

**T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



SOSYAL MEDYANIN YENİ NESİL SANATÇILARA ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Murat FIRAT

**Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı
Grafik Tasarım Bölümü**

Tez Danışmanı: Doç. Elanur PİLİCİ

Mayıs, 2019

**T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



SOSYAL MEDYANIN YENİ NESİL SANATÇILARA ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Murat FIRAT
(Y1512.310008)**

**Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı
Grafik Tasarım Bölümü**

Tez Danışmanı: Doç. Elanur PİLİCİ

Mayıs, 2019

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ



YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Grafik Tasarımı Anasanat Dalı, Grafik Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı Y1512.310008 numaralı öğrencisi **Murat FIRAT**'ın “**SOSYAL MEDYANIN YENİ NESİL SANATÇILARA ETKİLERİ**” adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 13/02/2019 Tarih ve 2019/3 Sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Tezli Yüksek Lisans tezi 30.05.2019 tarihinde kabul edilmiştir.

	<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
Danışman	Doç.	Elanur PİLİCİ	İstanbul Aydın Üniversitesi	
Asıl Üye	Prof. Sefa	ÇELİKSAP	İstanbul Aydın Üniversitesi	
Asıl Üye	Doç.	Bengisu BAYRAK SHAHMIRI	Nişantaşı Üniversitesi	

ONAY

Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Sosyal Medyanın Yeni Nesil Sanatçılara Etkileri” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve etik geleneklere aykırı düşecek bir davranışımın olmadığını, tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yaparak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Murat FIRAT

ÖNSÖZ

Tez çalışmam sırasında kıymetli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile bana yol gösterici ve destek olan değerli danışman hocam sayın Doç. Elanur PİLİCİ'ye, ilgisini ve önerilerini göstermekten kaçınmayan Prof. Mehmet Reşat BAŞAR'a sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca yardım, bilgi ve tecrübeleri ile bana sürekli destek olan Dr.Öğr. Üyesi Aylın TUTGUN ÜNAL'a teşekkür ederim.

Çalışmalarım boyunca maddi manevi destekleriyle beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan aileme ve arkadaşlarıma da sonsuz teşekkürler ederim.

Şubat, 2019

Murat FIRAT

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
ŞEKİL LİSTESİ.....	vii
ÖZET.....	x
ABSTRACT	1
1. GİRİŞ	1
2. DİJİTAL TEKNOLOJİLERİN GELİŞİMİ.....	4
3. DİJİTAL SANATIN ÖNCÜLERİ VE YENİ NESİL SANATÇILAR.....	6
3.1 Dijital Sanatın Gelişimi	6
3.2 Fluxus ve Nam June Paik'in Dijital Sanata Etkileri.....	13
3.3 Yeni Nesil Sanatçılar	18
4. SOSYAL MEDYA VE DİJİTAL SANATLAR.....	25
4.1 Sosyal Medya Tanımı.....	27
4.2 Sosyal Medya Platformu	28
4.3 Sosyal Medyanın Gelişimi	29
4.4 Sosyal Medya ve Dijital Sanatlar	31
4.5 Sanat Galerileri ve Sosyal Medya	34
4.6 Sosyal Medya Platformlarında API Kullanımı	39
5. SOSYAL MEDYANIN YENİ NESİL SANATÇILARA ETKİLERİ	
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	41
5.1 Araştırma Amacı ve Kapsamı	41
5.2 Sınırlılıklar	41
5.3 Tanımlar	42
5.4 Varsayımlar	42
5.5 Araştırmanın yöntemi.....	43
5.5.1 Evren ve Örneklem	43
5.5.2 Veri Toplama Araçları	43
5.5.3 Verilerin Toplanması	47
5.5.4 Verilerin Çözümlemesi	47
5.6 Araştırma Bulguları.....	48
5.6.1 Dijital Sanatçıların Aylık, Haftalık, Günlük Sosyal Medya Kullanımlarının Ne Seviyede Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum	50
5.6.2 Sanat Galerilerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Ne Seviyede Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum	55
5.6.3 Dijital Sanatçıların Sosyal Medya Kullanımlarının Ükelere Göre Dağılımlarının Ne Durumda Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum	57
5.6.4 Dijital Sanatçıların Sosyal Medyada Kullandıkları Resmi Dillerin Ne Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum.....	59
5.6.5 Dijital Sanatçıların En Çok Kullandığı Tag Tercihleri Neler Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum.....	61

5.6.5 Dijital Sanatçuların Kullandığı Etiketlerin (Taglerin) Birbiri İle Bağlantılarının Ne Seviyede Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum	63
6. ARAŞTIRMA SONUCU	67
7. SONUÇ.....	69
KAYNAKLAR	72
ÖZGEÇMİŞ.....	74

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 3.1: Michael Noll, Hiper Küp Animasyonu, 1965 Bell Laboratuvarları.....	7
Şekil 3.2: Georg Nees, Schotter, 1969.....	8
Şekil 3.3: Charles A. Csuri GRASS arayüzü.....	9
Şekil 3.4: David Em, Approach, 1979.....	12
Şekil 3.5: Kit Galloway and Sherrie Rabinowitz, Satellite Arts, 1977.....	13
Şekil 3.6: Melting Memories, Pilevli Gallery, 2018, İstanbul, Turkey.....	13
Şekil 3.7: Yoko Ono, Kesip Biçme İşİ, 1964, performans.....	14
Şekil 3.8: Nam June Paik, TV Buda, 1974.....	15
Şekil 3.9: Nam June Paik. Video Bayrak. 70 video monitör, timer, bilgisayar ve elektrik devresi. 239.6 x 354.8 x 119.9 cm.....	16
Şekil 3.10: Nam June Paik, Rasgele Erişim, 1963.....	17
Şekil 3.11: Charlotte Moorman Nam June Paik'in Yaşayan Bir Heykel için Televizyon Sutyeni, 1969.....	18
Şekil 3.12: James Fraure Walker, Karanlık Flaman, 2007.....	19
Şekil 3.13: Maurizio Bolognini, Programlanmış ve Mühürlenmiş Makineler, 1992-2004.....	20
Şekil 3.14: Peter Kogler, Yerleştirme, Dirimart Galerisi, 2011, İstanbul.....	21
Şekil 3.15: Refik Anadol NASA Veri Dizisi, 2019.....	22
Şekil 3.16: Eriyen Hatıralar, Pilevli Gallery, 2018, İstanbul, Turkey.....	23
Şekil 3.17: "Eriyen Hatıralar" geliştirme aşaması, Kaliforniya Üniversitesi Nöroloji Laboratuvarları.....	24
Şekil 4.1: Ocak 2018'de Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı, We Are Social Statista 2018.....	30
Şekil 4.2: Popüler Sosyal Medya Platformları.....	31
Şekil 4.3: Instagramda popüler olan dijital sanatçılardan birine ait instagram sayfası.....	32
Şekil 4.4: Refik Anadol'a ait instagram sayfası.....	33
Şekil 4.5: 3D animasyon üreten instagram sayfalarından biri.....	33
Şekil 4.6: Sadce sosyal medyer alan sanat galerilerinden bazıları.....	34
Şekil 4.7: ARTtv web sayfası.....	35
Şekil 4.8: ARTtv instagram sayfası.....	36
Şekil 4.9: Tate Müzesi instagram sayfası.....	36
Şekil 4.10: Sosyal medya üzerinden satış yapan galerilerden bazıları.....	37
Şekil 4.11: Sosyal Medya üzerinden satış yapan galerilerden bazıları.....	38
Şekil 4.12: Sosyal Medya üzerinden satış yapan galerilerden bazıları.....	38
Şekil 4.13: API'ler nasıl çalıştığına dair şema.....	39
Şekil 5.1: "https://www.ritetag.com" web adresindeki kullanıcı arayüzü.....	44
Şekil 5.2: Ritetag yazılımının gerçek zamanlı veri istek kod bloğu.....	45
Şekil 5.3: Art etiketinin son 24 saatlik sosyal medya etkileşimi.....	46

Şekil 5.4: Twitter ve Instagramda art etiketi ile beraber kullanılan en popüler etiketler	46
Şekil 5.5: Instagramda art etiketi ile beraber kullanılan en popüler etiketleri gösteren program arayüzü	47
Şekil 5.6: Anasayfanın en alt kısmında yer alan Ritetag API kullanım sınırları ve kullanım ücretleri.....	47
Şekil 5.7: En çok kullanılan sosyal medya platformları	48
Şekil 5.8: We Are Social platformunun Ocak 2018'e ait instagramı en çok kullanan ülkeler tablosu	49
Şekil 5.9: We Are Social platformunun Ocak 2018'e ait instagram kullanıcı profilleri verileri.....	49
Şekil 5.10: We Are Social platformunun Ocak 2018'e ait instagram kullanım verileri	50
Şekil 5.11: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının aylık dağılımı	51
Şekil 5.12: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre 3D ve motion grafik eser veren sanatçıların sosyal medya kullanımlarının aylık dağılımı	51
Şekil 5.13: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının aylık dağılımı	52
Şekil 5.14: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan dijital sanatçıların sosyal medya kullanımının aylık dağılımı.....	52
Şekil 5.15: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan dijital sanatçıların haftalık sosyal medyayı kullanım yoğunluğu.....	53
Şekil 5.16: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medyayı haftalık kullanım yoğunluğu.....	53
Şekil 5.17: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının günlük etkileşim dağılımı	53
Şekil 5.18: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının günlük etkileşim dağılımı	54
Şekil 5.19: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre 3D ve motion grafik eser veren sanatçıların sosyal medyadaki kullanımlarının günlük dağılımı	55
Şekil 5.20: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre sanat galerisi profillerinin sosyal medyadaki 30 günlük etkileşimi.....	56
Şekil 4.21: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre sanat galerisi profillerinin sosyal medyadaki günlük etkileşimi.....	56
Şekil 5.22: Sanat galerilerine ait sosyal medya hesaplarının haftalık etkileşimi.....	57
Şekil 5.23: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının coğrafi bölgelere göre dağılımı	58
Şekil 5.24: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan sanatçıların sosyal medya kullanımının coğrafi bölgelere göre dağılımı	58
Şekil 5.25: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre 3D ve motion grafik üreten ...	59
Şekil 5.26: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre sosyal medyada kullanılan en yaygın diller	60
Şekil 5.27: Ritetag yazılımına göre sosyal medyada dijital sanat ile ilgili etkileşimde bulunanların kullandıkları diller	60
Şekil 5.28: Ritetag yazılımına göre sosyal medyada 3D dijital eserlerin paylaşımı ile etkileşimde bulunanların kullandıkları diller.....	61
Şekil 5.29: Sosyal medyada en popüler sanat tagleri(etiketleri) ile etkileşime giren kullanıcı sayıları	62
Şekil 5.30: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre en popüler sanat etiketleri	63

Şekil 5.31: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre #modernart etiketi ile etkileşim bağlantısı etiketler.....	64
Şekil 5.32: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre #painting etiketi ile etkileşim bağlantısı etiketler.....	64
Şekil 5.33: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre #artwork etiketi ile etkileşim bağlantısı etiketler.....	65
Şekil 5.34: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre #comtemporaryart etiketi ile etkileşim bağlantısı etiketler.....	65
Şekil 5.35: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre #fineart etiketi ile etkileşim bağlantısı etiketler.....	66
Şekil 5.36: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre #artgallery etiketi ile etkileşim bağlantısı etiketler.....	66

SOSYAL MEDYANIN YENİ NESİL SANATÇILARA ETKİLERİ

ÖZET

İlk bilgisayarın üretilmesi ile başlayan dijital teknolojinin tarihsel gelişim sürecine bakıldığında, bilgisayarların hayatın her alanına yayılması ivme kazanmıştır. Birçok alanda olduğu gibi sanatı da etkisi altına almıştır. Bilgisayar teknolojileri ile harmanlanarak ortaya çıkan dijital sanatlar, yazılım teknolojilerinin gelişmesi ile üretim, internet ve sosyal medyanın ortaya çıkması ile de sanatseverlere sunulma açısından değişim geçirmiştir. Günümüzde geleneksel yöntemlerle eser üreten sanatçılar da artık üretim aşamasındayken ya da eseri sanatseverlere sunarken teknolojiyi kullanmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu noktadan hareketle bu araştırmada, sosyal medyanın yeni nesil sanatçılara etkisi kapsamında, dijital sanatçıların sosyal medya kullanımları ile sosyal medya platformlarından ne şekilde verim alabileceğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada veriler sosyal medya platformlarından kullanıcı datalarını alabilen ve analiz edebilen Ritetag yazılımı ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan bazıları şu şekildedir: (a) Sanatçı, sosyal medya platformlarının yoğun kullanıldığı zaman dilimlerinde paylaşım yaparsa yüksek etkileşim almaktadır, (b) Sanatçı, popüler olan paylaşım etiketlerini kullanırsa yüksek etkileşim almaktadır, (c) Sanatçı, sanat galerilerinin sosyal medya platformlarını yoğun kullandığı zaman dilimlerinde paylaşım yaparsa, sanat galerileri ile daha fazla etkileşime girmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sanat, Sanatçı, Sosyal Medya, Yeni Nesil, Dijital Sanat*

THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA TO NEW GENERATION ARTISTS

ABSTRACT

According to the historical development of digital technology, which started with the production of the first computer, the spread of computers to every area of life has gained momentum. Digital arts, blended with computer technologies, have changed in terms of the presentation to art-lovers with the help of development of software technologies, production, internet and social media. Nowadays, artists who produce creations with traditional methods also need to use technology while they are in production or presenting the work to art lovers. From this point of view, the aim of this study is to examine how digital media artists use social media and how artists get efficiency on social media platforms in terms of the effect of social media on new generation artists. The data were collected by Ritetag software which can retrieve and analyze user data from social media platforms. Some of the findings obtained from the research are as follows: a) If the artists share the time periods in which social media platforms are heavily used, they get high interaction, b) If the artists use popular hashtags, they get high interaction, c) If the artists share posts at the time periods in which art galleries uses social media platforms intensively, the artists interact more with art galleries.

Keywords: *Art, Artist, Social Media, Internet, Technology, Digital Arts*

1. GİRİŞ

Hızla gelişen teknoloji ile beraber, bilgisayar ve internet kullanımı hayatın her alanında olduğu gibi sanatı ve sanatçıyı da etkisi altına almıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte internet kullanımı yaygınlaşmış, buna paralel olarak internet üzerinden sağlanan iletişim yoğunluğu sosyal medya platformlarını ortaya çıkarmıştır. İnternet, hem dijital ortamda üretilen sanat ürünlerinin sunulması hem de sanatçılar için sağladığı çeşitli imkanlar açısından önemli bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. İletişim ihtiyaçlarının artması, yazılım ve internet teknolojilerinin daha da gelişmesi sosyal medya platformlarının hayatımızın her alanında yer edinmesini sağlamıştır.

Gelişen sosyal medya teknolojileri, iletişimi ve bilgi paylaşımını kolaylaştırarak sanatçıların olanaklarını arttırmış, tahmin edilenden daha hızlı yaygınlaşması özellikle dijital sanatçıları geniş kitlelere ulaşma, diğer sanatçılarla daha kolay iletişim kurma, sanat galerileri ile hızlı etkileşim sağlama gibi birçok açıdan etkilemiştir. Böylece sosyal medya, sanatçıların yanında sanat galerilerinin ve sanatseverlerin de sosyal medya davranışlarını etkilemiştir.

Özellikle 1990 sonrasında sanatın teknoloji ile daha fazla harmanlanması dijital sanat kavramının belirginleşmesini sağlamıştır. Önceleri üretilen dijital sanat eserlerinin tamamen bilgisayar ürünü olması mümkün olamamıştır. Çünkü bu eserler o dönemde analog veya mekanik bileşenler içermekteydi. 1995'ten itibaren işletim sistemleri son kullanıcıya ulaşmada büyük bir ivme kazanmıştır. Apple ve Microsoft'un ürettiği işletim sistemlerinin belli bir yazılımsal altyapıya oturması, yazılım üreticilerinin yolunu açmış ve birçok alanda olduğu gibi grafik ve tasarım alanında yazılımlar üretilmesini ve sürekli geliştirilmesini sağlamıştır. Bu yazılımlar, dijital ortamda 2 boyutlu ve 3 boyutlu grafikler üretilmesini kolaylaştırmıştır. Günümüzde ise bilgisayar donanımlarının gelişmesi ve son kullanıcı için satın alınabilirliğinin daha ekonomik olması, dijital tasarım sektörünü genişletmiş, sanat okullarında daha fazla yer almasını sağlamış ve sanat alanında ilerlemek isteyen yeni neslin odak noktası haline gelmiştir.

Dijital sanat sektörünün gelişimi ile birlikte kağıt, kalem, boya, tuval gibi somut materyallerin sanat dünyasındaki yerini yavaş yavaş azaltmaya başlamıştır. Artık datalardan oluşan çalışmalar ve bunların elde edilmesinde kullanılan çeşitli yazılımlar ve bilgisayar donanımları sanat dünyasını doldurmaya başlamıştır.

Eserlerdeki bu dijitalleşme, eserlerin sunumu ile sanatseverlere ulaşma yollarını da değiştirmiştir. Sadece yazılımlarla ve bilgisayar teknolojileri ile üretilen çalışmalar artık galerilerde karşımıza çıkmaya başlamıştır. Sanatseverler dijital illüstrasyonlara yeni alışırken, 3 boyutlu videolar, resimler sergilerde yer bulmaya başlamış, bu çalışmalar 2 boyutlu düzlemler dışında artık sanal gerçeklik (VR-Virtual Reality) ve artırılmış gerçeklik (AR- Augmented Reality) teknolojileri ile aynı anda birden fazla galeride sergilenmeye başlamıştır.

Teknolojiyi her yönüyle kullananlar, özellikle dijital sanatçılar, iletişimi ve bilgi paylaşımını kolaylaştıran sosyal medya platformlarını da etkin bir şekilde kullanmaktadır. Sanatçıların çalışmalarının sanatseverlere ulaşması için galeri ya da dergilere başvurmasının yerini instagram gibi sosyal medya kanalları almıştır. Özellikle instagram, sanatçıların ve tasarımcıların portfolyolarını sergilediği bir mecra haline gelmiştir. Bu da sanal galerilerin doğmasına vesile olmuştur. Mekanik üretimin yerini dijital üretimin almasının doğal sonucu olarak galeriler de dijital sanat devrimine ayak uydurmak zorunda kalmıştır. Varolan galerilerle beraber yeni instagram galerileri de bu işe hizmet eder olmuştur. Milyonlarca takipçisi olan sanat galerisi sayfalarının, keşfedilmeyi bekleyen sanatçıların eserlerini, uygun ücretlerle paylaşma eğilimi giderek yayılmıştır. Yaşanılan bölgede ya da herhangi bir yerde yapılacak serginin küresel anlamda ulaşmasının zor olduğu kitlelere instagram sayfaları ile dakikalar hatta saniyeler içerisinde ulaşması mümkün olmaktadır. Bu sebeplerden dolayı sanatçının sosyal medyayı verimli kullanması, geniş kitlelere ulaşma amacını gerçekleştirmesi için önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu ihtiyaçtan dolayı dijital sanatçılar sosyal medyada etkileşimlerini arttırmak için sosyal medya hizmeti veren firmalara sürekli para vererek, geçici ve verimsiz etkileşimler satın almak zorunda kalmaktadırlar. Sanatçılar sadece sosyal medya firmalarına değil, instagramda çok fazla sanatsever takipçisi olan ve para karşılığı eserleri yayınlayan sayfalara da maddi olarak bedel ödeyerek geçici çözüm aramaya yönelmektedir.

Ayrıca, sosyal medya iletişim, bilişim, mühendislik, tasarım gibi pek çok disiplinin iç içe geçtiği bir alan olduğundan sanatçının, sosyal medyayı verimli kullanması için bir yol haritasına ihtiyacı vardır. Ülkemizde dijital sanatçıların sosyal medya ile etkileşimlerine dair henüz bir çalışma bulunmamaktadır. Bu araştırmanın hem sanatçılar için pratik çözüm sağlayacağı hem de bu alanda çalışma yapacak akademisyenler için yol gösterici olacağı ve alandaki eksikliği gidereceği düşünülmektedir.

2. DİJİTAL TEKNOLOJİLERİN GELİŞİMİ

Tarihten günümüze, var olduğumuz bu zaman akışında, insanlar düşünce olarak sürekli değişmiş, üretilen teknolojiler de bu değişimlerin birer parçası olmuştur. Avrupa kültürünün temeli kabul edilen Antik Yunan'da sanat, teknolojik bir kurgulanma olarak kabul edilmiş ve bir “techne” eylem olarak tanımlanmıştır (Avcı Tuğal, 2018: 11).

İnsanların var olduklarından beri kazandıkları tüm davranışlar ve edinimler varolan teknolojik yapılanmadan etkilenmiştir. Günümüz toplumlarına biçim veren teknoloji, insanoğlu için önemli buluşların yapıldığı 18. ve 19. yüzyıllarda gerçekleşen Sanayi Devrimi ile birlikte yeniden şekillenmiştir.

Pennsylvania Üniversitesi, bütün odayı kaplayan ENIAC (Elektroinic Numerical Integrator and Computer) olarak bilinen dünyanın ilk dijital bilgisayarını 1946'da üretmiştir. 1951'de sayısal ve metinsel verileri işleyebilen ilk ticari bilgisayar olan UNIVAC ortaya çıkmıştır. 1940'lar aynı zamanda ‘sibernetik (cybernetics)’ bilimin başlangıcı olarak kabul edilir (Christiane, 2015: 14).

1960'lar dijital teknolojilerin tarihi açısından önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu yıllar bugünün teknolojisinin ve sanatsal keşiflerinin temelini atıldığı bir zaman dilimidir. Vannevar Bush'un temel fikirleri, Amerikan Teodoro Nelseon tarafından 1961 yılında, metinler, resimler ve seslerin elektronik olarak birbirine bağlanıp, bir okuma yazma alanı ile link (bağlantı) kurabilmeleri anlamında “hypertext” ve “hypermedia” kavramı ortaya çıkmasını sağlamıştır. Nelson'nın hyperlink ortamı, okurların/yazarların ulaşmak istedikleri bilgilere dallanmış ya da doğrusal yollardan değil kendi seçtikleri yoldan ulaşmalarını sağlamıştı. O'nun bu çağın ötesindeki fikri ancak 1990'larda geliştirilen global bir ağ olan World Wide Web yani internet üzerinden dosya ve iletilerin aktarılmasına kadar beklemek zorunda kalmıştır. Daha öncesinde 1957'de SSCB'nin soğuk Savaşın başlangıcında Sputnik'i başlatması, ABD'yi teknoloji alanında lider konumunu korumak için Savunma Bakanlığı Geliştirme Araştırma Projeleri Ajansı'nı (ARPA) kurmaya itmiştir (Christiane, 2015:

15). 1964'te, en önde gelen Soğuk Savaş düşünce kuruluşu olan RAND şirketi, internetin merkezi otorite olmaksızın herhangi bir nükleer saldırıya karşı korumalı bir güvenli iletişim ağı fikri geliştirmiştir. 1969 yılına gelindiğinde Pentagon destekli ARPANET adlı mini ağ, Los Angeles'taki Kaliforniya Üniversitesi'nde, Santa Barbara'daki Kaliforniya Üniversitesi'nde, Standford Araştırma Enstitüsü'nde ve Utah Üniversitesi'nde bulunan o zamanın dört süper bilgisayarı arasında kurulmuştur (Christiane, 2015: 15).

