destekli Yazı Tasarımı III
Bilgisayar Destekli Yazı Tasarımı II	Grafik Sanatlar Tarihi II
Grafik Sanatlar Tarihi I	Ambalaj Tasarımı II

Grafik Tasarım II	Grafik Tasarım Teori ve Araştırma
Ambalaj Tasarımı I	Türk Sanatı Tarihi
Alternatif Yöntemler ve Kavramsal Düşünme	Mesleki Seçmeli Ders (1)
Reklamcılık Bilgileri	
Seçmeli Ders (1)	
VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
Grafik Üretim Teknikleri	Masaüstü Yayıncılık
Portfolyo Tasarımı I	İnteraktif Grafik Tasarım
Mesleki Seçmeli Dersler (4)	Sayısal Ortamda Grafik Üretim Teknikleri
	Portfolyo Tasarımı II
	Mesleki Seçmeli Dersler (2)
<u>Seçmeli Dersler</u>	
Kültür Tarihi	
Sanat ve Tasarım Kültürü	
Türk Hat Sanatı	
Topluma Hizmet Uygulamaları	
<i><u>Ekolojik Grafik Tasarım</u></i>	
Dijital Kültür	
Yeni Medya	
<u>Mesleki Seçmeli Dersler</u>	
Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Kitap	
Özgün Kitap Tasarımı	
İllüstrasyon	
Reklam Fotoğrafçılığı	

Foto-Grafi I

Stüdyo Fotoğrafçılığı

Foto-Grafi II

Grafik Tasarım Proje I

Kurumsal Grafik Proje I

Grafik Tasarım Proje I

Web Grafik Tasarım

Kaligrafi I

Reklam Grafiği

Özgün Kitap Tasarımı

Kurum Kimliği Tasarımı

Sayısal Video Kurgu

Kurumsal Grafik Proje II

İleri Tipografi I

Grafik Tasarım Proje III

Kaligrafi II

Kurumsal Grafik Proje II

İleri Tipografi I

Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
Akademik ve Sosyal Oryantasyon	Hukukun Temelleri
Sanat ve Tasarım Tarihi	Mitoloji
Sosyal Bilimlere Giriş	Tasarım Prensipleri
Bilgi Teknolojileri Kullanımı	İngilizcede Eleştirel Okuma ve Yazma
Desen I	Desen II
Mesleki Oryantasyon ve Grafik Tasarıma Giriş	Temel Sanat Eğitimi II
Temel Sanat Eğitimi I	
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Görsel Algı	Modern Dünyanın Oluşumu
Sanat Teorisine Giriş	Estetik ve Sanat Felsefesi
Türkçe Eleştirel Okuma ve Yazma	Medya ve Sanatta Araştırma Yöntemlerine Giriş
Baskı Resim I	Modern Türkiye'nin Oluşumu
Bilgisayar Destekli Grafik Tasarım	Baskı Resim II
İllüstrasyon	Bilgisayar Destekli Grafik Tasarım (ileri düzey)
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Çağdaş Sanat Kuramları	Sanat Eseri Analizi
Genel İletişim	<i>Sivil Toplum Kuruluşları</i>
Kalite Yönetimi Sistemleri ve Standartları	Ambalaj Tasarımı
Etkileşimli Tasarım	Grafik Tasarım Atölye II
Grafik Tasarım Atölye I	Tipografi
Sayısal Görüntü	Staj I

VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Hukuku	Girişimcilik
Grafik Tasarım Atölye III	Proje Yönetimi
Hareketli Grafikler	Bireysel Tasarım Raporları
İleri Bilgisayar Grafikleri I	Grafik Tasarım Bitirme Çalışması
Masaüstü Yayıncılık	İleri Bilgisayar Grafikleri II
Sanat ve Tasarım Projesi	Staj II

