



www.turkishstudies.net/turkishstudies

**Turkish Studies**

eISSN: 1308-2140

*Research Article / Araştırma Makalesi*



INTERNATIONAL  
BALKAN  
UNIVERSITY  
Sponsored by IBU

**Sanat ve Tasarım Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının Belirlenmesi**  
*Determination of the Social Networks Sites Usage Purposes Of Art And Design Faculty Students*

Ahu Simla Değerli\* - Kader Sürmeli\*\* - Betül Alatlı\*\*\*

**Abstract:** The study is planned to describe how the students of art and design faculty utilize the social networks. Ethics committee approval dated 03.12.2021 and numbered 11 was obtained from the Education Research Ethics Committee of Aydın Adnan Menderes University for the research. The batch used in the study is composed of 178 students studying as freshmen, sophomore, junior and senior at Art and Design Faculty of Yıldız Technical University in 2021-22 academic year. In the first part of the study, demographical data such as gender, grade level, monthly income level, accommodation affordability are involved. Because it is aimed to reveal the situation as it is, the study is carried out using survey model. Since both quantitative and qualitative data are used together, the study can be considered as combined method research. Backing of the combined method on constructing a bridge between quantitative and qualitative data is remarked as the paradigm of the study. In the study quintet likert scale questionnaire with 14 items, which was designed, intending to determine social net sites usage purposes of the university students is used (Karal & Kokoç, 2010). The quantitative data is processed by means of IBM SPSS Statistics 20 software. There are 4 questions asked in the qualitative part of the research. The qualitative data obtained is analyzed by using descriptive analysis method. In the process of descriptive analysis firstly either conceptual framework or a framework from research questions is generated. Then the data obtained is examined and organized in accordance with the framework generated. It is important to bring the data together sensibly and meaningfully. Frequencies and percentages of the organized data, and the findings obtained by direct adaptation define, clarify and associate. In this study, the data is examined based on the framework generated in accordance with the questions, and then the findings obtained are presented by frequencies, percentages and direct adaptations.

**Structured Abstract: Introduction and aim of the study:** Today, various developments in technology and social media have affected the art education environment as well as the art market. Based on the motto "the only thing that does not change is change itself", it is inevitable for art and art education to progress in synchronization with this change. In this context, the focus of our research is to investigate the extent to which

---

\* Sorumlu Yazar: Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü  
Corresponding Author: Asst. Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Education, Department of Fine Arts Education

ORCID 0000-0002-8659-4254

ahu.simla.degerli@adu.edu.tr

\*\* Prof. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı  
Prof. Dr., Yıldız Technical University, Faculty of Art and Design, Graphic Design Department

ORCID 0000-0001-5175-4847

kadersurmeli@gmail.com

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Necatibey Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü  
Asst. Prof. Dr., Balıkesir University, Necatibey Faculty of Education, Department of Educational Sciences

ORCID 0000-0003-2424-5937

betulkarakocalatli@gmail.com

**Cite as/ Atıf:** Değerli, A. S., Sürmeli, K. & Alatlı, B. (2022). Sanat ve tasarım fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının belirlenmesi. *Turkish Studies*, 17(6), 1333-1358. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.63304>

**Received/Geliş:** 28 June/Haziran 2022

Checked by plagiarism software

**Accepted/Kabul:** 25 December/Aralık 2022

© Yazar(lar)/Author(s) | CC BY- NC 4.0

**Published/Yayın:** 30 December/ Aralık 2022

art education students integrate social networks into their fields. No study on social media involving students of the faculty of arts and design has been found. It is thought that this study will contribute to the field.

This study was conducted to describe how students studying at Yıldız Technical University Faculty of Arts and Design used social media. We can list the sub-objectives as follows:

- To find out about what social media sites students mainly use,
- To find out about whether they exhibit their artistic works through social media,
- To find out about which artists students follow on social media about the field,
- To find out about the contribution of social media to the art produced by students,
- To find out about what students use the spaces (profiles, pages, etc.) that they have created for themselves for, and
- To find out about whether students' use of social media is mostly for educational or social purposes

**Methods: Research model:** The aim of the research is to reveal the existing situation as it exists; therefore, a survey model was used in the study. Since qualitative and quantitative data were used together in the study, a mixed-method research approach was adopted.

The study consisted of three stages. In the first part, demographic data were presented. The second part included 4 open-ended qualitative questions. The third part included a 14-item 5-point Likert-type scale that was developed by Hasan Karal and Mehmet Kokoç.

IBM SPSS software package was utilized in the analysis of quantitative data. Descriptive analysis was employed in the analysis of qualitative data. For the first three questions, frequency and percentage values were presented. Categories were created for students' responses to questions about the contribution of social media to art. Students' responses were examined independently by two researchers to evaluate the reliability of the categorization of the responses.

**The study group:** The study group consisted of 178 1<sup>st</sup>, 2<sup>nd</sup>, 3<sup>rd</sup>, and 4<sup>th</sup>-year students studying at Yıldız Technical University Faculty of Arts and Design in the 2021-2022 academic year.

**Data collection:** In the study, the "Social Networking Sites Usage Scale," which was developed by Karal and Kokoç (2010), was used to collect quantitative data to examine the purposes of students studying at the Faculty of Arts and Design for using social networking sites. The development study of the scale had been carried out with data obtained from 315 university students.

Students were asked open-ended questions to collect the qualitative data of the study. Students' responses to the first three questions were presented as frequency and percentage values. Categories were created for students' responses reflecting their views on the contribution of social media to art. Students' responses were evaluated separately by two researchers to examine the reliability of the categorization of the responses.

**Data analysis:** Independent groups t-test was used to determine whether the scores obtained from the scale differed significantly by gender.

To determine whether the normality assumption was met according to the school year, the skewness coefficients for each factor and the total score values were examined for each level of the school year. Accordingly, since the assumptions of normality and homogeneity of variances according to the school year regarding the scores obtained from the scale were met, one-factor analysis of variance was performed to determine whether there was a significant difference according to the school year.

One-factor analysis of variance was employed to determine whether students' purposes for using social networking sites differed significantly according to their monthly income.

Independent groups t-test was used to examine whether students' scores on the Social Networking Sites Usage Scale differed significantly according to accomodation. One-factor analysis of variance was used to determine whether students' purposes for using social networking sites differed significantly in terms of the education level of their mothers.

One-factor analysis of variance was also employed to determine whether students' purposes for using social networking sites differed significantly according to the educational level of their fathers.

The independent groups t-test was used to determine whether students' purposes for using social networking sites differed significantly according to the place of residence where they spent most of their lives.

Descriptive analysis was employed in the analysis of the qualitative data obtained in the study. In this study, the data were analyzed based on the framework created in line with the questions, and the findings were presented as frequency and percentage values and direct quotations.

#### **Ethics Committee Approval**

Ethics committee approval was obtained according to the decision of Aydın Adnan Menderes University Education Research Ethics Committee dated 03.12.2021 and numbered 11.

**Findings and Interpretation:** In this part of the study, findings of analyses that were conducted to examine whether students' scores on the Social Networking Sites Usage Scale differed significantly in terms of variables, including gender, school year, monthly income, accommodation, level of mother's education, level of father's education, and place of residence where they spent most of their lives, were evaluated.

The mean scores of students on the Social Networking Sites Usage Scale were found to show a significant difference in terms of the gender variable. Also, there was a significant difference between males and females in terms of the use of social networking sites for "educational purposes" factor. The scores obtained from the using social networking sites for "social interaction and communication purposes" factor showed a significant difference according to income level.

The examination of qualitative data in the study indicated that the students of the faculty of arts and design primarily used the "Instagram" with 89.90% (f=160), which was followed by "Twitter" with 66.85% (f=119) and "Pinterest" with 41.57% (f=74), respectively. While 56.7% (f=101) of students stated that they exhibited their artistic works through social media, 43.30% stated that they did not use it for this purpose. In addition, 71.29% (f=72) of the students who responded "yes" to this question stated that they mostly used "Instagram." Another frequently used social media site was found to be "Behance" with 39.60% (f=40). Students who did not follow an artist on social media related to their field constituted 40.16% (f=51) of the group, while 59.84% of students stated that they followed artists on social media related to their field. The most frequently followed artist by the students of the faculty of arts and design was "Refik Anadol" with 20.47% (f=26), which was followed by "Taner Ceylan" with 14.17% (f=18). In addition, it was determined that students' responses to the question about which artists they followed related to their field on social media varied considerably. It was found that students followed 192 different artists.

Students stated that the main contribution of social media to art included "reaching large audiences" with 34.83% (f=62). For example, the response of the student coded S4 was as follows: "Art reaches wider audiences thanks to social media." Similarly, the student coded as S14 said, "it allows art to reach a wider audience." Other student views included "provides easy access" with 25.84% (f=46), "provides advertisement opportunities" with 25.28% (f=45), and "inspires the artist" with 11.24% (f=20).

Some of the students' views about the contribution of social media to art were as follows: "opportunity to see different artists and works" (f=11); "hearing about art events" (f=11); "enables people to get to know art" (f=11); "makes it easier for us to follow developments in art" (f=5); "motivates the artist" (f=4); "increases the creativity of the artist" (f=3); "provides people with knowledge about art" (f=2).

**Conclusion:** The evaluation of students' mean scores on the total Social Networking Sites Usage Scale according to the gender variable indicated that female students used social media more than male students. The examination of the use of social networking sites for "educational purposes" factor showed that female students used social media for educational purposes more often than male students. It was found that students with low income got higher scores on the use of social networking sites for "Social Interaction and Communication Purposes" than other students. It is thought that this may have been due to the difficulty for students with low economic levels to enter environments, such as gyms, cafes, and restaurants where they can socialize.

It was found that the students of the faculty of arts and design followed Instagram, Twitter, and Pinterest, the social networking sites, respectively. These sites were followed by Youtube, Facebook, and

Behance. Instagram is a photo/picture sharing site and offers various editing and collage features. It is known that the widespread use of Instagram has increased due to these features. This social networking site is used by students sometimes as a portfolio and sometimes as an online gallery where they can exhibit their works. Parallel to this result, more than half of the students participating in the study had already stated that they used social media to showcase their works. It was concluded that the majority of these students exhibited their works on Instagram. However, it was found that another frequently used social network was Behance. Behance is a picture-photo sharing site that is similar to Instagram.

More than half of the students participating in the study followed artists related to their fields on social networking sites. It was found that the most frequently followed artists were Refik Anadol and Taner Ceylan, respectively. Refik Anadol has given many works from a different perspective by converting digital data into visual works. His works are frequently featured on television and social media. In recent years, his works have appeared in famous art fairs. This shows why he is so popular.

When students' answers were examined, it was found that the majority of them specified the contribution of social media to art as "reaching large audiences." Apart from this, other frequent responses about the contribution of social media to art included "contributing to making advertisement" and "inspiring people dealing with art." Among the opinions expressed by students about the contribution of social media to art were "the opportunity to see different artists and works of art," "hearing about art events," "providing people with knowledge about art," "facilitating following developments in art," "motivating the artist," "increasing the creativity of the artist," and "providing information about art."