1960'tan sonraki 10 yılın sonunda bilgisayar teknolojileri açısından önemli bir dönüm noktası olmasının bir diğer sebebi de bilgi işlem alanı ve arayüzü kavramlarının ortaya çıkmasıdır. Standford Araştırma Enstitüsü'nden Douglas Engelbart, 1968 yılının sonlarında bitmapleme, pencereler fikirlerini fare ile tanıtmıştır. Masaüstü bilgisayar nihayet Apple'ın Macintosh'u olan "geri kalanımız için bilgisayar" sloganıyla yaygınlaştırılacaktı, çünkü 1983'te bilgisayar, yaratıcıları tarafından son kullanıcıya çoktan pazarlanmaya başlamıştır. (Christiane, 2015: 16).

1990'dan itibaren masaüstü ve dizüstü diye tanımladığımız son kullanıcıya yönelik bilgisayarlar tüm dünyada hızla yayılmaya başlamış, Microsoft ve Apple arasında rekabet arttıkça bilgisayar teknoloji daha da hızla gelişmeye devam etmiştir. 2000 sonrasında tablet pc ve akıllı telefonlar masaüstü bilgisayarların alternatifi olma yolunda hayatımıza girmeye başlamıştır.

3. DİJİTAL SANATIN ÖNCÜLERİ VE YENİ NESİL SANATÇILAR

3.1 Dijital Sanatın Gelişimi

Dijital teknolojilerin sanatsal bir araç olarak kullanılması, çalışmanın dijital olarak üretiminden sunumuna geçen süreçte her türlü değişkenin ve olasılığın çalışmanın bir parçası haline gelmesidir. Dijital ortam: etkileşimli, katılımcı, dinamik ve özelleştirilebilir özelliktedir. Bununla birlikte, sanatın kendisi birden fazla tarza sahiptir ve son derece melezdir. Dijital sanatın izleyiciye sunumu, ağ bileşenleri olan veya olmayan etkileşimli bir kurulumdan, sanal gerçeklikten, sanatçı tarafından kullanılan yazılımdan, yalnızca internet tabanlı sanattan veya bunların herhangi bir kombinasyonu şeklinde olabilir (Christiane, 2015: 123).

Dijital sanat, her zaman orijinal ortamındaki gibi statik olmayabilir, izleyici etkileşimini isteyen, katılımcı yapılarda karşımıza çıkabilir. Bazı sanat eserlerinde, izleyiciler sanatçı tarafından belirlenen parametreler içinde etkileşime girer; bazen de, parametreleri kendileri belirlerler veya zaman bazlı canlı performanslarda izleyici olabilirler.

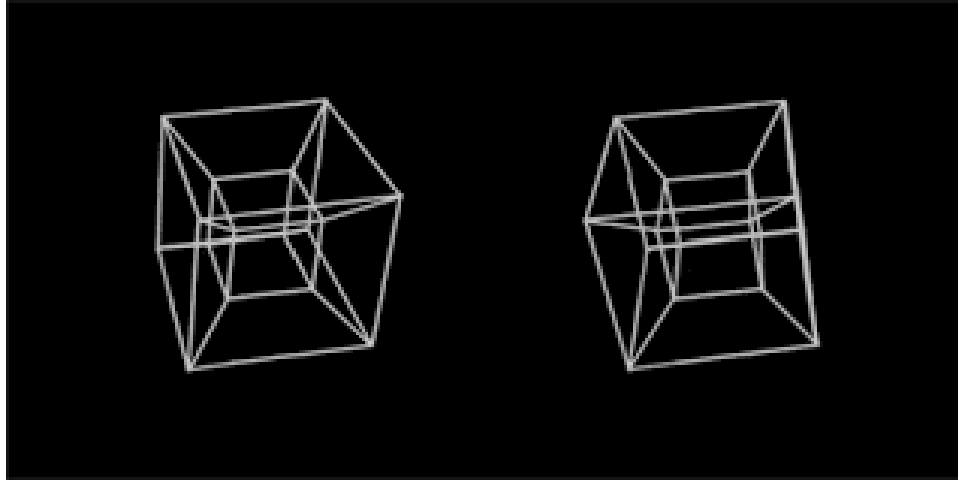
1960'ların başında bilgisayar teknolojileri yeni yeni gelişmeye başladığı için insanların bilgisayarlara erişmesi sınırlıydı. Bunun en büyük sebebi maliyetinin yüksek olması ve dolayısıyla bu maliyeti karşılayabilecek az kurumun olmasıdır. Bu kurumlarda devletlerin araştırma kurumları ve büyük üniversitelerdi. Bu durum bilgisayarda yapılan ilk sanatsal işlerin sadece mühendis ve matematikçiler tarafından yapılabilmesine neden olmuştur. Bu dönemdeki sanatsal çalışmalar, grafiksel arayüzler henüz geliştirilmediği için sadece çeşitli algoritmalarla yazılan bilgisayar programları ile oluşturulmuştur. Zamanla arayüzler geliştikçe kullanıcının bilgisayara veri girme yöntemleri de değişmiştir. Bilgisayarla ile yapılan bu sanatsal çalışmalar dijital sanatların gelişmesinin yanısıra bilgisayar teknolojilerinin kapasitesinin sınırlarını her

seferinde genişletiyor ve bir anlamda bilgisayar teknolojilerinin de gelişmesini sağlıyordu.

1960'lar bilgisayarlarda üretilen tasarımların artmasıyla bilgisayarda üretilen sanatsal çalışmalar yayılmaya konuşulmaya başlanmıştır. Yeni bir estetik akım olarak görülen bu teknik teknolojinin gelişimini de etkilemiştir. Geleneksel sanatçılar bu akımı sanat olarak kabul etmemiş, bilgisayarla üretilen bir çalışmanın sanat eseri olamayacağını savunmuşlardır. Genç sanatçılar ve matematikçiler ise dijital çalışmaların da sanat eseri olabileceğini ve gelecekte bu durumun yaygınlaşacağını savunmuşlardır.

1949'da Max Bense'nin yayınladığı "Mathematics in Art" adlı kitabında sayısal algoritmalarından oluşan sanat eserleri ve matematik bilimi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 1950'de bu konudaki çalışmalarına da devam etmiş ve 1954'den itibaren ULM Tasarım okulunda eğitim vermiştir (Avcı Tuğal, 2018: 124).

Max Bense, daha sonraki yıllarda da bilgisayarla üretilen sanatla uğraşanları etkilemiştir. Doğru algoritmalarla istenilen estetiksel çıktının elde edilebileceği düşüncesi yayılmıştır.



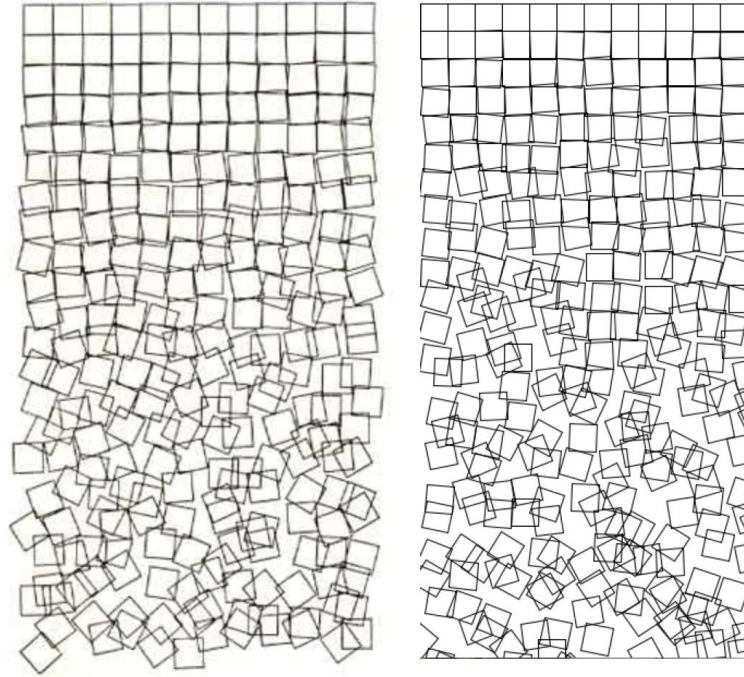
Şekil 3.1: Michael Noll, Hiper Küp Animasyonu, 1965 Bell Laboratuvarları

Kaynak: <https://unframed.lacma.org/2018/10/18/teen-night-middle-school-sneak-peek> Erişim: 19.05.2019

Max Bense'nin çalışmalarında etkilenecek üretilen ve Algoritmik Sanat olarak tanımlanan eserler için bir dizi sergi 1965 yılında Stuttgart'ta yapılmıştır. Bütün bu süreçlerin sonunda Dijital Sanat adı altında toplanan bu sanat alanı Avrupa'da büyük ilgi görmüş ve gittikçe yaygınlaşmaya başlanmıştır. Arts and Crafts akımından doğan

Bauhaus Okulu'nun temel prensibi: Yaratılan formlar basit ve sade olmalıdır, bir nesnenin seri üretilmesi sanat yapıtına dönüşmesine engel olmaz. Bundan dolayı Max Bense Bauhaus Okulu'nda yetişmiş birçok sanatçıdan etkilenmiştir (Avcı Tuğal, 2018: 128).

1965 yılı Dijital Sanat için önemli bir dönüm noktası olmuş, Georg Ness, Frieder Nake, A. Michael Noll'un öncü çalışmaları ile Bilgisayar Sanatı'nın sağlam temelleri atılmıştır. Georg Ness günümüzde Dijital Sanat olarak adlandırılan bilgisayarlar ile tasarım üretmeyi yapan ilk kişidir. 1965 yılında Stuttgart Üniversitesi'nde ilk kişisel sergisini açmıştır. 2005 ve 2006 yıllarında ZKM Media Museum'da hayatı boyunca ürettiği bütün çalışmalar sergilenmiştir. İlk çalışmalarında düzgün geometrik şekillere daha çok yer veren Georg Ness, zamanla çalışmalarında karmaşık yapılara daha çok yer vermiştir. Aynı zamanda 1970 yılında İsimli adlı çalışması Art Ex Machina portfolyosunda yer almıştır (Avcı Tuğal, 2018: 131).



Şekil 3.2: Georg Nees, Schotter, 1969

Kaynak: https://medium.com/@delightful_Kdub/processing-georg-nees-40a9790edb5e Erişim: 19.05.2019

A. Michael Noll 1960'lı yılların bir diğeri önemli sanatçısıdır. Dijital Sanatın ilk eserlerinin statik olmasının nedeni o zaman ki bilgisayar sistemlerinin animasyon yapabilecek yeterlilikte olmamasıdır. Noll bilgisayarda ürettiği çalışmalarının



Şekil 3.3: Charles A. Csuri GRASS arayüzü

Kaynak: <https://www.atariarchives.org/artist/images/page87-1.jpg> Erişim: 20.05.2019

birçoğunu 1960'lı yılların programlama dili olan Fortran ile üretmiştir. Bu programlama dili sayesinde ilk animasyonları da üretmeyi başarmıştır. Noll 1965 yılında ilk 3D bilgisayar animasyonunu programlamıştır (Avcı Tuğal, 2018: 145).

Charles A. Csuri dijital sanat alanında ki önemli sanatçılardan biridir. Sanatçı genelde mimari ve geometrik şekiller üzerine yoğunlaşmış ve bilgisayarda bunları yeniden yorumlayarak çalışmalar üretmiştir. 1965 yılında ilk sergisini yapmış, yine aynı yıllarda ilk animasyon filmi üretmiştir. Bu film 4. Brüksel Uluslararası Film Festivali'nde ve 1968 yılında Londra'daki Institute Contemporary Art etkinliğinde yer almıştır. Bilgisayar animasyonları üzerine yaptığı tüm araştırmalar uluslararası alanda kabul görmektedir. 1972 yılında daha ileri seviyede animasyon teknikleri geliştirmek üzere kurulan Computer Graphics Research adlı yapıya katılan sanatçı

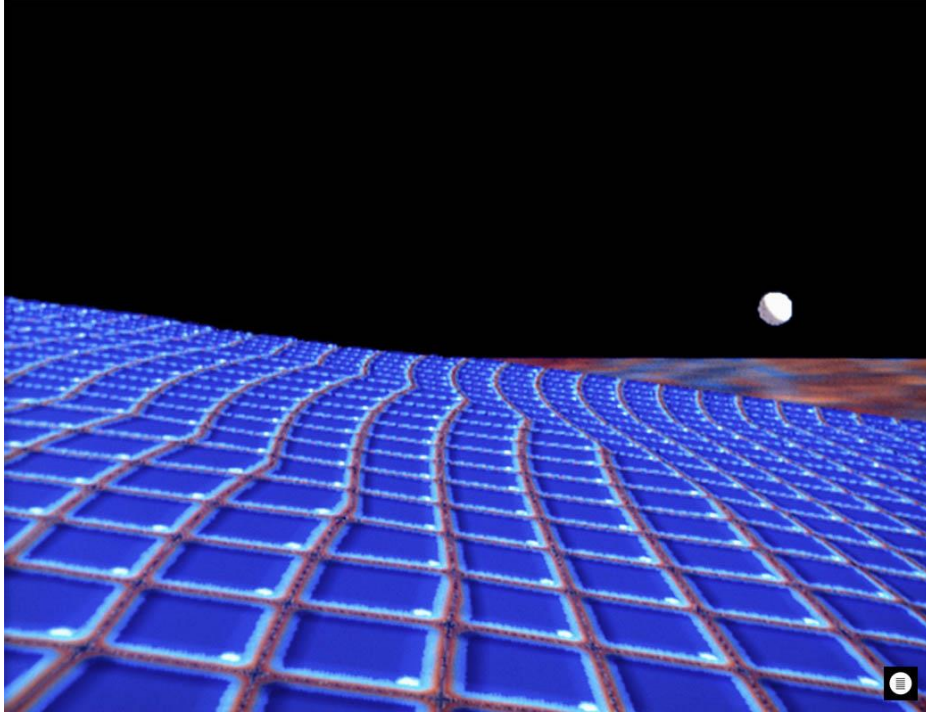
burada GRASS (Graphics Symbiosis System)'ı geliştirmiş ve 1977 yılında George Lucas'ın başyapıtı olan Star Wars filminde yazılım desteği sağlamıştır (Avcı Tuğal, 2018: 176).

Bilgisayar Teknikleri Grubu 1960 yılında Japonya'da IBM tarafından desteklenerek kurulmuş Dijital Sanat alanında ki öncü bir gruptur. O zamanki diğer sanatçılardan farkları ürettikleri dijital sanat eserlerini galerilere satmalarıdır. 1967 yılında bilgisayarda sanat adı altında düzenledikleri sempozyumda CTG (Computer Techniques Group) Manifestosu'nda Dijital Sanat'ın yeni bir sanat dalı olduğunu açıklamışlardır. 1969 yılında Tokyo'da düzenlenen Teknoloji Sanatı Sergisi'nde bilgisayardan aldıkları siyah-beyaz çıktıyı ısı kontrollü bir sistem ile renkli boyamayı başaran bir sunum yapmışlardır. 1970 yılında da 35. Venedik Bienali'ne katıldıktan sonra dağılmışlardır (Avcı Tuğal, 2018: 177-179).

1970'lerde sanatçılar, video ve uydular gibi 'yeni teknolojiyi' kullanarak, 'canlı performanslar' deneyimlemişdir. Bu performansların odak noktası, coğrafi sınırların kalktığı küreselleşmiş bir sanat paylaşımına ulaşmak olmuştur. Günümüde internet ve sosyal medyanın bir araç olarak sanatçıya sağladığı işlevsellik o yıllarda TV'den yapılan uydu yayınları ile sağlanmıştır. 1977'de Almanya'nın Kassel kentinde düzenlenen Documenta VI sanat şovunda Douglas Davis, Davis'in kendisi, Nam June Paik, Fluxus sanatçı ve müzisyen Charlotte Moorman ve Alman sanatçı Joseph'in performanslarını içeren, yirmiden fazla ülkeye uydu yayınları düzenlemiştir. Ayrıca, 1977'de, Kitles Galloway ve Sherrie Rabinowitz tarafından Amerika Birleşik Devletleri Atlantik ve Pasifik kıyılarında sanatçılar içeren üç konumlu, canlı yayın kompozisyonu performansı olan 'dünyanın ilk interaktif uydu dans performansı' NASA ve Kaliforniya Menlo Park'daki Eğitim Televizyon Merkezi ile bağlantılı olarak gerçekleşmiş, projedeki sanatçılar mekanları kompozisyon olarak belirlemişlerdir. 1979'da iletişim teknolojisiyle çalışmaya başlayan ve faks, yavaş tarama TV ve radyo içeren projeler üreten Kanadalı sanatçı Robert Adrian, 1982'de 24 Saat Dünya Organizasyonu'nu yapmıştır. Üç dünya kıtasındaki, on altı şehirden sanatçılar katılmıştır. 24 saat boyunca faks, bilgisayar ve görüntülü telefon ile bağlantılar kurulmuş ve 'multimedya' sanat eserleri yaratılmış ve modifiye edilmiştir. Bu performanslar, internet ağına bağlı dijital sanatların ilk adımları olmuştur (Christiane, 2015: 24-26).

1970'li ve 80'li yıllar boyunca ressamlar, heykeltıraşlar, mimarlar, matbaacılar, fotoğrafçılar ve video ve performans sanatçıları giderek yeni bilgisayar görüntüleme tekniklerini denemeye başlamışlardır. Bu dönemde, dijital sanat, tek nesneye yönelik çalışma yaparak ilerleyen sanat sürecini, dinamik ve etkileşimli nesnelere üzerinde ilerleyen bir sürece dönüştürmüştür.

Ressam olan David Em o zamana kadar ki en iyi teknolojik donanıma sahip sanatçıydı. Bunun sebebi ise NASA'nın verilerini görselleştirmek amacıyla Ohio Devlet Üniversitesi'nde kurduğu laboratuvarı O'na açmasıdır. NASA'da elde edilen bilimsel veriler ile görüntüler modellemiş ve animasyonlar oluşturmuştur. O yıla kadar hiçbir sanatçı bu kadar güçlü bir bilgisayar kullanarak çalışma üretmemiştir. Kullandığı dijital veriler ile fitüristik uzay görüntüleri elde etmiştir. 1979 yılında NASA'nın verileri ile oluşturduğu simülasyonu kendi yaptığı animasyonlarla canlandırmış ve bu uygulama günümüzdeki gerçekçi simülasyonların temeli olmuştur (Avcı Tuğal, 2018: 199).

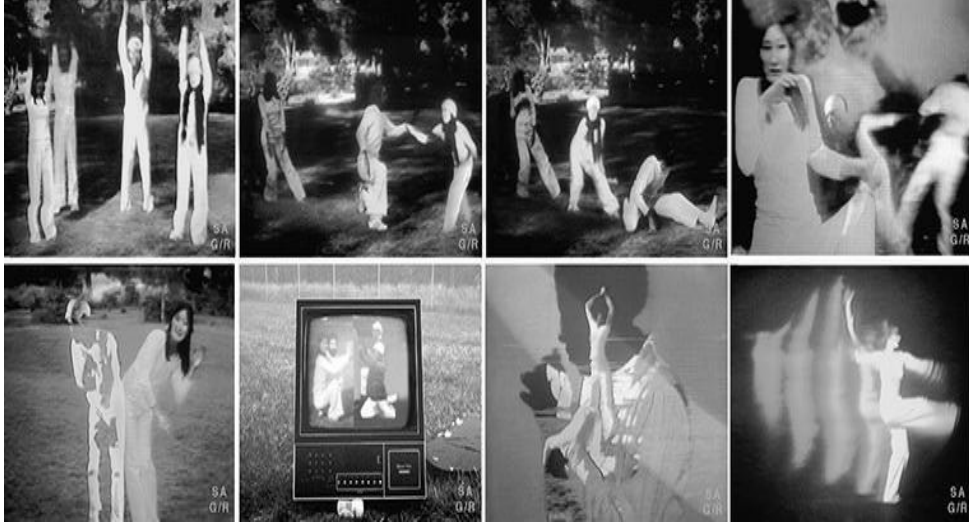


Şekil 3.4: David Em, Approach, 1979

Kaynak: <https://i.redd.it/toarni74ykp21.jpg> Erişim: 20.05.2019

Günümüzde Refik Anadol, David Em'in 1979'da yaptığı çalışmanın daha gelişmiş halini NASA'nın verdiği veriler ile yapmaktadır. İki sanatçı arasındaki 40 yıllık süreç, gelişen teknolojinin, dijital sanatın üretiminde nasıl bir değişim yaşandığını göstermek için uygun bir örnektir. David Em'in o günlerde kullandığı süper bilgisayarlar, bugün evlerde kullandığımız bilgisayarlardan bile düşük teknolojiye sahiptir. Bugün Refik Anadol'un kullandığı süper bilgisayarlar da bir süre sonra dijital sanat üretimi için yetersiz kalacaktır.

1990'dan itibaren Dijital Sanat tam anlamıyla disiplinlerarası bir yapıya dönüşmüştür. Dijital medya olanaklarının gelişmesi de sanatçı kimliğinde dönüşümler yaratmıştır. Word Wide Web ve Flash gibi uygulamaların yanı sıra bilgisayar donanımlarının gelişmesi ve kolay ulaşılır hale gelmesi Dijital Sanat üretiminde teknik açıdan çeşitlilik ve kolaylıklar sağlamıştır.



Şekil 3.5: Kit Galloway and Sherrie Rabinowitz, Satellite Arts, 1977

Kaynak: <http://www.ecafe.com/getty/SA/> Erişim: 20.05.2019



Şekil 3.6: Melting Memories, Pilevli Gallery, 2018, İstanbul, Turkey

Kaynak: <https://www.artjaws.com/en/melting-memories-intersection-between-technology-and-contemporary-art-with-refik-anadol-at-the-pilevneli-gallery-in-istanbul/> Erişim: 01.05.2019

3.2 Fluxus ve Nam June Paik'in Dijital Sanata Etkileri

Fluxus, 1960'lı yıllardaki toplumsal muhalefetten beslenen ve o yıllardaki kültürel muhalefete bağlı olarak ortaya çıkan bir oluşumdur. Hareketin başlamasına önderlik eden George Maciunas tarafından adı konan Fluxus, 1960'lı yılların toplumsal muhalefet biçimlerinden beslenmiştir. Yine o dönemdeki kültürel muhalefetin bir parçası olmuştur (Antmen, 2014: 203).