Doğuş Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
Bilgisayara Giriş	Teknik Resim ve Perspektif
İngilizce I	İngilizce II
Desen I	Desen II
Sanat Tarihi I	Sanat Tarihi II
Sanat ve Tasarım Eğitimi I	Sanat ve Tasarım Eğitimi II
<i><u>Toplumsal Duyarlılık Projeleri I</u></i>	<i><u>Toplumsal Duyarlılık Projeleri II</u></i>
Türk Dili I	Türk Dili II
Üniversite Yaşamına Giriş	Fakülte Seçmeli Ders
Fakülte Seçmeli Ders	
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Temel Fotoğraf	Tipografi I
Grafik Tasarım I	Grafik Tasarım II
Tasarımda Bilgisayar	Grafik Üretim Teknikleri
Yazı	İllüstrasyon I
Staj I	Staj II
AİTT I	AİTT II
Bölüm Seçmeli Ders	Bölüm Seçmeli Ders
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Tipografi II	Reklam Grafiği I
Grafik Sanatlar Tarihi	Ambalaj Grafiği Tasarımı
Web Tasarımı I	Web Tasarımı II
Çağdaş Avrupa'nın ve Modern Etiğin Temelleri	Staj III

Bölüm Seçmeli Ders	Bölüm Seçmeli Ders
Üniversite Seçmeli Ders	Üniversite Seçmeli Ders
VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
Yayın Grafiği Tasarımı	Bitirme Projesi
Kurumsal Kimlik Tasarımı	Kültürel Gelişim Semineri
Reklam Grafiği II	Staj IV
Fikri ve Sınai Haklar	Bölüm Seçmeli Ders
Fakülte Seçmeli Ders	Bölüm Seçmeli Ders
	Üniversite Seçmeli Ders
<u>Bölüm Seçmeli Dersleri</u>	<u>Bölüm Seçmeli Dersleri</u>
Özgün Baskı Resim I	Özgün Baskı Resim II
Canlandırmaya Giriş	Dijital Fotoğraf
Çevre Grafiği Tasarımı	Göstergebilimde İşaret ve Semboller
Kitap Resimleme	Bilgisayarda Görüntü Tasarımı
Tanıtım İllüstrasyonu	Deneysel Tasarım
Tanıtım Fotoğrafçılığı	Reklamcılık Bilgisi
Yazı Tasarımı	Bilgisayarda Canlandırma
Portfolyo	Kitap Grafiği Tasarımı
	Font Tasarımı
	Kavramsal Tasarım
<u>Fakülte Seçmeli Dersleri</u>	<u>Fakülte Seçmeli Dersleri</u>
Görsel Dilin Anlatım Şekilleri	Kısa Film Yapımı
Temel Yazı	Çağdaş ve Klasik Avrupa Sineması
Yaratıcı Yazarlık	Drama ve Oyunculuk
Sanat Kavramları	Renk ve Işık Bilgisi

Tasarım Felsefesi	Sanat ve Yaşam Sanat Yönetimi Teknoloji ve Sanat Geleneksel Türk Sanatı Çağdaş Sanat
<u>Üniversite Seçmeli Dersleri</u> Modern Sanat Müzik Dijital İllüstrasyon	<u>Üniversite Seçmeli Dersleri</u> Fransızca I Fransızca II Sahne Sanatları İletişim Becerileri Arkeoloji ve Kültür İspanyolca I İspanyolca II İtalyanca I İtalyanca II Antik Çağlardan 18. yy'a Akdeniz Uygarlıkları Tarihi Uluslar arası İlişkilerde Baskı Grupları ve Lobicilik

Doğuş Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
Bilgisayara Giriş	Teknik Resim ve Perspektif
İngilizce I	İngilizce II
Desen I	Desen II
Sanat Tarihi I	Sanat Tarihi II
Sanat ve Tasarım Eğitimi I	Sanat ve Tasarım Eğitimi II
<i><u>Toplumsal Duyarlılık Projeleri I</u></i>	<i><u>Toplumsal Duyarlılık Projeleri II</u></i>
Türk Dili I	Türk Dili II
Üniversite Yaşamına Giriş	Fakülte Seçmeli Ders
Fakülte Seçmeli Ders	
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Bilgisayarda Tasarım I	Bilgisayarda Tasarım II
Sinema Kültürü	TV Gazeteciliği ve Habercilik
Temel Fotoğraf	Staj
Staj	AİTT II
AİTT I	Bölüm Seçmeli Ders
Bölüm Seçmeli Ders	Fakülte Seçmeli Ders
Fakülte Seçmeli Ders	
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Reklam ve Görsel Algı	Multimedya
Animasyon	İletişim Etiği
Web Tasarımı I	Web Tasarımı II
Çağdaş Avrupa'nın ve Modern Etiğin Temelleri	Staj