In the new world, which is blended with today's technologies, social media has turned into galleries where artists and prospective artists can display their personal portfolios online, rather than just a medium where they socialize. Artists and prospective artists, who could make their names known only through television, newspapers, and magazines in the past, have easily reached audiences that they would not be able to reach under normal conditions, thanks to these digital channels and have the opportunity to introduce themselves. Thus, they have been able to contact the audience directly, without the need for third parties to express themselves and exhibit their works. Especially students of the faculty of arts and design are in a production process, and the interaction of the works they produce with the relevant audiences is essential for their field. The use of social media has become a necessity rather than a luxury. Inadequate economic conditions prevent students from many artistic activities. Closing this gap by providing them with unlimited internet access makes it possible to prevent some inequalities in education. In addition, students need to receive online portfolio preparation education to present their work most accurately. To do this, photography workshops should be established in departments and students should be given education on online portfolio preparation. Moreover, courses related to the use of social media should be added to the curriculum in the faculty of arts and design.

**Keywords:** Art education, social media, social network, instagram, facebook

**Öz:** Çalışma sanat ve tasarım fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları nasıl kullandıklarını betimlemeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Araştırma için Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Etik Kurulundan 03.12.2021 tarih ve 11 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Çalışma grubu 2021-2022 eğitim ve öğretim yılında Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi 1., 2., 3. ve 4. sınıflarda eğitim gören 178 öğrenciden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde çalışma grubuna ilişkin cinsiyet, sınıf düzeyi, aylık ortalama gelir ve kaldıkları yer değişkenlerinin yer aldığı demografik bilgiler yer almaktadır. Araştırma ile var olan durumun var olduğu şekliyle ortaya konulması amaçlandığından araştırma tarama modelinde bir araştırmadır. Araştırmada nitel ve nicel veriler birlikte kullanıldığından araştırma karma yöntem araştırmadır. Araştırma paradigması olarak karma yöntemin, nitel ve nicel araştırma arasında bir köprü kurulmasına yardımcı olduğu da belirtilmektedir. Çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik 14 maddeden oluşan 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır (Karal ve Kokoç, 2010). Toplanan Nicel veriler IBM SPSS istatistik programı kullanılarak elektronik ortamda işlenmiştir. Araştırmanın nitel bölümünde 4 adet soru sorulmuştur. Betimsel analiz sürecinde öncelikle kavramsal çerçeve veya araştırma sorularından hareketle bir çerçeve oluşturulur. Sonrasında bu çerçeve doğrultusunda veriler incelenir ve düzenlenir. Verilerin mantıklı ve anlamlı bir şekilde bir araya getirilmesi önemli görülmektedir. Düzenlenen verilere ait frekans ve yüzde değerleri ile birlikte doğrudan alıntılar ile de

elde edilen bulgular tanımlar, açıklar, ilişkilendirir. Bu araştırmada da sorular doğrultusunda oluşturulan çerçeveye dayalı olarak veriler incelenmiş ve elde edilen bulgular frekans, yüzde ve doğrudan alıntılarla sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sanat eğitimi, sosyal medya, sosyal ağ, instagram, facebook

## Giriş

İnsanlık tarihinin başlangıcından bugüne insanoğlu, yaşadığı çevre içerisinde varlığını ve ilişkilerini devam ettirmek açısından iletişim araçlarına ihtiyaç duymuştur. Bununla birlikte zaman kavramıyla senkronize değişen ve dönüşen insanoğlu ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla içinde yaşadığı dönemin koşullarına uygun araçlar kullanmıştır. Değişen zamanın ruhu temas ettiği her şeyi beraberinde dönüştürmüştür. Bu ruh, toplumu oluşturan bireyi, onun ihtiyaçlarını, alışkanlıklarını, gündelik hayat pratiklerini ve hatta iletişim araçlarını belirgin biçimde değiştirmiştir (Babacan, 2017, s. 33).

Sanayi devrimi ile birlikte değişen ve dönüşen yeni toplum yapısı, bilgi akışının küresel boyutta dolaşımının yardımıyla da işlevsel bir toplum yapısına evrilmiştir. Bu yeni toplum biçimi; zamanla kendini bilgi/enformasyon toplumuna ve ardından ağ toplumuna bırakmıştır. Oluşan yeni toplum biçimi bireysel ve toplumsal hayatı büyük oranda hareketlendiren, toplumsal hiyerarşiyi ve ilişki biçimlerini geçişken kılan, her an mobilize olabilen bir toplum suretinde belirmiştir. (Babacan, 2017, s. 29). Bu toplum yaşadığı çevre içerisinde varlığını ve ilişkilerini devam ettirmek amacıyla iletişim araçlarına ihtiyaç duymuştur.

Modern zamanla birlikte değişime uyumlanan kitle iletişim araçları da insanların ihtiyaçlarına cevap vermiştir. İnsanlar arasındaki etkileşimi mümkün kılan teknolojik gelişmeler, var olan kitle iletişim araçlarını geri planda bırakmış; bununla birlikte bilgisayarın ve internetin hayatlarımıza girmesi değişimi hızlandırmıştır. Bu değişimlerin sonucunda bilgisayar ve internet ağları aracılığı ile farklı insanlarla daha kolay etkileşime giren insanoğlu geleneksel kitle iletişim araçlarının çok ötesinde yeni bir gerçeklikle yüzleşmiştir. Bu gerçeklik bilgi ulaşımını kolaylaştırarak teknolojik bir devrimin ve sanatsal dönüşümlerin kapılarını aralamıştır. Bu bağlamda çalışmada öğrencilerin hangi sosyal medya sitelerini kullandıkları, sanatsal çalışmalarını bu sitelerde yayınlayıp yayınlamadıkları, hangi sanatçıları takip ettikleri, sosyal medyanın sanatlarına olan katkıları ve başka hangi amaçla sosyal medyayı kullandıkları öğrenilmek istenmiştir. Ülkemizde sanat eğitimi alan öğrencilerin sosyal medya kullanımlarına dair bir kapsamlı çalışma bulunmamaktadır. Bu araştırmanın hem yol gösterici olacağı ve alandaki eksiği giderebileceği düşünülmektedir.

## Sanayi Devrimi ve Sanayi Toplumu

Sanayi Devrimi diğer adıyla Endüstri Devrimi, 18. yüzyıldan başlayarak devrimini üstün bir şekilde arttırıp kitlesel üretime olanak sağlayan, insanlık tarihinin en büyük kırılma noktalarından biridir (Saygılı, 2013, s. 265). Tutar (Tutar, 2013, s. 67) Sanayi devrimini “teknolojinin hâkim olduğu makineleşmeye geçişin başlangıcı olan 18. yüzyılın ortalarında İngiltere’de ortaya çıkıp kısa zamanda Avrupa’ya yayılan, üretim teknolojisindeki köklü dönüşüm hareketi” olarak tanımlar. Sanayi Devriminin sadece buharlı makinelerin bulunmasına indirgenmemesi gerekmektedir. Böylesine önemli bir gelişmenin pek çok toplumsal, siyasal ve ekonomik sonucu bulunmaktadır (Aksoy, 2016, s. 33). Günümüz dünyasına biçim veren büyük teknolojik keşif ve buluşların yapıldığı bu dönem toplumun her alanını derinden etkilemiştir. Endüstrileşme beraberinde diğer dönemlerinden farklı olarak hızlı bir şekilde ilerleyen teknolojiyi insanların hayatına sokmuştur (Tuğal, 2018, s. 12).

Sanayi devrimi insanların yaşam tarzlarında da değişiklikler yapmıştır. Bu değişiklikler ileriki zamanlarda şekillenecek olan bütün toplumsal yapıların kodlanmasında etkin bir rol

oynamıştır. Bu durum toplumların geleneklerini, davranış biçimlerini ve benimsedikleri kuralları köklü biçimde değiştirmiştir. Mesela üretim, insanların yaşam alanlarına yakın olan atölyelerden fabrikalara doğru yönelmiştir. Böylelikle dağınık halde duran üretim mekanizmaları fabrikalarda üretimlerine devam etmişlerdir (Bumin, 2010, s. 55). Bununla birlikte yeni üretim merkezleri olan fabrikaların etrafında yerleşim yerleri oluşmaya başlamıştır. Kentler büyümüş, kentlerin büyümesi beraberinde toplumsal sorunları da getirmiştir. Sanayi Devrimi büyük kalabalık ailelerin çekirdek ailelere dönüşmesinde etkin rol oynamıştır (Göksal, 2003, s. 12; Aksoy, 2016, s. 34).

Sanayi devriminin ardından toplum hayatındaki değişim ile birlikte dönüşmekte olan durum için “sanayi toplumu” ifadesi kullanılmaya başlanmıştır (Giddens, 2013, s. 33). Artık tarım toplumunda toprağa sahip olan aristokrat sınıf yerini, sermayenin sahibi olan sosyal sınıfa bırakmıştır. Yaşanılan sanayileşme süreci ile birlikte geleneksel toplumdan modern topluma dönüşüm hız kazanmıştır (Şahin, 2007, s. 117).

### **Bilgi Çağı ve Bilgi Toplumu**

Bilgi toplumu; yeni teknolojilerin gelişmesi ile birlikte bilgi sektörünün, üretiminin ve sermayesinin mühimmat kazandığı, temelinde nitelikli insan modelini oluşturmayı amaç edinen toplumdur. Bu toplumda eğitimin sürekliliği sahnede ön plana çıkar. Bilgi toplumu, ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan sanayi toplumunun ilerisine taşınan bir gelişme aşaması olarak tanımlanabilir (Aktan, 2016, s. 3). Burada bilgi-iletişim teknolojisi her alanda kullanılmaktadır ve bilgi paylaşılan bir olguya dönüştüğü için değerlidir (Rukancı & Anameriç, 2004, s. 458)

Bilgi toplumu ile enformasyon toplumunun ne olduğu konusunda farklı söylemler bulunmaktadır. Birinci söylem, bilgi toplumunu maldan çok bilgi üreten bir toplum olarak lanse eder. İkincisi, bilgi toplumunu enformasyon patlaması olarak algılatır. Sonuncusu, bu toplumu iletişim ve enformasyon teknolojileriyle özdeşleştirmektedir. Aralarında büyük farklılıklar olmamasına rağmen tüm bu yaklaşımlar bilgi ile enformasyon arasında net bir ayrıma ulaşmamaktadır (İrzık, 2002, s. 6).

Bilgi toplumu güncel bir kavram gibi algılansa da, temellerinin 1900'lü yıllardan önce atıldığı rivayet edilmektedir. Bununla birlikte "iletişim çağı" kavramının ilk kez Kanada'lı iletişimci Marshall Mc Luhan tarafından kullanıldığı 1962 yılında, ABD'li iktisatçı Fritz Machlup'un da “bilgi toplumu” terimini kullandığı (Geray, 1997, s. 37) bilinmektedir. Diğer bir görüş, bilgi toplumu terimini ilk olarak Japon Yoneji Masuda, “Sanayi Sonrası Toplum Olarak Bilgi Toplumu” adlı çalışmasıyla ele aldığını savunmaktadır (Sarıgöz, 2012, s. 73). Ayrıca Porat (1978) ve Masuda'nın (1990) “bilgi toplumu” kavramını ilk kullananlar arasında olduklarına (Yılmaz, 1998, s. 149) dair farklı görüşlerde vardır (Yeşilorman, 2014, s. 119).

