



International

Journal of Human Sciences

ISSN:2458-9489

Volume : 20 Issue : 1 Year: 2023

Visual - perceptual inquiry based on social design on social media: The example of migration and culture

Sosyal medyada sosyal tasarım odaklı görsel – algısal sorgulama: Göç ve kültür örneği¹

**Ayça Yılmaz²
Suzan Duygu Erişti³**

Abstract

The purpose of this study is to present the visual arts teachers and future designers who take the graphic design required program courses in the education department of fine arts education, their views and product evaluation in the process of social media and social design projects that are very important in their field. In the study, only one of the sub-themes selected under the title of social design was focused on, in this context, an research was conducted on the topic of “Migration and Culture”. This study was designed based research on design and was carried out in the spring of 2020-2021 academic year in Anadolu University Faculty of Education Department of Fine Arts Education and Graphic Design Required Program Courses. The study data was collected during the spring period of 2020-2021 academic years during the course and exam period of 16 weeks. In the study, participant observation, focus group interviews, semi-structured interviews, student products, researcher and student diaries, video and audio

Özet

Bu çalışmanın amacı, eğitim fakültesi güzel sanatlar eğitimi bölümü grafik anasanat atölye derslerini alan görsel sanatlar öğretmen adayları ve geleceğin tasarımcılarının, alanlarında çok önemli olan sosyal medya ve sosyal tasarım odaklı çalışmalarını sürecindeki görüşlerini ve ürün değerlendirmesini ortaya koymaktır. Çalışmada sosyal tasarım başlığı altında seçilen alt temalardan sadece bir tanesine odaklanılmış, bu bağlamda “Göç ve Kültür” konusu üzerinden bir inceleme yapılmıştır. Tasarım tabanlı olarak desenlenen bu çalışma, 2020-2021 eğitim öğretim yılı bahar döneminde Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Grafik Anasanat Atölye dersleri kapsamında gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri 2020-2021 eğitim öğretim yılı bahar döneminde 16 haftalık ders ve sınav süreci boyunca toplanmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak katılımcı gözlem, odak grup görüşmeleri, yanı yapılandırılmış görüşmeler, öğrenci ürünleri, araştırmacı ve öğrenci günlükleri, derslerin video ve ses kayıtları gibi

¹ Bu çalışma, sorumlu yazarın Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalında 2022 yılında tamamlanan ve Anadolu Üniversitesi BAP tarafından 2009E097 no.lu proje kapsamında desteklenen “Yeni Medyada Göç Odaklı Olağandışı Durum İletileri Üretmeye Dayalı Görsel – Algısal Sorgulama: Tasarım Tabanlı Araştırma Örneği” adlı doktora tezinin verilerinden üretilmiştir.

² Dr., aycayilmazakademik@gmail.com  Orcid ID: [0000-0002-9350-4675](https://orcid.org/0000-0002-9350-4675)

³ Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, sbedir@anadolu.edu.tr

 Orcid ID: [0000-0002-2511-6830](https://orcid.org/0000-0002-2511-6830)



recordings of lectures were used as qualitative data collection tools. The data of the study were analyzed by multiple and different analysis methods in the form of thematic analysis, descriptive analysis, product-based analysis due to the long-lasting and in-depth nature of the design-based research and has benefited from the program of NVivo12. Within the scope of the findings of the study, it can be said that the opinions of visual arts teacher candidates in the process of social media and social design-oriented studies, which are very important in their fields, have gained the gains that the study wants to gain and put forward products in the direction.

Keywords: Social media, Social design, Visual – perceptual inquiry, Migration and culture, Design-based research.

[\(Extended English summary is at the end of this document\)](#)

nitel veri toplama teknikleri kullanılmıştır. Araştırmanın verileri ise tasarım tabanlı araştırmanın uzun süren ve derinlemesine incelenen doğası gereği tematik analiz, betimsel analiz, ürün temelli analiz şeklinde çoklu ve farklı analiz yöntemleriyle çözümlenmiş ve NVivo12 programından faydalanılmıştır. Çalışmanın bulguları kapsamında görsel sanatlar öğretmen adaylarının alanlarında çok önemli olan sosyal medya ve sosyal tasarım odaklı çalışmaları sürecindeki görüşlerinin çalışmanın kazandırmak istediği kazanımları edindiği ve yönde ürünler ortaya koyduğu söylenebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Sosyal tasarım, Görsel – algısal sorgulama, Göç ve kültür, Tasarım tabanlı araştırma.

1.Giriş

İnsanlığın, tarih boyunca karşılaştıkları diğer canlılarla işaretler, hareketler, sesler gibi birtakım sembollerden oluşan çok çeşitli sistemleri kullanarak iletişim kurdukları bilinmektedir. Tasarım odaklı iletişim de bu iletişim çeşitliliği arasından günümüzde öne çıkan unsurlardan biri olmuştur. 21. yüzyıl ile birlikte iletişimin tanımı ve kapsamı da oldukça genişlemiştir. Tarih öncesi çağlarda mağara duvarlarına resmedilerek kurulan iletişim, bugün teknoloji önderliğinde hayatımıza giren yeni medyanın en öne çıkan kollarından olan sosyal medya ile kurulmaktadır. İnternet teknolojisi, yeni medyayı biçimlendiren en önemli unsur olmakla birlikte içerisinde bulunduğumuz teknoloji çağında yeni medya kullanımının teknolojiden bağımsız düşünülemez (Aydoğan ve Kırık, 2012, s. 61).

Yeni medyayı günümüz iletişimi arasında öne çıkaran ve geleneksel medyadan ayıran en temel özelliğin etkileşim olduğu söylenebilir. Etkileşim ve yeni medya söz konusu olduğunda ise ilk akla gelen ortamlar sosyal medya, sanal gerçeklik ortamları, elektronik yayıncılık, dijital oyunlar vb. olarak sıralanmaktadır (Erişti, 2017, s. 2). Sosyal medya, yeni medya seçenekleri arasından sürekli güncellenebilir olması, kolay erişilebilir olması ve içerik üretimi/tüketimi bakımından yapılacak uygulamaların hedef kitleyle buluşturulabilecek en ideal ortam olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya araçları aracılığıyla bireylerin yalnızca tüketici değil, üretici de olduğu bu ortamda sosyal medya odaklı içerik üretimi ve paylaşımı çok sık ve kolay şekilde söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya kullanan tüm bireylerin ürettikleri içeriklerin etkileşim kurmasının da paralel olarak hızlı ve yaygın olacağı söylenebilir.

Öte yandan tasarım alanında son zamanlarda önem kazanan ve tasarımcı adaylarını yakından ilgilendiren unsurlardan biri sosyal tasarım olarak karşımıza çıkmaktadır. 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 (Tepecik ve Çelik, 2015, s. 78). Sosyal tasarım ve tasarım literatüründe katılımcı ve yerel odaklı bir düşünce tarzına sahip ve/veya tasarımın toplumsal boyutuna odaklanan birçok yaklaşım bulunmaktadır. Bu güncel

yaklaşımlar benzer amaçlara sahip olsalar da farklı isimlerle karşımıza çıkabilmektedir (sosyal sorumluluk tasarımı, sosyal sürdürülebilirlik için tasarım, tasarım aktivizmi, sosyal/toplumsal tasarım, kamu yararı için tasarım, sosyal değişim için tasarım, sosyal fayda için tasarım, vb.). Ancak toplumun iklim değişikliği, göç, tüketim kültürü, sürdürülebilirlik, sosyal ve ekonomik eşitsizlik ve haksız çalışma koşullarına olan ilgi gibi durumların son yıllarda artması ve ön plana çıkması nedeniyle bu tarz sosyal ve önemli konuları ele alan yaratıcı uygulamaların ve araştırmaların kaçınılmaz olduğu görülmektedir (http1). Diğer bir ifadeyle sosyal tasarım, sosyal sorunlara yenilikçi çözümlere yönelik etkili bir adım olarak kabul edilmekte; bu bağlamda, tasarımın toplumsal sorunları anlama, çözme ve toplumlarla işbirliği içinde kalıcı çözümler üretme gerekliliği öne çıkmaktadır.

Dolayısıyla sosyal tasarım odaklı içerik üretimi yapılmak istendiğinde üretilen içeriklerin paylaşılması ve hızla etkileşim kazanarak yaygın etki bağlamında öne çıkması açısından sosyal medya platformlarının kullanımının önemli bir unsur olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu bağlamda görsel sanatlar öğretmen adayları ve geleceğin tasarımcılarının eğitim gördükleri tasarım temelli derslerde sosyal tasarım kapsamında çalışmalar yapmaları ve bu çalışmalarını sosyal medya odaklı gerçekleştirmeleri oldukça önemli görülmektedir.

