

ETKİLEŞİMLİ GÖRSEL TASARIMLAR; Y VE Z KUŞAKLARI ÜZERİNDEN BİR ARAŞTIRMA

Yazar: Dr. Öğr. Üyesi Begüm Aylin ÖNDER¹

ÖZ

21. yüzyılın en ayırıcı özelliklerinden biri olan dijitalleşme, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki hızlı ilerlemenin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. İletişim alanında gün be gün meydana gelen çeşitlenmeler ve gelişmeler bireyin bilgi edinme ve iletişim kurma modellerinde değişimi beraberinde getirmektedir. Dahası, teknolojinin gelişimine paralel değişim gösteren kitle iletişim araçları benzer şekilde insanlığı inanılmaz boyutta biçimlendirmektedir. Öyle ki artık yeni dünyanın yarattığı bireylerin yaşam biçimlerinde etkileşim, dahiliyet gibi kavramlar bir tercih olmaktan öteye geçmiş ve birey için bir ihtiyaç haline dönüştürmüştür. Şüphesiz birbirinden farklı zaman dilimlerinde dünyaya gözlerini açan kuşaklar sosyo-ekonomik, sosyo-politik, coğrafi konum, savaş, göç, hastalık ile teknolojik gelişim ve erişim gibi pek çok değişkene bağlı olarak farklı ekinse özelliklere sahiptir. Bu özellikler bireylerin dünyaya bakış açıları, evreni okumalarında da farklılıklar oluşturmaktadır. Böylece birey, bu küresel değişimi kendi değer ve yargılarına göre anlamlandırmaktadır. Alan yazında kuşak üzerine yapılan tüm bilimsel çalışmalarda kuşak gruplandırmalarına bakıldığında, çalışmaların 15-20 yıllık periyotlar ile değerlendirildiği görülmektedir. Araştırmacılar bu döngüyü bahsedilen değişkenler, kültürel özellikler doğrultusunda değerlendirmekte, kuşağın kendisinden önceki ve sonraki kuşaklarla arasındaki farklılıklarını ortaya koyarak her kuşağı yaşadığı dönemi temsil edecek şekilde isimlendirmektedir. Bu bağlamda çalışma kapsamında Y ve Z kuşakları zamansallık temelli doğum aralıkları üzerinden ele alınırken kuşakların toplumsal değişkenler bağlamında değerlendirilmesine özen gösterilmiştir.

1981-1996 yılları arasında doğduğu var sayılan ve pek çok kaynakta farklı adlandırılan Y Kuşağı yarı analog yarı dijital bir özelliğe sahiptir. Nitekim bu kuşak ergenlik ve yetişkinlik dönemlerinde dijital dönüşümü bizahati olarak yaşamıştır. Günümüzün tartışmasız olarak en çok konuşulan Z Kuşağı ise, dünyanın ağırla örüldüğü, teknolojinin hızlı bir ivme kazandığı bir dönemde dünyaya gözlerini açmış bir kuşaktır. Kimi kaynaklara göre 1997 kimi kaynaklara göre ise 2000 sonrası dünyaya gelen Z kuşağı üyeleri, dijital dünyanın dijital bireyleri olarak içine doğdukları dönemde etkisiyle görsel birer öğrenici olmanın yanı sıra, bilgi alım ve tüketim şekillerinde kendinden önceki kuşaklarla özellikleri açısından keskin şekilde ayrılmaktadır. Nitekim bu kuşağa ait üyeler, teknolojiyi doğal ihtiyaç olarak görmekte, iletişimlerinde çoklu etkileşim, dahiliyet, geri bildirim önem vermektedir. Zaman ve mekândan bağımsız olarak sürdürdükleri iletişimlerinde bireysel ihtiyaçlarını gidermeden, sosyal, politik sorunlara kadar pek çok alanda çevrim içi platformları kullanmaktadır.

Günümüzde dijital teknolojiye erişimin kolaylaşması ve bu teknolojilerin hayatın doğal seleksiyonu içinde vazgeçilmezler arasında yer alması birbirinden farklı bilişsel ve duysal özelliklere sahip Y ve Z kuşakları içinde önemli konuma yükselmiştir. Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı, Y ve Z kuşaklarının yeni medya araçlarının kullanımına yönelik

¹ Dr. Öğr. Üyesi Begüm Aylin ÖNDER, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü /İstanbul begumaylinonder@aydin.edu.tr, (Orcid ID: [0000-0002-0314-2843](https://orcid.org/0000-0002-0314-2843).)