Bilgi toplumu, toplumsal gelişme çizgisinin son aşamasında yer alan ve bilginin toplumun her alanında nüksettiği yeni bir toplum tipi olarak karakterize edilmeyi istemektedir. Öyle ki “*information society*” olarak bilinen bu olgu bilginin toplumun teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal tüm boyutlarında kullanılmasının yol açtığı değişimi anlatan çok boyutlu toplumsal bir olgudur. Teknoloji, bilgi ve iletişim teknolojileri bu toplumsal olgunun gelişiminde bilgiyi topluma hâkim kılmaya çalışan başlıca unsurlardır. Daha detaylandırarak olursak, sanayi toplumunda makine ve sermayenin işgal ettiği alanı, bilgi toplumunda bilişim teknolojileri ve bilgi veri blokları almaktadır. Sanayi toplumundaki sermaye, bilgi toplumundaki bilgi ile aynı değeri taşımaktadır. Aralarındaki başlıca fark sanayi toplumunda güç ve iktidar sermayenin biriktirilmesi ile kazanılıyorken, bilgi toplumunda iktidar bilginin paylaşılmasıyla kazanılmaktadır (Yeşilorman, 2014, s. 118). Ayrıca sanayi toplumunun bel kemiği olan “üretim yapma bilgisi” yerini “teknoloji üretim” bilgisine bırakmaktadır (Sadıklar, 1995, s. 112-113).

Meslek yapılarına bakıldığında bilgi toplumunda sanayi toplumundan daha farklı meslek yapısı oluşumu fark edilmektedir. Sanayi toplumunda bulunan mavi yakalı işgücü yerini beyaz yakalı

iş gücüne devretmiştir. Daha üst düzey bir teknoloji kullanacak olan Bilgi toplumu üretimde de daha az işçi ile kalkınmayı becermiştir. Bunun sonucu olarak işgücünü sanayide değil hizmet sektöründe kullanılmıştır (Kocacık, 2003, s. 5).

Bilişim teknolojilerinin desteği ile yenilikçiliğine ve yaratıcılığına farklı boyutlar kazandıran insanoğlu karşısına çıkan pek çok soruna çözüm getirme yeteneğini de değişimlerle doğru orantılı geliştirme imkânına ulaşmıştır. Buharlı makinelerin keşfi nasıl ki sanayi toplumuna geçişin mihenk taşı olmuşsa, bilgi toplumuna geçişin temelini de bilişim teknolojilerinin göz bebeği olan bilgisayar ve ardından diğer elektronik araçlar oluşturmuştur. Bilgi teknolojilerinin etkisi altında şekillenen kültürel, siyasal, sosyal ve ekonomik gelişmeler üretimin ve verimliliğin artmasına yol açmıştır. Bilgi toplumu sayesinde toplumsal verimlilik artmış, ekonominin gelişimi hız kazanmış ayrıca bilimde yeni gelişmeler meydana gelmiştir. Gelişmiş ülkelerin ulaştığı nokta olarak görülen bilgi toplumu, özellikle küreselleşme sürecinde çaba gerektiren bir olgu özelliği taşımıştır.

Gelinen durum gelişim düzeyinin hız kazanmasına, ayrıca bilimde ve teknolojiye yeni gelişmelerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Gelişmiş ülkelerin ulaştığı bir aşama olan bilgi toplumu, gelişmekte olan ülkelerin de kalkınmaları ve küreselleşme sürecinde bütünleşme açısından süratle ulaşmak için çaba içerisinde olmaları gereken bir süreç anlamını taşımıştır. Küreselleşme ile gelen süreç değişime ve gelişime dayalı yenedünya düzenini zorunlu hale getirmiştir. Bu durum eğitim paradigmaları kadar sanat eğitimi paradigmalarını da yeniden ele almayı gerekli kılmıştır (Demir, 2015, s. 166).

### **Ağ Toplumu**

Her teknoloji, toplumlar üzerinde sosyal ve toplumsal dönüşümler meydana getirmiştir. Özellikle iletişim teknolojileri, toplumların alışkanlıklarında, kültürlerinde, iş yaşamlarında, eğitim sistemlerinde köklü değişimler yaratmıştır. Modernleşmeyle birlikte ortaya çıkan yaşam tarzları, geleneksel toplumsal düzenin tamamen ortadan kaybolmasına yol açmıştır. Modernliğin getirmiş olduğu bu dönüşümler, önceki dönemlere özgü olan değişim biçimlerinden daha etkili ve sarsıcı olmuştur (Giddens, 2012, s. 12). Özellikle internet teknolojilerinin gelişimi sayesinde dünya üzerinde farklı yerlerde olan insanlar ağlar sayesinde iletişim ve etkileşim sürecine girmişlerdir. Ağların ağı olarak ifade edilen internet fiziksel ya da elle tutulur bir araç olmaktan çok birbirine bağlı küçük bilgisayar ağlarının tümünden oluşan büyük bir bilgisayar ağı olarak tanımlanmaktadır (Timisi, 2003, s. 121).

Yeni dönemle birlikte Bilgi Çağı'nda baskın olan işlevler örgütlenmeler artık ağlar etrafında yapılmaktadır. Toplumlarda yeni sosyal morfolojiyi oluşturan ağlar; üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinde işleyişi büyük ölçüde değiştirmiştir. Ağlarda var olmak ya da olmamak değişimin başlıca kaynağıdır. Sosyal morfolojinin sosyal eyleme üstün gelmesinin meydana getirdiği toplumdur ağ toplumu (Castells, 2005, s. 621). Diğer bir anlamda iş, iletişim ve yönetime yönelik amaçlarla küresel ağları düzenli olarak kullanan bir toplum anlamını da taşımaktadır (Anderson, 2006, s. 156). İnsani deneyimde niteliksel değişimi temsil eden bu toplum Castelles tarafından ileri sürülen, ağların yenedünyayı şekillendirdiği düzeni ifade etmektedir.

“Sanallığa dayalı ağ toplumu, bugüne kadar görülmemiş bir düzeyde yayılma ve örgütlenme imkânı sunarak, bir anda birçok insanın ‘çevrimiçi bir arada’ bulunmasını sağlayabilmektedir. Bu ise yeni bir örgütlenme ve eylem biçiminin doğmasını kolaylaştırmıştır” (Göker & Doğan, 2011). Bunlarla birlikte yeni teknolojiler, sosyal ortamlar, yeni iletişim şekilleri yeni topluluklar da meydana gelmiştir. İnternet ağına dayalı yeni sosyal yapılanmanın eseri olan bu topluluklar sanal cemaatler olarak anılırlar. Bunlar internet yani sosyal ağlar yolu ile iletişime geçen ve iş, aktivite ve oyun gibi ortak paylaşımlarda bulunan insanlardan oluşmaktadır. Bu toplulukların en belirgin özellikleri ise birbirleri ile daha önce karşılaşmamış kişileri ortak alanlar çevresinde toplanmasıdır. Bireylerin ilgi alanları onların sanal birlikteliklerini kurmada etkilidir (Abercrombie & Longhurst, 2007, s. 358;

Sucu, 2016, s. 75). Dünyada yaşanan dijital dönüşümün ardından ağ toplumu bireyleri de bu sayede dijital kimlik sahibi olurlar. “Dijital vatandaşlık” diye adlandırılan kavram, sanal cemaatlerin dışında ve yeni teknolojiden bağımsız düşünülme dijital dünyanın bireyler üzerindeki yansıması olmuştur (Jenkins, 2006, s. 2-5; Sucu, 2016, s. 92).

### **Sanat ve Sosyal Ağlar**

Gelişen teknoloji ile birlikte gelen değişimler yaşam döngüsü içinde sanatsal ve kültürel anlamda dönüşümleri de beraberinde getirmiştir. Dijital teknolojinin en üst basamağında yer alan bilgisayarlar sayesinde sanat, sanat yapıtı üretme şekli ve hatta onu sunuş biçimi bile değişmiştir. 90’lı yılların ikinci yarısından itibaren yaygın olarak kullanılan internet, sanatçılar için bulunmaz fırsatlar sunmuştur. Sosyal ağlarla beraber gelen özgürlükler neticesinde sanatçılar kendilerini bir kuruma ya da bir küratöre bağlamadan bireysel olarak sunma imkânı bulmuşlardır. Sanatçı ve Sanat izleyicisi arasındaki iletişim zamanla daha kolay hale gelmiştir. Bu bir kırılma noktası olmuştur. Bu noktadan sonra sanatçılar sanatsever kitleye arada köprü görevi gören kişi ve kuruluşlar olmadan kendi imkânlarıyla ulaşmayı başararak, “araç” niteliğindeki sosyal ağları sanatsal üretimlerini sunabilecekleri farklı sergileme ortamlarına dönüştürmüşlerdir. Bu sergileme ortamları sayesinde dünyanın çeşitli noktalarından geniş kitlelere ulaşan sanatçılar, eserlerinin altlarındaki hashtag’ler, beğeniler ve paylaşımlar sayesinde izleyici sayılarını daha da arttırmışlardır. Artan izleyici kitlesiyle etkileşime girip olumlu dönütler alan sanatçıların motivasyonları artmış; bu durum onların daha fazla üretim yapmalarını sağlamıştır. Geçmişte galerilerde eserlerini sergileyebilmek amacıyla aylar öncesinden gün almaya çalışan sanatçılar çok işlevsel yeni sergileme alanlarına kavuşmuşlardır. Bu alan onlar için daha maliyetsiz ve kolay olmuştur.

Sosyal medya sanatçılara eserlerini geniş kitlelere ulaştırma imkânı verdiği gibi; sanat meraklılarına da sergileri uzaktan deneyimleme olanağı sağlamıştır. Bu sayede yeni izleme pratiklerinin katılımcısı olan sanatsever kitle sosyal medya hesabı olan galerilerle ve sanatçılarla direk iletişime geçebilme ve onları takip edebilme fırsatına sahip olmuştur. Sosyal medyada sanatçı sayfalarının ve sanat galerilerinin yer almasının pozitif dönütlerinden biri de sanat eğitimi alan öğrencileri üretkenliğe teşvik etmesidir. Aynı sanatçılar gibi ürettikleri çalışmalarını sosyal medyaya yükleyip olumlu tepkilerle karşılaşan sanatçı adayları; daha yüksek motivasyon ile daha orijinal işler üretmeye başlamışlardır. Bu da beraberinde olumlu rekabeti getirmiştir. Sanat eğitimi alan öğrenciler daha okullarını bitirmeden yeteneklerini sergileyerek sosyal medyada tanınma ve hatta buradan geçimlerini sağlama imkânı bulmuşlardır. Öyle ki sosyal medya paylaşımları onların dijital kimliklerini oluşturan araç haline almıştır.

### **Yöntem**

#### **Araştırma Modeli**

Bu araştırma ile Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi’nde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyayı nasıl kullandıklarının betimlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma ile var olan durumun var olduğu şekliyle ortaya konulması amaçlandığından araştırma tarama modelinde bir araştırmadır (Karasar, 2019). Çalışma üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde 4 adet ucu açık nitel soru yer almaktadır. Üçüncü kısımda ise 14 maddelik 5’li likert tipi ölçek yer almaktadır (Karal & Kokoc, 201, s. 251-263). Araştırmada nitel ve nicel veriler birlikte kullanıldığından araştırma karma yöntem araştırmadır (Gay, Mills & Airasian, 2012; Fraenkel, Wallen & Hyun, 2012).