1.1. Sosyal Medya ve Sosyal Tasarım

Yeni medyanın yarattığı ve yeni medya tanımı içerisinde çok fazla yer kaplayan bir kavram olarak karşımıza sosyal medya çıkmaktadır. Sosyal medya, en yalın şekilde teknolojiyi kullanarak bireyler arası iletişime olanak sağlayan, hızlı ve güncel olan, güvenilir olarak nitelendirilebilen, etkileşim sağlayan ve etkileşimi en üst seviyede sunabilen, bireyleri tek yönlü ve sadece tüketici sıfatından sıyrarak aynı zamanda içerik üreticisi konumuna da sokan, seçenekler sunan bir ortam olarak tanımlanabilir (Öztürk ve Talas, 2015, s. 109). Sosyal medyanın tanımı literatürde benzer ifadelerle karşımıza çıkmaktadır. Bununla ilgili olarak bir tanım da “sosyal medyanın kelimeler, görüntüler (durağan ve hareketli) ve seslerin yapımına, ortak inşasına ve yayılmasına olanak sağlayarak teknolojiyi, sosyal etkileşimi entegre eden internet ve mobil temelli araçlar ve aletler” olarak karşımıza çıkmaktadır (Dabner, 2012 akt. Çalışkan ve Mencik, 2015, s. 4).

Geleneksel medyada ses, resim, video ya da hepsinin yer ve zaman sınırlamalarına bağlıken sosyal medyanın bu sınırları aştığını söyleyen Uluç ve Yarcı da (2017, s. 90) geleneksel medya ve sosyal medya arasındaki öne çıkan farklardan birini ortaya koymaktadır. Bilgiyi arayan her bireyin aynı zaman da bilgi üreticisi de olduğu bu yeni düzende, bireysel olarak üretilen içerikler kısa sürede geniş kitlelere ulaşabilir (Ağrın, 2021, s. 89). Diğer geleneksel medya araçlarına oranla özellikle bilginin çok daha büyük bir erişilebilirlik, etkileşimlilik ve esneklikle yayılmasına olanak sunması gibi noktalardan hareketle gelişen iletişim teknolojilerine bağlı olarak değişen dünyada sosyal medyanın günümüzdeki yeri ve önemi ortadadır (Hazar, 2011’den akt. Çalışkan ve Mencik, 2015, s. 6).

İnternetin kullanımıyla birlikte gelişen sosyal medya aracı zamanla kurulmuş, kök salmış, evrilmiş ve yaygınlaşarak popüler hale gelmiştir. Sosyal medya araçları, anlık iletişimden başlayarak görsel içerik üretimi ve paylaşımına kadar pek çok farklı işlevi sağlayan ve kendine özgü işlevleriyle öne çıkan uygulama ve platformlardan oluşmaktadır (Ağrın, 2021, s. 99). Sosyal medya araçları, bireylerin açık profiller oluşturmasına, bu profillerin görsel içeriklerini paylaşmasına, diğer kullanıcılarla anında iletişim kurmasına ve bu sayede *dijital* bir sosyalleşme olanağı sunarak kendilerini görünür kılmalarına olanak sağlamaktadır (İli, 2013, s. 7-8). Gündelik kullanımda öne çıkan bazı sosyal medya araçları ve kullanım amaçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. *Yaygın olarak kullanılan sosyal medya araçları (Yılmaz, 2022, s.14)*

Sosyal Medya Uygulamaları ve Platformları	Kullanım Amacı
Facebook Twitter Instagram Youtube	Kişisel olarak kullanılabilirdiği gibi kurumlar ve firmalar tarafından da sıklıkla tercih edilen sosyal medya uygulamalarıdır. Güncel bilgilerin, haberlerin, gelişmelerin duyuru niteliğinde paylaşıldığı; anlık iletişim ve etkileşimin üst seviyede olduğu; ayrıca sanatçı, tasarımcı ve öğrencilerin üretimlerini paylaşabildikleri, izleyebildikleri, öğrencilerin ve eğitimcilerin eğitim amacıyla gruplar oluşturarak da etkileşimli şekilde kullandıkları uygulamalardır.
Pinterest Flickr Tumblr	Video ve görsel içerik üretimlerinin sergilendiği bu uygulamalar, benzer içeriklerin paylaşılmasını ve aranmasını sağlama özelliklerine de sahiptir. Kurumlar, firmalar, sanatçılar, tasarımcılar ve öğrenciler tarafından tercih edilmektedir.
Deviantart Behance	Profesyoneller, amatörler ve öğrencilerin tasarımlarını, üretimlerini sergileyebildikleri ve izleyebildikleri online (çevrimiçi), dijital portfolyo uygulamaları ve platformlarıdır.
Google Drive Dropbox iCloud	Uygulamanın çeşidine göre farklı depolama alanına sahip, görsel içerikleri, videoları, her türlü belgeyi depolamayı sağlayan ve her yerden ulaşılabilme imkanı olan uygulamalardır.
Canva Piktochart	Grafik tasarım ürünlerinin belirli ve sınırlı şablonlara dayalı olarak özellikle infografik hazırlama gibi detaylı tasarım süreci içeren tasarım ürünlerinin basit ve hızlı hazırlanabilmesine olanak sağlayan platformlardır.
Artsteps Emaze	Sanal sergiler hazırlanabilmesine ve sunulabilmesine olanak sağlayan platformlardır.

Sosyal medya kullanımının her geçen gün artmasıyla birlikte günümüzde geniş bir etki kazandığı ve birçok alanda ve sosyal hayatta aktif olarak kullanıldığı görülmektedir.. “Sosyal medya araçları öncelikle iletişim amaçlı olmakla birlikte son yıllarda iyice yaygınlaşması ve kullanım kolaylığı nedeniyle eğitim etkinliklerinde etkileşim, işbirliği, eleştirel düşünce, bilgi ve kaynak paylaşımı ve aktif katılıma olanak sağlama amaçlı da kullanılmaktadır (Ajjan vd., akt. Uyanık Aktulun ve Elmas, 2019, s. 7).” Toplumsal yapılanma üzerindeki bu etki eğitim alanında da görülmeye başlanmıştır; öğrenme ve öğretme süreçlerinin bir parçası haline gelmiştir (Özsavaş Uluçay, 2021, s. 313). Günümüzde sosyal medyanın artık yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, öne çıkan bir eğitim aracı olarak da düşünülmesi gerektiğini; zira sosyal medya, eğitim süreçlerini geliştirebilecek birçok özelliğe sahip olduğunu söyleyen Toğay vd. de (2013, s. 2) bu görüşü desteklemektedir. Bu özelliklerin başında öğretimi destekleme/zenginleştirme amacıyla kullanımı, eğitim sistemleri içinde içerik sağlama boyutu, kullanıcıların sadece tüketici değil üretici olmaları sebebiyle tasarım öğrencileri için uygulama platformu olması gibi unsurlar yer almaktadır. Bunların yanı sıra sosyal medyanın eğitimde sağlayabileceği yararlar olarak sosyal uyum, iş birliğine dayalı içerik üretimi, içerik değiştirme, bilgi keşfi ve bilgi toplama gibi sağlayacağı yararlar da göz önünde bulundurulmalıdır (Özsavaş Uluçay, 2021, s. 313). Bu bağlamda değerlendirildiğinde sosyal medyanın tüm bireylerin yaşamında hızla yayılarak edindiği büyük rolün yanı sıra, eğitim ortamlarında da sosyal medyadan fayda sağlanmasının günümüzde zorunlu bir durum olarak görülmesi mümkündür (Kilis, Rapp ve Gülbahar, 2014, s. 26).

Grafik tasarım, görsel iletişim tasarımı, güzel sanatlar eğitimi vb. tasarım temelli alanlarda sosyal tasarımın gerekliliğini, sosyal tasarımın tasarım temelli eğitimi içindeki amaç ve işlevinin saptanmaya çalışıldığı Tepecik ve Çelik’in (2015) araştırmalarında, araştırmaya katılan öğretim elemanları ve uzmanların büyük bir çoğunluğunun sosyal tasarım öğretiminin çok önemli ve gerekli gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu konuda alınacak eğitimin, tasarımcıların daha nitelikli ve amacına uygun ürünler ortaya çıkarabilmesine, tasarımlarının hedef kitle ve toplumsal gelişmelere uygun olacağına, kendilerini geliştirebilmesine katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte sosyal tasarımın, toplumların yönlendirilmesinde; çeşitli bilgilerin, olayların, düşüncelerin,

yayılmasında önemli rol oynadığını söylemekte ve öğretim elemanlarının büyük çoğunluğu grafik tasarım programında sosyal tasarımın ayrı bir ders olarak yer alması gerektiğini belirtmişlerdir.