Staj	Bölüm Seçmeli Ders
Bölüm Seçmeli Ders	Üniversite Seçmeli Ders
VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
İletişimde Yapım Yöntemleri I	İletişimde Yapım Yöntemleri II
Proje	TV’de Kayıt ve Montaj
Fikri ve Sınai Haklar	Bitirme Projesi
Bölüm Seçmeli Ders	Kültürel Gelişim Semineri
Üniversite Seçmeli Ders	Bölüm Seçmeli Ders
<u>Bölüm Seçmeli Dersleri</u>	<u>Bölüm Seçmeli Dersleri</u>
Kitle İletişimi ve İletişim Teorileri	Kurgu Teorisi
Belgesel Fotoğraf	Türk Sineması
Sinema Tarihi	Masaüstü Yayıncılık
Film Grameri	Elektronik Yayıncılık
Senaryo ve Yazım Teknikleri	Film Analizi
Canlı Yayın Programcılığı	Portfolyo Tasarımı
Sinemada Akımlar ve Türler	İleri Senaryo Yazımı
Yaratıcı Yazım	İnternet Reklamcılığı
Estetik	İleri Animasyon Teknikleri
	Medya Planlama
	Video Düzenleme
	Çağdaş Dünya Sineması
	Belgesel Film Yapımı
	İleri Multimedya Tasarımı
	Dijital Fotoğraf

<p><u>Fakülte Seçmeli Dersleri</u></p> <p>Görsel Dilin Anlatım Şekilleri</p> <p>Temel Yazı</p> <p>Yaratıcı Yazarlık</p> <p>Sanat Kavramları</p>	<p><u>Fakülte Seçmeli Dersleri</u></p> <p>Kısa Film Yapımı</p> <p>Çağdaş ve Klasik Avrupa Sineması</p> <p>Drama ve Oyunculuk</p> <p>Renk ve Işık Bilgisi</p> <p>Sanat ve Yaşam</p> <p>Sanat Yönetimi</p> <p>Çağdaş Sanat</p>
<p><u>Üniversite Seçmeli Dersleri</u></p> <p>Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi</p> <p>Müzik</p> <p>Dijital İllüstrasyon</p> <p>Rusça I</p>	<p><u>Üniversite Seçmeli Dersleri</u></p> <p>Toplum, Kültür, Sanat</p> <p>Modern Sanat</p> <p>Sahne Sanatları</p> <p>İletişim Becerileri</p> <p>Arkeoloji ve Kültür</p> <p>Antik Çağlardan 18. yy'a Akdeniz Uygarlıkları Tarihi</p> <p>Türk Edebiyatında Kısa Öykü</p> <p>Bilim, Teknoloji ve Toplum</p> <p>Rusça II</p> <p>Uluslar arası İlişkilerde Baskı Grupları ve Lobcilik</p>

Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
AİTT I	AİTT II
Temel Sanat Eğitimi I	Temel Sanat Eğitimi II
Sanat Tarihi I	Sanat Tarihi II
Temel Bilgisayar I	Temel Bilgisayar II
Fotoğraf I	Fotoğraf II
Yazı I	Yazı II
İngilizce I	İngilizce II
Türk Dili I	Türk Dili II
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Grafik Tasarımı I	Grafik Tasarımı II
Tipografi I	Tipografi II
Basım Teknikleri I	Basım Teknikleri I
Fotografik I	Fotografik II
Grafik İllüstrasyon I	Grafik İllüstrasyon II
Çağdaş Sanat Kuramı	Çağdaş Sanat Yorumu
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Grafik Tasarımı III	Grafik Tasarımı IV
Grafik Tasarımı Tarihi I	Grafik Tasarımı Tarihi II
Yayın Grafiği	Multimedya II (seçmeli ders)
DeneySEL Tipografi	TV Grafiği II (seçmeli ders)
Multimedya I (seçmeli ders)	3 Boyutlu Animasyon II (seçmeli ders)
TV Grafiği I (seçmeli ders)	Özgün Baskı II (seçmeli ders)

3 Boyutlu Animasyon I (seçmeli ders)	
Özgün Baskı I (seçmeli ders)	
VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
Grafik Tasarımı V	Diploma Projesi
Reklam Metin Yazarlığı I (seçmeli ders)	İmaj Yönetimi (seçmeli ders)
Reklam Analizi I (seçmeli ders)	Popüler Kültür ve Medya (seçmeli ders)
Tasarım Felsefesi (seçmeli ders)	Sponsorluk (seçmeli ders)
	<i><u>Kurumsal Sosyal Sorumluluk (seçmeli ders)</u></i>

Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
Temel Grafik Tasarım	Desen
Karşılaştırmalı Sanat Tarihi	Görsel İletişim Tasarımına Giriş
Temel Fotoğraf	Grafik Tasarım Tarihi
Bilgisayarda Temel Tasarım	Bilgisayara Giriş
Genel İngilizce I	Genel İngilizce II
Türkçe I	Türkçe II
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Grafik Tasarım- Proje I	Grafik Tasarım- Proje II
Tipografi I	Tipografi II
Stüdyo Fotoğrafçılığı	Kullanıcı Arayüz Tasarımı
Türkiye Cumhuriyeti Tarihi I	Türkiye Cumhuriyeti Tarihi II
Bölüm İçi Seçmeli Ders	Bölüm İçi Seçmeli Ders
Serbest Seçmeli Ders	Serbest Seçmeli Ders
	Sektör Stajı I
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Grafik Tasarım- Proje III	Grafik Tasarım- Proje IV
Multimedya I	Multimedya II
Hareketli Grafik Tasarım	3D Modelleme ve Animasyon
Bölüm İçi Seçmeli Ders	Bölüm İçi Seçmeli Ders
Tamamlayıcı Seçmeli Ders	Sektör Stajı II
Serbest Seçmeli Ders	Serbest Seçmeli Ders

VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
Grafik Tasarım- Proje V	Bitirme Projesi
Proje Geliştirme ve Uygulama	Portfolyo Tasarımı
Bölüm İçi Seçmeli Ders	Bölüm İçi Seçmeli Ders
Tamamlayıcı Seçmeli Ders	Tamamlayıcı Seçmeli Ders
HSS Seçmeli Ders	HSS Seçmeli Ders
<u>Bölüm İçi Seçmeli Dersler</u>	
Reklam Fotoğrafçılığı	
Sayısal Görüntü İşleme	
Sürelî Yayın Tasarımı	
Masafüstü Yayıncılık	
Baskıresim I	
Baskıresim II	
Ambalaj Tasarımı	
Deneysel Tipografi	
Dijital İllüstrasyon	
Animasyon Teknikleri	
Özgün Kitap Tasarımı	
Kampanya Görsel Tasarımı	
Reklam Filmi Yapımı	
<u>Tamamlayıcı Seçmeli Dersler</u>	
Çoklu Ortamda Tasarım	
Tasarı Geometri	
Bilgisayar Destekli Tasarım III	
Tasarım Kuramları	

Tasarımda Ürün Anlam Bilim
Tüketici İlişkileri
Pazarlama
İleri Çizim ve Anlatım Teknikleri
Etkileşim Tasarımı
Ulaştırma Sistemleri Model Yapımı
Bilim Kurgudan Gerçekliğe Ürün Tasarımı
Sergileme Tasarımı
Ayakkabı Aksesuar Tasarımı
Engelliler için Tasarım
Portfolio Tasarımı
Matematik
Ürün Tasarımı için Fizik
İllüstrasyon
Baskıresim III
Baskıresim IV
Kısa Film
Göstergebilim
Oyun Tasarımı
Ekslibris Tasarımı
Fotograf
Sanatsal Anatomi
Güzel Sanatlarda Bilgisayar Kullanımı
Araştırma Yöntemleri
Sanat Yönetimi