#### **Çalışma Grubu**

Araştırmanın çalışma grubunu Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi’nde 2021-2022 eğitim öğretim yılında öğrenim gören 178 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma grubuna



ilişkin cinsiyet, sınıf düzeyi, aylık ortalama gelir ve kaldıkları yer değişkenleri bakımından dağılım Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Çalışma Grubunda Yer Alan Öğrencilerin Demografik Değişkenler Bakımından Dağılımı

Değişken	Kategori	f	%
Cinsiyet	Kadın	105	58,99
	Erkek	73	41,01
Sınıf düzeyi	1. sınıf	53	29,78
	2. sınıf	48	26,97
	3. sınıf	48	26,97
	4. sınıf	29	16,29
Aylık ortalama harçlık/ geliriniz (TL)	250 TL ve altı	18	10,11
	251-500 TL	37	20,79
	501-700 TL	42	23,60
	701-1000 TL	37	20,79
	1001-1500 TL	27	15,17
	1501 TL ve üstü	17	9,55
Kaldığınız yer	Devlet yurdu	22	12,36
	Özel yurt	16	8,99
	Aile ile birlikte evde	103	57,87
	Arkadaşlar ile birlikte evde	18	10,11
	Yalnız başına evde	15	8,43
	Diğer	4	2,25
Toplam		178	100,00

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %58,99’u kadın (f=109), %41,01’i (f=73) erkek öğrencidir. Öğrencilerin %29,78’i (f=53) 1. Sınıf, %26,97’si (f=48) 2. Sınıf, %27,94’si (f=48) 3. Sınıf ve %16,29’u (f=29) 4. Sınıf öğrencisidir. Öğrencilerin aylık harçlık ya da gelirlerine göre dağılımı incelendiğinde grubun %10,11’i (f=18) 250 TL ve altı, %20,79’u (f=37) 251-500 TL, %23,60’ı (f=42) 501-700 TL, %20,79’u (f=37) 701-1000 TL, %15,17’si (f=27) 1001-1500 TL, %9,55’i (f=17) 1501 TL ve üstü aylık geliri olduğunu belirtmektedir. Öğrencilerin kaldıkları yere göre dağılımları ise %12,36’sı devlet yurdunda, %8,99’u özel yurt, %57,87’si aile ile birlikte evde, %10,11’i arkadaşlar ile birlikte evde, %8,43’ü yalnız başına evde, %2,25’i ise diğer olarak kaldığı yeri belirtmiştir. Çalışma grubu ilgili değişkenler bakımından değerlendirildiğinde cinsiyete göre benzer bir dağılım olduğu, sınıf düzeyi bakımından 4. Sınıf düzeyi hariç diğer sınıf düzeyleri bakımından benzer dağılımlar olduğu görülmektedir. Öğrencilerin aylık harcamaları incelendiğinde en alt ve en üst gelir düzeylerinde daha az öğrenci olduğu ve öğrencilerin en çok aileleri ile birlikte kaldığı dikkat çekmektedir.

**Tablo 2:** Çalışma Grubunda Yer Alan Öğrencilerin Bazı Değişkenler Bakımından Dağılımı

Değişken		f	%
<b>Annenizin eğitim düzeyi</b>	İlkokul Mezunu	34	19,10
	Ortaokul Mezunu	30	16,85
	Lise Mezunu	64	35,96
	Yüksekokul Mezunu	9	5,06
	Lisans Mezunu	34	19,10
	Lisansüstü Mezunu	7	3,93
	<b>Babanızın eğitim düzeyi</b>	İlkokul Mezunu	22
Ortaokul Mezunu		23	12,92
Lise Mezunu		64	35,96
Yüksekokul Mezunu		10	5,62
Lisans Mezunu		52	29,21
Lisansüstü Mezunu		7	3,93
<b>Yaşamınızın büyük çoğunluğunu nerede geçirdiniz?</b>		Köy	3
	İlçe	21	11,80
	İl	23	12,92
	Büyükşehir	131	73,60
	Toplam	178	100,00

Tablo 2’de yer alan öğrencilerin anne eğitim düzeyi bakımından dağılımı incelendiğinde %19,10’u (f=34) ilkokul mezunu, %16,85’i (f=30) ortaokul mezunu, %35,96’sı (f=64) lise mezunu, %5,06’sı (f=9) yüksekokul mezunu, %19,10’u (f=34) lisans mezunu, %3,93’ü (f=7) lisansüstü eğitim mezunudur. Öğrencilerin baba eğitim düzeyleri ise anne eğitim düzeyi ile benzerlik göstermektedir. Buna göre baba eğitim düzeylerinin dağılımı %12,36’sı (f=34) ilkokul mezunu, %12,92’si (f=30) ortaokul mezunu, %35,96’sı (f=64) lise mezunu, %5,62’si (f=9) yüksekokul mezunu, %29,21’i (f=34) lisans mezunu, %3,93’ü (f=7) lisansüstü eğitim mezunudur. Öğrencilerin yaşamların büyük bir çoğunluğunu geçirdikleri yerlere göre dağılımı ise %1,7’si (f=3) köy, %11,8’i (f=21) ilçe, %12,9’u (f=23) il, %73,6’sı (f=131) büyükşehirde olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin anne ve babalarının çoğunun lise mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca yaşamlarının büyük bir bölümünü ise çoğunlukla büyükşehirde geçirdikleri dikkat çekmektedir.

### Verilerin Toplanması

Araştırmada Sanat-Tasarım Fakülteleri’nde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını incelemek amacıyla nicel verilerin toplanması için Karal ve Kokoç (2010) tarafından geliştirilen “Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçeğin geliştirme çalışması 315 üniversite öğrencisinden elde edilen veriler ile gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliği için yapılan faktör analizi yapılmıştır. Beşli likert tipi 14 maddeden oluşan ölçekte 1, 3, 6, 7, 9, 10, 11 no’lu maddeler “Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı” faktörünü, 2, 4, 14 no’lu maddelerin “Tanıma ve Tanınma Amaçlı” faktörünü ve 5, 8, 12, 13 no’lu maddelerin ise “Eğitim Amaçlı” faktörünü oluşturmaktadır ve ilgili faktörlerin açıkladığı varyans ise sırasıyla %24,10, %17,20 ve %15,12 olarak belirlenmiştir (Karal ve Kokoç, 2010). Buna göre ölçeğin açıkladığı toplam

varyans %56,42 olarak belirlenmiştir ve bu oranın %40 ile %60 arasında yer alması yeterli olarak kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012).

Araştırmanın nitel verilerinin toplanabilmesi amacıyla öğrencilere açık uçlu olarak şu sorular sorulmuştur. Öğrenciler bu sorulara yazılı olarak yanıt vermiştir.

- 1) En çok kullandığınız sosyal medya siteleri nelerdir?
- 2) Sanatsal işlerinizi sosyal medya aracılığı ile sergiliyor musunuz? Cevap “EVET” ise hangi sayfayı/sayfaları kullanıyorsunuz?
- 3) Sosyal medyada alanınızla ilgili hangi sanatçıları takip ediyorsunuz?
- 4) Sizce sosyal medyanın sanata katkısı nedir?

Öğrencilerin sorulara verdikleri yanıtlar ilk üç soru için frekans ve yüzde olarak ele alınmıştır. Öğrencilerin sosyal medyanın sanata katkısı konusunda görüşlerine ilişkin yanıtlar için kategoriler oluşturulmuştur. Öğrencilerin yanıtlarının kategorileştirilmesine ilişkin güvenilirliğinin incelenmesi amacıyla yanıtlar iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak incelenmiştir. İki araştırmacı tarafından yapılan çözümlemelerin tutarlılığına ilişkin güvenilirlik katsayısı, Miles ve Huberman (1994) tarafından geliştirilen şu formül ile hesaplanmıştır: Güvenilirlik Katsayısı = Uzlaşma sayısı/(Uzlaşma Sayısı + Uzlaşmama Sayısı). Buna göre hesaplanan güvenilirlik katsayısı 0,88 olarak hesaplanmıştır.

### Verilerin Analizi

Ölçekten elde edilen puanların cinsiyet değişkeni bakımında normalliği incelendiğinde kadın ve erkeklere göre ölçek toplam puanı ve faktörler bakımından çarpıklık katsayıları -0.55 ile 0.31 arasında değişmektedir. Buna göre çarpıklık katsayıları +1,5 aralığında değer aldığından normallik varsayımının karşılandığı şeklinde yorumlanabilir (Tabachnick and Fidell, 2013). Ölçekten alınan puanların cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için bağımsız gruplar t testi kullanılmıştır.

Sınıf Düzeyine göre normallik varsayımının karşılanıp karşılanmadığının belirlenebilmesi amacıyla her bir sınıf düzeyi için her bir faktör ve toplam puan değerlerine ilişkin çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Buna göre elde edilen çarpıklık katsayıları -1.34 ile 0.64 arasında değişmektedir. Ayrıca varyansların homojenliği varsayımı da incelenmiştir. Hem toplam puan hem de 1, 2 ve 3. faktörlerden alınan puanlar bakımından varyansların homojenliği varsayımının incelenmesi amacıyla yapılan Levene testi sonuçlarına göre (Levene Toplam Puan = 0.47, Levene Birinci Faktör = 1.10, Levene İkinci Faktör = 0.30, Levene Üçüncü Faktör = 1.28,  $p>0.05$ ) varyansların homojenliği varsayımının karşılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre ölçekten elde edilen puanların sınıf düzeyine göre normallik ve varyansların homojenliği varsayımları karşılandığından sınıf düzeyine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Tek Faktörlü Varyans analizi yapılmıştır.

Ölçekten alınan puanların aylık gelire göre hem toplam puan hem de faktör puanları bakımında normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığı incelendiğinde çarpıklık katsayılarının 0.46 ile -0.85 arasında değer aldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte varyansların homojenliği varsayımının incelenmesi için yapılan Levene testi sonuçlarına göre (Levene Toplam Puan = 0.31, Levene Birinci Faktör = 0.74, Levene İkinci Faktör = 0.52, Levene Üçüncü Faktör = 0.76,  $p>0.05$ ) ölçekten alınan puanların gelir düzeyine göre varyansların homojenliği varsayımını karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin sosyal siteleri kullanım amaçlarının aylık gelire göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek faktörlü varyans analizi kullanılmıştır.