alışkanlıklarını tespit etmek, bu kuşaklarının etkileşimli görsel tasarımlara yönelik algılarını incelemek ve etkileşimli görsel tasarımların kuşaklar üzerinde etkilerini öğrenmektir. Bu bağlamda çalışmanın kuramsal alt yapısının oluşturulması için öncelikle geniş bir literatür taraması gerçekleştirilmiş ardından örneklem özelliklerine uygun olmak koşuluyla, 192'si Y kuşağı ve 192 Z kuşağı birey olmak üzere, toplamda 384 katılımcı ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Uzman bir ekip desteği ile oluşturulan ve İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Kurulu tarafından onaylanan anket formu, yaşanan Yeni Tip Korona Virüs Pandemi'sinin (Covid-19) devam ettiği bir döneme denk gelmesi münasebetiyle çevrim içi olarak gerçekleştirilmiştir. 2021 yılının Ekim ayında Türkiye'nin üç büyük kentinde, İstanbul, Ankara ve İzmir, gerçekleştirilen anket çalışmasında CAWI (bilgisayar destekli çevrimiçi görüşme), metodolojisi kullanılmıştır. İlgili ankette katılımcıların demografik özellikleri belirlendikten sonra internet ve teknoloji kullanımlarına ilişkin; çoktan seçmeli, 5'li likert tipi, açık ve kapalı uçlu olmak üzere toplamda 51 sorudan bir anket formu oluşturulmuştur. Y ve Z kuşaklarına mensup 384 katılımcı, kadın-erkek eşit ve tesadüfi olarak seçilmiştir. Anketten elde edilen verilerin SPSS programı ile analizi yapılarak, frekans ve yüzdesel dağılım grafikleri Microsoft Excel yazılımı aracılığıyla işlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Z kuşağının Y kuşağına oranla teknoloji kullanımları açısından açık ara farklılık gösterdiği saptanmış, özellikle Z kuşağının etkileşimli ve görsel ağırlıklı tasarımlarda kullanılan uygulama ve mecralara ilişkin iletişimlerinde etkileşime önem verdikleri ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonuçlarının çeşitlilik içeren verilere sahip olması, elde edilen bulguların reklam, görsel tasarım, eğitim, pazarlama, iletişim, yeni medya ve halkla ilişkiler gibi pek çok alanda yeni ihtiyaç analizlerinin belirlenmesi ve yeni yaklaşımların izlenmesi açısından alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Y Kuşağı, Teknoloji, Etkileşim, Görsel Öğrenme, Görsel Tasarım, Yeni Medya, Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler, Dahiliyet.

INTERACTIVE VISUAL DESIGNS; A RESEARCH ON GENERATIONS Y AND Z

ABSTRACT

Digitalization, one of the most distinctive features of the 21st century, emerges as a result of rapid progress in the field of information and communication technologies. The diversifications and developments that occur day by day in the field of communication bring about a change in the individual's information and communication models. Moreover, the mass media, which has changed in parallel with the development of technology, similarly shapes humanity to an incredible extent. So much so that concepts such as interaction and inclusion in the lifestyles of individuals created by the new world have gone beyond being a choice and have turned into a necessity for the individual. Undoubtedly, the generations that opened their eyes to the world in different time periods have different cultural characteristics depending on many variables such as socio-economic, socio-political, geographical location, war, migration, disease and technological development and access. These features also create differences in individuals' perspectives on the world and their reading of the universe, so that the individual makes sense of this global change according to his own values and judgments. When the generation groupings are examined in all scientific studies on generation in the literature, it is seen that the studies are evaluated in 15-20 year periods. Researchers evaluate this cycle in line with the mentioned variables and cultural characteristics, revealing the differences between the generations before and after them, and naming each generation to represent the period in which it lived. In this context, within the scope of the study, while the Y and Z generations are handled on the basis of

temporality-based birth intervals, care has been taken to evaluate the generations in the context of social variables.

The Y Generation, which is assumed to have been born between 1981 and 1996 and is named differently in many sources, has a semi-analog and semi-digital feature. As a matter of fact, this generation has personally experienced the digital transformation in adolescence and adulthood. The Z Generation, which is indisputably the most talked about today, is a generation that opened its eyes to the world at a time when the world was knitted with networks and technology gained rapid momentum. According to some sources, the members of Generation Z, who were born after 1997 and according to some sources, after 2000, differ sharply from the previous generations in terms of their information intake and consumption patterns, as well as being visual learners with the effect of the period when they were born as digital individuals of the digital world. As a matter of fact, members of this generation see technology as a natural need and attach importance to multiple interaction, inclusion and feedback in their communications. They use online platforms in many areas from meeting their individual needs to social and political problems in their communications that are independent of time and place.

Today, the ease of access to digital technology and the fact that these technologies are among the indispensable in the natural selection of life have risen to an important position among the Y and Z generations, which have different cognitive and sensory characteristics. In this direction, the aim of this study is to examine the use of new media tools by the Y and Z generations. Also this study, to determine the habits of these generations, to examine the perceptions of these generations towards interactive visual designs and to learn the effects of interactive visual designs on generations. In this context, in order to establish the theoretical background of the study, first of all, a wide literature review was carried out, and then a survey study was conducted with a total of 384 participants, 192 of whom were Y generation and 192 Z generation individuals. The questionnaire form, which was created with the support of an expert team and approved by the Istanbul Aydın University Ethics Committee, was carried out online to coincide with a period when the New Type Corona Virus Pandemic (Covid-19) was ongoing. The CAWI (computer-assisted online interview) methodology was used in the survey conducted in the three big cities of Turkey, Istanbul, Ankara and Izmir, in October 2021. After determining the demographic characteristics of the participants in the relevant survey, regarding their internet and technology usage; A questionnaire form was created with a total of 51 questions, including multiple choice, 5-point Likert type, open and closed-ended. 384 participants belonging to Y and Z generations, male and female, were chosen equally and randomly. The data obtained from the survey were analyzed with the SPSS program, and the frequency and percentage distribution graphs were processed through Microsoft Excel software. According to the findings, it has been determined that the Z generation differs by far in terms of technology usage compared to the Y generation, and it has been revealed that the Z generation attaches importance to interaction especially in the communication of the applications and channels used in interactive and visual-oriented designs. It is thought that the results of the research have diverse data and the findings will contribute to the literature in terms of determining new needs analyzes and monitoring new approaches in many fields such as advertising, visual design, education, marketing, communication, new media and public relations.

Keywords: Generation Z, Generation Y, Technology, Interaction, Visual Learning, Visual Design, New Media, Digital Natives, Digital Immigrants, Inclusion.