Bilgisayarda Görüntü İşleme

Ergonomi

Mekan ve Sinema

Yapıda Donanım ve Uygulama Sorunları

İç Mimarlıkta Tekstil

Yarının Yaşamı ve Akıllı Binalar

Geleneksel Türk Mimarlığında Yapı

Tesisat

Mobilya

Geri Dönüşümlü Kağıt Yapımı ve Tasarımı

Moda Sunum Teknikleri

Camera Obscura ve Perspektif

Sanat Yapıtı ve Analizi

Endüstriyel Çalışmalar ve Tasarım Geliştirme

Takı ve Aksesuar Tasarımı

Coğrafi Bilgi Sistemleri

İmar Hukuku

Şehir ve Bölge Planlamaya Giriş

Çatı ve Teras Bahçeleri

Çevre Düzenleme

Televizyon Formatı Geliştirme

Sinema ve Televizyon Makyajı

Telif Hakları

Medya Planlaması

Medya Okuryazarlığı

Televizyon Sunuculuğu

HSS Seçmeli Dersleri

Tasarım Haklarının Korunması

Form ve Strüktür

Yaratıcı Yazarlık

Sosyal Sorumluluk Uygulamaları

Yeni Medya

Reklam Çözömlmeleri

Internet Reklamcılığı

Tasarım Hukuku

Türk Sanat Tarihi

Çevre ve Kamusal Alanda Sanat

Mitoloji ve İkonografi

Sanat Sosyolojisi

Sanat Psikolojisi

Sanat Felsefesi

Performans Sanatı

Minyatür Sanatı

Mesleki Hukuk

Çağdaş Mimarlık

Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı

Geleneksel Türk Evi

Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Mimarlıkta Batılılaşma

Geleneksel Türk El Sanatları

Renk ve Armoni

Toplumsal Değişim ve Sinema

Küreselleşme ve Sanat

Çevre Koruma

Çevre Estetiği ve Etik

Çevre Ekonomisi

Medya ve Etik

Mitoloji

Belgesel Sinema Kültürü

Film Eleştirisi

Sinema ve Öteki Sanatlar

Serbest Seçmeli Dersler

Orta Düzey İngilizce I

Orta Düzey İngilizce II

Özel Amaçlı İngilizce I

Özel Amaçlı İngilizce II

İstanbul Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
Renk I	Renk II
Temel Sanat Eğitimi I	Temel Sanat Eğitimi II
Fotoğrafa Giriş I	Fotoğrafa Giriş II
Desen I	Desen II
İngilizce I	İngilizce II
Türk Dili I	Türk Dili II (uzaktan eğitim)
AİTT I	AİTT II (uzaktan eğitim)
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Mesleki Sorumluluk ve Etik	Mesleki İngilizce
Masaüstü Yayıncılık I	<i><u>Sosyal Sorumluluk ve Topluma Hizmet Uygulamaları</u></i>
Fotoğraf Stüdyosu I	Masaüstü Yayıncılık II
Bilgi Teknolojileri Kullanımı	Fotoğraf Stüdyosu II
Sanatın Tarihi ve Felsefesi	İllüstrasyon
Ambalaj Tasarımı I	Ambalaj Tasarımı II
Grafik Tasarımı I	Grafik Tasarımı II
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Web Tasarımı I	Web Tasarımı II
Mesleki İngilizce I	Mesleki İngilizce II
Seminer I	Seminer II
Animasyon I	Animasyon II
İşletme Yönetimi	Reklamcılık
Fotoğraf Stüdyosu III	Fotoğraf Stüdyosu IV

Tasarım Uygulama III	Tasarım Uygulama IV
Bilgisayar Destekli Grafik Tasarım III	Bilgisayar Destekli Grafik Tasarım IV
	Estetik ve Sanat Felsefesi
VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
Tasarım Uygulama V	Bitirme Çalışması
Sergi Üretimi ve Yönetimi	Reklam Analizi
Seminer III	Yayın Tasarımı II
Yayın Tasarımı I	

İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü

I. YARIYIL	II. YARIYIL
AİTT I	AİTT II
<i><u>Sosyal Sorumluluk ve Etik</u></i>	Bilişim Teknolojisi I
Grafik Tasarıma Giriş	Bilgisayarlı Tasarıma Giriş
Temel Sanat Eğitimi I	Temel Sanat Eğitimi II
Desen I	Desen II
Sanat Tarihi I	Sanat Tarihi II
Türk Dili I	Türk Dili II
İngilizce I	İngilizce II
III. YARIYIL	IV. YARIYIL
Grafik Desen I	Grafik Desen II
Grafik Tasarım I	Grafik Tasarım II
Tipografi I	Tipografi II
Görsel Algı Psikolojisi	Fotoğraf
Mesleki İngilizce I	Mesleki İngilizce II
İllüstrasyon	Mitoloji
Seçmeli Ders	Seçmeli Ders
<u>Seçmeli Dersler</u> Herkes İçin Tasarım Müzik ve Dans Sahne ve Gösteri Sanatları Tasarım Kültürü Fotoğrafa Giriş Kendi Mekanında İç Mimarlık	<u>Seçmeli Dersler</u> Günlük Hayatta Endüstri Ürünleri Tasarım Kültürü Gençlik Psikolojisi Televizyonda Haber Sunuculuğu ve Diksiyon Ritim, Dans ve Drama Eğitimi