Öğrencilerin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği'nden aldıkları puanların öğrencilerin kaldıkları yere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek için öğrencilerin kategorilere dağılımı incelendiğinde ailesi ile birlikte yaşayan öğrenciler grubun

%60'ını (f=103) oluşturduğundan bu değişkende kategoriler “ailesi ile birlikte yaşayanlar” ve “diğer” olarak yeniden kodlanmıştır. İlgili kategori bakımından anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Bağımsız Gruplar t Testi kullanılmıştır. Buna göre her iki kategori bakımından ölçekten alınan puanların normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla çarpıklık katsayıları hesaplanmıştır. Ölçek toplam puanı ve faktör puanları için çarpıklık katsayılarının -0.65 ile 0,30 arasında değiştiği ve normal dağılım gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin anne eğitim düzeyleri bakımından Sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla öncelikle öğrencilerin kategorileri dağılımı incelenmiştir. Buna göre kategoriler arasında karşılaştırmaların daha anlamlı olabilmesi amacıyla ilkököl ve ortaokul ile yüksekokul, lisans ve lisansüstü kategorileri birleştirilmiştir. Üç kategoriden [İlk ve ortaokul (1), lise (2), önlisans, lisans ve lisansüstü (3)] oluşan anne eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Tek Faktörlü Varyans analizi kullanılmıştır. Analiz öncesi veriler, ilgili kategori için normallik ve varyansların homojenliği varsayımları bakımından incelenmiştir. Ölçekten alınan toplam puan ve faktör puanları bakımından üç kategori (İlk ve ortaokul, lise, yüksekokul ve üzeri) çarpıklık katsayıları -0.67 ile 0.40 arasında değer almaktadır. Buna göre normallik varsayımın karşılandığı söylenebilir. Bunun yanısıra varyansların homojenliği varsayımının incelenmesi için yapılan Levene testi sonuçlarına göre (Levene Toplam Puan = 1.55, Levene Birinci Faktör = 1.62, Levene İkinci Faktör = 0.37, Levene Üçüncü Faktör = 1.48,  $p>0.05$ ) ölçekten alınan puanların anne eğitim düzeyine bakımından varyansların homojenliği varsayımını karşıladığı belirlenmiştir.

Öğrencilerin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının baba eğitim düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla öğrencilerin ilgili kategorilere dağılımı incelenmiştir. Buna göre kategoriler arasında karşılaştırmaların daha anlamlı olabilmesi amacıyla ilkököl ve ortaokul ile yüksekokul, lisans ve lisansüstü kategorileri birleştirilmiştir. Üç kategoriden [İlk ve ortaokul (1), lise (2), önlisans, lisans ve lisansüstü (3)] oluşan baba eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Tek Faktörlü Varyans analizi kullanılmıştır. Analizlere başlamadan önce ilgili kategoriler için normallik ve varyansların homojenliği varsayımlarının karşılanıp karşılanmadığı incelenmiştir. Ölçekten alınan toplam puan ve faktör puanları bakımından üç eğitim düzeyi için çarpıklık katsayıları -0.79 ile 0.39 arasında değer almaktadır. Buna göre normallik varsayımın karşılandığı söylenebilir. Bunun yanısıra varyansların homojenliği varsayımının incelenmesi için yapılan Levene testi sonuçlarına göre (Levene Toplam Puan = 0.85, Levene Birinci Faktör = 1.03, Levene İkinci Faktör = 1.54, Levene Üçüncü Faktör = 0.15  $p>0.05$ ) ölçekten alınan puanların baba eğitim düzeyine bakımından varyansların homojenliği varsayımını karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği'nden aldıkları puanların öğrencilerin yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdikleri yere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemek için öğrencilerin kategorilere dağılımı incelendiğinde büyükşehirde yaşayan öğrenciler grubun %73.6'ını (f=131) oluşturduğundan bu değişkende kategoriler “büyükşehirde yaşayanlar” ve “diğer (il, ilçe, kasaba, köy)” olarak yeniden kodlanmıştır. Buna göre her iki kategori bakımından ölçekten alınan puanların normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla çarpıklık katsayıları hesaplanmıştır. Ölçek toplam puanı ve faktör puanları için çarpıklık katsayılarının -0.66 ile 0,37 arasında değiştiği ve normal dağılım gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre öğrencilerin yaşamlarının büyük bir bölümü geçirdikleri yerleşim yerine göre sosyal ağ sitelerini kullanım amaçları anlamlı bir farklılık göstermediğini belirlemek amacıyla Bağımsız Gruplar t Testi kullanılmıştır.

Araştırmada elde edilen nitel verilerin analizinde betimsel analiz kullanılmıştır. Betimsel analiz sürecinde öncelikle kavramsal çerçeve veya araştırma sorularından hareketle bir çerçeve oluşturulur. Sonrasında bu çerçeve doğrultusunda veriler incelenir ve düzenlenir. Verilerin mantıklı

ve anlamlı bir şekilde bir araya getirilmesi önemli görülmektedir. Düzenlenen verilere ait frekans ve yüzde değerleri ile birlikte doğrudan alıntılar ile de elde edilen bulgular tanımlar, açıklar, ilişkilendirir (Yıldırım & Şimşek, 2011). Bu çalışmada da sorular doğrultusunda oluşturulan çerçeveye dayalı olarak veriler incelenmiş ve elde edilen bulgular frekans, yüzde ve doğrudan alıntılarla sunulmuştur.

### Etik Kurul Onayı

Araştırma için Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Etik Kurulundan 03.12.2021 tarih ve 11 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

### Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu bölümünde, sosyal siteleri kullanım amaçları ölçeğinden alınan puanların cinsiyet, sınıf düzeyi, aylık gelir, kaldıkları yer, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi ve yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdikleri yerleşim yeri değişkenleri bakımından anlamlı farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılan analiz sonuçlarından elde edilen bulguları ve yorumları yer almaktadır. Tablo 3'te öğrencilerin sosyal siteleri kullanım amaçlarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar t testi analizi sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 3:** Öğrencilerin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarının Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği	Cinsiyet	N	Ortalama	SS	Sd	t	p
Toplam Puan	Kadın	105	46,99	9,77	176	2,14	0,034
	Erkek	73	73,74	10,25			
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Kadın	105	24,2952	6,04458	176	1,705	0,090
	Erkek	73	22,6986	6,29083			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Kadın	105	8,2000	3,05526	176	-,130	0,897
	Erkek	73	8,2603	3,00937			
Eğitim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Kadın	105	14,4952	3,15047	176	3,398	0,001
	Erkek	73	12,7808	3,52864			

Tablo 3 incelendiğinde sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçları ölçeğinden alınan toplam puanlar bakımından cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $t(176) = 2.14$ ,  $p < 0.05$ ). Buna göre erkek öğrencilerin sosyal siteleri kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması ( $X=43.74$ ), kadın öğrencilerin ortalamasından ( $X=46.99$ ) daha düşük olarak belirlenmiştir. Ölçeğin alt faktörleri bakımından incelendiğinde sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı ve tanıma ve tanınma amaçlı faktörlerden alınan puanlar bakımından anlamlı bir farklılık bulunmazken ( $t_{176} = 1.71$ ,  $t_{176} = -0.130$ ,  $p > 0.05$ ). Sosyal sitelerin eğitim amaçlı kullanımın faktörü bakımından ise kadınlar ile erkekler arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ( $t_{176} = 3.40$ ,  $p < 0.05$ ). Kadın öğrencilerin eğitim amaçlı kullanım faktör puan ortalamaları ( $X=14.50$ ), erkek öğrencilerin faktör puan ortalamalarından daha yüksektir ( $X=12.78$ ). Sanat tasarım fakültesi öğrencilerin sosyal siteleri kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanların sınıf düzeyi bakımından farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılan tek faktörlü varyans analizi sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4:** Sosyal Ağ Sitelerin Kullanım Amaçları Ölçeğinden Alınan Puanların Sınıf Düzeyine Göre İncelenmesi

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Karesi	F	p
Toplam Puan	Gruplar arası	214,74	3	71,58	,70	,55
	Grup içi	17733,35	174	101,92		
	Toplam	17948,10	177			
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	111,87	3	37,29	,98	,40
	Grup içi	6647,12	174	38,20		
	Toplam	6758,99	177			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	17,33	3	5,78	,63	,60
	Grup içi	1605,68	174	9,23		
	Toplam	1623,01	177			
Eğitim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	43,26	3	14,42	1,25	,29
	Grup içi	2012,05	174	11,56		
	Toplam	2055,31	177			

Tablo 4'te yer alan bulgular incelendiğinde öğrencilerin sosyal siteleri kullanım amaçlarının hem toplam puan hem de faktörler bakımından sınıf düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır ( $F(3,174)=0.70$ ,  $F(3,174)=0.98$ ,  $F(3,174)=0.63$ ,  $F(3,174)=1.25$ ,  $p>0.05$ ). Sanat-tasarım fakültesi öğrencilerinin sosyal siteleri kullanım amaçlarının gelir düzeylerine göre incelenmesi amacıyla yapılan tek faktörlü varyans analizi sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmiştir.

**Tablo 5:** Ölçekten Alınan Puanların Gelir Düzeyine Göre İncelenmesi

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Karesi	F	p
Toplam Puan	Gruplar arası	631,08	3	210,36	2,11	,10
	Grup içi	17317,01	174	99,52		
	Toplam	17948,10	177			
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	296,82	3	98,94	2,66	,05
	Grup içi	6462,17	174	37,14		
	Toplam	6758,99	177			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	26,93	3	8,98	,98	,40
	Grup içi	1596,08	174	9,17		
	Toplam	1623,01	177			

Eğitim Amaçlı Faktörü Puanı	Kullanım	Gruplar arası	40,10	3	13,37	1,154	,329
		Grup içi	2015,21	174	11,58		
		Toplam	2055,31	177			

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları toplam puan, tanıma ve tanınma amaçlı faktörü ve eğitim amaçlı faktöründen alınan puanlar öğrencilerin gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermezken ( $F(3,174)= 2,114$ ,  $F(3,174) = ,979$ ,  $F(3,174) = 0.63$ ,  $F(3,174) = 1,154$ ,  $p>0.05$ ), sosyal sitelerin sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımını faktöründen alınan puanlar gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $F(3,174) = 2,66$ ,  $p\leq 0.05$ ). İlgili faktör bakımından anlamlı farkın hangi gelir düzeyleri arasında var olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre 500 TL ve altı gelir düzeyine sahip öğrencilerin sosyal sitelerin “Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı” kullanımını faktöründen alınan puan ortalamaları ( $X=21.82$ ) gelir düzeyi 501-700 TL olan öğrencilerin ortalamalarından ( $X=25.17$ ) daha düşüktür. Tablo 6’da öğrencilerin ölçekten aldıkları toplam ve faktör puanlarının öğrencilerin kaldıkları yere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılan bağımsız gruplar t testi analizi sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 6:** Ölçekten Alınan Puanların Öğrencilerin Kaldıkları Yere Göre İncelenmesi

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği	Cinsiyet	N	Ortalama	SS	Sd	t	p
Toplam Puan	Evde Kalanlar	103	45,81	9,65	172,00	0,21	0,84
	Diğer	71	45,48	10,96			
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Evde Kalanlar	103	23,66	5,93	172,00	0,13	0,90
	Diğer	71	23,54	6,72			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Evde Kalanlar	103	8,17	3,05	172,00	-	0,64
	Diğer	71	8,39	3,06		0,47	
Eğitim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Evde Kalanlar	103	13,97	3,33	172,00	0,80	0,43
	Diğer	71	13,55	3,59			

Tablo 6’da yer alan analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin sosyal ağ siteleri kullanım amacı ölçeğinden aldıkları puanların öğrencilerin kaldıkları yer bakımından ailesi ile birlikte yaşayanlar ve diğerleri olmak üzere iki grup arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir ( $t(172)=0.21$ ,  $t(172)= 0,13$ ,  $t(172)=-0,47$ ,  $t(172)=0.80$ ,  $p>0.05$ ). Ölçekten alınan puanların öğrencilerin anne eğitim düzeyine göre incelenmesi amacıyla yapılan tek faktörlü varyans analizi sonuçları Tablo 7’de yer almaktadır.