Almanya’da başlayıp Avrupa ve Amerika’ya yayılan Fluxus, 1960 ile 1970 arası çok sayıda sanatçının çalışmalarını ilişkilendirdiği bir akım olmuştur. Koreli sanatçı Nam June Paik (1932-2006), Alman sanatçı Joseph Beuys (1921-1986), Amerikalı besteci John Cage (1912-1992) bu sanatçılardan öne çıkanlardır.



Şekil 3.7: Yoko Ono, Kesip Biçme İşi, 1964, performans

Kaynak: <https://www.moma.org/audio/playlist/15/373> Erişim: 12.05.2019

Fluxus sanatçıları için estetik kaygısı ikinci plandadır. 1960’lı yıllardaki toplumsal olayların merkezinde olan gençlik ile Fluxus sanatçılarının sanat etkinlikleri etkileşim içerisinde olmuştur. Sokak gösterileri ve konserler düzenleyen Fluxus sanatçıları, dönemin toplumsal olayları ile etkileşim halinde oldukları için sanat ile hayat arasındaki bağların güçlenmesinde önemli rol oynamışlardır. Nam June Paik’in televizyon ekranını malzeme olarak kullandığı ilk çalışması olan ‘Televizyon Budası’ veya çello sanatçısı giymesi için yaptığı küçük ekranlardan oluşan sutyen çalışması ‘Yaşayan Bir Heykel için Televizyon Sutyeni’ gibi yapıtlar, gündelik gerçekliğin kavranması için yapılan çalışmalara örneklerdir. Bu yapıtlar aynı zamanda dijital teknolojilerin, sanatçı tarafından

bir sunum aracı olarak ve sanat çalışmasında üretim aracı olma dışında bir işlevde kullanılmasına ait örneklerdir.

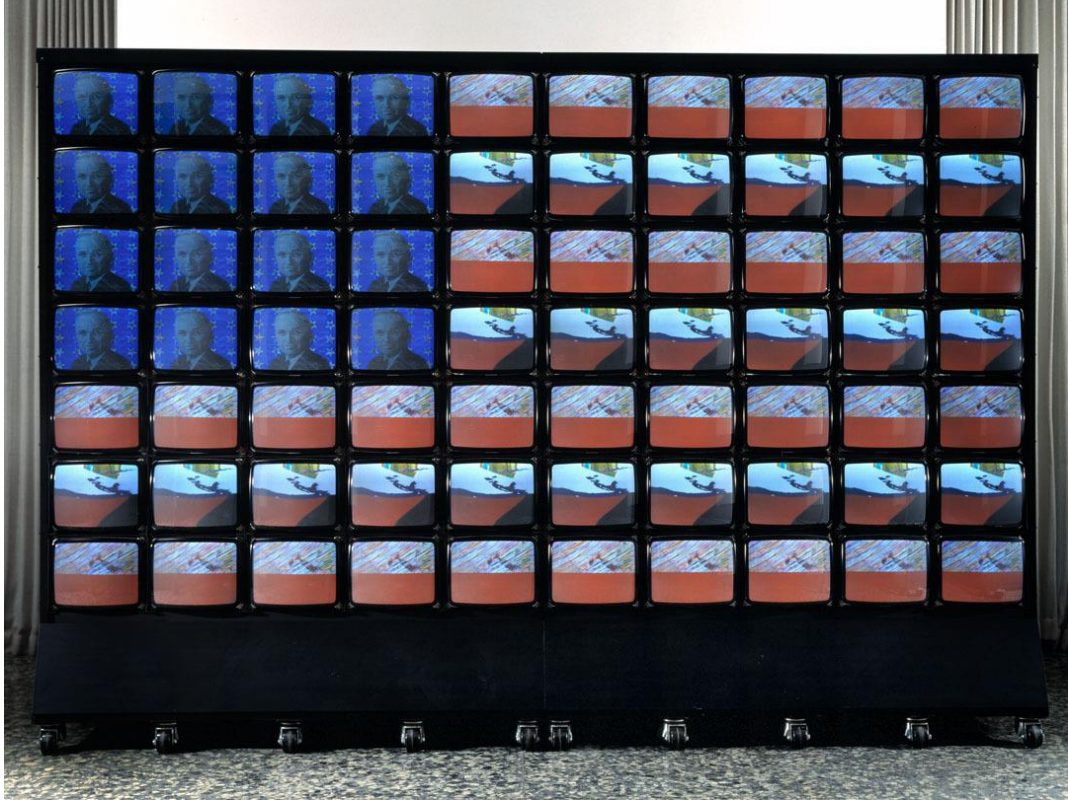


Şekil 3.8: Nam June Paik, TV Buda, 1974

Kaynak:

http://classconnection.s3.amazonaws.com/852/flashcards/845852/png/tv_buddha1324345131766.png
Erişim: 16.05.2019

Nam June Paik'in çalışmalarında teknoloji objesi olarak TV'yi seçmesinin nedeni o dönemde toplumları yönlendiren en önemli kitle iletişim aracı olmasıdır. Bugün en önemli kitle iletişim aracı ise internete bağlı tüm cep telefonlarıdır. Nam June Paik, bugün sanat üretimine başlayan yeni bir sanatçı olsaydı çalışmalarında muhtemelen TV yerine cep telefonu kullanırdı. Kitle iletişim araçlarının her dönem, devletler tarafından toplumları manipüle etmek amacıyla kullanılan yanları olmuştur. Özellikle toplumsal muhalefetin bastırılması için 1960'larda araç olarak TV kullanılırken, bugün TV'nin yerini akıllı cep telefonları almıştır. O dönemde Nam June Paik'in TV'yi sanat çalışmalarında kullanmasındaki ana sebep TV'ye olan bu eleştirel bakıştır.



Şekil 3.9: Nam June Paik. Video Bayrak. 70 video monitör, timer, bilgisayar ve elektrik devresi. 239.6 x 354.8 x 119.9 cm

Kaynak: <https://hirshhorn.tumblr.com/post/145908800154/happy-flag-day-in-1996-we-commissioned-nam-june> Erişim: 22.05.2019

Sanatçı ile izleyici arasındaki sınırların kalkması açısından Fluxus sanatçılarının performansları önemli bir yere sahiptir. Yoko Ono'nun 1964'teki 'Kesip Bıçme İşi' nde seyircilerden sanatçının kıyafetini makasla kesmeleri istenmiştir. Seyirciler daha sonra Yoko Ono'nun üzerindeki giyisileri makasla kesmişlerdir. Bu da Fluxus sanatçılarının sanatçıyla izleyici arasındaki sınırları yok etmeye yönelik performanslardan biridir. Nam June Paik'in çello sanatçısı Charlotte Moorman 'ın giymesi için yaptığı küçük ekranlardan oluşan sutyen çalışması 'Yaşayan Bir Heykel için Televizyon Sutyeni' Fluxus hareketinin disiplinlerarası yapısı için örnek olarak verilebilir (Avcı Tuğal, 2018: 206).

Fluxus hareketi 1962 ile 1978 yılları arasında en etkin dönemini yaşamıştır. Fluxus, dijital sanatın, dijital teknolojiler aracılığıyla hem üretilip hem de sunulması, izleyici aktif durumda tutması ve disiplinlerarası olması açısından etkilemiştir. Bugün Refik Anadol'un yazılımlar ile ürettiği tasarımları, mekanlara uygulayarak sunması ve mekandaki seyircinin etkileşimlerine göre tasarımlarının yeniden şekillenmesi, Georg Ness'in kodlarla yarattığı basit

izimlerden Fluxus gibi akımların da etkisiyle dijital sanatın değişim geçirerek geldiği son noktayı göstermektedir.



şekil 3.10: Nam June Paik, Rasgele Erişim, 1963

Kaynak: <https://www.tfam.museum/journal/Detail.aspx?id=1&aID=1&ddlLang=en-us> Erişim: 16.05.2019

Fluxus sanatçıları, dijital teknolojileri, sadece performanslarının veya çalışmalarının bir parçası olarak kullanmak ile yetinmedi. 1977'de Almanya'nın Kassel kentinde düzenlenen Documenta VI sanat şovunda Douglas Davis,

Davis'in kendisi, Nam June Paik, Fluxus sanatçı ve müzisyen Charlotte Moorman ve Alman sanatçı Joseph'in performanslarını içeren, yirmiden fazla ülkeye uydu yayınları düzenleyerek dijital teknolojileri bir sunum aracı olarak kullanılmasını sağlamıştır. Nam June Paik'in ello sanatçısı Charlotte Moorman'ın giymesi için yaptığı küçük ekranlardan oluşan sutyen çalışmasının uydu yayını yayınlanması, dijital teknolojilerin bir sanat çalışmasının bir parçası olarak ve izleyiciye sunmak için bir araç olarak kullanılmasına bir örnektir.



Şekil 3.11: Charlotte Moorman Nam June Paik'in Yaşayan Bir Heykel için Televizyon Sutyeni, 1969

Kaynak: <https://i.pinimg.com/originals/d6/29/ca/d629ca304d239c2a0a8fbf955051e4c3.jpg> Erişim: 16.05.2019

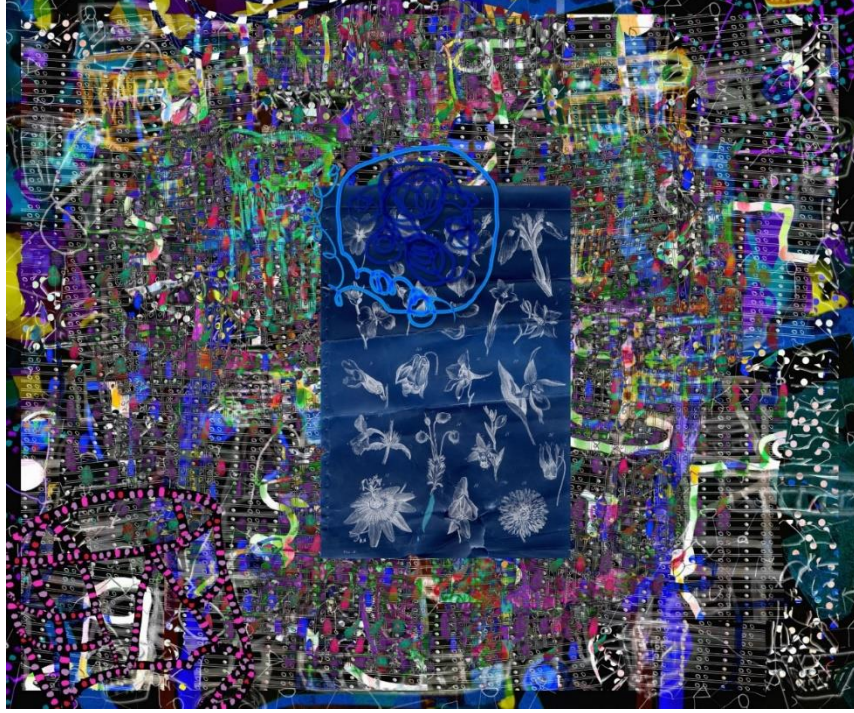
3.3 Yeni Nesil Sanatçılar

Araştırmanın kapsam sınırını belirlemek için 1990 sonrası dijital sanat eseri üreten sanatçıları yeni nesil sanatçılar olarak tanımlayabiliriz. Bundan dolayı dijital sanatın öncülerinden kısaca bahsedeceğiz.

1990 sonrası sanat eserleri çok disiplinli dijital yapılara dönüşmeye başlamıştır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve postmodern kültür, sanatçıları üretim açısından etkiledi. Yeni teknolojilerin sunduğu geniş olanaklar, sanal dünyaların sanat ile iç içe geçmesini hızlandırmıştır (Avcı Tuğal, 2018: 202).

Dijital sanat, 1990'ların sonlarında sanat dünyasına resmi bir giriş yaptı ve müzeler ve galeriler, bu sanat formunu şovlarına katmaya ve tüm sergilerin merkezine almaya başladılar. Her ne kadar onlarca yıl boyunca bir dizi dijital ve medya sanatı sergileri yapılmış olsa da, bazı sanat galerileri bu sanatı sürekli olarak sunmaya başlamışlardı. Dijital-sanat, kurumsal bir bağlamda çoğunlukla, Almanya'daki Karlsruhe'de bulunan NTT'nin Uluslararası İletişim Merkezi

(ICC) veya Kùltür ve Medya Merkezi (ZKM) gibi medya merkezlerinde ve müzelerinde sergilenmekteydi (Christiane, 2015: 30-32).



Şekil 3.12: James Fraure Walker, Karanlık Flaman, 2007

Kaynak: <https://instantloveland.com/wp/2019/03/27/eye-opener-james-faure-walker/> Erişim: 11.05.2019

Klasik resim çalışmaları da yapan James Fraure Walker, bilgisayarda tasarladığı resimler ile klasik resim çalışmalarını, yazılımlar kullanarak kolajlar üretmektedir. Sanatçı, geleneksel yöntemler ile bilgisayar teknolojilerinin beraber kullanılarak kompozisyon üretilmesine en önemli örnekleri sunmaktadır. Dark Filament adlı çalışmasında dijital kağıt üzerine renkli olarak basılan bir baskıresimdir. Bu baskıresmin üzerine botanik yapıları gösteren illüstrasyonlar yerleştirilmiştir (Avcı Tuğal, 2018: 209).

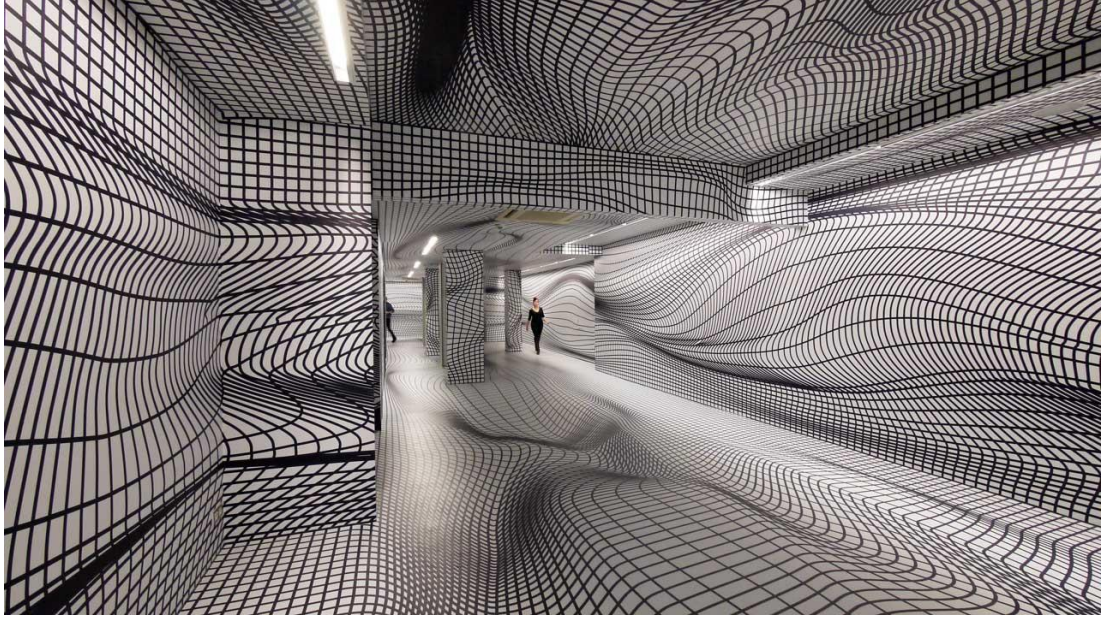
Teknolojinin gelişimi dijital ortam olanakları genişletmiştir. Bu gelişmeler video, video yerleştirme, internet, animasyon yapılarının bir araya gelmesini sağlamıştır. Post-dijital olarak adlandırılan 2000 yılı ve sonrası döneminin önemli sanatçılarından biri de Maurizio Bolognini'dir. Post-kavramsal medya sanatçısı olan Bolognini, çalışmalarında sanatçının kontrolü dışında gerçekleşen soyut süreçlere yer verir (Avcı Tuğal, 2018: 211-214).



Şekil 3.13: Maurizio Bolognini, Programlanmış ve Mühürlenmiş Makineler, 1992-2004

Kaynak: <http://www.bolognini.org/lectures/amx.htm> Erişim: 11.05.2019

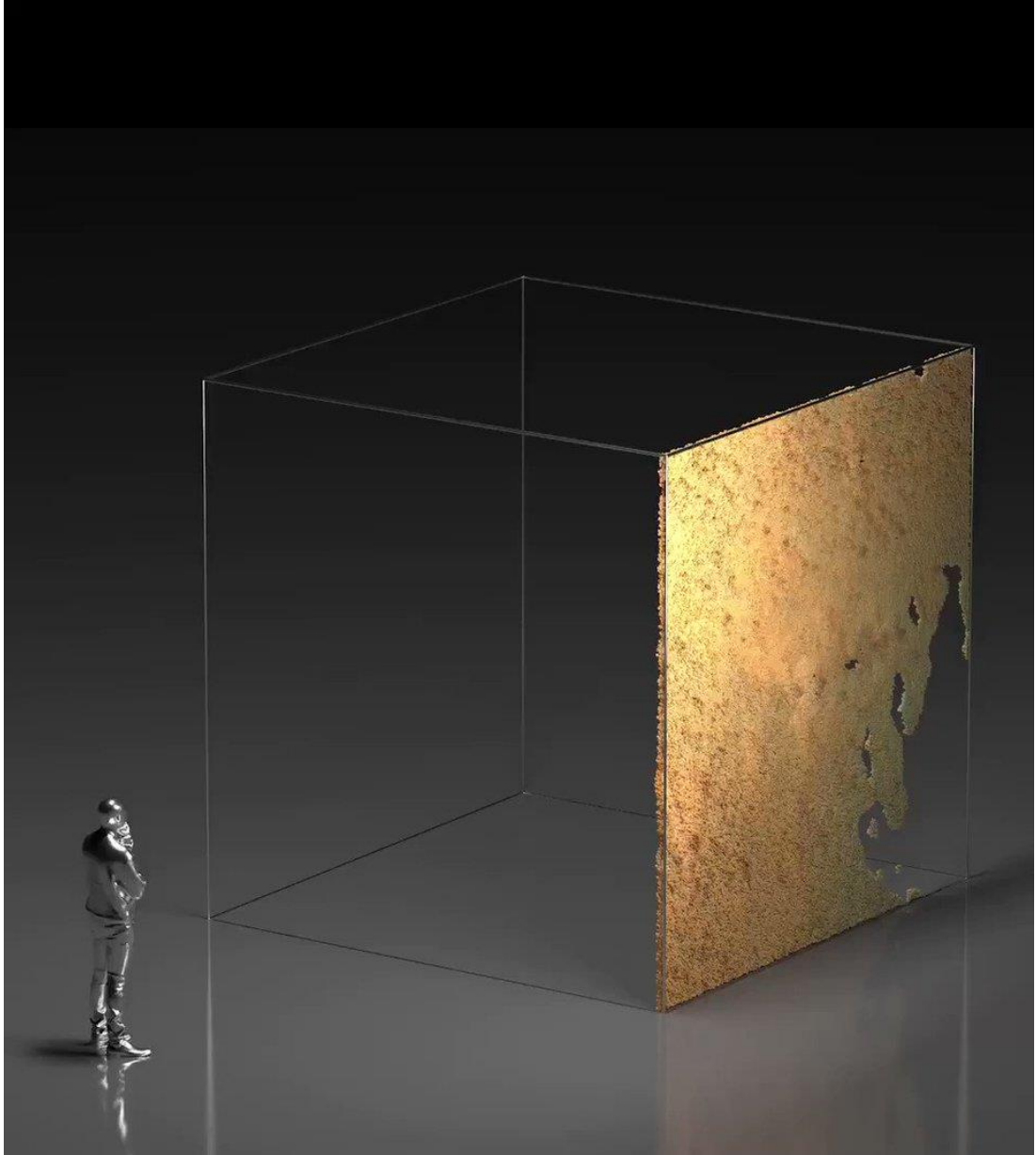
Bolognini'nin Programlanmış ve Mühürlenmiş Makineler çalışmasında programlandıktan sonra bilgisayarlara resim üretmeleri için çeşitli yazılımlar yüklenmiştir. Makineler çalıştırıldıktan sonra programlandıkları şekilde resimler üretmişlerdir. Makinelerde herhangi bir çıkış birimi olmadığı için resimlerin görüntüsü kimse tarafından görülmemiştir. Bu çalışmada insan tarafından programlanan yapının görünmeyen bir evrende estetik yaratması söz konusudur. Makinelerin çalışabilmeleri için gerekli enerji sağlaması dışında, oluşan yaratma sürecinde insanın herhangi bir etkisi yoktur (Avcı Tuğal, 2018: 211-214).



Şekil 3.14: Peter Kogler, Yerleşirme, Dirimart Galerisi, 2011, İstanbul

Kaynak: <https://publicdelivery.org/peter-kogler-room-installations/> Erişim: 13.04.2019

Bilgisayar animasyonları ve mekânsal çalışmalar üreten Avusturyalı sanatçı Peter Kogler, şekil değiştiren deneysel katı mimari çalışmaları yapmaktadır. Sanatçı çalışmalarında, izleyicileri anlık, dinamik dönüşen biçimlerle sarmalamaktadır. Mekan, sanatçının yapıtlarında insanın gerçeklikle olan bağının ve sürekli değişen fikirlerin oluşturduğu sosyal bir ortam olarak yansıtılır. Sanatçı çalışmalarında sesler kullanarak işitsel duylulara da hitap eder. Kompozisyon olarak bakıldığı zaman yapıt ile izleyici arasındaki sınırların kalktığı görülür (Avcı Tuğal, 2018: 216-218).



Şekil 3.15: Refik Anadol NASA Veri Dizisi, 2019

Kaynak: <https://bigumigu.com/haber/refik-anadol-nasanin-cektigi-500-000-mars-fotografi-uzerinde-calisiyor/> Erişim: 20.04.2019

Refik Anadol, Dijital medya sanatçısıdır.. UCLA'nın Tasarım Medya Sanatları Bölümü'nde öğretim görevlisidir. Görsel ve işitsel olarak, mekâna özgü enstalasyon ve parametrik 3 boyutlu nesne üretimi yapmaktadır. Anadol çalışmalarında dijital ve fiziksel nesnelere arasında melez bir ilişki kurmaktadır. Dijital ortamda parçacıklardan oluşan 3 boyutlu nesnelere hareketli olarak Video Projeksiyon Haritalama (Video Projection Mapping) tekniği ile mekana giydirmektedir. Yapay zeka, mimari, kod ve jeneratif sistemler gibi farklı alanlarda uzman 12 kişilik bir ekiple çalışan Anadol, 2019 yılının başında

NASA ile ortak projeye başlamıştır. NASA'nın Jet Propulsion Laboratory birimi ile birlikte çalışan Refik Anadol, Mars keşif programında çekilen yaklaşık 500 bin fotoğrafı veri seti olarak kullanmıştır. Çalışmalara devam eden Anadol, yapay zekaya sahip bilgisayarlarda, uzay veri seti serisine devam etmektedir.