Öğrencilerin, temel tasarım ilkeleri, öğeleri ve unsurları konusunda bilgi ve deneyim sahibi olarak bu bilgileri etkin şekilde sosyal fayda amaçlı tasarım çözümleri için kullanabilmeleri, sosyal içerikli konularda tasarımcı olarak etkinliğinin bilincine varmaları ve sosyal fayda amaçlı tasarımlar üretebilmeleri, farklı mecralara yönelik grafik uygulamalar yapabilmeleri, alanın gerektirdiği teknolojiyi etkin biçimde kullanabilmeleri ve araştırmaya dayalı, gereksinimler ve toplumsal-kültürel değerler doğrultusunda tasarım çözümleri üretebilmeleri önemli bir gereklilik olarak görülmektedir. Çalışmanın alanyazın taraması sürecinde Türkiye bağlamında güzel sanatlar eğitimi ve grafik tasarım eğitimi dahilinde tasarım tabanlı araştırma ve sosyal tasarım üzerine yapılmış sınırlı sayıda çalışmanın olduğu görülmüş, uzman görüşleri alınarak ürün temelli görsellerin tasarlanması, uygulanması ve kullanılmasına karar verilmiştir.

2. Amaç

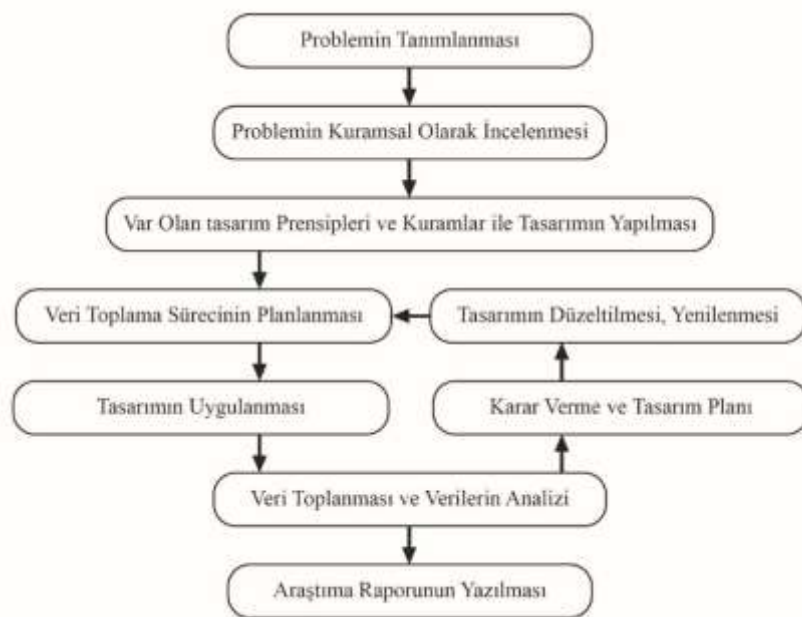
Çalışmada, eğitim fakültesi güzel sanatlar eğitimi bölümü grafik anasanat atölye derslerini alan görsel sanatlar öğretmen adayları ve geleceğin tasarımcılarının, alanlarında çok önemli olan sosyal medya ve sosyal tasarım odaklı çalışmalarını sürecindeki görüşlerini ve ürün değerlendirmesini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada sosyal tasarım başlığı altında seçilen alt temalardan sadece bir tanesine (Göç ve Kültür) odaklanıldığından bu bağlamda şu alt sorulara yanıt aranmıştır:

- a) Sosyal medyada sosyal tasarım odaklı çalışma hakkındaki düşünceleri nedir?
- b) Sosyal tasarım çalışmaları için seçilen “Göç ve Kültür” alt temasına ilişkin görüşleri nedir?
- c) Sosyal medyada sosyal tasarım odaklı yapılan çalışmalar nasıl değerlendirilmektedir?

3. Yöntem

Çalışmanın yöntemi *Tasarım Tabanlı Araştırma* olarak desenlenmiştir. Tasarım tabanlı araştırma hem nitel hem nicel yöntemler için kullanılmakta olup bu çalışmanın doğasında çok sayıda veri toplama ve analiz edilme süreci olduğundan ve buna bağlı olarak uzun süreli uygulanması gerektiğinden; ayrıca toplanan veriler çoğunlukla nitel veri olduğundan bu araştırmada nitel bakış açısıyla kullanılmıştır. Bu araştırma yönteminde, gözlem, görüşme, öğrenci ürünleri, araştırmacı ve öğrenci günlükleri, doküman analizi vb. nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi, bütüncül ve sistematik bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak ifade edilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 41). Araştırmacının amacı, çalışma yapılan ortamın özelliklerine bütüncül, kapsayıcı ve sistematik bir bakış açısıyla bakmak, titiz ve empatik bir anlayışla katılımcılardan veri toplamaya çalışmak; çalışma konusu ne ise katılımcıların olayları nasıl algıladıkları, açıkladıkları, eyleme geçtiklerini irdelemektir (Miles ve Huberman, 2016, s. 6-7).

Wang ve Hannafin (2005, s. 6-7) tasarım tabanlı araştırmayı yinelemeli (döngüsel) analiz, tasarım, geliştirme ve uygulama süreçlerinin araştırmacılar ve katılımcılar arasında işbirliğine dayalı olarak, tasarım ilkeleri ve kuramlarının geliştirilmesine ve eğitim uygulamalarını iyileştirmeye yönelik yapılan sistematik ve esnek bir araştırma yöntemi olarak tanımlamaktadırlar.



Şekil 1. *Tasarım tabanlı araştırma uygulama basamakları (Kuzu, Çankaya ve Mısırlı, 2011)*

Tasarım tabanlı araştırma ister eğitim ister farklı disiplinlerde olsun, tasarım çalışması veri kaynağı olarak araştırmayı temellendireceğinden araştırma ile ilişkilendirilmiş bir *uygulamalı tasarım çalışması*ni diğer bir ifadeyle ürün temelli bir sürecin yapılandırılmasını içermelidir. Ortaya konacak olan uygulamalı tasarım çalışmaları gelişimsel bir süreç içeren öğrenci merkezli tasarım ürünleri olmalıdır (Peterson ve Herrington, 2005, s. 3).

Araştırmada “Göç ve Aile”, “Göç ve Çocuk”, “Göç ve Dil”, “Göç ve Eğitim”, “Göç ve Kadın”, “Göç ve Kültür”, “Göç ve Sosyal Uyum”, “Göç Dağılımının Eşitsizliği” son olarak ise “Göç ve Sanat” alt temaları üzerinde tasarımlar ortaya konulmuş olup bu çalışmanın kapsamı gereği sadece “Göç ve Kültür” alt teması seçilerek yapılmış olan 18 adet çalışma ayrı ayrı ve genel olarak incelenmiştir.

Çalışmanın veri toplama sürecinde gözlem, odak grup görüşmeleri, yarı yapılandırılmış görüşmeler, video ve ses kayıtları, öğrenci ve araştırmacı günlükleri ve öğrenci ürünleri kullanılmış olup; verilerin analizinde ise NVivo Pro 12 nitel veri analiz programı aracılığıyla kod ve tema oluşturularak mikro düzeyde tematik ve betimsel analiz yapılmış ve anlamlı bütünlükler oluşturularak yorumlanmıştır.

3.1. Etik Kurul Kararı

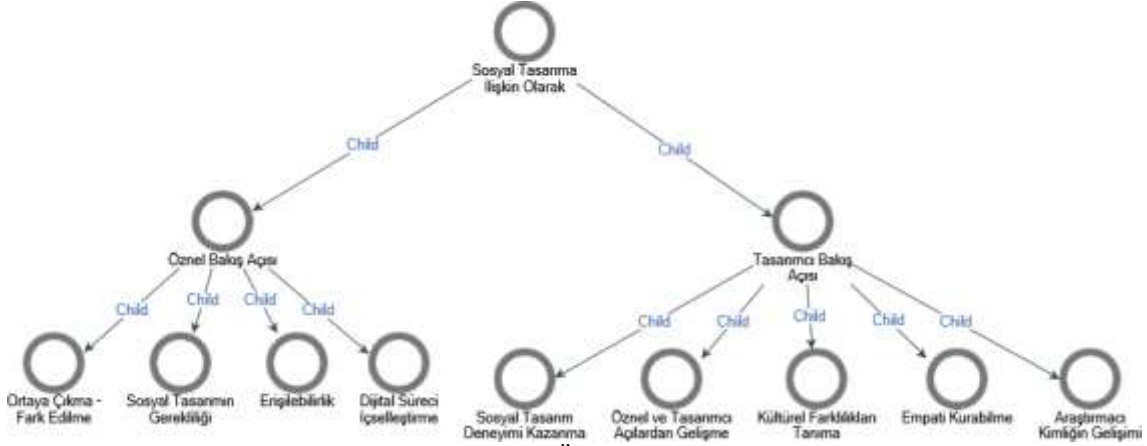
Bu çalışma için araştırmanın yapıldığı doktora tezi kapsamında Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 03.11.2020 tarihli ve 60406 numaralı karar ile etik onay ve yazılı izin alınmıştır.