**Tablo 7:** Ölçekten Alınan Puanların Öğrencilerin Anne Eğitim Düzeyine Göre İncelenmesi

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Karesi	F	p
Toplam Puan	Gruplar arası	111,30	2,00	55,65	0,55 0,58
	Grup içi	17836,80	175,00	101,93	
	Toplam	17948,10	177,00		
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	44,11	2,00	22,06	0,58 0,56
	Grup içi	6714,88	175,00	38,37	
	Toplam	6758,99	177,00		
Tanıma ve Tanınma Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	21,40	2,00	10,70	1,17 0,31
	Grup içi	1601,61	175,00	9,15	
	Toplam	1623,01	177,00		
Eğitim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	25,24	2,00	12,62	1,09 0,34
	Grup içi	2030,07	175,00	11,60	
	Toplam	2055,31	177,00		

Öğrencilerin anne eğitim düzeyleri bakımından sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek faktörlü varyans analizi sonuçlarına göre hem toplam puan hem de faktör puanları bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $F(2,175) = 0,55$ ,  $F(2,175) = 0,58$ ,  $F(2,175) = 1,17$ ,  $F(2,175) = 1,09$ ,  $p > 0,05$ ). Benzer şekilde öğrencilerin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının baba eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini, incelemek amacıyla yapılan tek faktörlü varyans analizi sonuçları Tablo 8’de yer almaktadır.

**Tablo 8:** Ölçekten Alınan Puanların Öğrencilerin Baba Eğitim Düzeyine Göre İncelenmesi

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Karesi	F	p
Toplam Puan	Gruplar arası	13,09	2,00	6,54	0,06 0,94
	Grup içi	17935,01	175,00	102,49	
	Toplam	17948,10	177,00		
	Gruplar arası	6,87	2,00	3,43	0,09 0,92



Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Grup içi	6752,12	175,00	38,58		
	Toplam	6758,99	177,00			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	3,89	2,00	1,94	0,21	0,81
	Grup içi	1619,13	175,00	9,25		
	Toplam	1623,01	177,00			
Eğitim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Gruplar arası	3,86	2,00	1,93	0,17	0,85
	Grup içi	2051,45	175,00	11,72		
	Toplam	2055,31	177,00			

Tablo 8 incelendiğinde sanat tasarım fakültesi öğrencilerinin baba eğitim düzeyleri bakımından sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek faktörlü varyans analizi sonuçlarına göre hem toplam puan hem de faktör puanları bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $F(2,175)= 0,06$ ,  $F(2,175) = 0,09$ ,  $F(2,175) = 0,21$ ,  $F(2,175) = 0,16$ ,  $p>0,05$ ). Öğrencilerin yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdikleri yerleşim birimi bakımından ölçek puanları incelendiğinde elde edilen analiz sonuçları Tablo 9’da yer almaktadır.

**Tablo 9:** Ölçekten Alınan Puanların Öğrencilerin Yaşamlarının Büyük Bir Bölümünü Geçirdikleri Yerleşim Birimine Göre İncelenmesi

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Ölçeği	Cinsiyet	N	Ortalama	SS	Sd	t	p
Toplam Puan	Büyükşehir	47	46,96	9,69	176,00	1,03	0,30
	Diğer	131	45,19	10,20			
Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Büyükşehir	47	24,53	5,94	176,00	1,15	0,25
	Diğer	131	23,32	6,25			
Tanıma ve Tanınma Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Büyükşehir	47	8,47	2,80	176,00	0,64	0,52
	Diğer	131	8,14	3,11			
Eğitim Amaçlı Kullanım Faktörü Puanı	Büyükşehir	47	13,96	3,51	176,00	0,39	0,70
	Diğer	131	13,73	3,38			

Tablo 9’da yer alan bulgulara göre sanat tasarım fakültesi öğrencilerinin yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdikleri yerleşim birimi bakımından sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar t Testi analizi sonuçlarına göre hem toplam puan hem de faktör puanları bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $t(176)=1,03$ ,  $t(176)= 1,15$ ,  $t(176)=0,64$ ,  $t(176)=0,39$ ,  $p>0,05$ ).

#### Araştırmanın Nitel Verilerinden Elde Edilen Bulgular

Sanat tasarım fakültesi öğrencilerine sosyal medyaya ilişkin sorulan açık uçlu sorulardan elde edilen bulgular bu başlık altında ele alınmıştır. Elde edilen bulgulara göre öğrencilere sorulan “En çok kullandığımız sosyal medya siteleri nelerdir?” sorusunda verdikleri yanıtlar incelenmiştir.

Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri incelendiğinde 23 farklı sitenin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 10’da öğrencilerin kullandıkları sosyal medya sitelerine ilişkin frekans ve yüzde değerleri yer almaktadır.

**Tablo 10:** Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Dağılım

Sosyal Ağ Sitesi	f	%
Instagram	160	89,89
Twitter	119	66,85
Pinterest	74	41,57
Youtube	42	23,60
Facebook	30	16,85
Behance	19	10,67
Whatsapp	13	7,30
Tumblr	9	5,06
Snapchat	8	4,49
Linkedin	7	3,93
Reddit	6	3,37
Dripple	4	2,25
Kullanmıyorum	2	1,12
Diğer	25	12,92

Tablo 10 incelendiğinde sanat tasarım fakültesi öğrencilerinin en çok %89,90 (f=160) “Instagram” kullandığı, bunu sırasıyla %66,85 (f=119) ile “Twitter”, %41,57 (f=74) ile “Pinterest” siteleri takip etmektedir. Bunlarla birlikte öğrencilerin %23,60’ı “Youtube”, %16,85’i “Facebook”, %10,67’si ise “Behance” sitelerini kullandığını belirtmektedir. Düşük frekanslarla olsa da öğrenciler tarafından kullanılan diğer siteler sırasıyla Whatsapp, Tumblr, Snapchat, Linkedin, Reddit, Dripple, We hear it, letterboxd, ekşi sözlük, spotify, devianart, eyeem, VSCO, art station, 9gag, vimeo, onedio olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte 178 öğrenciden yalnız ikisi sosyal medya sitesi kullanmadığını belirtmiştir.

Sanat-tasarım fakültesi öğrencilerine “Sanatsal işlerinizi sosyal medya aracılığı ile sergiliyor musunuz? Cevap “EVET” ise hangi sayfayı/sayfaları kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltildiğinde alınan cevaplar doğrultusunda elde edilen bulgular Tablo 11’de yer almaktadır.

**Tablo 11:** Sanatsal İşlerinizi Sosyal Medya Aracılığı ile Sergiliyor Musunuz? Cevap “Evet” ise Hangi Sayfayı/Sayfaları Kullanıyorsunuz? Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

Sanatsal işlerinizi sosyal medya aracılığı ile sergiliyor musunuz?	f	%
Evet	101	56,74
Hayır	77	43,26
Toplam	178	100.00
Cevap “EVET” ise hangi sayfayı/sayfaları kullanıyorsunuz?”	f	%
İnstagram	72	71,29
Behance	40	39,60
Pinterest	8	7,92
Vsco	6	5,94
Dribble	5	4,95
Art Station	5	4,95
Devianart	5	4,95
Linkedin	4	3,96
Facebook	4	3,96
Twitter	4	3,96
Cargo Collective	3	2,97
Eyeem	3	2,97
Vimeo	3	2,97
Youtube	2	1,98
Artivive	1	0,99
Tumblr	1	0,99
Bandcamp	1	0,99

Tablo 11’de yer alan bulgulara göre öğrencilerin %56,7’si (f=101) sanatsal işlerini sosyal medya aracılığı ile sergilediğini belirtirken, %43.30’u ise sosyal medyayı sanatsal işlerini sergilemek için kullanmadığını belirtmiştir. Bu soruya “Evet” cevabını veren öğrencilerin en çok kullandığı site %71.29’u (f=72) “İnstagram”ı kullandığını belirtmektedir. Bununla birlikte sıklıkla kullanılan bir diğer sosyal medya sitesi ise %39.60 (f=40) ile “Behance” olduğu belirlenmiştir. Sanat-tasarım fakültesi öğrencilerin sanatsal faaliyetlerini sergiledikleri diğer siteler ise Pinterest (f=8), Vsco (f=6), Dribble (f=5), Art Station (f=5), Devianart (f=5), LinkedIn (f=4), Facebook (f=4), Twitter (f=4), Cargo Collective (f=3), Eyeem (f=3), Vimeo (f=3), Youtube (f=2), Artivive (f=1), Tumblr (f=1), Bandcamp (f=1).

Sanat-tasarım fakültesi öğrencilerinin “Sosyal medyada alanınızla ilgili hangi sanatçıları takip ediyorsunuz?” sorusuna verdikleri yanıtların dağılımı Tablo 12’de yer almaktadır.

**Tablo 12:** “Sosyal Medyada Alanınızla İlgili Hangi Sanatçıları Takip Ediyorsunuz?” Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

Sosyal medyada alanınızla ilgili hangi sanatçıları takip ediyorsunuz	f	%	Sosyal medyada alanınızla ilgili hangi sanatçıları takip ediyorsunuz	f	%
Refik Anadol	26	20,47	Ayrin Ersöz	2	1,57
Taner Ceylan	18	14,17	Bager Akbay	2	1,57
Burak Boyraz	6	4,72	Berkay Dağlar	2	1,57
Sadi Güran	6	4,72	Burak Şentürk	2	1,57
Bedri Baykam	5	3,94	Cem Üstüner	2	1,57
Ali Elmacı	4	3,15	Filip Hodas	2	1,57
Banksy	4	3,15	Geray Gençer	2	1,57
Nebahat Karyağdı	4	3,15	Gizem Vural	2	1,57
Sedat Girgin	4	3,15	İdil Keysan	2	1,57
Devrim Erbil	3	2,36	İnci Aksoy	2	1,57
Emin Özmen	3	2,36	Karl Kopinski	2	1,57
Hakan Ertan	3	2,36	Serdar Acar	2	1,57
Kaan Bağcı	3	2,36	Utku Lomlu	2	1,57
Utku Lomlu	3	2,36	Yok	51	40,16

Tablo 12 incelendiğinde sosyal medyada alanıyla ilgili bir sanatçı takip etmeyen öğrenciler grubun %40.16’sını (f=51) oluşturmaktadır. Öğrencilerin %59.84’ü ise sosyal medyada alanıyla ilgili sanatçıları takip ettiğini belirtmiştir. Sanat tasarım fakültesi öğrencileri tarafından en çok takip edilen sanatçı %20.47 (f=26) ile “Refik Anadol”, ikinci sırada %14.17 (f=18) ile “Taner Ceylan” olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra öğrencilerin “Sosyal medyada alanınızla ilgili hangi sanatçıları takip ediyorsunuz?” sorusuna verdikleri yanıtlar incelendiğinde yanıtların oldukça çeşitlilik gösterdiği belirlenmiştir. Öğrencilerin 192 farklı sanatçıyı takip ettiği belirlenmiştir. Bu sanatçılar arasında Burak Boyraz (f=6), Sadi Güran (f=6), Bedri Baykam (f=5), Ali Elmacı (f=4), Banksy (f=4), Nebahat Karyağdı (f=4), Sedat Girgin (f=4), Devrim Erbil (f=3), Emin Özmen (f=3), Hakan Ertan (f=3), Kaan Bağcı (f=3), Utku Lomlu (f=3), Ayrin Ersöz (f=2), Bager Akbay (f=2), Berkay Dağlar (f=2), Burak Şentürk (f=2), Cem Üstüner (f=2), Filip Hodas (f=2), Geray Gençer (f=2), Gizem Vural (f=2), İdil Keysan (f=2), İnci Aksoy (f=2), Karl Kopinski (f=2), Serdar Acar (f=2), Utku Lomlu (f=2) gibi sanatçıların takip edildiği bulgusu elde edilmiştir. Burada belirtilen sanatçılar ile birlikte frekansları bire eşit olan 165 farklı sanatçı daha yanıtlar arasında yer almaktadır. Sanat tasarım fakültesi öğrencilerinin “Sizce sosyal medyanın sanata katkısı nedir?” sorusuna verdikleri yanıtlar incelenmiştir. Buna göre yanıtlar doğrultusunda elde edilen kategorilere Tablo 13’te yer verilmiştir.