Şekil 3.16: Eriyen Hatıralar, Pilevli Gallery, 2018, İstanbul, Turkey

Kaynak: <https://www.artjaws.com/en/melting-memories-intersection-between-technology-and-contemporary-art-with-refik-anadol-at-the-pilevneli-gallery-in-istanbul/> Erişim: 01.05.2019

Refik Anadol Kaliforniya Üniversitesi nöroloji laboratuvarlarında beyin dalgalarını veriye dönüştürme ve bunun analiz etme üzerinde çalışmalar yapmaktadır. İnsan beyin dalgalarının kaydedilip kamuya paylaşılması yasal olarak mümkün olmadığı için insanların beyin dalgaları isimsiz olarak toplanmıştır. Refik Anadol insanların hüzünlü, mutlu, kederli durumlardaki anılarını alarak bu veriyi bilgisayardaki yazılıma aktarmaktadır. Yazılım desteği ile de görselleştirmeyi yapmaktadır.



Şekil 3.17: “Eriyen Hatıralar” geliştirme aşaması, Kaliforniya Üniversitesi Nöroloji Laboratuvarları

Kaynak: <https://bigumigu.com/haber/refik-anadol-dan-en-ozel-veriyi-isliyor-eriyen-hatiralar/> Erişim: 01.05.2019

4. SOSYAL MEDYA VE DİJİTAL SANATLAR

Genel olarak sosyal medya, sosyal bir ortamda kendilerini tanıtmaya, sosyal ağ ortamı kurma, diğer kullanıcılarla iletişim kurma ve devam ettirme (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşma (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturma ve tanımadığı insanlarla ilişkiler kurma, yeni arkadaşlıklar keşfetme (Wang, Moon ve diğ., 2010) gibi olanaklar sunan çevrimiçi platformlardır.

Akyazı ve Tutgun-Ünal'a (2013) göre, bilgi değişiminin bu kadar yaygın hale gelmesi her geçen gün yeni sosyal ağların doğmasına yol açmaktadır. Sosyal paylaşım ağı tanımına uygun tipteki ilk site örnekleri "Classmates.com" (1995) ve "SixDegrees.com" (1997) siteleridir. Classmates.com özellikle geçmişteki sınıf arkadaşlarının bulunmasına yönelik bir tema sunarken, SixDegrees.com kullanıcılarına profil yaratma ve arkadaşlarını listeleme olanağı sunmuştur. Six Degrees olarak adlandırılan sosyal medya uygulaması milyonlarca kullanıcıya ulaşmakta başarılı olsa da daha sonraları popülerliğini koruyamamıştır (Belin ve Yıldız, 2011) ve kendi gibi sitelerin artması üzerine rekabete girememiş, 2001 yılında kapanmıştır (Hazar, 2011). Sebepleri araştırıldığında, kullanıcıları arkadaş tekliflerini kabul ettikten sonra sitede yapacakları alternatif uygulamaların olmaması ve sitenin farklı etnik kimliklerle buluşma konusundaki yetersizliği belirtilmektedir (Toprak ve diğerleri, 2009; Tutgun-Ünal ve Deniz, 2016).

2000 sonrası popüler olan ve artık hem kitle iletişim araçlarının hem de bireysel iletişimin vazgeçilmezi olan internet, ortaya çıkardığı sosyal medya kavramı ile eğitim, kültür ve sanatta büyük etkiler yarattı. İnternetin yaygınlaşmasıyla paralel gelişen bilgisayar teknolojileri, dijital ses ve görüntü yaratma, geliştirme gibi işlerde yenilikler getirdi.

Dijital teknolojilerin gelişmesiyle tasarımda mekanik üretimin yerini dijital üretim almaya başladı ve bu da dijital tasarım kavramı ortaya çıkarttı. Standart bir bilgisayar ve uygun yazılımlar ile tasarım üretmek oldukça basitleşti. Kısa zamanda yaratıcı çalışmalar çıkarılabilmesine imkan sağlandı. Bu çalışmaların sanatseverlere ulaşması

için galeri ya da dergilere başvurmanın yerini instagram gibi sosyal medya kanalları aldı.

Özellikle instagram, sanatçıların ve tasarımcıların portfolyolarını sergilediği bir mecra haline geldi. Bu da sanal galerin doğmasına vesile oldu. Mekanik üretimin yerini dijital üretimin almasının doğal sonucu olarak galeriler de dijital sanat dönüşümüne ayak uydurdular. Varolan galerilerle beraber yeni instagram galerileri de bu işe dahil oldu. Milyonlarca takipçisi olan sanat galerisi sayfalarının, keşfedilmeyi bekleyen sanatçıların eserlerini, uygun ücretlerle paylaşma eğilimi giderek yayıldı. Yaşadığınız bölgede ya da herhangi bir yerde yapacağınız serginin global anlamda hiç bir zaman ulaşamayacağı kitleye instagramdaki bu sayfalar ile dakikalar içerisinde ulaşmak mümkün hale geldi.

Son kullanıcıya ilk kez sunulduğunda, sadece fotoğraf paylaşım desteği sunan instagram, gelişen teknoloji ve kullanıcı talepleriyle beraber önce 15 saniyelik kısa video daha sonra 1 dakika ve üzeri video paylaşabilmeyi kullanıcılarına sundu. Bu özellik video art ve visual efektlerle ilgili çalışmalar yapan dijital sanatçılar için önemli bir dönüm noktası oldu. Dijital sanatçılar, yaptıkları hareketli grafik ve videografi çalışmalarını vimeo, youtube gibi platformlardan, anında etkileşim sağlayan instagrama kaydirdılar. Bu da kolaj, foto-manipulasyon, illisturasyon gibi alanlardaki dijital sanatçıların hakim olduğu instagramın, motion grafik ve videografi sanatçılarının da katılımıyla dijital sanat platformu haline gelmesini sağladı.

Yeni eserlerin yanısıra, çağdaş sanatın doğuşundan bu yana ortaya çıkmış olan başyapıtlar da sosyal medyada paylaşılmaktadır. Özellikle Vincent van Gogh, Claude Monet, Pablo Picasso, Frida Kahlo, Andy Warhol, Salvador Dalí, René Magritte ve Paul Klee'nin orjinal çalışmalarını ve dijital ortamda yeniden yorumlanmış hallerine instagramda sıkça rastlanılabılır.

Sosyal medyada dijital sanatçı olarak geniş bir kitleye ulaşmak için iyi eserler vermek yada bir sürü sergi açmış olmanın yanında sosyal medyayı verimli kullanmak da gerekiyor.

Sosyal medyada “fenomen” diye tabir edilen kişilerle etkileşim kurmak, para karşılığı çalışmalarınızın reklamını yaptırmak ya da sadece sanatsal çalışmalar paylaşan çok takipçili hesaplarda para karşılığı çalışmalarınızı paylaşmak, kısa vadede dijital sanatçıya fayda sağlasa da sürekli maddi yatırım gerektirecektir.

Bunların dışında sosyal medyayı verimli kullanmak ve fazla etkileşim almak için bu araştırmada ortaya çıkardığımız paylaşım rutinlerini uygulamak da dijital sanatçılar için büyük fayda sağlayacaktır.

4.1 Sosyal Medya Tanımı

Sosyal medya kavramı incelendiğinde alanyazında birçok tanım yer almaktadır. Bazı araştırmacılar sosyal medyayı, kişiler arasındaki karşılıklı etkileşimi destekleyen, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma şansı veren web tabanlı ortamlar olarak tanımlamaktadır (Boyd, 2003; Vural ve Bat, 2010). Preeti (2009)'a göre, sosyal ağ kavramı; ortak bir amaç doğrultusunda kişilerin düşüncelerini paylaşımlarını ve birbirleriyle etkileşime girmelerini kolaylaştıran internet üzerinden bir topluluk oluşumunu işaret etmektedir.

Toprak ve diğerlerine (2009) göre, sosyal paylaşım ağları, bireyin oluşturduğu profil ile kişinin ününü ve statüsünü artırma aracı olduğu gibi, bu ağların diğerlerinin bağlantılarını gözlemleyebilme ve birbirlerine mesaj bırakabilme özellikleri ile ilişki durumlarını da gösteren bir araçtır.

Diğer taraftan, sosyal medya toplumdaki daha derin sosyal etkileşimi, topluluk oluşumunu ve işbirliği projelerini gerçekleştirmeyi sağlayan siteler olarak tanımlanabilmektedir (Hazar, 2011). Belin ve Yıldız (2011) ise, mevcut toplumsal bağların sürdürülmesini ve yeni bağlantıların kurulmasını destekleyen çevrimiçi toplumsal ağlar olarak tanımlamaktadır.

Genel olarak sosyal medya, sosyal bir ortamda kendilerini tanıtmak, sosyal ağ ortamı kurmak, diğer kullanıcılarla iletişim kurmak ve devam ettirmek (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşmak (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturma ve tanımadığı insanlarla ilişkiler kurmak, yeni arkadaşlıklar keşfetme (Wang, Moon ve diğ., 2010) gibi olanaklar sunan çevrimiçi platformlardır.

4.2 Sosyal Medya Platformu

Sosyal medya platformu; bireylerin ortak ilgi alanları, aktiviteler gibi konularda birbirleri ile bağlantı kurarak sosyalleşmelerini sağlayan mobil ve internet servislerinin üzerinde çalıştığı platform yazılımıdır. Kullanıcı içeriğinin, kişinin kendisi tarafından yayımlandığı, paylaşıldığı her tür platformun genel adıdır.

Kullanıcıların deneyimlerini internet ortamında paylaşmaları, şirketler için fırsatları beraberinde getirmektedir. Platform sağlayıcıların geliştirdiği bir yazılım türü olan Sosyal Medya Platformu (İngilizce: Social Media Platform) da bu noktada önem arz etmektedir.

Sosyal Medya Platformu üzerinde çeşitli bilgi, eğlence, yaşam, hobi, ilgi alanları, mesajlaşma, interaktif, etkinlik, yorum ve içerik paylaşım servisleri geliştirilebilir. Sosyal medya platformları üzerinde sınırsız mobil ve internet servisi açılabilirdiği gibi platform sahibine de tüm servislerinin içeriklerini yönetme imkanı verir. Multimedya içerikler ve galeriler, paylaşım ve satışa açılır. Platform üzerinde açılan servisler, İnteraktif ve çok kanallı erişim (Wap, Web, SMS&MMS, IM ve Cep uygulamaları) ile uluslararası sosyal medya servislerine entegre olabilir.

Sosyal Medya Platformu üzerinde oluşturulabilecek Dikey (vertical) ve yatay (horizontal) sosyal ağlar, marka ya da sektör bazlı reklam olanağı sağlar. Günümüzde sosyal medya servisleri, markaların en çok tercih ettiği reklam kanalı olma özelliğini taşımaktadır.

Mobil internet kullanımının giderek yaygınlaşması da sosyal medya servislerinin giderek mobilize olmasını beraberinde getirmiştir. Sosyal medya servislerinin çoğunun bir mobil uygulaması bulunmaktadır. Geliştirilen uygulamalar, sosyal medya platformlarına kolaylıkla entegre olmaktadır.

Özellikleri

Erişilebilirlik

Sosyal medya içeriğine internet aracılığıyla her zaman her yerden erişilir. Platformlar, ilk günden mobil cihazlarla uyumlu geliştirilirler ve e-posta ile güncellenebilirler.

Katılım

Sosyal medya, iletişim kurulan kişilerin geri bildirimde bulunmasını ve gerekli katkılar göstermesini kolaylaştırır. Medya ile izleyicisi arasındaki çizgiyi silikleştirerek, patronajı kullananın hizmetine verir.

Konuşma ve topluluklar

Geleneksel medya daha çok tek yönlü bir iletişim içermektedir. Klasik kitle iletişim araçlarında geri bildirim zordur ve zaman alır. Buna karşılık sosyal medya bireylere, çift yönlü iletişim, rahat ve zamanında geri bildirim sunar. Sosyal medya toplulukların ilgili konu veya kişiler üzerinde hızla oluşmasına ve buna bağlı olarak etkin bir şekilde iletişim kurulmasına izin verir.

Bağlantısallık

Birçok sosyal medya bağlantısaldır. Kullanıcı kolaylığı, reklam veya herhangi bir gerekçeden dolayı diğer sitelere, kaynaklara ve kişilere link verirler.

Programlanabilirlik

Her platformun kendine has ya da belli standartları kullanan bir uygulama geliştirme arayüzü (API) vardır. Bu sayede sürekli bir takım araçlarla, kullanıcılara ek işlevlerin sağlanması mümkün olur.

Ölçeklenebilirlik

Binlerle ifade edilen bu araçların kullanıcı sayısı milyonları bulsa da baştan itibaren pek çok yeni nesil teknolojiyi kullanarak kitlelere hizmet verebilecek kapasitededirler.

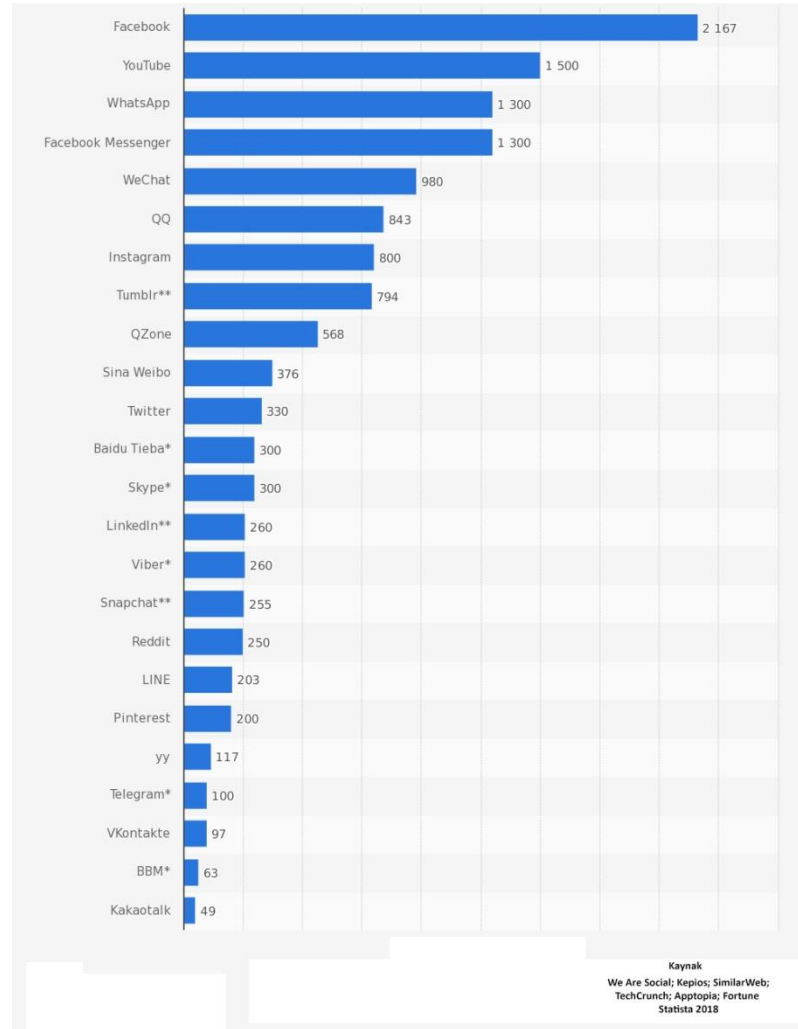
Dinamiklik

Sosyal medyanın en önemli özelliği de her şeyin su gibi akıcı, dinamik, sürekli güncelleniyor olmasıdır.(Necmi Gürsakal, Sosyal Ağ Analizi, Bursa (2009) : Dora Yayıncılık)

4.3 Sosyal Medyanın Gelişimi

Akyazı ve Tutgun Ünal (2013)'a göre, bilgi değişiminin bu kadar yaygın hale gelmesi her geçen gün yeni sosyal ağların doğmasına yol açmaktadır. Sosyal paylaşım ağı tanımına uygun tipteki ilk site örnekleri "Classmates.com" (1995)

ve “SixDegrees.com” (1997) siteleridir (Akyazı ve Ateş, 2012). Classmates.com özellikle geçmişteki sınıf arkadaşlarının bulunmasına yönelik bir tema sunarken, SixDegrees.com kullanıcılarına profil yaratma ve arkadaşlarını listeleme olanağı sunmuştur. Six Degrees olarak adlandırılan sosyal medya uygulaması milyonlarca kullanıcıya ulaşmakta başarılı olsa da daha sonraları popülerliğini koruyamamıştır (Belin ve Yıldız, 2011) ve kendi gibi sitelerin artması üzerine rekabete girememiş, 2001 yılında kapanmıştır (Hazar, 2011). Sebepleri araştırıldığında, kullanıcıları arkadaş tekliflerini kabul ettikten sonra sitede yapacakları alternatif uygulamaların olmaması ve sitenin farklı etnik kimliklerle buluşma konusundaki yetersizleri belirtilmektedir (Toprak ve diğerleri, 2009).



Şekil 4.1: Ocak 2018'de Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı, We Are Social Statista 2018

4.4 Sosyal Medya ve Dijital Sanatlar



Şekil 4.2: Popüler Sosyal Medya Platformları

Kaynak: <https://image.flaticon.com/sprites/share/packs/174834-social-media-logos.png> Erişim: 12.01.2019

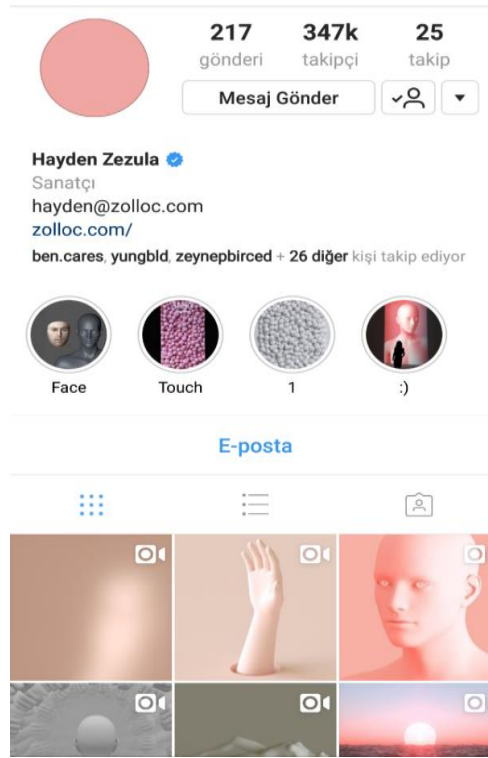
2000 sonrası yükselen bir eğilim olan ve artık hem kitle iletişim araçlarının hem de bireysel iletişimin vazgeçilmezi olan internet, ortaya çıkardığı sosyal medya kavramı ile eğitim, kültür ve sanatta büyük etkiler yarattı. İnternetin yaygınlaşmasıyla paralel gelişen bilgisayar teknolojileri, dijital ses ve görüntü yaratma, geliştirme gibi işlerde yenilikler getirdi.

Tasarımda mekanik üretimin yerini dijital üretim almaya başladı ve bu da dijital tasarım kavramı ortaya çıkarttı. Standart bir bilgisayar ve uygun yazılımlar ile tasarım üretmek oldukça basitleşti. Kısa zamanda yaratıcı çalışmalar çıkarılabilmesine imkan sağlandı. Bu çalışmaların sanatseverlere ulaşması için galeri ya da dergilere başvurmanın yerini instagram gibi sosyal medya kanalları aldı.

Özellikle instagram, sanatçıların portfolyolarını sergilediği bir mecra haline geldi. Bu da sanal galerin doğmasına vesile oldu. Mekanik üretimin yerini dijital üretimin almasının doğal sonucu olarak galeriler de dijital sanat devrimine ayak uydurmak zorunda kaldılar. Varolan galerilerle beraber yeni Instagram galerileri de bu işe oldu. Milyonlarca takipçisi olan sanat galerisi sayfalarının, keşfedilmeyi bekleyen sanatçıların eserlerini, uygun ücretlerle paylaşma trendi giderek yayıldı. Yaşadığımız bölgede ya da herhangi bir yerde yapacağınız serginin global anlamda hiç bir zaman ulaşamayacağı kitleye

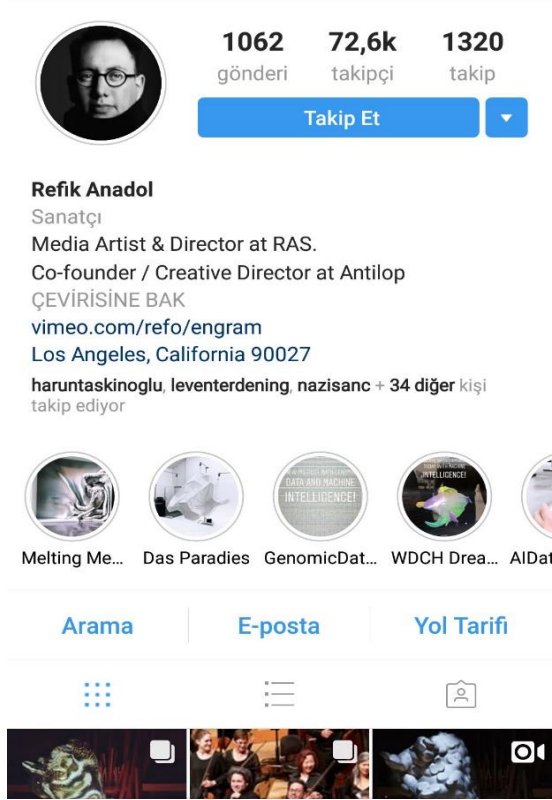
instagramdaki bu sayfalar ile dakikalar içerisinde ulaşmak mümkün. Kitlelere ulaşmanın bu kadar kolaylaşması, sanatçıyı güdüleyen ve aynı zamanda diğer sanatçılarla açık rekabeti arttıran bir ortam oluşturdu.

İlk çıktığında sadece fotoğraf paylaşım desteği sunan instagram, gelişen teknoloji ve kullanıcı talepleriyle beraber önce 15 saniyelik kısa video daha sonra 1 dakika ve üzeri video paylaşabilmeyi kullanıcılarına sundu. Bu videografi ve görsel sanatlar sanatçıları için önemli bir dönüm noktası oldu. Bu alandaki tasarımcı ve sanatçılar yaptıkları motion grafik ve videografi çalışmalarını vimeo, youtube gibi uzun vadede feedback alınan platformlardan, anında etkileşim sağlayan instagrama kaydirdılar. Bu da kolaj, foto-manipulasyon, illisturasyon gibi alanlardaki tasarımcı ve sanatçıların hakim olduğu instagramın, motion grafik ve videografi sanatçılarının da katılımıyla tam bir sanat-tasarım platformu haline gelmesini sağladı.