4. Bulgular

Bulgular başlığında ilk olarak “Göç ve Kültür” alt temasına üzerine çalışan öğrencinin bu alt temaya ilişkin olarak cevapladığı görüşme sorularına istinaden elde edilen verilere ve bulgulara değinilmiş; ardından hazırlanmış olduğu logo çalışması ve hazırlanan tüm çalışmaların, yayınlanan içeriklerin üretim süreçleri ve retorik bağlamlarına ilişkin bulgular aşağıda açıklanmıştır.

4.1. Sosyal Tasarım Odaklı Çalışma Hakkındaki Görüşler

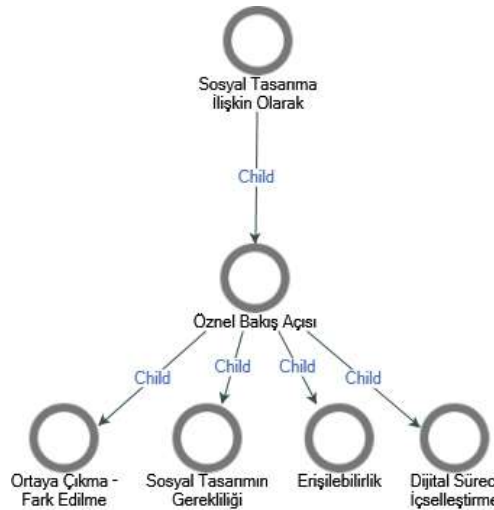
Öğrencinin gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde ve yarı yapılandırılmış görüşmelerde sosyal tasarım konusuna ilişkin olarak verdiği cevaplara ilişkin ulaşılan tematik analiz bulguları öğrencinin kendi söylemleriyle de desteklenerek şu şekilde ortaya çıkmıştır:



Şekil 2. Sosyal tasarıma ilişkin olarak Öznel Bakış Açısı ve Tasarımcı Bakış Açısı

Öğrenciyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerde kendisine yöneltilen çalışmalarına ilgili olarak sosyal tasarım konusuna ilişkin ne düşündüğü sorulduğunda alınan cevaplar iki ana tema altında birleştirilmiştir. Bunlar “Öznel Bakış Açısı” ve “Tasarımcı Bakış Açısı” olarak adlandırılmıştır.

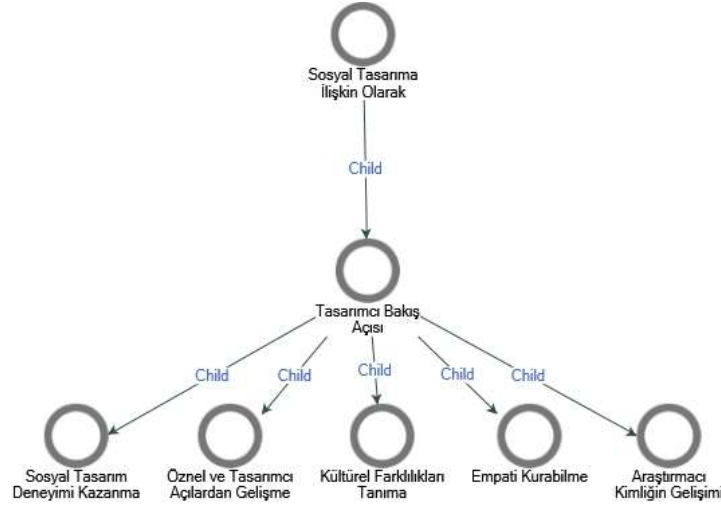
Öznel Bakış Açısı ana teması altında: “Ortaya Çıkma – Fark Edilme”, “Sosyal Tasarımın Gerekliliği”, “Erişilebilirlik” ve “Dijital Süreci İçselleştirme” bulgularına ulaşılmıştır. Öğrenci dijital portfolyoları kastederek “fark edilebilirliğinin sosyal tasarım yaparak ve yayınlayarak en üst düzeye çıktığını ve bu sayede sosyal tasarımın gerekliliğini anlamasındaki en önemli çıkış noktalarından biri” olduğunu söylemiştir. Bu bağlamda bir farkındalığa eriştiğini de söylemek mümkündür.



Şekil 3. Sosyal Tasarıma ilişkin olarak Öznel Bakış Açısı

Sosyal tasarım ortaya koymak için çalışan öğrencilerin birçok açıdan kendilerini geliştirdikleri bilinmekteyken yapılan gözlemler ve öğrenci günlüklerinden edinilen bilgiye göre günümüz tasarımcı ihtiyaçlarına karşılık bulunabildiğine de ulaşılmakta; öğrencinin portfolyo görünürlüğünü ve etkileşimini arttırıp mezun olduktan sonra kariyerinde gerekli olan bilgi, beceri ve tanınırlığa erişmesinde de önemli bir rol oynadığı söylenebilmektedir.

Tasarımcı Bakış Açısı ana teması altında ise “Sosyal Tasarım Deneyimi Kazanma”, “Öznel ve Tasarımcı Açılardan Gelişme”, “Kültürel Farklılıkları Tanıma”, “Empati Kurabilme” ve Araştırmacı Kimliğin Gelişimi” alt temalarına ulaşılmıştır. Bu alt temalara ulaşmada öğrencinin verdiği “...sosyal bir tasarım yapabilmek için önce bir probleme odaklanmalıyız, bu problemi çözmek için de araştırmacı bir kimlik kazanmamız gerekiyor. Yani öyle oturduğumuz yerden sosyal sorumluluk yapalım diyemiyormuşuz onu öğrendik. Ayrıca bir problemi çözmede kaç farklı yol var, bunlarla nasıl empati kurabiliriz, sorunumuz kültürel mi global mi gibi birçok değişkene dikkat etmek durumundayız ve bunların hepsini bu dönem bu çalışmalarını yaparken anladım.” şeklindeki cevaplarından yola çıkılmıştır.



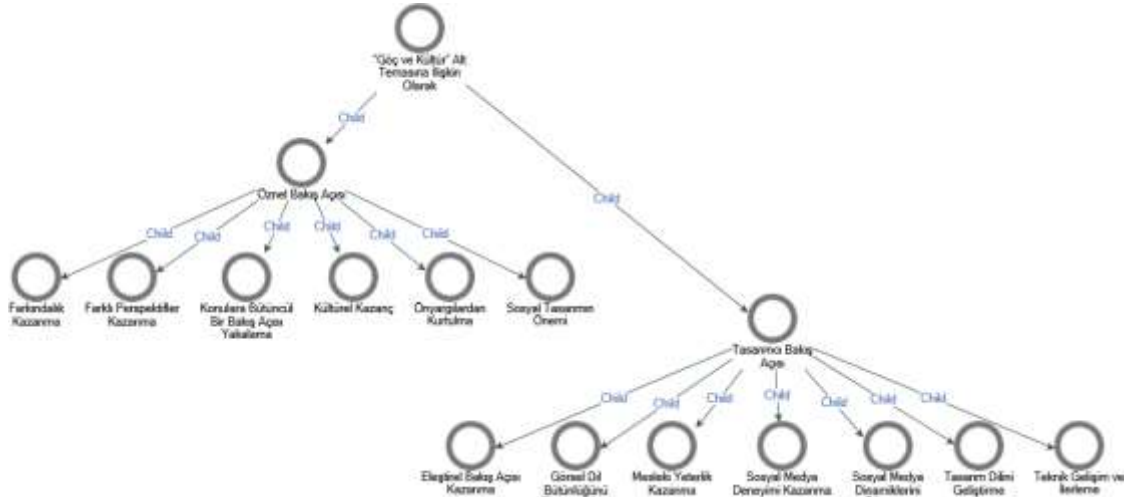
Şekil 4. Sosyal Tasarım ilişkili olarak Tasarımcı Bakış Açısı

Yine öğrenci günlüklerinden çıkışla yapılan sosyal tasarım odaklı çalışmaların eğitimleri süresince öğrendikleri tüm bilgileri harmanlayarak ve aktif şekilde kullanarak özellikle tasarım dillerini geliştirmede kullandıklarını ve bu deneyimi kazanmalarına oldukça olumlu bir bakış açısı taşıdıklarını söylemek mümkündür.