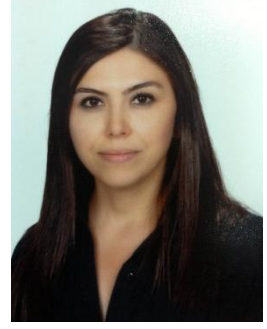
Uygulamaları	Kendi Mekanında Peyzaj Mimarlığı
Rusça I	Uygulamaları
Sosyal Medya, Reklam ve Marka	Cumhuriyet Dönemi Sanat Politikaları
Fotografik Yorum	Tasarım Kültürü
Pazarlama İletişimi	Uygarlık Tarihi
Kişilerarası İletişim	Modernleşme ve Sanat
Osmanlı Sanatı I	Fotoğrafa Giriş
Modada Yeni Eğilimler	Kendi Mekanında İç Mimarlık
Konuşma Teknikleri	Uygulamaları
Kendi Mekanında Peyzaj Mimarlığı	Rusça I
Uygulamaları	Rusça II
	Sosyal Medya, Reklam ve Marka
	Fotografik Yorum
V. YARIYIL	VI. YARIYIL
Grafik Animasyon I	Web Tasarımı ve Arayüz Uygulamaları
Ambalaj Tasarımı	Grafik Tasarım IV
Grafik Tasarım III	Yerinde Uygulama II
Yerinde Uygulama I	Seçmeli Ders
Seçmeli Ders	<u>Seçmeli Dersler</u>
<u>Seçmeli Dersler</u>	Çağdaş Sanat Kuramları
Bilgilendirme Grafiği	Baskiresim II
Baskiresim I	Grafik Animasyon II
Film Analizi	Kitap Tasarımı
VII. YARIYIL	VIII. YARIYIL
Endüstriyel Grafik Tasarımı	Bitirme Projesi

Yerinde Uygulama III	Seçmeli Ders
Girişimcilik	<u>Seçmeli Dersler</u>
Grafik Tasarım Proje	Portfolyo ve Sergileme Yöntemleri
Seçmeli Ders	Multimedya
<u>Seçmeli Dersler</u>	Türk Grafik Tasarım Tarihi
Grafik Tasarım Tarihi	Çevre Grafiği
İleri Web Uygulamaları	Tasarım ve Görsel Kültür
Deneysel Tasarım	
Sanat Eserleri Analizi	

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı	ÇELİK, Nazik
Uyruğu	T.C.
Doğum tarihi ve yeri	15.05.1980/ Ankara
Medeni hali	Bekar
Telefon	02742652045/4542
Faks	02742652044
E-posta	nazik.cigdem@dpu.edu.tr



Eğitim Derecesi	Okul/Program	Mezuniyet Yılı
Lise	Cebeci Anadolu İç Mimari ve Konservasyon Meslek Lisesi	1998
Üniversite	Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Grafik Öğretmenliği	2003
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Grafik Eğitimi Bilim Dalı	2006
Doktora	Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Grafik Eğitimi Bilim Dalı	2014

İş Deneyimi, Yıl	Çalıştığı Yer	Görev
2009- halen devam ediyor	Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü	Araştırma Görevlisi

Yabancı Dil	Orta seviye
-------------	-------------

Yayınlar

Çiğdem, N. ve Küçük, M. (2011). *Türk Minyatür Sanatının Modernleşme Süreci*. “**V. Uluslararası Türk Kültürü ile Sanatları Kongresi-Sanat Etkinlikleri**”, Madrid, İspanya, 9-13 Mayıs 2011.

Mercin, L. M. Küçük, N. Çiğdem (2011). “*Grafik Tasarım’da Bellek ve Yaratıcılık Eğitimine Yönelik ‘Görsel Tamamlama Testi’ Uygulaması*”. **Ankara: Başkent Üniversitesi, 1. Sanat ve Tasarım Eğitimi Dün, Bugün, Gelecek**, 27-29 Nisan 2011.



GAZİ GELECEKTİR...