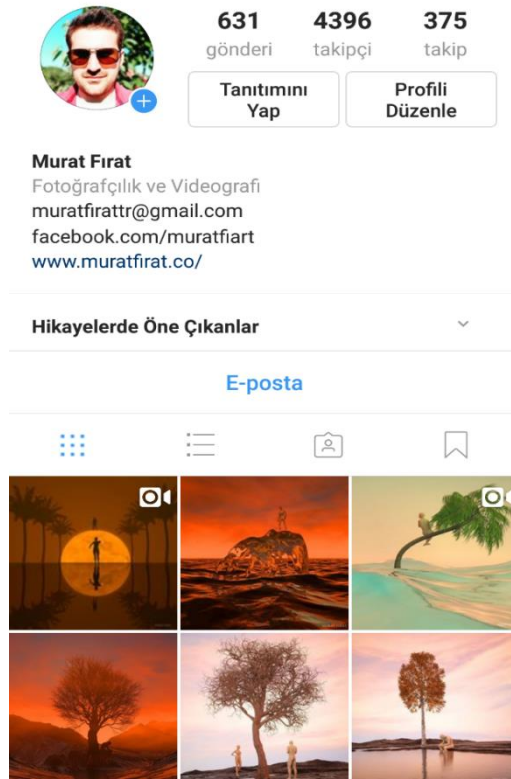


Şekil 4.3: Instagramda popüler olan dijital sanatçılardan birine ait instagram sayfası

Kaynak: <https://www.instagram.com/zolloc/?hl=tr> Erişim: 04.04.2019



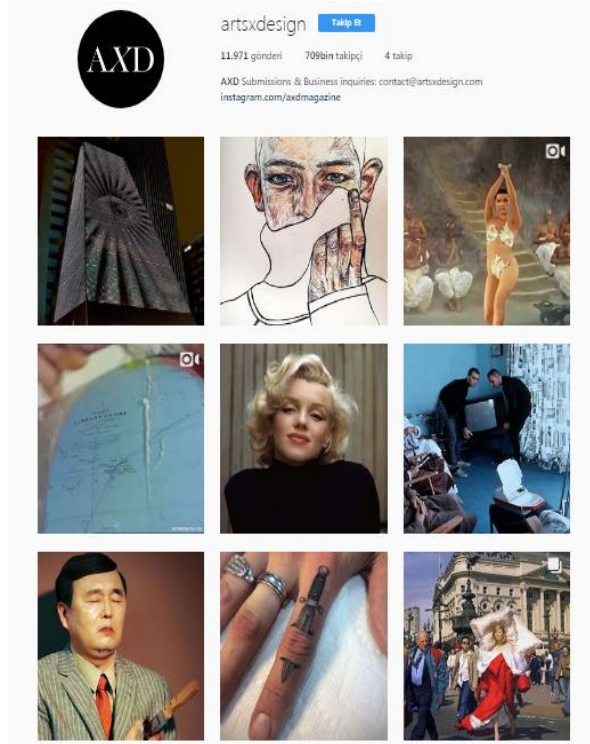
Şekil 4.4: Refik Anadol'a ait instagram sayfası



Şekil 4.5: 3D animasyon üreten instagram sayfalarından biri

Kaynak: <https://www.instagram.com/refikanadol/?hl=tr> Erişim: 12.01.2019

4.5 Sanat Galerileri ve Sosyal Medya

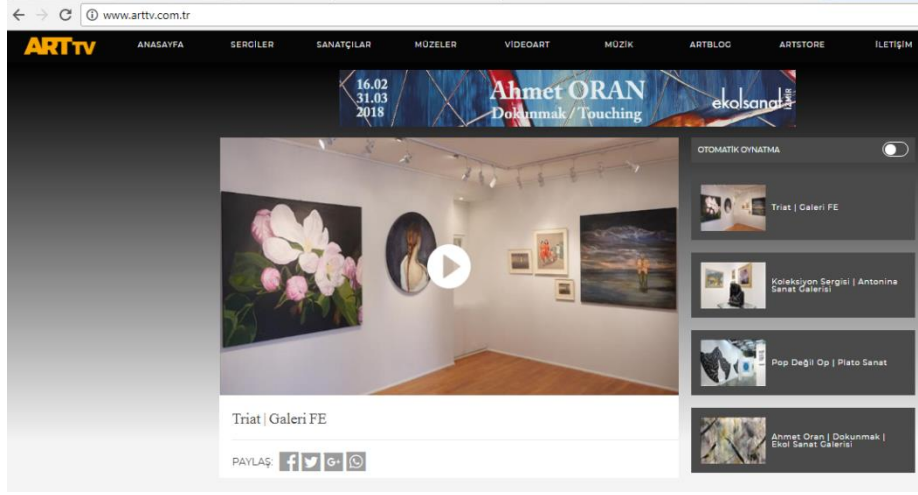


Şekil 4.6: Sadece sosyal medyer alan sanat galerilerinden bazıları

Kaynak: <https://www.instagram.com/artsxdesign/?hl=tr> Erişim: 12.01.2019

Yıllardır birçok önemli esere ev sahipliği yapan müzeler ve sanat galeri de sosyal medyaya daha fazla ağırlık vermeye başladı. Bu da özellikle instagramdaki sanat otoritesi boşluğunu doldurmaya başladı. Emektar sanatçılar ve galeriler instagrama girmeden önce genç sanatçıları sosyal medyadaki takipçi sayılarına göre değerlendiriliyordu. Sanat algısı gelişmemiş kitleler için hala bu geçerli diyebiliriz. Sosyal medyada sanatçı olarak geniş bir kitleye ulaşmak için iyi eserler vermek yada bir sürü sergi açmış olmaktan ziyade iyi PR çalışması yapmak gerekiyor.

PR yapmak yani; sosyal medyada “fenomen” diye tabir edilen kişilerle etkileşim kurmak, para karşılığı çalışmalarınızın reklamını yaptırmak ya da sadece sanatsal çalışmalar paylaşan çok takipçili hesaplarda para karşılığı çalışmalarınızı paylaşmak. Durum böyle olunca burada da büyük piyasa oluşması kaçınılmaz oldu. Gerçekten çok başarılı işler yapmanız bile para harcamadan geniş kitlelere ulaşmanız imkansız hale geldi.



Şekil 4.7: ARTtv web sayfası

Kaynak: <https://www.arttv.com.tr/> Erişim: 14.05.2019 Erişim: 12.01.2019

‘Sanatla Randevunuz var’ sloganı ile 1 Ağustos 2008’de İnci Aksoy tarafından kurulan Türkiye’nin ilk online sanat televizyonu ARTtv, en güncel sergileri, sanatçılarla en özel röportajları, Türkiye’den ve dünyadan müzeleri, sanat fuarlarını ve bienalleri sanatseverlerle buluşturuyor. İnteraktif yapısıyla sanatın her dalından binlerce videonun yer aldığı ARTtv’nin, aylık ortalama 1.000.000 videosu görüntüleniyor. Türkiye’nin en zengin görsel sanat arşivi olma özelliğini taşıyan ARTtv’den, birçok Güzel Sanatlar Okullarında kaynak olarak faydalanılmaktadır.

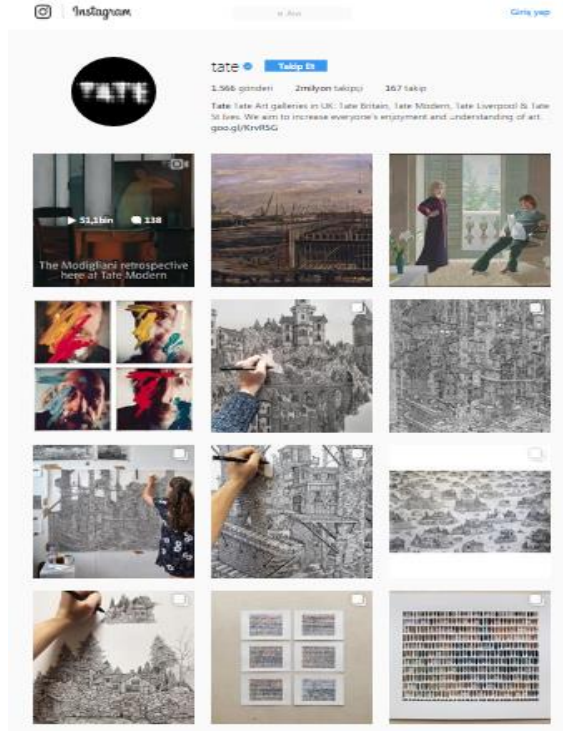
Sanat galerinin sosyal medyaya taşınmasının en büyük artlarından biri de güzel sanatlar eğitimi almakta olan öğrencileri üretkenliğe teşvik etmesidir. Genç sanatçılar ürettikleri eserlerin kitlelere ulaştığını gördükçe daha yüksek motivasyon daha kalite ve orijinal işler üretmeye başladılar. Bu aynı zamanda sosyal medyada gençler arasında iyi bir rekabet yaratmaktadır. Bu da gençleri yeni nesil tasarım programlarını daha iyi öğrenmeye ve kendine has eser üretmek için yeni tasarım şablonları yaratmaya itmektedir.

Sosyal medyanın getirdiği en büyük değişikliklerden biri de sanatçı ve sanatsever arasındaki iletişimi kolaylaştırmış olmasıdır. Sosyal medya hesabı olan her galeri veya sanatçı ile direk iletişim kurmak mümkün. Sanatseverler eser hakkındaki yorumlarını direk sanatçıya iletebiliyorlar. Sanatçılar eserlerinin yapım aşamalarını sosyal medyada paylaşarak, sanatseverleri işin mutfağına sokarak, insanları sanatı ve sanat üretmeye teşvik etmektedir.



Şekil 4.8: ARTtv instagram sayfası

Kaynak: <https://www.instagram.com/arttv.com.tr/?hl=tr> Erişim: 12.01.2019



Şekil 4.9: Tate Müzesi instagram sayfası

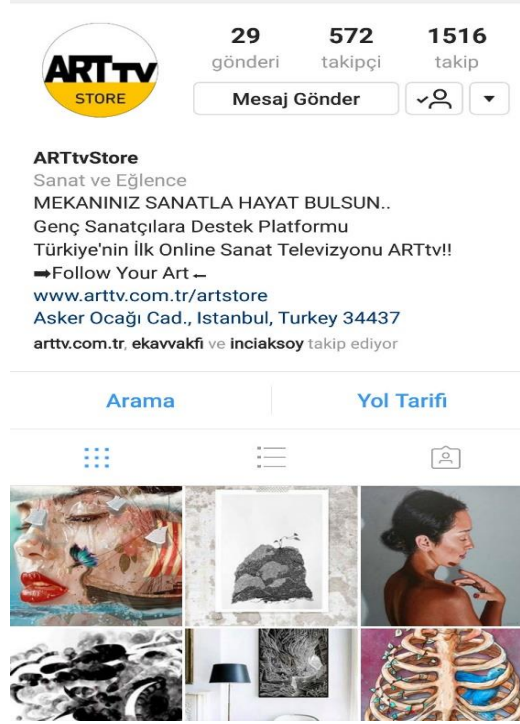
Kaynak: <https://www.instagram.com/tate/?hl=tr> Erişim: 12.01.2019

Sosyal medya aynı zamanda sanatçılar arasında etkileşimi ve işbirliğini de kolaylaştırmıştır. Örnek vermek gerekirse; yeni albumü için kapak tasarımı yaptırmak isteyen bir sanatçı sosyal medya hesabından yarışma açabilmektedir. Bu sayede hem kendisi daha ekonomik ve özgün bir tasarıma kavuşacak, kazanan da çalışmasının albumde kullanılması sayesinde ismini duyurmak için iyi bir fırsat elde etmiş olacaktır. Özellikle kendi ispatlamak isteyen genç dijital sanatçılar için bu tarz işbirliklerini çalışma hayatları için yeni kapılar açabilmektedir.



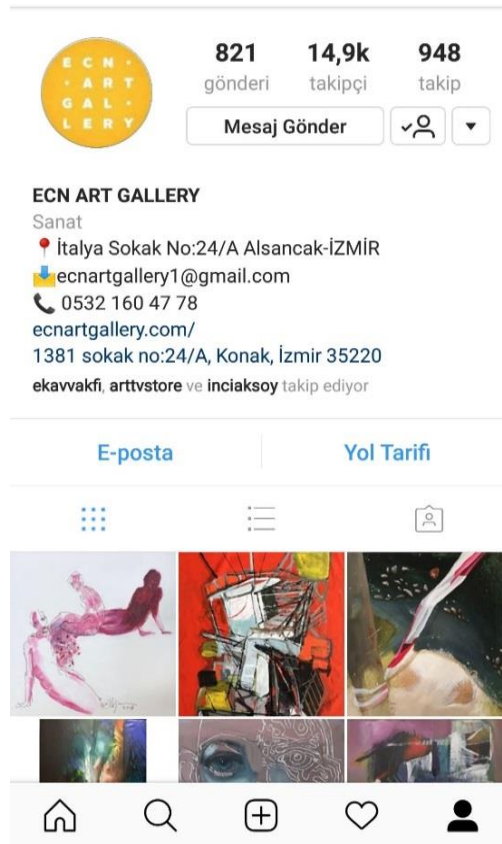
Şekil 4.10: Sosyal medya üzerinden satış yapan galerilerden bazıları

Kaynak: <https://www.instagram.com/halkaartproject/?hl=tr> Erişim:20.04.2019



Şekil 4.11: Sosyal Medya üzerinden satış yapan galerilerden bazıları

Kaynak: <https://www.instagram.com/arttvstore/> Erişim: 12.01.2019



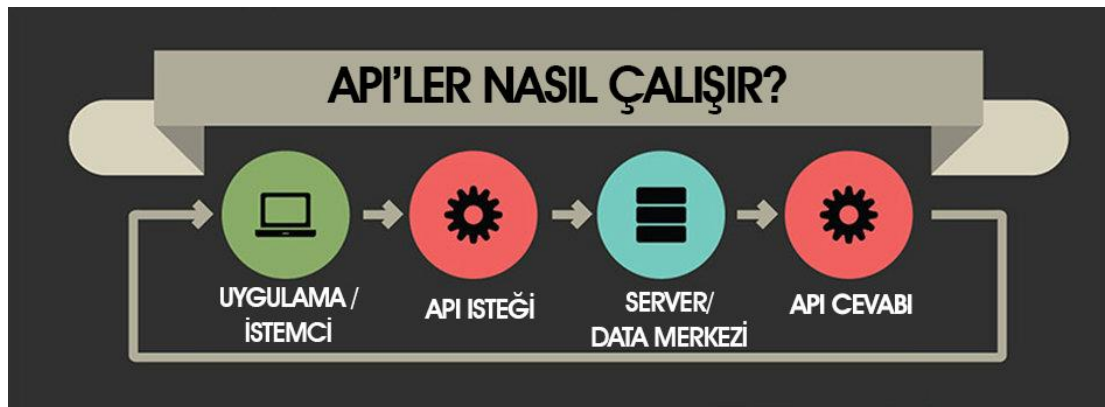
Şekil 4.12: Sosyal Medya üzerinden satış yapan galerilerden bazıları

Kaynak: <https://www.instagram.com/ecnartgallery/?hl=tr> Erişim: 12.01.2019

4.6 Sosyal Medya Platformlarında API Kullanımı

API (Application Programming Interface) işletim sisteminin, bir kütüphanenin veya bir servisin diğer programlara sağladığı fonksiyon ve sınıf kümesidir. API(Application Programming Interface) bizim dilimizde "Uygulama Programlama Arayüzü", bir uygulamanın işlevlerine dışarıdan veya uzaktan erişilip bu işlevlerin kullanılmasını sağlayan arayüzdür. API, bir sunucunun üzerindeki uygulamaya farklı platformlardan ulaşılmasını ve verilerin alınmasına olanak sağlar. Web API'lerinin bir çoğu REST(REpresentational State Transfer) mimarisi üzerinde dizayn edilir. REST, servis yönelimli mimari üzerine oluşturulan yazılımlarda kullanılan bir veri transfer yöntemidir. HTTP üzerinde çalışır ve diğer alternatiflere göre daha basittir. Minimum içerikle veri alıp gönderdiği için de daha hızlıdır. İstemci ve sunucu arasında XML veya JSON verilerini taşıyarak uygulamaların haberleşmesini sağlar. Bu mimari GET, POST, PUT, DELETE metotlarının hepsini desteklemektedir (Ardıç, vd.,2009:91).

Api geliştirme ve uygulama geliştiricilerinin kullanımına sunma işlemini profesyonel şekilde yapan sosyal medya platformlarından bazıları Facebook API, Twitter API, Google API, Instagram API'dir. Bu platformlar tarafından geliştirilen API'ler kullanılarak çeşitli programlama dillerinde (PHP, Python, Java, Go vb.) uygulamalar geliştirilebilir ve sosyal medya analizleri yapılabilir. Belirli bir etiketin sosyal medya kullanıcılarınca kullanılma sıklığı, zaman dilimine göre sosyal medya platformlarındaki etkileşim sayısı, popüler paylaşım etiketlerinin kullanımının etkileşime etkisi vb. analiz edilebilir.



Şekil 4.13: API'ler nasıl çalıştığına dair şema

API'ler için kullanılabilirlik önemlidir. API'ler geliştirilirken, kullanıcıların bir sistemle etkileşimlerinin kolaylaştırılması amaçlanarak geliştirilir. ISO 9241'de kullanılabilirlik, "Hedef kullanıcıların gerekli görevleri etkili, verimli ve tatmin edici bir şekilde yerine getirebilmeleri" olarak tanımlanmaktadır.

5. SOSYAL MEDYANIN YENİ NESİL SANATÇILARA ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

5.1 Araştırma Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmada, sosyal medyanın yeni nesil sanatçılara etkisi kapsamında, dijital sanatçıların sosyal medya kullanımları ile sosyal medya platformlarından ne şekilde verim alabileceğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının çeşitli değişkenlere göre farklılaşma durumları aşağıdaki araştırma soruları doğrultusunda tespit edilmeye çalışılmıştır:

- Dijital sanatçıların aylık, haftalık, günlük sosyal medya kullanımları ne seviyededir?
- Sanat galerilerinin sosyal medya kullanımları ne seviyededir?
- Dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının ülkelere göre dağılımları nedir?
- 4Dijital sanatçıların sosyal medyada kullandıkları resmi dil tercihleri nelerdir?
- Dijital sanatçıların en çok kullandığı tag (etiket) tercihleri nelerdir?
- Dijital sanatçıların kullandığı taglerin (etiketlerin) birbiri ile bağlantısı var mıdır?

5.2 Sınırlılıklar

- Araştırma dijital sanatlar alanıyla sınırlıdır.
- Araştırma 2017 yılının son çeyreği ve 2018 yılının ilk yarısı ile sınırlıdır.
- Sosyal medya analizleri twitter ve instagram ile sınırlıdır.

5.3 Tanımlar

Sosyal Medya: Kişiler arasındaki etkileşimi destekleyen, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesinin oluşturma şansı veren web tabanlı ortamlar olarak tanımlanır (Boyd, 2003; Vural ve Bat, 2010).

Kolaj: Kolaj kelimesi Fransızca kökenli olup, birşeyleri bir araya getirip bir yüzeye yapıştırmak anlamında kullanılır. Kolaj, kâğıt, fotoğraf, kumaş, hem de eskimiş materyallerin bir kompozisyon oluşturmak amacıyla yerleştirilmesi ile ortaya çıkan teknik ve sanat için kullanılan terimdir (Art Terms, Tate Museum, 2017).

Motion Grafik: Genellikle film ve grafik tasarım dillerini birleştiren kısa süreli zaman tabanlı görsel medyalardır. Bu medyalar, 2d ve 3d animasyon, video, film, tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve müzik gibi bir dizi farklı unsuru birleştirerek oluşturulmaktadır (motiongraphics.wikia, 2018).

İllüstrasyon: İllüstrasyon sözlük anlamı olarak; izah edici resim demektir. Bazı düşüncelerin veya olayların, bazen olduğu gibi uygulandığı bazen de yorumlamaların etkisi ile uygulandığı resimleme çeşididir (Tepecik, 2002). İllüstrasyon çalışmalarının üretilmesinde geleneksel olarak bilinen tekniklerin yanı sıra gelişen teknolojinin imkanları da kullanılabilir. Örneğin illüstrasyon tekniklerinde fotoğraf, tipografi, kolaj ve bilgisayar programlarından yararlanılabilmektedir (Becer, 2005; Gill, 1984; Çakmak, 2010)

Sanal Gerçeklik (Virtual Reality): Sanal gerçeklik, kullanıcı tarafından keşfedilebilen ve etkileşime girebilen üç boyutlu, bilgisayar tarafından oluşturulmuş sanal ortamı tanımlamak için kullanılan terimdir. Kullanıcı bu sanal dünyanın bir parçası haline gelir ve oradayken nesnelere etkileşime girebilir veya bir dizi eylem gerçekleştirebilir (Virtual Reality Society, 2017).

5.4 Varsayımlar

“Sosyal Medyanın Yeni Nesil Sanatçılara Etkisi” isimli bu araştırmada, dijital sanatçıların sosyal medya kullanımının çeşitli demografik değişkenlere göre

farklılaşp farklılaşmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, araştırmada varolan durumu ortaya koymak amaçlandığından genel tarama modeline göre yürütülmüştür. Dijital sanatçılarının sosyal medyadaki etkileşimlerini belirlemede kullanılan Ritekit firmasının Ritetag yazılımı ile yapılan analizin araştırma bulguları için yeterli olduğu varsayılmıştır. Araştırmada ortaya çıkan dijital sanat alanındaki sosyal medya davranışları, yeni nesil sanatçılar olarak tanımladığımız, 1990 sonrası dijital sanatçıların sosyal medyayı nasıl verimli kullanabileceklerine dair yol gösterici olacaktır. Dijital sanatçıların eserlerini sosyal medyada paylaşırken dikkat etmeleri gereken zaman dilimleri, dil tercihleri, tasarım eğilimlerini göstermek için kullandıkları etiketler elde edilmiştir. Dijital sanatçı elde ettiğimiz verileri kullanarak, kendisine uygun sosyal medya paylaşım planı yapar ve sürekli uygularsa, sosyal medyadaki takipçi sayısı ve etkileşiminde artış olacaktır. Bu da çalışmalarının daha çok insana ulaşmasını sağlayacaktır. Bu da dijital sanatçının, sosyal medyayı verimli kullanmasını sağlayacaktır.