4.2. “Göç ve Kültür” Alt Temasına İlişkin Görüşler

Öğrenciyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerde ve odak grup görüşmelerinde kendisine yöneltilen çalışmalarıyla ilgili olarak “Göç ve Kültür” alt temasına ilişkin ne düşündüğü sorulduğunda alınan cevaplar iki ana tema altında birleştirilmiştir. Bunlar yine “Öznel Bakış Açısı” ve “Tasarımcı Bakış Açısı” olarak adlandırılmıştır.

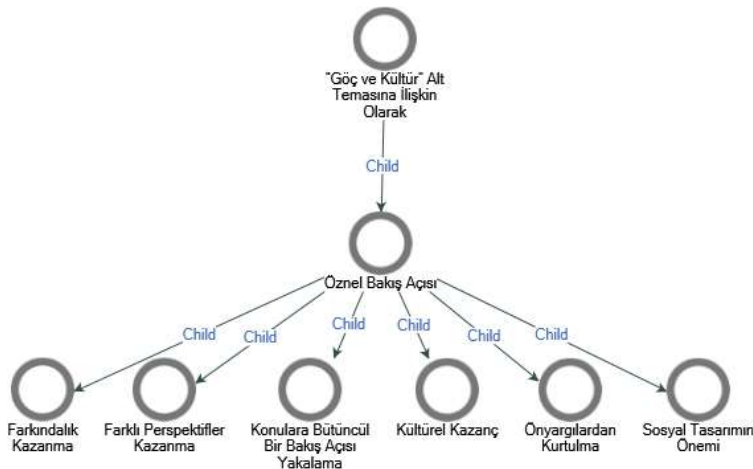
Öznel Bakış Açısı ana teması altında kez “Farkındalık Kazanma”, “Farklı Perspektifler Kazanma”, “Konulara Bütüncül Bir Bakış Açısı Yakalama”, “Kültürel Kazanç”, “Önyargılardan Kurtulma” ve “Sosyal Tasarımın Önemi” başlıklarına ulaşılmıştır.



Şekil 5. "Göç ve Kültür" alt temasına ilişkin olarak Özne Bakış Açısı ve Tasarımcı Bakış Açısı

"Özne Bakış Açısı" alt temasına ilişkin olarak ulaşılan veriler arasında öğrencinin paylaştığı düşüncelerinden bazıları şu şekildedir:

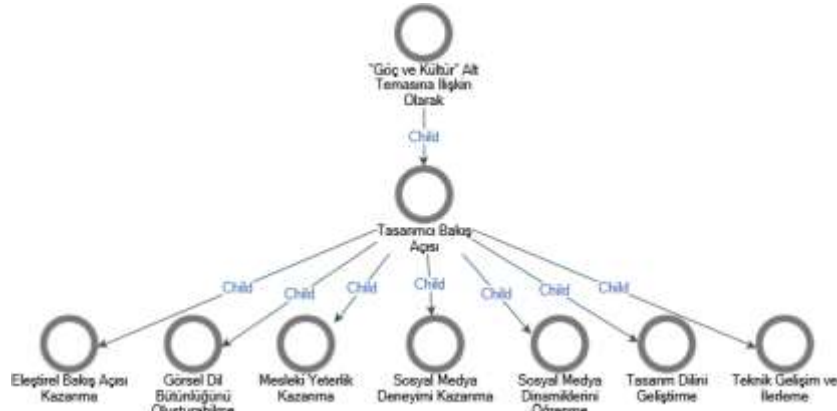
Hocam zaten bizim bu konuyu çalışmamızın nedeni toplumsal farkındalık yaratmak. Buna karar verdik en başta. Benim de kişisel önyargılarım çoktu ama proje olduğu için profesyonel gibi bakmak istedim olaya. Dolayısıyla göçün zaten olumsuz yönlerini yansıtmak yerine bunu nasıl toplumsal bağlamda olumlu bir yöne çevirebiliriz diye sorgulamamız gerekiyordu. Bu sorgulamayı da aslında sanırım hepimiz önce kendi içimizde yaptık. Bu sayede ben de dahil hepimizin varsa önyargıları kırıldı galiba (Şahin, 07.05.2021).



Şekil 6. "Göç ve Kültür" alt temasına ilişkin olarak Özne Bakış Açısı

Öğrenci günlüklerinden elde edilen verilerde ise özellikle sosyal tasarım konusunun öne çıktığı "Göç" olgusu gibi hassas projelerde konuya sadece tek yönden veya parçalı olarak değil, bütüncül bir bakış açısının ne kadar önemli olduğunu anladıkları, farklı perspektiften bakmaya başlamalarının yanı sıra bu perspektifleri kontrol edebilir hale geldikleri anlaşılmakta, öğrencilerin bu kazanımlarının onların özellikle mesleki hayatlarında önemli bir nokta olduğu düşünülmektedir.

"Tasarımcı Bakış Açısı" ana teması altında ise "Eleştirel Bakış Açısı Kazanma", "Görsel Dil Bütünlüğünü Oluşturabilme", "Mesleki Yeterlik Kazanma", "Sosyal Medya Deneyimi Kazanma", "Sosyal Medya Dinamiklerini Öğrenme", "Tasarım Dilini Geliştirme" ve son olarak "Teknik Gelişim ve İlerleme" alt temalarına ulaşılmıştır.



Şekil 7. "Göç ve Kültür" alt temasına ilişkin olarak Tasarımcı Bakış Açısı

Öğrencinin, gerçekleştirilen görüşmeler ve günlüklerinden "...kültür konusunda ben çok korkmuştum ilk aldığımda. Çünkü çok sıkıntılı bir mevzu. Yani görsel dil oluşturmak, bunun bütünlüğünü ve devamlılığını sağlayabileceğim bir tasarım oluşturmak beni çok korkutmuştu..." ve "...ama süreç içerisinde özellikle tasarım dilimin ve görsel dil bütünlüğünü sağlamamın bazı dinamikleri öğrendiğimde mümkün olabildiğini ve aslında o kadar da zor olmadığını gördüm. Şimdi yaptığım şeyle gurur duyuyorum..." ayrıca "...bu konuda yaptığım çalışmalarımı sergilediğim sosyal medya platformunda aldığım yorumlar ve ulaştığım etkileşim sayısında bunu somut olarak görebiliyorum..." vb. şeklindeki düşüncelerinden de "Tasarımcı Bakış Açısı" ana teması altında yer alan alt temalara ulaşılmıştır.

4.3. "Göç ve Kültür" Alt Teması Bağlamında Sosyal Tasarım Odaklı Çalışmaların Değerlendirilmesi

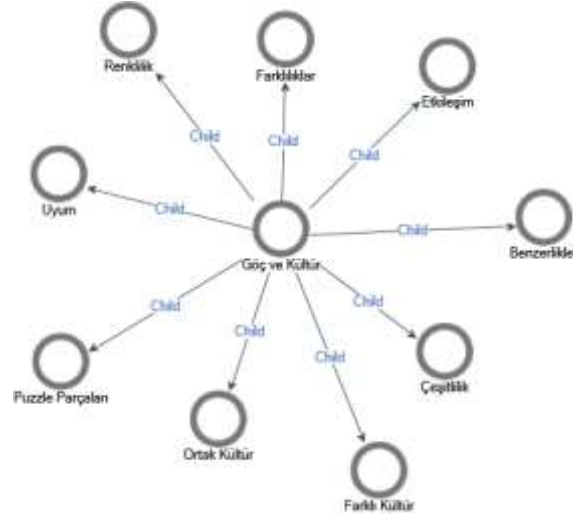
"Göç ve Kültür" alt temasında çalışan öğrenci Şahin, hazırlamış olduğu logonun geliştirilmesi ve retoriğini şu şekilde ifade etmektedir:

Ana logoya uygun yapmayı hedefledim öncelik olarak yani onun temellerini ve hatlarını bozmadan logomu geliştirmeye çalıştım. Ana logomuzun bir retoriği var, bunu hep beraber oluşturduk onun dışına çıkmamaya ve hatta ona çok bağlı kalmaya çalışarak yaptım tasarımımı. Farklı renklerin bir bütünü oluşturması fikrinin temellendirildiği bu logo, yardımlaşma, iletişime geçme fikri uyandıran stilize edilmiş el formlarıyla güçlendirildi (ÖG., 25.03.2021).