**Tablo 13:** “Sizce Sosyal Medyanın Sanata Katkısı Nedir? Verilen Yanıtların Dağılımı

Sosyal Medyanın Sanata Katkısına İlişkin Yanıtlar	f	%
Geniş kitlelere ulaşım	62	34,83
Kolay erişimi sağlar	46	25,84
Reklam imkânı sunar	45	25,28
Sanatçıya ilham verir	20	11,24
Farklı sanatçı ve çalışmalarını görme imkânı	11	6,18
Sanat etkinliklerinden haberdar olma	11	6,18
İnsanların sanatı tanımasını sağlar	11	6,18
Sanattaki gelişmeleri takip etmemizi kolaylaştırır	5	2,81
Sanatçıyı motive eder.	4	2,25
Sanatçının yaratıcılığını artırır.	3	1,69
Sanatla ilgili bilgi sahibi yapar	2	1,12
Diğer	10	5,62
Fikrim yok	24	13,48
Katkısı yok	3	1,69

Tablo 13 incelendiğinde öğrenciler sosyal medyanın sanata olan katkısının en çok %34.83 (f=62) ile “Geniş kitlelere ulaşım” konusunda olduğu yanıtını vermişlerdir. Örneğin Ö4 kodlu öğrencinin yanıtı şu şekildedir; “Sosyal medya sayesinde sanat daha geniş kitlelere ulaşır”. Benzer şekilde Ö14 kodlu öğrenci de “Sanatın daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak veriyor” yanıtını vermiştir. Bununla birlikte öğrencilerin %25.84’ü (f=46) “Kolay erişimi sağlar”, %25.28 (f=45) ile “Reklam imkânı sunar”, %11.24 ile (f=20) “Sanatçıya ilham verir” görüşü öğrenciler tarafından belirtilen yaygın görüşlerden biridir. Örneğin Ö8 kodlu öğrenci “Sanatın kitlelere kolay ulaşmasını sağlar”, Ö21 kodlu öğrenci “bu sayede sanat insanlara daha kolay ulaşabiliyor” yanıtını vermiştir. Reklam kategorisi ile ilgili olarak Ö2 kodlu öğrenci “Sanatın reklamını yapması”, Ö142 kodlu öğrenci ise “Sanatın reklamının daha kolay yapılması, Hashtagler sayesinde birçok sanatçıya ve çalışmalarına kolay bir şekilde ulaşılması” görüşünü bildirmiştir. Ö146 kodlu öğrencinin yanıtı ise şu şekildedir; “Çok fazla görsel akışı olduğundan ilham verici olur”. Ö154 kodlu öğrenci ise “insanlara ilham verir, sanatçıların kendini duyurmasını sağlar. İnsanların sanata ulaşımını kolaylaştırır” yanıtını ile üç farklı kategori için de görüşleriyle katkı sağlamıştır.

Öğrencilerin sosyal medyanın sanata katkısı konusunda belirttikleri görüşler arasında farklı sanatçı ve çalışmalarını görme imkânı (f=11), sanat etkinliklerinden haberdar olma (f=11), insanların sanatı tanımasını sağlar (f=11), sanattaki gelişmeleri takip etmemizi kolaylaştırır (f=5), sanatçıyı motive eder (f=4), sanatçının yaratıcılığını artırır (f=3), sanatla ilgili bilgi sahibi yapar (f=2) gibi yanıtların yer aldığı belirlenmiştir. Örneğin Ö5 kodlu öğrenci “Farklı sanatçıları ve farklı çalışmalarını görmemizi sağlar” yanıtı ile, Ö26 kodlu öğrenci ise “Daha çok insana ulaşabiliyor. Dünyadaki farklı sanatçıların tarzlarını görüp kendi tarzımızı geliştirmemize yardımcı oluyor” yanıtı sosyal medyanın, farklı sanatçı ve çalışmalarını görme imkânı sağladığı görüşünü ortaya koymaktadır. Ö51 kodlu öğrenci “sanatın yayılmasına olanak sağlamaktadır. Sanattaki gelişmeleri takip etmemizi kolaylaştırır” yanıtı ile ilgili kategori bakımından önemli bir görüşü ortaya koymuştur. Ö59 kodlu öğrenci ise sosyal medyanın yaratıcılığı arttırdığı görüşünü şu yanıtıyla benimsediğini göstermektedir; “Sanatın ulaşılabilirliğini artırıyor. Farklı çalışmalarını gördükçe ilham artıyor,

yaratıcılık artıyor”. Belli bir kategori altında yer almayan ve bir öğrenci tarafından belirtilen diğer görüşler ise “Diğer” kategorisi altında ele alınmıştır. “Diğer” kategorisinde yer alan görüşler ise şu şekildedir; ilgiyi artırır, mimari olarak etkili, olumlu, ticari katkı, rekabeti artırır gibi yanıtlar dikkat çekmektedir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi’nde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları nasıl kullandıklarını betimlemeye yönelik olarak tasarlanan bu çalışmada sorulara verilen yanıtlara göre ulaşılan sonuçlar bu başlık altında yer almaktadır.

Çalışmaya cinsiyet değişkenine göre neredeyse eşit sayıda kadın ve erkek öğrencinin katıldığını söylemek mümkündür. Bu öğrencilerin yarısından fazlası aile ile birlikte evde kaldığını belirtmiştir. Bu sonuç yetenek sınavı ile girilen bir bölüm olan sanat ve tasarım fakültesini tercih edenlerin İstanbul içinde ikamet ettiğini göstermektedir. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin annelerinin ve babalarının eğitim düzeyleri incelendiğinde çoğunluğunun lise mezunu olduğu görülmektedir. Lisansüstü mezuniyet derecesi tabloda en düşük sayıdadır. Öğrencilerin yaşamlarının büyük bir çoğunluğunu geçirdikleri yerlere göre dağılımına göre belirtilen en yüksek puan büyükşehir olmuştur. Daha önce ailelerinin yanında ikamet edenlerin çoğunluğu oluşturduğu verilerde bu sonuç tutarlıdır.

Sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçları ölçeğinden alınan toplam puanlar bakımından cinsiyet değişkenine göre kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla sosyal medyayı kullandıkları ortaya çıkmıştır. Sosyal ağ sitelerinin “Eğitim amaçlı” kullanımı faktörü incelendiğinde kadın öğrencilerin erkek öğrencilere oranla sosyal medyayı kullananların daha çok eğitim amaçlı kullanıldığı tespit edilmiştir. Sosyal ağ sitelerinin “Sosyal Etkileşim ve İletişim Amaçlı” kullanımında düşük gelirli öğrencilerin diğer öğrencilere nazaran daha yüksek puan aldıkları görülmektedir. Ekonomik düzeyi düşük olan öğrencilerin sosyalleşecekleri spor salonu, cafe, restoran gibi ortamlara girmelerinin zor olması bu puanın yüksek olmasının sebebi olduğu düşünülmektedir.

Sanat ve tasarım fakültesi öğrencilerinin sırasıyla instagram, twitter ve pinterest sosyal ağlarını takip ettikleri görülmektedir. Ardından kullanım sıralamasına göre youtube, facebook ve behance sosyal ağları gelmektedir. Instagram bir fotoğraf/resim paylaşım sitesidir ve burada çeşitli düzenleme ve kolaj özellikleri mevcuttur. Instagramın yaygın kullanımının bu özelliklere bağlı olarak arttığı bilinmektedir. Sözü geçen sosyal ağ öğrenciler tarafından bazen bir portfolyo bazen de eserlerini sergileyebildikleri çevrimiçi galeri şeklinde kullanılmaktadır. Bu sonuca paralel olarak çalışmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası sosyal medyayı kendi çalışmalarını sergilemek amaçlı kullandığını zaten belirtmiştir. Bu öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun çalışmalarını Instagram üzerinden sergilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bununla birlikte sıklıkla kullanılan diğer sosyal ağın Behance olduğu görülmektedir. Behance de tıpkı Instagram gibi resim-fotoğraf paylaşım sitesidir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası sosyal ağlar üzerinden alanları ile ilgili sanatçıları takip etmektedir. Sırası ile en çok takip edilen sanatçıların Refik Anadol ve Taner Ceylan olduğu görülmektedir. Refik Anadol dünyada dijital verileri görsellere çevirerek farklı bir perspektifte pek çok çalışmaya imzasını atmıştır. Televizyon ve sosyal medya da çalışmaları sıklıkla yer almaktadır. Son yıllarda ünlü sanat fuarlarında eserleri boy göstermektedir. Bu da onun neden bu kadar popüler olduğuna cevap niteliğindedir.

Öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde öğrenciler sosyal medyanın sanata olan katkısının en çok “geniş kitlelere ulaşım” konusunda olduğu yanıtını vermişlerdir. Bunun dışında sosyal medyanın “reklam amaçlı” katlı sağladığı ve sanatla uğraşan kesime “ilham verdiği” yine sıklıkla verilen cevaplar arasındadır. Öğrencilerin sosyal medyanın sanata katkısı konusunda

belirttikleri görüşler arasında ise “farklı sanatçı ve çalışmalarını görme imkânı”, “sanat etkinliklerinden haberdar olma”, “insanların sanatı tanımalarını sağlama”, “sanattaki gelişmelerin takibini kolaylaştırma”, “sanatçıya motivasyon sağlama”, “sanatçının yaratıcılığını artırma” ve “sanatla ilgili bilgi sahibi yapma” gibi yanıtların da yer aldığı belirlenmiştir.