5.5 Araştırmanın yöntemi

“Sosyal Medyanın Yeni Nesil Sanatçılara Etkileri” isimli bu araştırmada, dijital sanatçıların sosyal medya platformlarından en iyi şekilde nasıl verim alabileceği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, araştırma genel tarama modeline göre yürütülmüştür.

5.5.1 Evren ve Örneklem

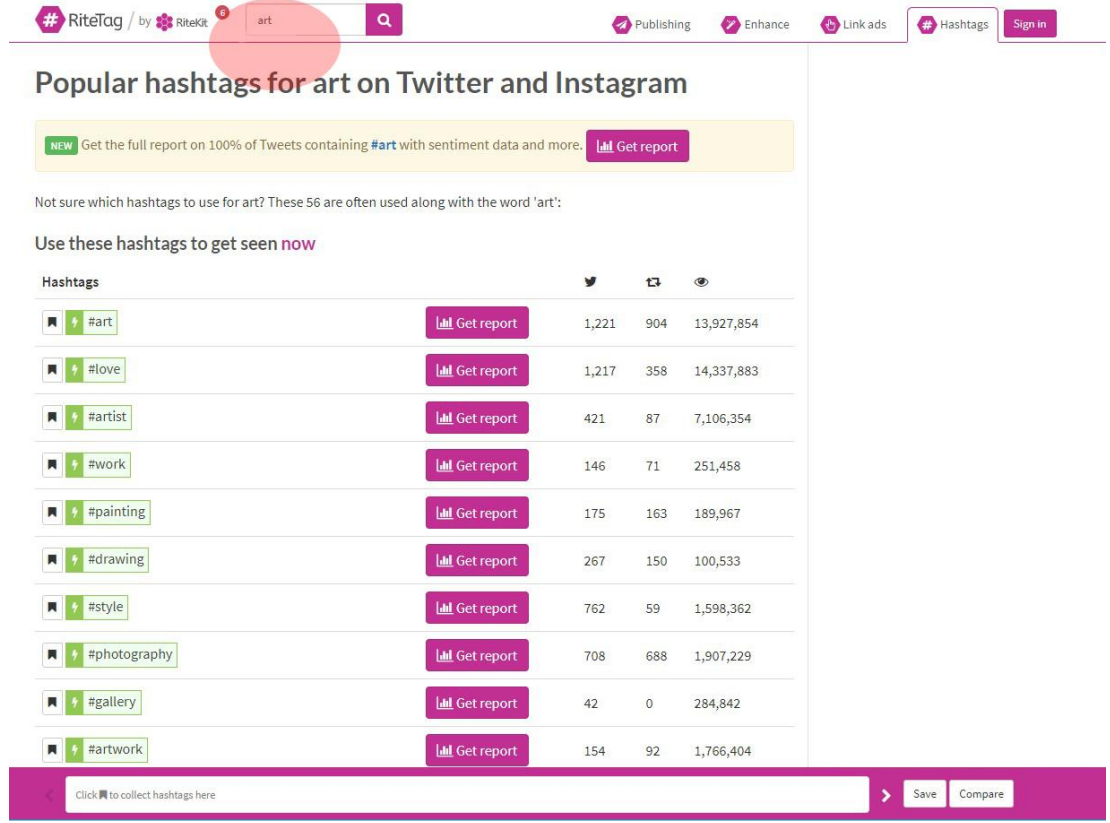
Bu araştırmanın evrenini 1 Ocak 2018 ile 1 Haziran 2018 tarihleri arasında instagram ve twitter sosyal medya platformlarını kullanan dijital sanatçılar oluşturmaktadır. Örneklem ise, 27 Ocak 2018 itibariyle resmi rakamlarla 800 milyon instagram kullanıcısı ile 330 milyon twitter kullanıcılarından oluşmaktadır.

5.5.2 Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama araçları olarak; Ritetag API yazılımı kullanılarak veriler toplanmıştır.

Ritetag Yazılımı Nasıl Çalışır?

Bu bölümde Ritetag'in çalışma mantığı, kullanıcı arayüzü üzerinden aşama aşama verilmiştir. İlk olarak <https://www.ritetag.com> adresinde yer alan yazılım arayüzünün üst panelindeki arama motoruna analizi yapılmak istenen alan ile ilgili herhangi bir etiket yazılır. Şekil 3.16'da arayüz ekranı yer almaktadır.



The screenshot shows the Ritetag website interface. At the top, there is a search bar with the word 'art' entered. Below the search bar, the page title is 'Popular hashtags for art on Twitter and Instagram'. A yellow banner offers a 'NEW' report for 100% of tweets containing '#art'. Below this, a text prompt asks 'Not sure which hashtags to use for art? These 56 are often used along with the word 'art:'. A section titled 'Use these hashtags to get seen now' lists various hashtags with their respective tweet and Instagram counts. At the bottom, there is a search bar with the text 'Click to collect hashtags here' and buttons for 'Save' and 'Compare'.

Hashtags	Twitter	Instagram
#art	1,221	904
#love	1,217	358
#artist	421	87
#work	146	71
#painting	175	163
#drawing	267	150
#style	762	59
#photography	708	688
#gallery	42	0
#artwork	154	92

Şekil 5.1: “<https://www.ritetag.com>” web adresindeki kullanıcı arayüzü

Örnek olarak arama motoruna girilen art etiketi için çıkan sonuçlar şekil 3.16'da görülmektedir. Çıkan listede, art etiketi ile beraber kullanılan ve en çok etkileşim alan etiketler yer almaktadır. Listedeki etiketlerin yanında yer alan “Get report” butonları ilgili etiket ile ilgili detaylı grafiksel analizler sunan sayfaya yönlendirmektedir.

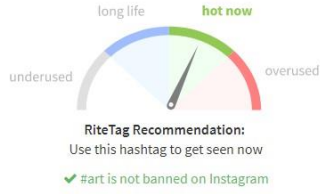
Ritetag, web arayüzünde girilen etiket ile ilgili verileri Instagrama istek yollar ve instagram kendi API'leri aracılığıyla buna cevap verir. Şekil 3.17 de Ritetag ve Twitter arasındaki veri alışverişi işlemine ait kod bloğu yer almaktadır.


```
{
  "result": true,
  "code": 200,
  "hashtags": [
    "art",
    "hello"
  ],
  "message": "OK",
  "stats": [
    {
      "hashtag": "art",
      "tag": "art",
      "tweets": 2208,
      "exposure": 5046671,
      "retweets": 42,
      "images": 0.0303442,
      "links": 0.9981884,
      "mentions": 0.0076993,
      "color": 3
    },
    {
      "hashtag": "drawing",
      "tag": "drawing",
      "tweets": 21,
      "exposure": 5254,
      "retweets": 12,
      "images": 0.5714286,
      "links": 0.3809524,
      "mentions": 0.1904762,
      "color": 2
    }
  ],
  "color": [
    "Unused",
    "Overused",
    "Good",
    "Great"
  ]
}
```

Şekil 5.2: Ritetag yazılımının gerçek zamanlı veri istek kod bloğu

#art Twitter Hashtag Analytics

FREE Last 24 Hours Stats



PAID Last 30 Days Full Analytics

Purchase a report based on 100% of tweets with #art posted in the last 30 days.

[Calculate price](#) [View sample report](#)



Şekil 5.3: Art etiketinin son 24 saatlik sosyal medya etkileşimi

Şekil 3.17’de yer Ritetag arayüz sayfasında anlık olarak “art” etiketinin Twitter’deki yoğun kullanımı görülmektedir. Analiz edilen dakiaka itibariyle sonra 1 saat içerisinde art etiketi ile 1221 adet twitter paylaşımı yapılmıştır. Son 1 saat içerisinde 1.4 milyon görüntülenme ve 904 adet girilen twitter paylaşımının tekrar paylaşımı (retweet) yapılmıştır.

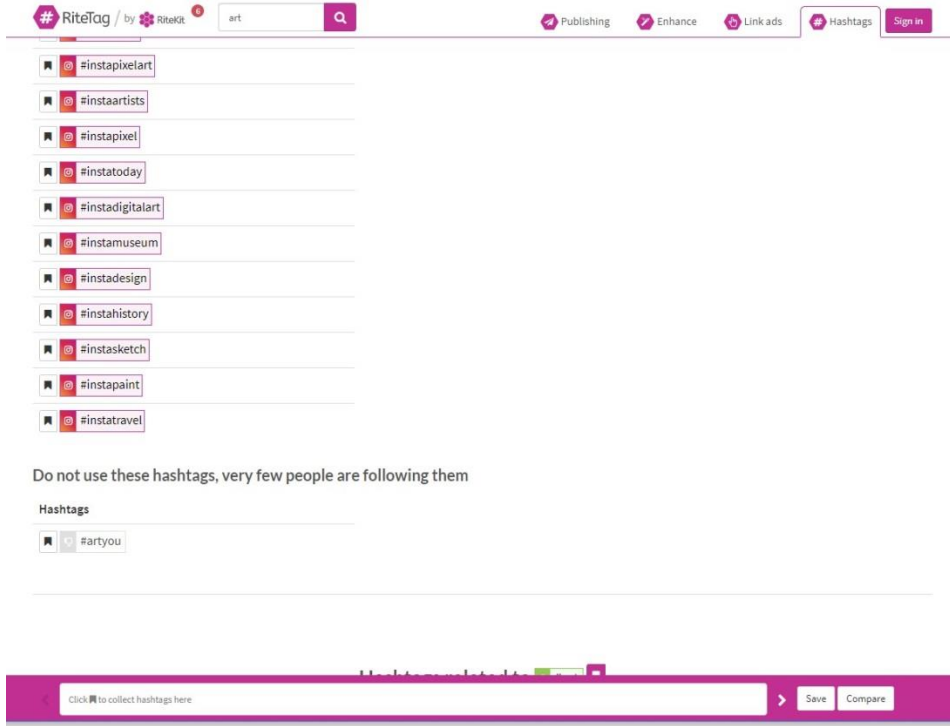
Hashtag	Get report	Tweets	Retweets	Exposure
#sketch	Get report	171	125	82,267
#paint	Get report	42	8	21,304
#travel	Get report	950	421	4,142,400

Hashtag	Tweets	Retweets	Exposure
#piece	4	0	288
#week	4	4	425
#artstyle	0	4	0

Good only for Instagram

Hashtag
#instaart
#instalove
#instaartist
#instawork
#instapainting
#instadrawing

Şekil 5.4: Twitter ve Instagramda art etiketi ile beraber kullanılan en popüler etiketler



Şekil 5.5: Instagramda art etiketi ile beraber kullanılan en popüler etiketleri gösteren program arayüzü

API Plans & Pricing

	Free	Tier 0	Tier 1	Tier 2	Tier 3	Need more?
Calls per month (all endpoints combined)	1,000 /mo	50,000 /mo	250,000 /mo	600,000 /mo	2,000,000 /mo	
Price per month	-	\$49	\$150	\$330	\$600	
Rate limit (calls per minute)	120	120	120	120	120	Get in touch
		Upgrade	Upgrade	Upgrade	Upgrade	

Şekil 5.6: Anasayfanın en alt kısmında yer alan Ritetag API kullanım sınırları ve kullanım ücretleri

5.5.3 Verilerin Toplanması

Araştırmada veriler, 1 Ocak 2018 ile 1 Haziran 2018 tarihleri arasında instagram ve twitter sosyal medya platformlarının kullanan dijital sanatçı sosyal medya hesaplarının Ritetag yazılımı ile ortak bir veri alanında bir araya getirilerek, kullandıkları popüler #hashtagler (etiketler) üzerinden analiz yapılarak toplanmıştır.

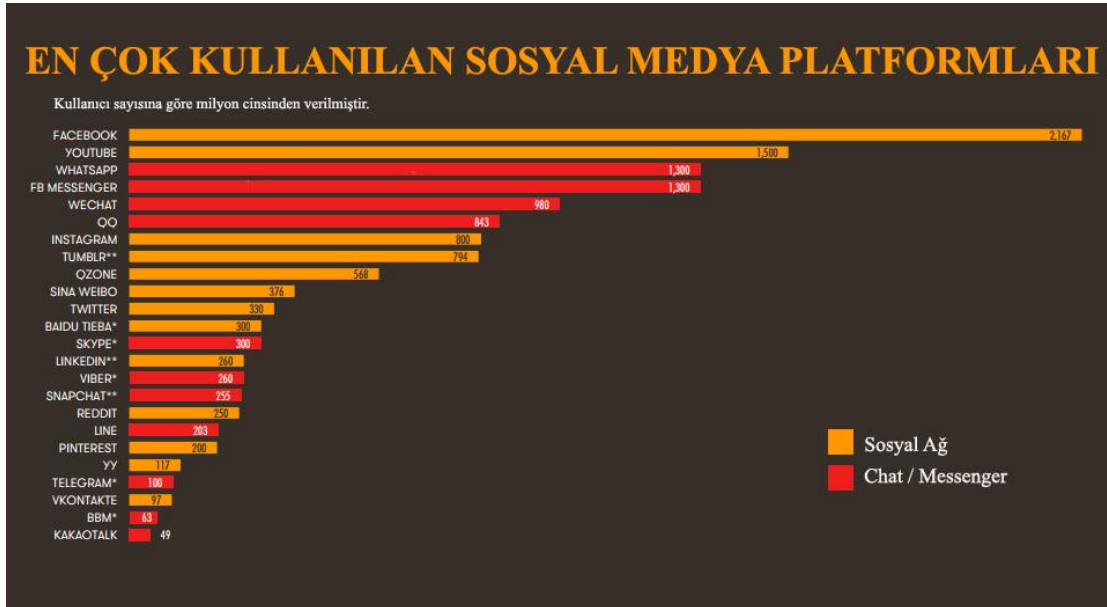
5.5.4 Verilerin Çözümlemesi

Dijital sanatçıların sosyal medya kullanımı, demografik değişkenlere göre (dil, ülke, kullanım süresi) farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesinde

Ritetag yazılımı ile elde edilen grafiksel sonuçların analizi yapılmıştır. Aynı zamanda sosyal medyayı aktif olarak kullanan bir dijital sanatçının sosyal medya hesabından günlük yapılan gözlemlerden de yararlanılmıştır.

5.6 Araştırma Bulguları

Bu kısımda, araştırmada yer alan araştırma sorularının ışığında sanatçıların ve sanatseverlerin sosyal medya platformlarında, sanat ile ilgili paylaşım ve etkileşimlerinin grafiksel analizlerine yer verilmiştir. We Are Social'ın Ocak 2018'de yayınladığı rapordan elde edilen verilerle aşağıdaki grafikler oluşturulmuştur.



Şekil 5.7: En çok kullanılan sosyal medya platformları

Kaynak: <https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

Erişim:

20.05.2019

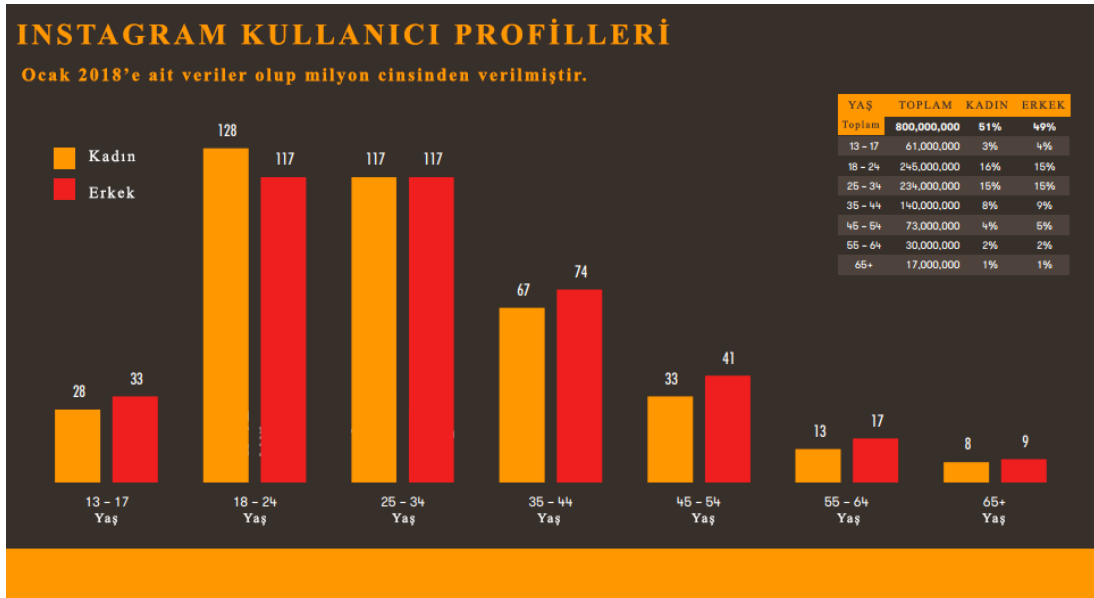
Araştırma evreni olarak kullandığımız Twitter ve Instagram'ın toplamda 1 milyarın üstünden bir kullanıcı kitlesine sahip olması, toplam sosyal medya kullanıcı sayısı içerisinde büyük bir kitleyi ifade etmektedir.



Şekil 5.8: We Are Social platformunun Ocak 2018'e ait instagramı en çok kullanan ülkeler tablosu

Kaynak: <https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> Erişim: 20.05.2019

Elde ettiğimiz veriler ile ortaya çıkan, sosyal medyayı en çok kullanan dijital sanatçıların yaşadığı ülkeler sıralaması ile We Are Social'ın instagramı en çok kullanan ülkeler sıralaması paralellik göstermektedir.



Şekil 5.9: We Are Social platformunun Ocak 2018'e ait instagram kullanıcı profilleri verileri

Kaynak: <https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> Erişim: 20.05.2019

Daha çok genç sanatçıların oluşturduğu dijital sanatçılar kitlesinin, instagramda aktif gözükme genç kitle sayısı içerisinde yer aldığı gözükmektedir.



Şekil 5.10: We Are Social platformunun Ocak 2018'e ait instagram kullanım verileri

Kaynak: <https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> Erişim: 20.05.2019

Dijital sanatçıların en çok kullandığı platform olan Instagram'ın 800 milyon kullanıcısı olması, dijital sanatçıların geniş kitlelere ulaşmasında doğru bir platform seçtiklerini göstermektedir.

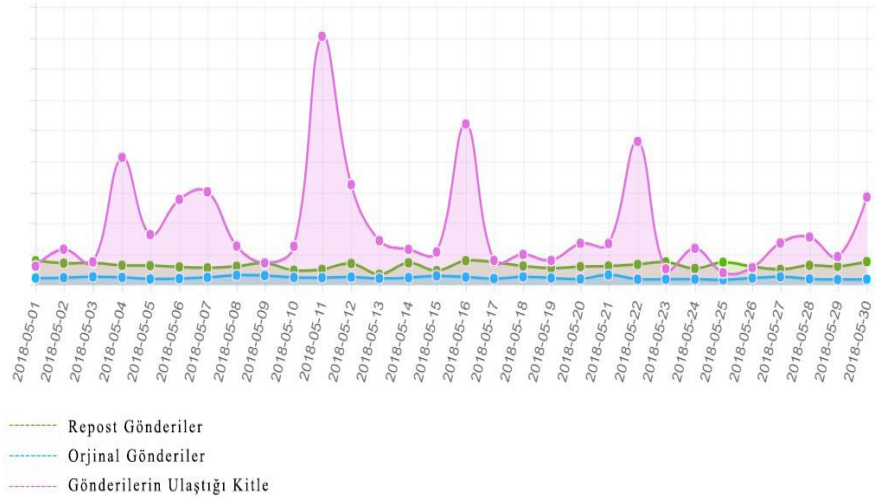
Analizler yapılırken Ritetag (www.ritetag.com) yazılımı kullanılmıştır. Sonuçlar Mayıs 2018 itibari ile yapılan analizlerden elde edilmiştir.

5.6.1 Dijital Sanatçıların Aylık, Haftalık, Günlük Sosyal Medya Kullanımlarının Ne Seviyede Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum

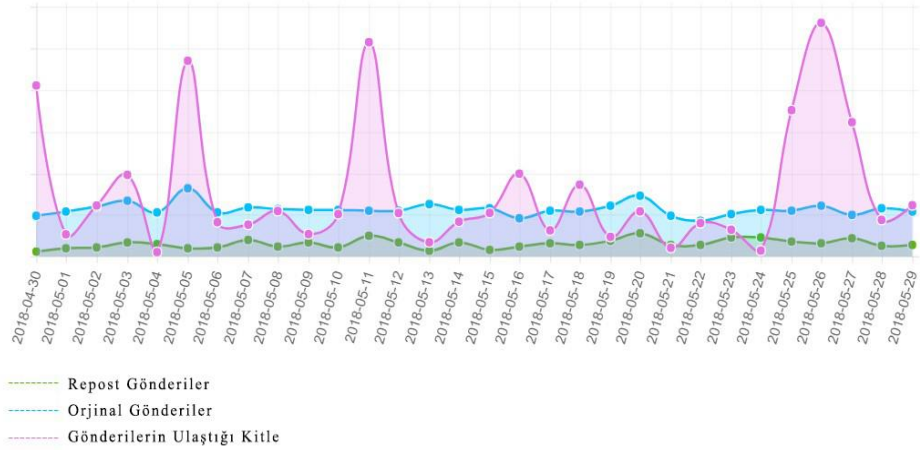
Dijital sanatçıların sosyal medya kullanım seviyeleri aylık, haftalık ve günlük olarak incelenmiştir. Analizler Ritetag yazılımının Twitter ve Instagram API'leri kullanılarak yapılmış olup grafiksel sonuçlar elde edilmiştir.