Görsel 1. "Göç ve Kültür" alt teması için tasarlanan logo

Aynı zamanda öğrenci tasarım çalışmalarında seçmiş olduğu "Göç ve Kültür" alt temasına ilişkin olarak tasarımlarını şekillendirebilmek adına bir takım anahtar kelimeler belirlemiştir. Öğrenci günlüğünde yer alan anahtar kelimeler araştırmacı tarafından görselleştirilmiş ve aşağıda sunulmuştur.



Şekil 8. "Göç ve Kültür" alt teması için hazırlanan anahtar kelimeler

Süreç içerisinde farklı çıkış noktaları yakalayan Şahin, içeriklerini dil bütünlüğünü korumasına adına ilk içerik üretimini dokuzlu seri olarak hazırlamıştır. Instagram uygulamasının ızgara sisteminde bakıldığında hem tek bir paylaşım gibi görünmekte hem de dokuz ayrı paylaşım olarak sergilenmekte olan içerik tek bir görsel olarak değerlendirilmiştir. İncelenen tasarımlar Instagram sayfa yapısında olduğu gibi üçlü ızgara şeklinde aşağıda gösterilmiştir.



Görsel 2. "Göç ve Kültür" alt teması için üretilen içerikler (1-9)

Üretilen içeriklerin retorik bağlamı öğrenci tarafından farklılıkların bütünü oluşturması ve kültür çeşitliliği olarak belirtilmiştir. Bu bağlamların ilk çalışması olan dokuzlu içeriğine nasıl yansıdığını Şahin şu şekilde açıklamıştır:

Benim ilk tasarım paketim 9 parçalık işten oluşuyor ama aslında tek bir parça o yüzden onu öyle yorumlayayım. Yola çıktığım mesele şuydu: farklı renklerin tek bir mozaik oluşturmasıydı. Mozaik çalışmalarında parçalar aslında bütünü oluşturur ya ben de bu 9 parçayı tek bir bütünü oluşturacak şekilde oluşturmak istedim. Burada bazı noktalar vardı: mesela hepsini ayrı renkte yapmış olsaydım bütünü oluşturduğumda kötü bir görünüm oluşabilirdi bunu da düşünmek zorundaydım yani 10. postu paylaştığımda bu 9 çalışma kayacaktı ve dışarıdan bakıldığında anlamsız durabilirdi. Bu yüzden bu renkleri iç içe girdirmek istedim yani yumuşatarak, ama tam da puzzle gibi durmasın yani bir sonrakinin uyumuyla

bir öncekinin uyumu ve oranı yani kapladıkları alanlar değişmesin ve bu tarz bir yol olsun istedim. (3.OGG., 28.05.2021).

Daha sonra üçlü içerik serisi tasarlamaya başlayan öğrenci, göç kültür bağlamında sorguladığı içeriklerini üretmeye başlamış, bu içeriklerini de Instagram uygulamasının kaydırma özelliğiyle (görseli uygulama üzerinden sola kaydırarak arka arkaya koyulan diğer görsellere ulaşma işlemi) ilgi çekici halde sunmuştur. Bu şekilde paylaştığı içerikleriyle ilgili olarak tasarımlarını sırasıyla açıklamıştır:

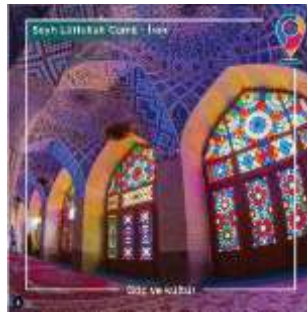
[*Onuncu çalışmada*] ”Türkiye’de göç kaynaklı en çok bulunan kültürleri ne kadar tanıyoruz” postum üçlü bir post yani sola kaydırarak üç farklı tasarım görüyoruz: Burada ilk olarak Afganistan kültüründen başlamak istedim ve kahvaltı konusuna değinerek yaptım bunu. Bizim popüler kültürde duyduğumuz hep Türk Kahvaltısı vardır, Türkiye Kahvaltısı olarak da geçiyor, Afganların da aslında kahvaltısı meşhurmuş fakat bu çok da gündeme gelmeyen, çok duyulmayan bir mevzuymuş o yüzden bana çok değişik geldi. Burada yapmak istediğim şey şuydu: Afgan Kahvaltısını tanıtmak. Ondan sonra diğer kültürleri incelemeye başladım (1.YYG., 11.05.2021).

[*Onbirinci çalışmada*] Üçlü ızgarada ortada duracak olan bu postumda İran’ı araştırırken gördüm çok güzel mimari yapıları var, Afganistan’da ve Türkmenistan’da da varmış ama İran’ınkiler daha çok ilgimi çekti ve bunların da paylaşılması gerektiğini düşündüm aslında, bu projeye de uyduğunu fark edince böyle bir tasarım diline gitmek istedim çünkü mimari anlayış da yaşayışımızın bir parçası, kültür yani sonuç olarak. Bunun üzerine giderek, küçük kareleri paylaşarak hem içeriğimi dolgunlaştırmayı hedefliyorum hem de kültürü biraz daha yayabileceğimi düşündüm. Üçlü ızgara için de bilgi paylaştım, yine bilgi paylaşacağım ama araya bir renk koymam gerekiyordu ki daha şık dursun. (1.YYG., 11.05.2021).

[*Onikinci çalışmada*] “5 ülke 5 halı” postum için de ben sadece Türk ve İran halılarının meşhur olduğunu zannediyordum, sonra başka bir dersimizde görsel kültür bağlamında bir şekilde bu konu üzerine hocamızla sohbet edebilme fırsatı yakaladım. Bize o sırada koleksiyonundaki bir halıyı göstermişti Afgan halısıymış. halının üzerinde Afgan Savaşı’nı betimleyici işlemler vardı, mesela adam savaşta bildiğimiz F16’yı halının üzerine işlemiş ve bu durum çok şaşırtıcı olarak kültürlerine işlemiş. Sonra buradan yola çıktım ve farklı kültürlerdeki halıların toplumsal değerlerine yönelik bir araştırma yaptım. Irak, İran, Afgan ve Suriye halılarına ulaştım, aslında biz bilmiyorduk, bizim haberimiz yokmuş. Bu 5 ülkenin halılarına ulaştım ve bu yolla hap bilgi olarak vermek istedim. İlk başta Suriye halısını vermişim, çok araştırdım hepsini, nasıl motifler var, nelerden etkilenmişler. Mesela halılarda bir ekol varmış, dokuma ekolü. (...) Bunu anlatabilmek için bu bilgileri verebilmek için bu şekilde bir post hazırladım (1. YYG., 11.05.2021).



10. içerik



11. içerik



12. içerik

Görsel 3. “Göç ve Kültür” alt teması için üretilen içerikler

Şahin, “Göç ve Kültür” alt temasıyla ilgili olarak yürüttüğü sürecini bu şekilde üçlü içerik serileri şeklinde paylaşacağını; Instagram uygulamasının ızgara duruşuna sosyal medya odaklı çalıştığı için önem vermek zorunda olduğunu, bunların yanı sıra retorığı bağlamında “bütünlüğün anlamı” konusunu işlediği için Instagram hesabı incelendiğinde güzel görünmesinin önemli olduğunu söylemiştir. Sürecinde geride kalan tüm serilerinin birbiriyle iç içe ve aynı retorikle üretildiği gerekçesiyle projesini genel anlamda şu cümlelerle özetlemiştir:

Ne kadar kültüre adapteyiz ne kadar kültürlerin farkındayız bilemiyoruz bunlar hep soyut kavramlar. Türk halkı, yerli halka göçmenlerin kültürlerinin bizden çok da farklı olmadığını göstermek oldu amacım. Ön yargıları kırmayı hedefledik çünkü. Bu yüzden ne kadar tanıyoruz projesini yaptım. Göçmenlerin kültürlerine ait olan objeleri tanıtmaya çalıştım, ilginç gelecek olan, bizim bilmediğimiz, görmediğimiz şeyleri tanıtmak istedim. Bir diğer postum ise göçmenlerin memleketlerindeki manzaraları göstermek istedim. Çünkü amacım ne kadar güzel camileri varken yani kendi ülkelerinde ve kültürlerinde ne kadar

güzel şeylere sahipken buraya gelmelerinin bir sebebi var bunu anlatmak istedim. (...) Bu süreçte de Yezidi düğünü, bir çay partisini vs. koydum. Özellikle bizim kültürümüzde olmayan, hiç bilmediğimiz kültürel öğelerine yoğunlaştım (3. OGG., 28.05.2021).