Literatürde de sanat, sanat eğitimi ve sosyal medya ile ilgili çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar incelendiğinde birçok araştırmacı (Karagöl & Kaptanoğlu, 2022; Winegard, 2019; Polat & İnam Karahan, 2022; Polat, 2021) sosyal medyanın çoğunlukla sanatta olumlu etkiler yarattığı sonucuna ulaşmıştır. Araştırmacıların çalışmalarındaki bulgular ile bu çalışmada yer alan sonuçların benzer nitelikte oldukları saptanmıştır.

Olumlu bulguların aksine Hiçyılmaz çalışmasında (Hiçyılmaz, 2020) sosyal medyanın zaman kaybı, bağımlılık, yaratıcılığın kısıtlanması gibi olumsuz etkiler oluşturduğuna dikkat çekmiştir. Karagöl ve Kaptanoğlu ise (Karagöl & Kaptanoğlu, 2022) sosyal medyanın olumsuz etkilerinden olan sanatçının sosyal medyada kendini sürekli görünür kılma çabasından bahsetmiş; bunun sonucu olarak sanatçıların kendilerini seri üretime zorlayıp, psikolojik baskı altına girdikleri bulgusuna ulaşmışlardır.

Günümüz teknolojileriyle harmanlanan yeni dünyada sanatçı ve sanatçı adayları için sosyal medya sadece sosyalleştikleri bir mecra olmaktan çıkıp kişisel portfolyolarını çevrimiçi olarak sergiledikleri galerilere dönüşmüştür. Öyle ki eski dönemlerde adını sadece televizyon, gazete ve dergilerle duyurma imkânı bulan sanatçılar ve sanatçı adayları bu dijital mecralar sayesinde normal şartlarda ulaşamayacakları kitlelere kolaylıkla ulaşmışlar ve kendilerini tanıtmaya imkân bulmuşlardır. Böylelikle kendilerini ifade etmek ve eserlerini sergilemek için üçüncü kişilere ihtiyaç duymayarak izleyicilerle direk olarak temasa geçebilmişlerdir.

Özellikle sanat ve tasarım fakültesi öğrencileri bir üretimin içindedir ve ürettikleri işlerin ilgili kitlelerle etkileşimi onların alanı için elzemdir. Sosyal medya kullanımı bir lüks olmaktan çıkıp bir gereklilik haline almıştır. Ekonomik koşulların yetersizliği öğrencileri pek çok sanatsal etkinlikten alıkoymaktadır. Bu açığı onlara sınırsız internet erişimi sağlayarak kapatmak eğitimdeki bazı eşitsizliklerin de önüne geçebilmeyi mümkün kılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin işlerini en doğru şekilde sunmaları için çevrimiçi portfolyo hazırlama eğitimi almaları gerekmektedir. Bunun için bölümlerde fotoğraf atölyeleri kurulmalı ve çevrimiçi portfolyo hazırlamak için eğitim verilmelidir. Ayrıca sanat ve tasarım fakültelerinde sosyal medya kullanımı ile ilgili dersler müfredata eklenmelidir.

Sanayi devrimi ile birlikte değişen ve dönüşen yeni toplum düzeni, bilgi akışının küresel boyuta taşınmasının yardımıyla da işlevsel bir toplum yapısına evrilerek bilgi/enformasyon ve daha sonra ağ toplumunu meydana getirmiştir. Ağ toplumu ile dünyadaki teknolojik devrimler artmış; artan devrimlerden sanat dünyası da payını almıştır. Geçmişten günümüze içinde buldukları her döneme ve ortama uyumlanan sanatçılar ve sanat eğitimi alan sanatçı adayları bu değişime de kolaylıkla adaptasyon sağlamışlardır. Nitekim yenedünya düzeninde her türlü etkileşimi mümkün kılan teknolojik gelişmeler var olan kitle iletişim araçlarını geri plana atarak daha pasif hale getirmiştir. Bilgisayarın ve internetin yaşam sahama girmesi ile sanat çevresi yenedünya gerçekliğiyle yüzleşmiştir. Bu gerçeklik sanatsal dönüşümün kapılarını sonuna kadar aralamıştır. Bu dönüşüm sanat eğitiminde de kaçınılmaz reformları beraberinde getirmiştir. Var olan bu teknolojik devrimi görmezden gelmeyip onu alana en uygun şekilde entegre etmek geleceğin sanatçıları ve sanat eğitimcileri için bir gerekliliktir.

### Kaynakça

- Aksoy, A. (2016). Geleneksel devletten modern devlete: sanayi devrimi ve kamu yönetimi düşüncesinde değişim. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, Aralık, 2(3), 31-37.  
<https://doi.org/10.25272/j.2149-8539.2016.2.3.04>
- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (2007). *Dictionary of media studies*. Penguin Publications.
- Babacan, M.,E. (2017). *Sosyal medya ve gençlik*. Bir Yayınları.
- Bodur, C. (2010). *Görsel anlatımda dijital yaklaşımlar* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bumin, K. (2010). *Demokrasi arayışında kent*. Çizgi Kitabevi.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Akademi.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. & Gutmann, M., & Hanson, W. (2003). *Advanced mixed methods research designs*. In A. Tashakkori & C. Teddlie (Eds.), *Handbook of mixed methods in social & behavioral research*. Sage Publications, 209-240.  
<https://dx.doi.org/10.4135/9781506335193>
- Castelles, M. (2005). *Ağ toplumunun yükselişi enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür*. 1(1), Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Aktan, C. & Vural İ. (2016). *Bilgi toplumu, yeni temel teknolojiler ve yeni ekonomi*, *Yeni Türkiye*, 88(1), Bilim ve Teknoloji Özel Sayısı.
- Demir, H. (2015). Sanat eğitiminde paradigmatik kaos: Yeni kültürel potansiyellerin eğitsel uzlaşım karakteri ve direnç tespitleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(1), 165-175.  
<https://doi:10.7822/omuefd.34.1.10>
- Fraenkel, J. R. & Wallen, N. E. & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education (Eight Edition)*. McGraw-Hill Publications.
- Gay, L. R, Mills, G. E. & Airasian, P. (2012). *Educational research: competencies for analysis and applications*. Pearson Education.
- Geray, H. (1997), İletişim, bilgi toplumu ve küreselleşme, Işık Kansu (Yay. Haz.). *Emperyalizmin yeni masalı: Küreselleşme*, İmge Yayınları, 34-45.
- Giddens, A. (2012). *Modernliğin sonuçları*. 5. Baskı. Ersin Kuşdil (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2013). *Sosyoloji - kısa fakat eleştirel bir giriş*. Çeviren: Ülgen Yıldız Battal, Siyasal Kitabevi.
- Göker, G. & Doğan, A. (2011). Ağ toplumunda örgütlenme: Facebook'ta çevrimiçi tekel eylemi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(25), 175-203.  
<https://dergipark.org.tr/pub/baunsobed/issue/50199/646429>
- Göksal, G. (2003). *Sanayi devrimi: Öncesi, sonrası ve etkileri*. Kora Yayın.
- Hiçyılmaz, Y. (2020). Görsel sanatlar öğretmen adaylarının sosyal medyanın sanat eğitimi sürecinde kullanımına yönelik görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 26(45), 588-593.



<https://doi.org/10.35247/ataunigsed.755193>

Irzık, G. (2002). Bilgi toplumu mu, enformasyon toplumu mu. *Günce*, 24(6).

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

Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26.

Karagöl, A. & Kaptanoğlu L. (2022). Sosyal medya ve sanat ilişkisi bağlamında sanat profesyonellerinin sosyal medya kullanımı. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 8(1).

<https://doi.org/10.46442/intjcss.1097107>

Karal, H. & Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 1(3), 251-263.

Karasar, N. (2019). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Nobel Akademi Yayıncılık.

Kocacık, F. (2003). Bilgi toplumu ve Türkiye. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(1).

Miles, MB. & Huberman AM. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. 2nd ed. Sage Publications.

Onwuegbuzie, A.J. & Johnson, R.B. (2004). Mixed method and mixed model research. In Johnson, R.B., Christensen, L.B. (Eds.) *Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches*, MA, 408-431.

Onwuegbuzie, A.J. & DaRos-Voseles, D.A. (2001). The role of cooperative learning in research methodology courses: A mixed-methods analysis. *Research in the schools*, 8(1), 61-75.

Onwuegbuzie, A.J. & Leech, N. L. (2004). Enhancing the interpretation of significant findings: The role of mixed methods research. *The Qualitative Report*, 9(4), 770-792.

Rukancı, F. & Anameriç, H. (2004). Bilgi toplumu ve toplumun bilgilenmesinde kütüphanelerin rolü. *Kütüphaneciliğin Destanı Uluslararası Sempozyumu (21-24 Ekim 2004)*. <http://acikarsiv.ankara.edu.tr/fulltext/165.htm>

Sadıklar, C. T. (1995). *2000'li yıllar dünya ve Türkiye*. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Sarıgöz, O. (2012). Bilgi toplumunun eleştirisi ve Türkiye'de modern eğitimin gerçekleştiremedikleri. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 2(1), 72-84.

Saygılı, S. (2013). Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde eğitimde dönüştürücü bir entelektüel olarak öğretmenler. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı, 263-274.

Avcı Tuğal, S. (2018). *Oluşum süreci içinde dijital sanat*. İnkılap Kitapevi Baskı Tesisleri.

Sucu, M. (2016). *Manuel Castells'in ağ toplumu çerçevesinde sosyal ağlar ve yeni toplumsal hareketler ilişkisi: Gezi Parkı örneği* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şahin, K. (2007). *Küreselleşme tartışmaları ışığında ulus devlet*. İlgi Kültür Sanat Yayınları.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Allyn and Bacon Publications.

- Tashakkori, A. & Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*. Applied Social Research Methods Series, Vol.46. Sage Publications.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Nobel Yayınları.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Dost Kitabevi.
- Tutar, H. (2013). *İşletme ve yönetim terimleri ansiklopedik sözlük*. Detay Yayıncılık.
- Ünal, Y. (2009). Bilgi toplumunun tarihçesi. *Tarih Okulu Dergisi*, 1(5), Sonbahar, 123-144.
- Winegard, E. (2019). Dijital medya teknolojilerinin sanatın ve tasarımın yaygınlaşmasındaki yeri ve önemi [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yeşilorman, M. & Koç, F. (2016). Bilgi Toplumunun teknolojik temelleri üzerine eleştirel bir bakış. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24 (1), 117-133.  
<https://doi.org/10.18069/fusbed.72486>
- Yılmaz, B. (1998). Bilgi toplumu: Eleştirel bir yaklaşım. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15(1), 147-158.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2003). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Polat, B. & İnam Karahan, Ç. (2022). Resim iş öğretmenliği anabilim dalı öğretim üyelerinin sosyal medya ve sanat ilişkisi üzerine görüşleri. *SBedergi*, 6(10), 108-134.
- Polat, B. (2021). Sosyal medyanın çağdaş sanata etkileri. *Jia Journal*, 4(7), 345-353.  
<http://dx.doi.org/10.29228/jiajournal.52450>

### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Araştırmacıların katkı oranı beyanı / Contribution rate statement of researchers:

1. Yazar/First author %50
2. Yazar/Second author %25
3. Yazar/Third author %25

2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).