Dijital sanatçıların sosyal medyayı aylık kullanım yoğunlukları dalgalı olmakla beraber, sanat alanına göre değişiklik göstermektedir. 3D ve motion grafik üzerine eser veren sanatçılar sosyal medyayı en yoğun kullanan dijital sanatçı grubudur. Çizim yapan dijital sanatçılar ise daha az kullanmaktadır. Haftalık kullanımlara baktığımızda da durum aynıdır. Hepsinin tek ortak noktası, Perşembe günleri kullanımlarının çok az olmasıdır. Günlük olarak bakıldığında akşam 7'den sonra tüm dijital sanatçı grupları aktifken, çizim yapan dijital

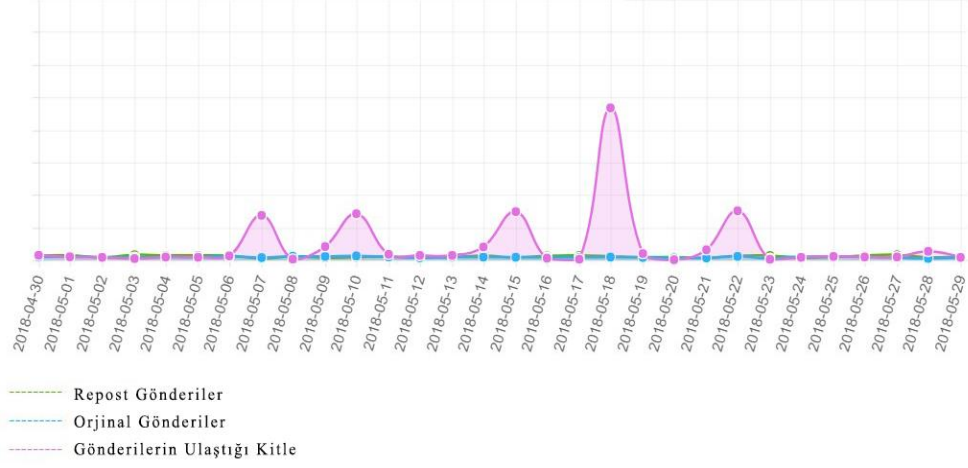
sanatçıların gece daha fazla aktif olduğu görülmüştür. Çizim yapan bir sanatçı çalışmalarını gece saatlerinde paylaşırsa kendi alanında ki diğer sanatçılarla etkileşime geçme oranı daha yüksek olacaktır. Bu etkileşimin yüksek olması, sanatçının sayfasının, sosyal medya platformunda yer alan “keşfet” kısmında daha çok çizim sanatı ile ilgilenen sanatseverlere gözükmelerini sağlayacaktır. Bu şekilde sanatçı takipçi sayısını arttıracak ve çalışmalarının daha çok kitleye ulaşmasını sağlayacaktır.



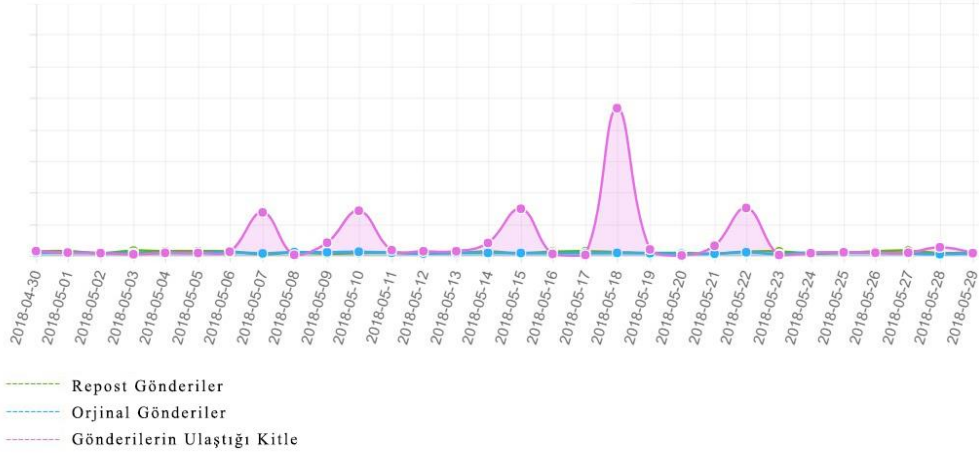
Şekil 5.11: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının aylık dağılımı



Şekil 5.12: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre 3D ve motion grafik eser veren sanatçıların sosyal medya kullanımlarının aylık dağılımı

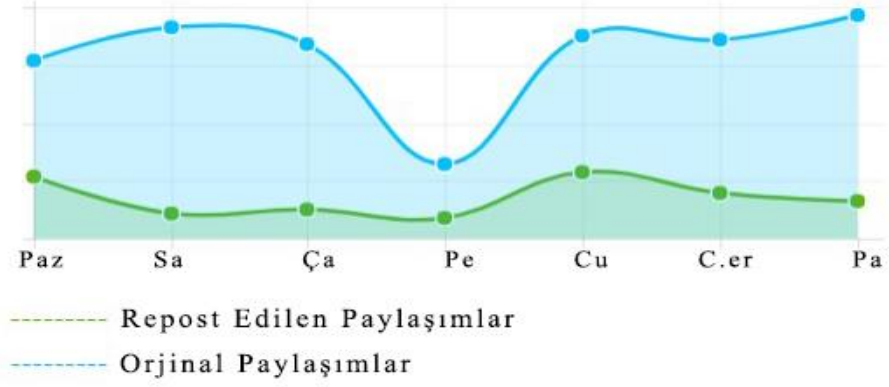


Şekil 5.13: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının aylık dağılımı

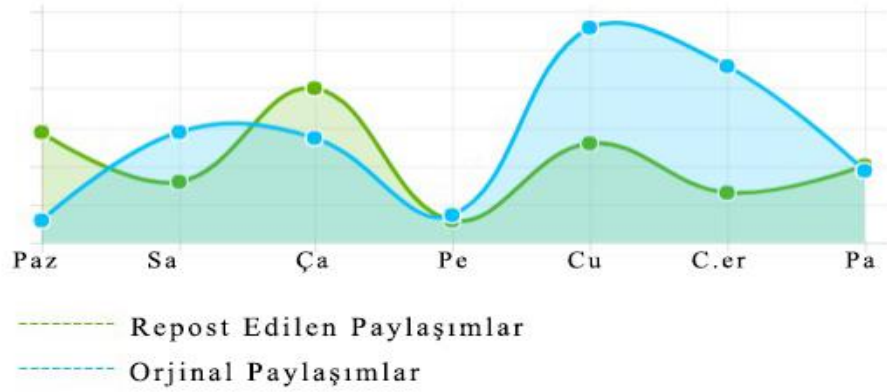


Şekil 5.14: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan dijital sanatçıların sosyal medya kullanımının aylık dağılımı

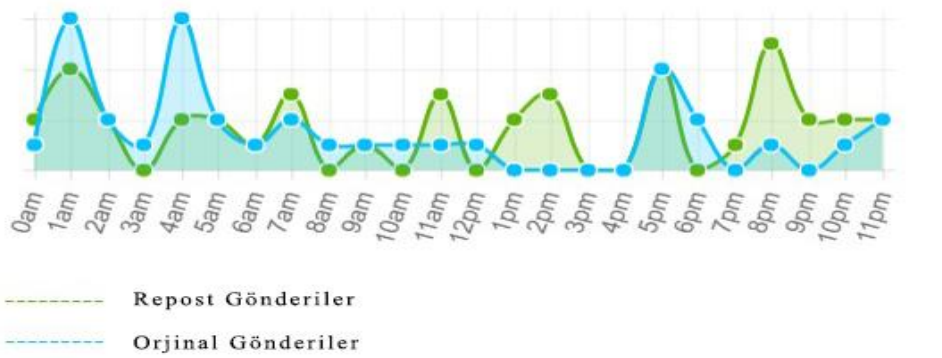
Dijital sanatçıların haftalık sosyal medya kullanımlarının ne seviyede olduğuna dair durumu, Ritetag yazılımının Twitter ve Instagram API'leri kullanılarak elde edilen sonuçların grafikleri verilmiştir.



Şekil 5.15: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan dijital sanatçıların haftalık sosyal medyayı kullanım yoğunluğu

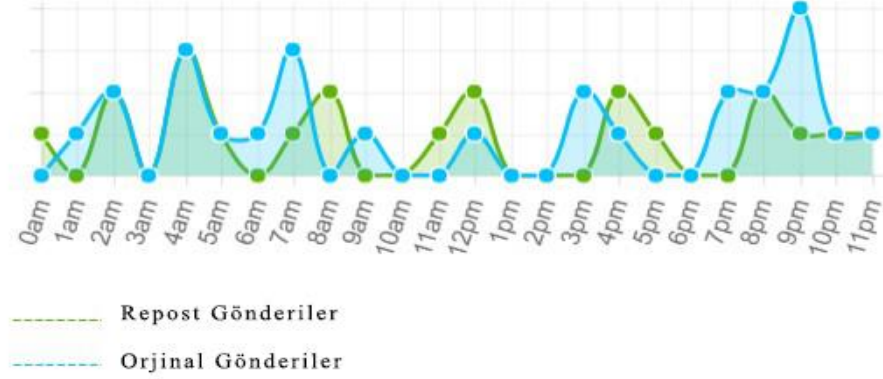


Şekil 5.16: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medyayı haftalık kullanım yoğunluğu



Şekil 5.17: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının günlük etkileşim dağılımı

Çizim Yapan Dijital Sanatçıların Sosyal Medya Kullanımlarının Günlük Etkileşim Dağılımı



Şekil 5.18: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının günlük etkileşim dağılımı

Şekil 4.8'den yola çıkarak, günlük paylaşımlarla sosyal medyada etkileşimini artırmak isteyen bir dijital sanatçı 24:00-03.00 ve 03:00-05:00, 15:00-17:00 ve 19:00-22:00 saat dilimlerinde Instagram'da paylaşım yapar ve aynı anda bu paylaşımın linkini Facebook ve Twitter'da paylaşırsa verimli etkileşim alabilir. Bu paylaşım rutinini kendisine koyduğu etkileşim hedefine ulaşana kadar devam ettirmelidir. Bunun sürekli yapılması gerekliliğinin sebebi ise sosyal medya platformlarının çalışma algoritmalarıdır. Sosyal medya platformları genel olarak en fazla etkileşimi alan paylaşımları ön plana çıkarma matığı ile çalışmaktadırlar.

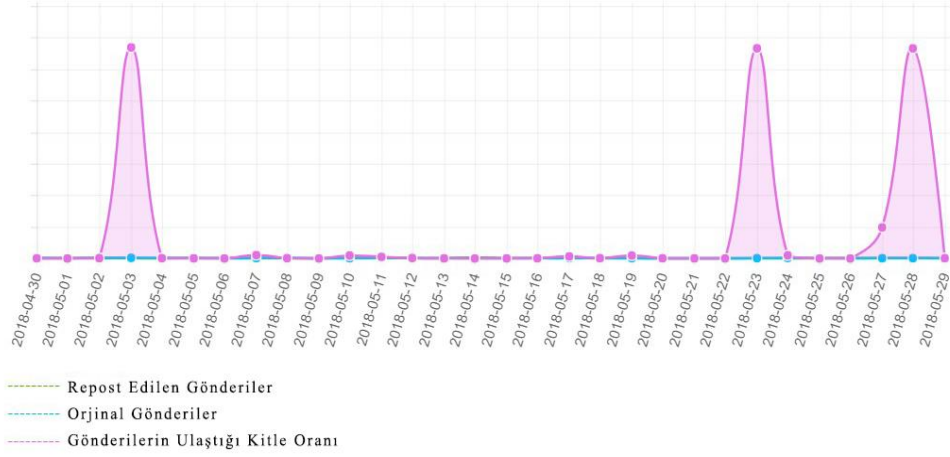
Dijital sanatçıların sosyal medyayı aylık kullanım yoğunlukları dalgalı olmakla beraber, sanat alanına göre değişiklik göstermektedir. 3D ve motion grafik üzerine eser veren sanatçılar sosyal medyayı en yoğun kullanan dijital sanatçı grubudur. Çizim yapan dijital sanatçılar ise daha az kullanmaktadır. Haftalık kullanımlara baktığımızda da durum aynıdır. Hepsinin tek ortak noktası, Perşembe günleri kullanımlarının çok az olmasıdır. Günlük olarak bakıldığında akşam 7'den sonra tüm dijital sanatçı grupları aktifken, çizim yapan dijital sanatçıların gece daha fazla aktif olduğu görülmüştür.



Şekil 5.19: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre 3D ve motion grafik eser veren sanatçıların sosyal medyadaki kullanımlarının günlük dağılımı

5.6.2 Sanat Galerilerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Ne Seviyede Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum

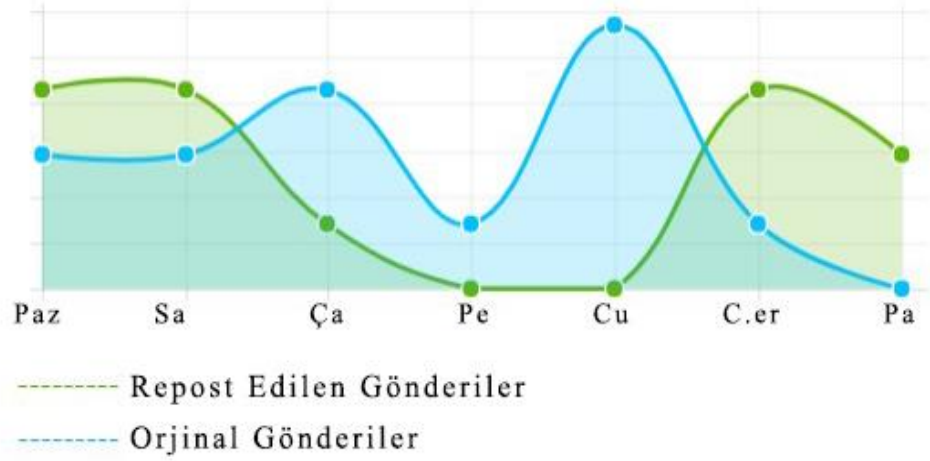
Elde edilen sonuçlara göre sanat galerilerinin sosyal medyada sanatçılar ve sanatseverler göre daha az aktif olduğunu söyleyebiliriz. Bir aylık etkileşimler analiz edildiğinde sanat galerilerinin sosyal medyayı en yoğun olarak kullandıkları zaman dilimi ayda sadece 3 gündür. Haftalık incelendiğinde, Pazartesi, Salı ve Cumartesi günleri sosyal medyayı standart yoğunlukta kullandıklarını söyleyebiliriz. Gün içerisinde ise sabah ve akşam, mesai başlangıç ve bitiş saatlerinde aktif kullandıklarını söyleyebiliriz. Grafiklerde görüldüğü gibi sanat galerileri diğer sanat galerileri ve onların etkileşimde olduğu sanatçılar ile etkileşimlerini arttırmak istiyorlarsa Cuma günü daha fazla paylaşım yapmaları gerekmektedir. Eğer belirli bir dijital sanatçı kitlesi ile etkileşime geçmek istiyorlarsa elde ettiğimiz diğer grafiklere göre o alandaki sanatçıların yoğun paylaşım yaptıkları zaman dilimine göre paylaşım yapmaları gerekmektedir.



Şekil 5.20: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre sanat galerisi profillerinin sosyal medyadaki 30 günlük etkileşimi



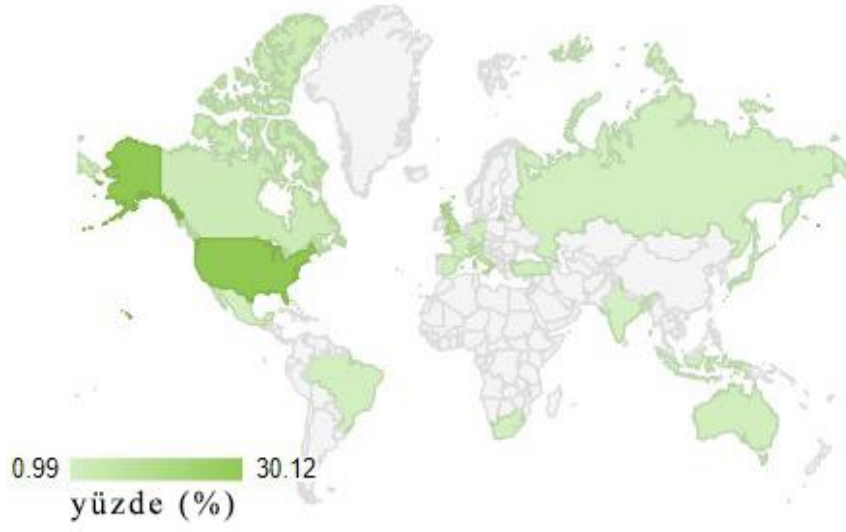
Şekil 4.21: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre sanat galerisi profillerinin sosyal medyadaki günlük etkileşimi



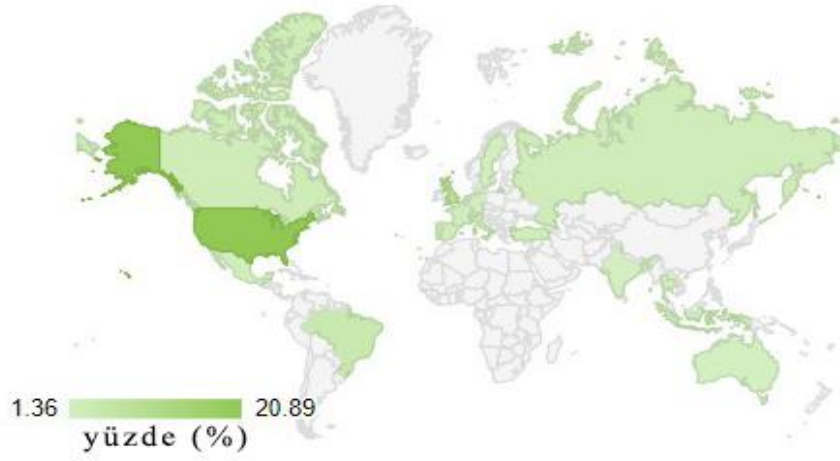
Şekil 5.22: Sanat galerilerine ait sosyal medya hesaplarının haftalık etkileşimi

5.6.3 Dijital Sanatçıların Sosyal Medya Kullanımlarının Ülkelere Göre Dağılımlarının Ne Durumda Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum

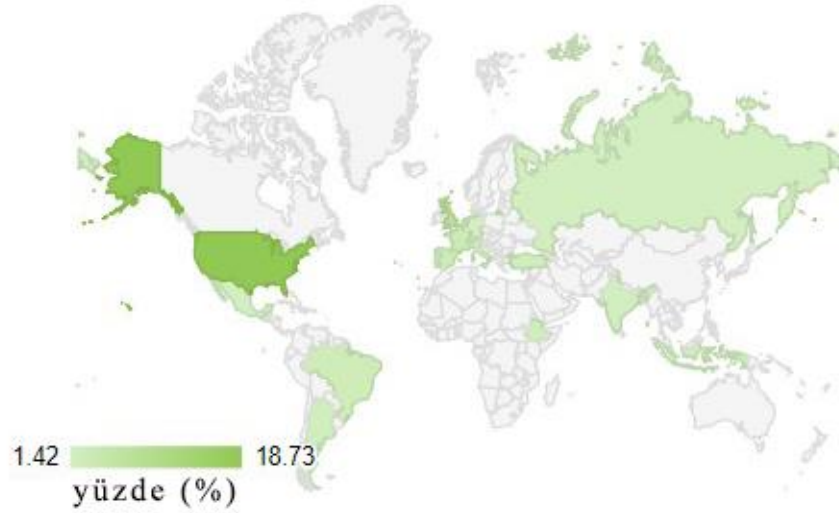
Dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının ülkelere göre dağılımı, Ritetag yazılımının Twitter ve Instagram API'leri kullanılarak elde edilen sonuçların grafikleri verilmiştir. Mayıs 2018 itibariyle dijital sanatlarla ilgili sosyal medya aktif ülke ABD'dir. Avrupa ülkeleri ve Rusya 2 sırada yer alırken, Güney Asya, Japonya ve Avustralya 3. Sıradaki ülkelerdir. Dijital sanatçı daha fazla etkileşim almak istiyorsa en çok dijital sanat ile ilgilenen kullanıcı sayısı ABD'de olduğu için sosyal medya platformlarında paylaşım yaparken bu ülkedeki tasarım eğilimlerine göre paylaşım yapmalıdır. Bunun yanında paylaşımına konum etiketi olarak ABD ve Avrupa ülkelerini koyarsa bu ülkelerden takipçi kazanabilir ve daha fazla görüntüleme alabilir. Bu şekilde sayfasındaki etkileşimlerinin artması ile zamanla daha fazla kitleye ulaşacaktır.



Şekil 5.23: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının coğrafi bölgelere göre dağılımı



Şekil 5.24: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre çizim yapan sanatçıların sosyal medya kullanımının coğrafi bölgelere göre dağılımı

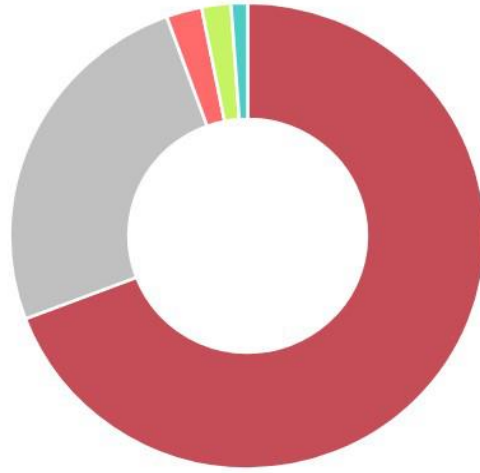


Şekil 5.25: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre 3D ve motion grafik üreten

5.6.4 Dijital Sanatçıların Sosyal Medyada Kullandıkları Resmi Dillerin Ne Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum

Dijital sanatçıların sosyal medyada kullandıkları en popüler taglere göre kullandıkları resmi dillerin dağılım durumu, Ritetag yazılımının Twitter ve Instagram API'leri kullanılarak elde edilen sonuçların grafikleri verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre dijital sanatçıların sosyal medyada en çok kullandığı resmi dilin İngilizce olduğunu söyleyebiliriz. İspanyolca ve Fransızca en çok kullanılan diğer resmi dillerdir. İngilizce dijital sanatın tüm alanlarında sosyal medyada en çok kullanılan resmi dil iken diğer dillerin kullanım oranı dijital sanatın alanlarına göre farklılıklar göstermektedir. Dijital sanatçı sosyal medyadaki paylaşımlarında yorum ve etiketlerde İngilizce dilini kullanırsa daha fazla kullanıcıya hitap eder ve sayfası daha fazla etkileşim alır.