13. içerik

14. içerik

15. içerik

Görsel 4. “Göç ve Kültür” alt teması için üretilen içerikler

Şahin sunumunu tamamlarken tasarımlarını ne kadar karmaşık yaparsa, göçmenlerin neden burada olduğunu anlayamayan, ön yargılara sahip olan hedef kitlesinin onu anlamasının zorlaştığını, bu kitleye çok basit ve doğrudan mesajlarını vermesi gerektiği için beyaz zemin üzerine çerçeve kullanarak ve bu çerçevenin içini doldurarak yapmayı tercih ettiğini anlatmıştır.



16. içerik

17. içerik

18. içerik

Görsel 5. “Göç ve Kültür” alt teması için üretilen içerikler

[Projesini bütüncül bir bakış açısıyla yapılandığı söyleyen Şahin’in “Göç ve Kültür” alt temasına ilişkin oluşturduğu “goc_ve_kultur” adlı Instagram hesabının güncel hali aşağıda yer almaktadır.](#)



Görsel 6. "Göç ve Kültür" adlı sayfanın genel görünümü

Projenin ilk içeriği olarak dokuzlu seri halinde yapılan paylaşımda farklılığın bütünü oluşturduğu anlatılmıştır. Sonraki üçlemelerinde en çok göç alınan kültürlerle ilişkin tanıtımlar yapılan ve farklılıkları olduğu kadar benzerlikleri de ortaya koyan bir anlatım dili benimsenmiştir. Bu bağlamda çalışmalar yan yana ve alt alta sıralandığında kendi içlerinde uyumlu olan ve anlamlı bir bütünü oluşturan görünüme sahip olmuştur.

Öğrencinin yapılan çalışmalarını incelendiğinde sürecin başından beri tutarlı bir yapı izlediği, birbiriyle ilişkisel tasarımlar ortaya koyduğu, çözüm odaklı çıkış noktaları yakaladığı, görsel dil bütünlüğüne sadık kaldığı, konsept olarak belirlediği kavramların yaratıcılığının gelişimi göz önünde bulundurulduğunda retorik uyumlu, görsel tasarım dilinin hedeflenen ilerlemeyi sağladığı ve süreç içerisinde gerçekleştirilen çalıştay ve seminerlerin öğrenci yaratıcılığına olumlu katkı sağladığı görülmüştür. Dersin yürütücüsü ve araştırmacı tarafından gerçekleştirilen değerlendirme araştırma tekniğine bağlı olarak rubrik değerlendirme ölçeği ile değerlendirilerek başarılı bulunmuştur.

Tablo 2. Öğrenci içeriklerinin değerlendirme ölçeği ve değerlendirme- Rubrik

	VİZE	VİZE	VİZE	VİZE	VİZE	FINAL
<i>İSİM</i>	<i>Ders</i>	<i>Tasarım</i>	<i>Uygulama</i>	<i>Estetik</i>	<i>TOPLAM</i>	<i>Sunum</i>
	<i>Aşaması</i>	<i>Aşaması</i>	<i>Aşaması</i>	<i>Nitelik</i>		
Şahin	25	25	25	25	100	100



Görsel 7. “Göç ve Kültür” adlı sayfanın tanıtım içeriği

Göç ana teması ile ilgili paylaşım yapılan sosyal medya hesabındaki Göç ve Kültür içeriği, bu alt temanın logosu ve “Farklı renkleri tek tuvalde birleştiren, ülkemizin tuvalini rengarenk boyayan göçmenlerin kültürlerini ne kadar yaşanmasına izin veriyoruz” açıklamasıyla yayınlanmıştır.

5. Sonuç

Çalışmada sosyal medyada sosyal tasarım odaklı görsel ileti tasarlamak adına örnek olarak belirlenen Göç ve Kültür olgusu, toplumsal empati oluşturma, insani, insan hakları bağlamında ele alınarak sosyal sorumluluk bağlamında toplumsal farkındalık yaratma amacını taşımaktadır. Bu doğrultuda yapılandırılan sürecin sonunda görsel sanatlar öğretmen adaylarının ve tasarımcı adaylarının toplumsal farkındalık yaratmak için çalışmalarının gerek öznel gelişimleri ve farkındalıkları gerekse tasarımcı kimliklerinin gelişimleri ve farkındalıkları açısından önemli değişimler ortaya koyduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma sürecinde göç olgusuna ilişkin olarak yürütülen sosyal tasarım üretimi yapılmıştır. Sosyal tasarım konusunda son yıllarda dünyada ve özellikle ülkemizde sivil toplum örgütlerinin, devlet kuruluşlarının ve özel sektörün sosyal sorumluluk adına çok sayıda kampanya yapılandığı; bu bağlamda kampanyanın yaratım aşamasından yayınlanma ve yayılma aşamasına değin tasarımcılara büyük görevler düştüğü görülmektedir (Çelik, 2014, s. 6). Literatürde özellikle geleceğin tasarımcılarını yetiştiren alanlarda sosyal tasarım unsuruna dair çalışmaların sayısına çok az rastlanmaktadır. Sosyal tasarım örneği olarak seçilen “Göç” konusunun ise bu bağlamda tasarım temelli olarak yapılandırılan hiçbir çalışmaya dahil edildiğine rastlanmamıştır. Ayrıca göç konusunun medyada veya sosyal medyada ya çok genel ya da çok parçalı olarak işlendiği; göç konusunda göçmenlerin yanı sıra ev sahibi konumunda bulunan toplumun göçmenlerle kurduğu ilişki biçimi, yeni yerleşim yerindeki uyum sürecinde de belirleyici bir rol oynamasıyla (Türk, 2019, s. 20) ilişkili olarak neredeyse hepsinin olumsuz algı yaratacak şekilde yapılandırıldığı görülmektedir. Bununla birlikte Şimşek’in (2019) çalışmasında da değindiği üzere göçmen karşıtlığı sadece ülkemizde değil uluslararası bir probleme dönüşmeye başlamıştır.

Çalışmada yaygın etki oluşturma bağlamında yaratılması hedeflenen farkındalık oluşumunun gerekliliği de bir kez daha görülmektedir. Özellikle görsel ileti tasarımı bağlamında bu konuya derinlemesine ve bütünsel bir bakış açısıyla yaklaşılmadığı gözlemlendiğinden bu konuyla ilgili farkındalık yaratabilecek bir görsel ileti tasarımı çalışmasının yapılmasının gerekli olduğu ortadadır. Tasarımcılar tarafından ikna edici algısal süreçler yapılandırılarak oluşturulacak sosyal sorumluluk kapsamındaki sosyal tasarımların önemli olduğu; bu konuda alınacak eğitimin, tasarımcıların daha nitelikli ve amacına uygun ürünler ortaya çıkarabilmesine, tasarımlarının hedef kitle ve toplumsal gelişmelere uygun olacağı düşünülmektedir (Tepecik ve Çelik, 2015, s. 86).

Çalışmanın genel amacı doğrultusunda, eğitim fakültesi güzel sanatlar eğitimi bölümü grafik anasanat atölye derslerini alan görsel sanatlar öğretmen adayları ve geleceğin tasarımcılarının, alanlarında çok önemli olan sosyal medya ve sosyal tasarım odaklı çalışmaları sürecini başarıyla tamamladıkları sonucuna varılmıştır.

Aynı zamanda çalışma sürecinde tasarım tabanlı araştırma ile geliştirilen ürün temelli süreçten sağlanan yaygın etki ve öğrencilerin kazanımları şu şekilde özetlenebilir:

- Öğrencilerin bütüncül bir süreç yapılandırma ile ilgili bilgi edindikleri, farkındalık ve ciddi bir deneyim kazandıkları,
- Öğrencilerin sosyal medyada sosyal tasarım odaklı içerik üretme sürecine ilişkin başarılı bir süreç yapılandıkları ve bilgi edindikleri,
- Öğrencilerin öznel bakış açılarının yanında tasarımcı kimliklerinin de geliştiği,
- Öğrencilerin sosyal tasarım bağlamında seçilen “Göç” olgusuna dair ciddi bir farkındalık, bu bağlamda da sosyal tasarımlar üretme deneyimi kazandıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

6. Öneriler

Çalışmanın sonuçları doğrultusunda, uygulamaya ilişkin ve gelecekte yapılacak araştırmalara ilişkin geliştirilen öneriler aşağıdaki gibidir:

- Çalışmada yürütülen sosyal medya odaklı görsel ileti tasarımı sürecinin konusu olan göç ve alt temalarıyla ilgili çalışmaların yaygın etki bağlamında devamlılığının sağlanması,
- Tasarım öğelerinin eleştirel bir değerlendirmesi üzerine kurulu olan tasarım tabanlı araştırmanın temelinde tasarımın uygulama süreci ile ilintili olan sosyal ve içeriksel değişkenlerinin kullanıcı odaklı bilişsel değişkenler ile etkileşimine odaklanması; bu doğrultuda tüm katılımcıların işbirliği içerisinde süreklilik ve döngüsellikle yürütülen bir sürecin öğrenci kazanımları göz önünde bulundurularak güzel sanatlar eğitimi alanında daha çok yer bulması,
- Öğrencilerin edindikleri deneyimi tamamen olumlu görüş bildirerek açıkladıkları göç konusu gibi sosyal sorumluluk ve toplumsal farkındalık yaratma amaçlı sosyal tasarım konusunun tasarım temelli derslerde daha çok yer bulması,
- Sosyal tasarım konulu yapılandırılacak olan derslerde süreç içerisinde görsel kültür bağlamında da kazanımlar sağlanabilmesi adına sanatsal sorgulamalarla desteklenmesi,
- Çalışma kapsamında yürütülen örnekteki gibi tasarım temelli dersler alan öğrencilerin günümüzde teknoloji yeterliği bağlamında gerekli olduğu düşünülen sosyal medya odaklı bir süreç deneyimlemeleri,
- Tasarım temelli derslerin sonucunda ortaya konacak uygulamalı tasarım çalışmalarının (ürünlerin), diğer öğrencilerin farklı bakış açılarına sahip olma ve bu doğrultuda çalışmalarına motivasyon olması amacıyla süreç içerisinde sosyal medya üzerinden ve süreç tamamlandıktan sonra fiziksel olarak sergilenmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Ağrı, E. (2021). *Algı, Sosyal Algı ve Algı Yönetiminin Sosyal Medyada Kullanımı*. S. Kurnaz (Ed.). Ankara: İKSAD Yayınevi.
- Çalışkan, M ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi*, 50, 1-24.
- Çelik, N. (2014). *Görsel iletişim tasarım eğitiminde sosyal tasarımın gerekliliğine dair araştırma ve bir ders önerisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- İli, K. (2013). *Sosyal medya ortam ve araçlarının öğrenci davranışlarına etkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kilis, S., Rapp, C. ve Gülbahar, Y. (2014). Eğitimde sosyal medya kullanımına yönelik yükseköğretim düzeyindeki öğretmenlerin algısı: Türkiye-Almanya örnekleme. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 3(3), 20-28.

- Miles, M. ve Huberman, A. (2016). *Nitel veri analizi*. (Çev: S. Altun ve A. Ersoy). Ankara: Pegem Akademi.
- Özsavaş Uluçay, N. (2021). Tasarım eğitiminde internet ve sosyal medya etkileşimi. *AART Tam Bildiri Kitabı*, 310-320.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken*, 7(1), 101-120.
- Peterson, R. ve Herrington, J. (2005). The state of the art of design-based research. *World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education (ELEARN)*. 24-28 October 2005, Vancouver, Canada.
- Şimşek, D. (2019). Türkiye’de Suriyeli mülteci entegrasyonu: zorlukları ve olanaklar. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 172-187.
- Tepecik, A. ve Çelik, N. (2015). Görsel iletişim tasarımı eğitiminde sosyal tasarımın gerekliliğine dair araştırma ve bir ders önerisi. *Başkent University Journal of Education*, 2(1), 77-88.
- Toğay, A., Akdur, T., Yetişken, İ.C. ve Bilici, A. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı bir MYO deneyimi. *Akademik Bilişim Konferansı*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Cilt: 2, 1000-1006.
- Türk, E. (2019). Türk basınında Suriyeli göçmenlere ilişkin haberlere yapılan yorumların incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 17-30.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.
- Uyanık Aktulun, Ö. ve Elmas, R. (2019). 21. yüzyıl okul öncesi öğretmenleri için sosyal medya araçları: muhtemel faydalar. *Temel Eğitim Dergisi*, 1(4), 6-20.
- Wang, F. ve Hannafin, M. (2005). Design-based research and technology-enhanced learning environments. *Educational Technology Research and Development*, 53(4), 5-23.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (11. Baskı). Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar.
- Yılmaz, A. (2022). *Yeni medyada göç odaklı olağandışı durum iletileri üretmeye dayalı görsel – algısal sorgulama: tasarım tabanlı araştırma örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- http1: <https://sosyaltasariplatformu.com/nedir/> (Erişim Tarihi: 22.09.2022)

Extended English Summary

It is known that humanity communicates with other creatures throughout history using a wide variety of systems, including symbols such as signs, movements, sounds, etc. Design-oriented communication has also been one of the highlights of this range of communications today. The definition and scope of communication along with the 21st century have also been greatly expanded. Established in prehistoric times by painting cave walls, communication is established by social media, one of the most prominent levers of new media, which is now technology-led. While Internet technology is the most important element to format new media, new media usage in this era of technology cannot be thought independently of technology (Aydoğan and Kırık, 2012, s. 61).

The most fundamental feature that highlights new media among today's communications and separates it from traditional media is interaction. When it comes to interaction and new media, the first-ever media is social media, virtual reality environments, electronic publishing, digital games, etc. listed in (Eristi, 2017, p. 2). Social media stands out as the ideal environment for constantly updating, being easily accessible, and meeting with the audience of applications in terms of content production/consumption from a range of new media options.

On the other hand, social design is one of the elements that has gained importance in the field of design recently and which is of close interest to designer candidates. Social content designs are designed for a social or political purpose that undertakes tasks such as announcement, guidance, creating enforcement power in environmental, health and social events, raising awareness. In other words, social design is considered an effective step toward innovative solutions to social problems,

which suggests that design needs to understand, solve, and create permanent solutions in co-operation with social problems.

Therefore, it is not wrong to say that the use of social media platforms is an important factor in the sharing of content produced when it is wanted to be produced and quickly engaging in the context of widespread impact. In this context, it is considered very important for visual arts teacher candidates and future designers to carry out studies within the scope of social design in the design-based courses they are studying and to carry out these studies with a focus on social media.

Purpose: In the study, teacher candidates and future designers who took graphic design required program courses in the department of fine arts education are intended to present their views and product evaluation in the process of social media and social design projects that are very important in their field. Since the study focuses on only one of the sub-themes selected under the heading of social design (Migration and Culture), answers to the following sub-questions were sought in this context:

- a) What are their thoughts about social design-oriented work in social media?
- b) What are their views on the “Migration and Culture” sub-theme chosen for social design studies?
- c) How are the studies carried out on social design in social media evaluated?

Method: The method of the study was designed as a Design-Based Research. Design-based research methods, both quantitative and qualitative nature of this study and are used for a large number of data collection and analysis process, and accordingly, long-term should be applied; also, because it is mostly the data collected from qualitative data in this research a qualitative perspective has been used. In this research method, observation, interviews, student products, researcher and student diaries, document analysis, etc. are used. it can be expressed as research in which qualitative data collection methods are used and a qualitative process is followed for the realistic, holistic, and systematic presentation of perceptions and events in the natural environment (Yıldırım and Şimşek, 2018, p. 41). The aim of the researcher is to look at the characteristics of the study environment from a holistic, inclusive, and systematic point of view, to try to collect data from participants with a rigorous and empathetic understanding; to examine how participants perceive, explain and act on events, whatever the subject of the study is (Miles and Huberman, 2016, p. 6-7).

Wang and Hannafin (2005, p. 6-7) design-based research is iterative (cyclic) analysis, design, development, and implementation process of collaboration between researchers and participants, based on the design principles and the development of theories and educational practices are defined as a research method aimed at improving the systematic and flexible.

Design-based research, whether in education or in different disciplines, should include an applied design study associated with research, in other words, the structuring of a product-based process, since the design study will be based on research as a data source. The applied design studies to be presented should be student-centered design products that involve a developmental process (Peterson and Herrington, 2005, p. 3).

Results: For the general purpose of the study, visual arts teacher candidates and future designers who took the graphic design required program courses in the education department of fine arts education department have successfully completed the social media and social design focused work process that is very important in their field.

At the same time, the widespread impact from the product-based process developed through design-based research in the work process and the achievements of students can be summarized as follows:

- It is concluded that students have learned about a holistic process configuration, gain awareness and a serious experience.
- Students can configure and learn a successful process of producing social design-oriented content on social media.
- In addition to the subjective aspects of the students, it is concluded that the identity of the designer has improved.
- A serious awareness of the "Migration" phenomenon selected in the context of social design is concluded that students have gained experience in producing social designs in this context.