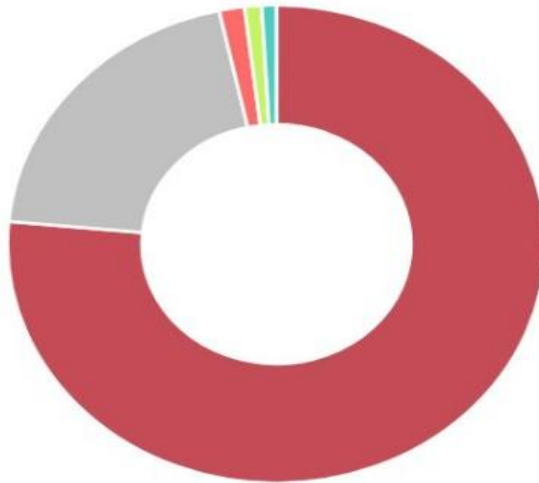
Diller



- İngilizce
- Diğerleri
- İspanyolca
- Fransızca
- Endonezce

Şekil 5.26: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre sosyal medyada kullanılan en yaygın diller

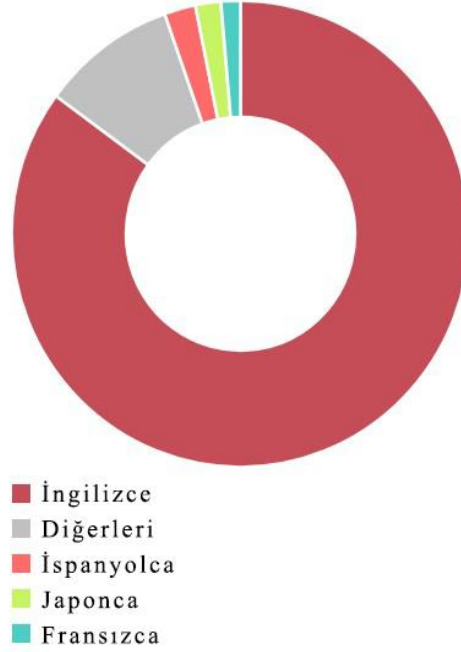
Diller



- İngilizce
- Diğerleri
- İspanyolca
- Fransızca
- Almanca

Şekil 5.27: Ritetag yazılımına göre sosyal medyada dijital sanat ile ilgili etkileşimde bulunanların kullandıkları diller

Diller



Şekil 5.28: Ritetag yazılımına göre sosyal medyada 3D dijital eserlerin paylaşımı ile etkileşimde bulunanların kullandıkları diller

4.6.5 Dijital Sanatçıların En Çok Kullandığı Tag Tercihleri Neler Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum

Mayıs 2018’de saat başı en çok kullanılan sanat ile ilgi taglerin rakamsal değerlerine bakarak, 2018 Ocak itibariyle günlük 330 milyon aktif kullanıcıya sahip Twitter’da ve 800 milyon aktif kullanıcıya sahip instagramda sanat ile ilgili paylaşımlarda önemli bir yer tuttuğu söyleyebiliriz. En çok kullanılan 3 tag ve bu taglerle etkileşime giren kullanıcı sayısı:

#drawing : 18.725

#3d : 305.871

#artist : 5.085.342












Popüler Olan Diğer Sanat Tagleri

	🐦	🔄	👁	🖼	🔗	👤
#artgallery	12	0	13,662	0%	0%	0%
#artwork	42	112	13,017	40.48%	40.48%	9.52%
#painting	58	271	1,144,496	29.31%	29.31%	6.9%
#gallery	17	16	269,979	23.53%	23.53%	0%
#exhibition	8	25	4,979	0%	0%	50%
#artnews	0	4	0	0%	0%	0%
#arte	8	21	2,892	50%	50%	0%
#contemporaryart	29	38	102,017	58.62%	58.62%	27.59%
#modernart	4	8	249,071	0%	0%	0%
#artists	33	21	2,285,492	24.24%	24.24%	12.12%

Şekil 5.29: Sosyal medyada en popüler sanat tagleri(etiketleri) ile etkileşime giren kullanıcı sayıları

Şekil 4.19’da görüldüğü gibi, Mayıs 2018’de saat başı en çok kullanılan sanat ile ilgi etiketlerin rakamsal değerlerine bakarak, 2018 Ocak itibariyle günlük 330 milyon aktif kullanıcıya sahip Twitter’da sanat ile ilgili paylaşımlarda önemli bir yer tuttuğu söyleyebiliriz. Bu etiketlerin önemli olmasının sebebi dijital sanatçıların sosyal medya platformlarında paylaşım yaparken alacakları etkileşim oranını belirlemeleridir. Eğer sanatçı en çok kullanılan etiketleri yaptığı her paylaşımda kullanırsa bir süre sonra bu etiketleri kullanan diğer kullanıcılar ile daha fazla etkileşime geçecek ve sosyal medya sayfasının görüntülenme ve takipçi sayısını arttıracaktır. Bu kullanım biçimini sürekli hale getiren dijital sanatçı sosyal medyadan yüksek oranda verim alacaktır.

Sanatsal Paylaşımlarda Kullanılan En Popüler 3 Tag

						
  #drawing	100	92	18,725	62%	62%	17%
  #3d	192	96	305,871	0%	0%	60.94%
  #artist	150	171	5,085,342	22%	22%	16.67%

Şekil 5.30: Ritetag yazılımı elde edilen verilere göre en popüler sanat etiketleri

5.6.5 Dijital Sanatçıların Kullandığı Etiketlerin (Taglerin) Birbiri İle Bağlantılarının Ne Seviyede Olduğuna Dair Bulgular ve Yorum

Bu kısımda, dijital sanatçıların sosyal medyada kullandıkları etiketlerin birbirleri ile bağlantılarının ne şekilde olduğuna dair analizin sonuçları, Ritetag yazılımının Twitter ve Instagram API'leri kullanılarak elde edilen grafiklerde verilmiştir.

Dijital sanatçıların sosyal medyada kullandıkları popüler taglerin birbirleri ile bağlantılarının sık olduğu ve etkileşim etkisi olduğu anlaşılmıştır. Örnek olarak; #painting tagi , #artist tagi ile birlikte çok fazla kullanıldığı için bir süre sonra sadece artist tagini kullanan bir sanatçının keşfet sayfasına #painting tagini kullanan sanatçıların çalışmaları da düşmektedir. Dijital sanat alanında paylaşım yapan tüm kullanıcılar, sanat etiketlerinin aynı havuzda yer almasından dolayı bir şekilde birbirleriyle etkileşime girmektedirler. Çizim yapan bir sanatçı ile üç boyutlu hareketli grafik üreten bir dijital sanatçı farklı sosyal medya etiketleir kullansalar bile bir süre sonra birbirlerinin keşfet sayfalarında çıkacaklardır.

6. ARAŞTIRMA SONUCU

Araştırmanın bu bölümünde, dijital sanatçıların araştırmanın yürütüldüğü zaman dilimindeki sosyal medya kullanımlarının incelenmesine yönelik yapılan analizlerin sonuçları yer almakta olup, sonuçlar ilgili değerlendirmeler yazılmıştır. Araştırmada, dijital sanatçıların sosyal medya kullanımı ile ilgili alt faktörlerden, belirtilen yazılımlar kullanılarak, elde edilen veriler doğrultusunda karşılaştırmalar yapılmıştır.

Araştırmada önce birinci araştırma sorusu olan “Dijital sanatçıların aylık, haftalık, günlük sosyal medya kullanımları ne seviyededir?” e cevap aranmıştır.

Dijital sanatçıların dikkat etmesi gereken en önemli kriter; zaman dilimidir. Saat, gün, ay olarak en yoğun kullanılan zaman dilimleri sanatçının yüksek etkileşim alması için önemlidir. Paylaşım alışkanlıkları açısından aylık çok fazla değişim tolmaktadır. Haftalık ve günlük zaman dilimleri üzerinden paylaşım davranışları geliştirmek daha verimli olmaktadır.

Elde ettiğimiz verilere göre sosyal meydanın dijital sanatçılar tarafından en yoğun kullanıldığı günler salı ve pazar günleridir. Pazar ve Salı günleri içerisinde 24:00-03:00 ve 03:00-05:00, 16:00-18:00 ve 21:00-23:00 saat dilimlerinde yapacağı paylaşımlardan sanatçı 1 hafta boyunca etkileşim alabilmektedir.

Araştırmada ikinci araştırma sorusu olan “Sanat galerilerinin sosyal medya kullanımları ne seviyededir?” e cevap aranmıştır. Sanat galeriler ise sosyal medyayı en yoğun olarak cuma günü kullanmaktadırlar. Gün içerisinde ise 05:00-07:00 ve 16:00-20:00 saatlerini kapsayan zaman dilimleridir. Eğer sanatçı bu saatlerde paylaşım yaparsa sanat galerileri hızlı ve kolay şekilde etkileşime geçebilir.

Araştırmada üçüncü araştırma sorusu olan “Dijital sanatçıların sosyal medya kullanımlarının ülkelere göre dağılımları nedir?” e cevap aranmıştır. Dijital sanatlarla ilgili sosyal medya en aktif ülke ABD’dir. ABD’i Avrupa ülkeleri

takip etmektedir. Sanatçı paylaşımına konum olarak ABD'yi kullanırsa fazla etkileşim alır.

Araştırmada dördüncü araştırma sorusu olan “Dijital sanatçıların sosyal medyada kullandıkları resmi dil tercihleri nelerdir?” e cevap aranmıştır. Dijital sanat alanında, sosyal medyada yaygın olarak kullanılan dil İngilizce'dir. Dijital sanatçı, sosyal medya etiketlerinde, yorumlarında ve açıklamalarında İngilizceyi kullanırsa fazla etkileşim alır.

Araştırmada beşinci araştırma sorusu olan “Dijital sanatçıların en çok kullandığı tag (etiket) tercihleri nelerdir?” e cevap aranmıştır. Dijital sanatçıların en çok kullandığı etiketler: #drawing, #3d, #artist olarak belirlenmiştir.

Dijital sanatçılar paylaşımlarında bu etiketleri kullanırlarsa daha fazla etkileşim alırlar. Bu etiketleri kullanan diğer sanatçılar ile daha hızlı ve kolay bağlantı kurabilirler.

Araştırmada altıncı araştırma sorusu olan “Dijital sanatçıların kullandığı taglerin (etiketlerin) birbiri ile bağlantısı var mıdır?” a cevap aranmıştır. Bununla ilgili örnek olarak; #contemporaryart etiketi , #artist tagi ile birlikte çok fazla kullanıldığı için bir süre sonra sadece #artist etiketini kullanan bir sanatçının keşfet sayfasına #painting etiketini kullanan sanatçıların çalışmaları da düşmektedir. Bu da farklı alanlarda çalışmalar üreten dijital sanatçıların birbiriyle etkileşim kurmasını kolaylaştırmaktadır.

We Are Social'ın Ocak 2018'de yayınladığı raporda dünya nüfusunun %11' i instagram kullanmaktadır. 800 milyon kullanıcıdan 600 milyonunu 17-44 yaş arasındaki bireyler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında bahsettiğimiz 1990 sonra dijital sanatçılar bu yaş aralığındaki kitlededir. Yine bu raporda yer alan ve araştırma evreni olarak kullandığımız Twitter ve Instagram'ın toplamda 1 milyarın üstünden bir kullanıcı kitlesine sahip olması, toplam sosyal medya kullanıcı sayısı içerisinde büyük bir kitleyi ifade etmektedir. Raporda en çok Instagram kullanıcı sayısı ile birinci sırada yer alan ülke ABD'dir. Sosyal medyayı kullanan dijital sanatçı sayısı da en çok ABD'dir. ABD'nin ön planda olmasından dolayı dijital sanatçıların sosyal medyada kullandığı en yaygın dil İngilizce'dir. Bütün bu veriler, Ritetag ile elde ettiğimiz veriler ile uyusmaktadır.

7. SONUÇ

Tarihte her dönem, kendi teknolojisini yaratmış ve yaratılan her teknoloji de insan hayatında ki tüm alanlara etki etmiştir. 1950’li yıllardan itibaren hızla gelişmeye başlayan bilgisayar ve elektronik teknolojileri toplumları değiştirmeye başlamıştır. Bilgisayar teknolojisi, tüm dünya genelinde yaygınlaşmaya başlamış, 20. yüzyılın sonlarını şekillendiren ve 21. yüzyılın temelini oluşturan teknolojidir. İlk zamanlar sadece sınırlı sayıda ki yüksek teknoloji merkezlerinde buluna bilgisayarlar zamanla kişiselleşerek son kullanıcıya ulaşmıştır. 1960’lı yıllarda yapılan dijital tasarım çalışmaları bugün ki dijital sanatın ilk adımları olmuştur. 1980’li yıllardan itibaren bilgisayar teknolojilerine ulaşmak kolaylaşmış, dijital ortamlarda yapılan tasarım çalışmaları artmıştır. 1990 yılından sonra bilgisayarlarda üretilen yazı, ses ve görüntünün internet teknolojisi ile paylaşılabilir hale gelmesi dönüm noktası olmuştur. Dijitalleşme ve internete bağlı olarak gelişen bütün teknolojiler, dijital sanatçılar için de yeni alanlar oluşturmuştur.

Yazılım ve internet teknolojilerinin gelişmesi sosyal medya platformlarının hayatımıza girmesini sağlamıştır. 1996 yılında ICQ’nun piyasaya sürülmesi ile başlayan süreç 2003’te MySpace, 2004’te Facebook, 2006’da Twitter ve 2010’da Instagram’ın kullanıma sunulması ile sosyal medyanın hayatımızın her alanında yer alma süreci hızlanmıştır. Bu da sosyal medyanın birçok bilim dalının araştırma alanı haline gelmesini sağlamıştır. Bireylerin psikolojik, ekonomik, sosyolojik ve sanatsal davranışları hakkında veri elde etmek için kullanılan sosyal medya, aynı zamanda şirketlerin tüketici davranışlarını analiz etmek için de kullanılan bir alandır. Bu analizlerin sosyal medya platformlarında verimli bir şekilde yapılabilmesi için araştırmada da yer alan API (Application Programming Interface) vb. yazılım teknolojileri kullanılmaktadır.

Geldiğimiz noktada, sanat tarihi boyunca, sanatçılar yaşadıkları dönemlerin imkanlarını kullanmışlardır ve şu an içinde bulunduğumuz internet çağında da

dijital tabanlı eserler üreten sanatçılar internet ve sosyal medyanın sunduğu imkanlardan yararlanmak durumundadırlar. Gelecekte dijital teknolojiler kullanılarak yapılan sanat sergilerinin giderek artacağını ve sosyal medyada daha fazla karşımıza çıkacağını söyleyebiliriz. Sosyal medyayı kullanan dijital sanatçı sayısı gün geçtikçe artacaktır. Bu süreçte sosyal medyayı verimli kullanan sanatçı, kitlelere ulaşmada ön plana çıkacak ve tam fayda sağlayacaktır.

Sosyal medyadayı uzun süre kullanarak yapılacak gözlemlerle araştırmada bahsettiğimiz eğilimlerin farkına varmak mümkündür. Fakat günümüzde sosyal medyadaki kullanıcı davranışlarını sayısal verilerle analiz etmek kolaylaşmıştır. Sosyal medyadaki reklam pazarı, şirketlerin kitleye uygun ürün, ürüne uygun kitle anlayışıyla ilerlemektedir. Bu da ürününü satmak isteyen şirketlerin kullanıcı davranışlarını sayısal verilerle analiz etme ihtiyacı ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya reklam hizmeti veren şirketler de bu ihtiyaca cevap vermek için ya kendi ürettikleri yazılımları ya da yazılım firmalarının ürettikleri yazılımları kullanarak bu hizmeti vermektedirler. Bu yazılımların maliyeti oldukça yüksek olduğundan araştırmanın önceki bölümlerinden açıkladığım API' ler daha yaygın kullanılmaktadır. Araştırmada Ritekit firmasının Ritetag API yazılımını kullanarak, dijital sanatlarla ilgili en popüler etiketleri belirlendi. Oluşturduğum etiket havuzundaki etiketlerin, kullanıldığı zaman dilimleri, coğrafi bölgeler gibi verileri ayrı ayrı grafiklere çıktı alındı.

Elde edilen veriler sonucunda ortaya çıkan dijital sanat alanındaki sosyal medya davranışları, yeni nesil sanatçılar olarak tanımladığımız, 1990 sonrası dijital sanatçıların sosyal medyayı nasıl verimli kullanabileceklerine dair yol gösterici olacaktır. Araştırma sonucunda dijital sanatçıların eserlerini sosyal medyada paylaşırken dikkat etmeleri gereken zaman dilimleri, dil tercihleri, tasarım eğilimlerini göstermek için kullandıkları etiketler elde edilmiştir. Eğer dijital sanatçı elde ettiğimiz bu verileri kullanarak, kendisine uygun sosyal medya paylaşım planı yapar ve sürekli uygularsa, sosyal medyadaki takipçi sayısı ve etkileşimi artacaktır. Bu da çalışmalarının daha çok insana ulaşmasını sağlayacaktır. Sosyal medyayı aktif kullanan sanat galerisinin ilgisini çekmesi kolaylaşacaktır. Aynı zamanda kendisi gibi sosyal medyayı kullanan fakat daha

popüler dijital sanatçuların ona ulaşması da daha kolay olacaktır. Bu da dijital sanatçının, sosyal medyayı verimli kullanmasını sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Akyazi, E. & Tutgun-Ünal, A.** (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı. *Global Media Journal TR*, 3(6), 1-24.
- Amichai-Hamburger, Y. & Vinitzky, G.** (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295.
- Antmen A.** (2008). 20.Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Aranda, B., Wood, K.** (2010). Vidokle, A. "Contem(t)orary: Eleven Theses", What Is Contemporary Art?, (ed.) s.10-22. Sternberg Press .
- Ardıç, B. & Göktürk, M.** (2009). Kullanılabilir Uygulama Programlama Arayüzleri 4. *Ulusal Yazılım Mühendisliği Sempozyumu - UYMS'09*, s. 91-97.
- Artun, A.** (2006). Sanat Müzeleri 1-Müze ve Modernlik-, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Artun, A.** (2013). Çağdaş Sanat Nedir?, İstanbul: İletişim Yayıncılık , s.107-114
- Artun, A.** (2013). Çağdaş Sanat ve Kültüralizm, İstanbul: İletişim Yayıncılık , s. 42-46.
- Avcı Tuğal, S.** (2018). "Oluşum Süreci İçinde Dijital Sanat", İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Bayrak, B.** "Dördüncü Tür (...) : Hibrit Videosinemaklip" Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2005.
- Becer E** (2005) İletişim Ve Grafik Tasarım: Dost Kitabevi, Ankara, s. 69.
- Blake, B., Agarwal, N., Wigand, R.P. & Wood, J.D.** (2010). Twitter quo vadis: Is twitter bitter or are tweets sweet? Information technology: New generations. *Third International Conference*, 1257–1260.
- Christiane, P.** (2015). Digital Art, Thames & Hudson Inc., New York
- Correa, T., Hinsley, A. W., & de Zuniga, H. G.** (2010). Who interacts on the web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247-253.
- Clarke, S.**, "Measuring API Usability", Doctor Dobbs Journal, 2004.
- Deniz, L. & Tutgun, A.** (2010). The relationship between problematic internet usage and loneliness level of prospective teachers. *Uluslararası Eğitim Teknolojileri Kongresi (IETC) 2010*, Vol. III, pp. 1563, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.
- En Popüler Sosyal Medya Platformları Raporu**, son güncelleme 16 Haziran 2018 <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
- Erden, O.** (2016). Modern Sanatın Kısa Tarihi, Hayalperest Yayınevi, s. 311-324
- Germaner, S.** (1996). 1960 Sonrası Sanat, Akımlar, Eğilimler, Gruplar, Sanatçılar, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Groys, B.** (2017). Akışta :İnternet Çağında Sanat, çev : Ebru Kılıç, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, s.147-163.
- ISO/IEC 9241-11**, 1998, "ISO/IEC 9241-11 Ergonomic requirements for Office work with visual display terminals (VDT)s - Part 11 Guidance on usability".

- Kandinski, V.** (1993). *Sanatta Zihinsellik Üzerine*, çev: Tevfik Turan, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kirkpatrick, G.** (2004). *Critical technology: A social theory of personal computing*. Aldershot: Ashgate.
- Kirschner, P. A. & Karpinski, A. C.** (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26, 1237-1245.
- Kittinger, R., Correia, C. J. & Irons, J. G.** (2012). Relationship between facebook use and problematic internet use among college students. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 15 (6), 324-327.
- Kittler, F.** (1996). Technologies of writing/rewriting technology. *New Literary History*, 27(4), 731-42.
- Kittler, F.** (1997). *Literature, media, information systems*. Amsterdam: G+B Arts.
- Klee, P.** (2013). *Modern Sanat Üzerine*, çev : Kaan Çaydamlı, Şenol Erdoğan, Altıkırkbeş Yayın, İstanbul.
- Lippard, L.** (1997). *Six Years: The Dematerialization of the Art Object From 1966to 1972*, California: University of California Press.
- Lynton, N.** (2015). *Modern Sanatın Öyküsü*, çev: Sadi Öziş, Cevat Çapan, İstanbul: Remzi Kitabevi, s.355-365.
- Thistlewood, D.** (1989). "The MOMA and The ICA: A Common Philosophy of Modern Art", *British Journal of Aesthetics*, Cilt 29, Sayı 4,
- Turgut, S.** (2013). *Yeni medya*. İstanbul: Destek Yayınları.
- We Are Social (2018) Raporu**”, son güncelleme 26 Haziran 2018. <https://www.dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri>.
- Webster, F.** (2002). *Theories of the information society*. London: Routledge.
- Wellman, B. & Haythor nthwaite, C.** (eds) (2002). *The internet in everyday life*. Oxford: Blackwell.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M.** (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13, 173-177.
- Wilson, M.** (2015). *Çağdaş Sanat Nasıl Okunur*, çev : Firdevs Candil Erdoğan, İstanbul : Hayalperest Yayınevi.
- Wolf-Branigin, M.** (2009). New media and social networks: Consideration from clients in addictions treatment. *Journal of Technology in Human Services*, 27, 339-345.

ÖZGEÇMİŞ

Murat FIRAT

muratfiratr@gmail.com

www.muratfirat.co

www.instagram.com/murat_firat/

www.behance.net/muratfirat



Yabancı Dil

İngilizce :Konuşma : İyi Okuma : İyi Yazma : İyi

Eğitim Bilgileri

Lise : Bahçelievler Erkan Avcı Anadolu Teknik Lisesi
2003-2007 Bilgisayar Yazılım

Üniversite (Lisans) : Maltepe Üniversitesi
2009-2013 (% 100 Burslu) Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi

Üniversite (Yüksek Lisans) :İstanbul Aydın Üniversitesi
2015- Devam Grafik Tasarım

Tez Adı : Sosyal Medyanın Yeni Nesil Sanatçılara Etkileri

Tez Danışmanı : Doç. Elanur PİLİCİ

Yayınlar

Öğretmen Adaylarının Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları, Amaçları ve Oyun Tercihlerinin İncelenmesi: Ağu 2013yayın açıklaması :AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, ISSN: 1309-1581, 4(12), 29-52 (DOI: 10.5824/1309-1581.2013.3.003.x)

İş Deneyimleri

Ekim 2018 – Şu Anda: Motion Graphic Designer	The Simple Global Agency
Nisan 2018 – Eylül 2018 Motion Graphic Designer	Boomerang Istanbul Digital Marketing Agency
10.03.2018 - 01.05.2018 Motion Grafik Tasarımcı	ISTANBUL'74 Arts & Culture Platform
10.06.2016 - 01.11.2017 Grafik Tasarımcı	Tasarım Dükkanı
10.02.2015 - 01.06.2016 Dijital Tasarım Eğitmeni	Bilge Adam
01.11.2013 - 01.05.2014 Yazılım Arayüz Tasarımcısı	TCDD (Bilgi İşlem)
01.05.2012 - 01.09.2012 Grafik Tasarımcı	DGT Ajans