



Dr. Mücahit KIVRAK¹

¹ BAÜN Edremit Myo

Zeytincilik ve Zeytin İşleme Teknolojisi Programı



kivrak@gmail.com

0505 772 44 46



GRAFİK İLETİŞİM

Grafik İletişim

İletişimde mesajı iletirken birçok araç kullanırız. Günlük yaşamımızda birçok mesajı yazılı ve görsel basından, farklı reklâm kanallarından almaktayız. Öyle ki bireyler arası iletişimde bile - teknolojiyle birlikte - birçok sembol kullanmaktayız. Bize gönderilen mesajları sadece gözümüzle kulağımızla algılamayız, bilinçaltımızla, birikimlerimizle, dilimizle, kültürümüzle yani sosyal kimliğimizle algılarız.

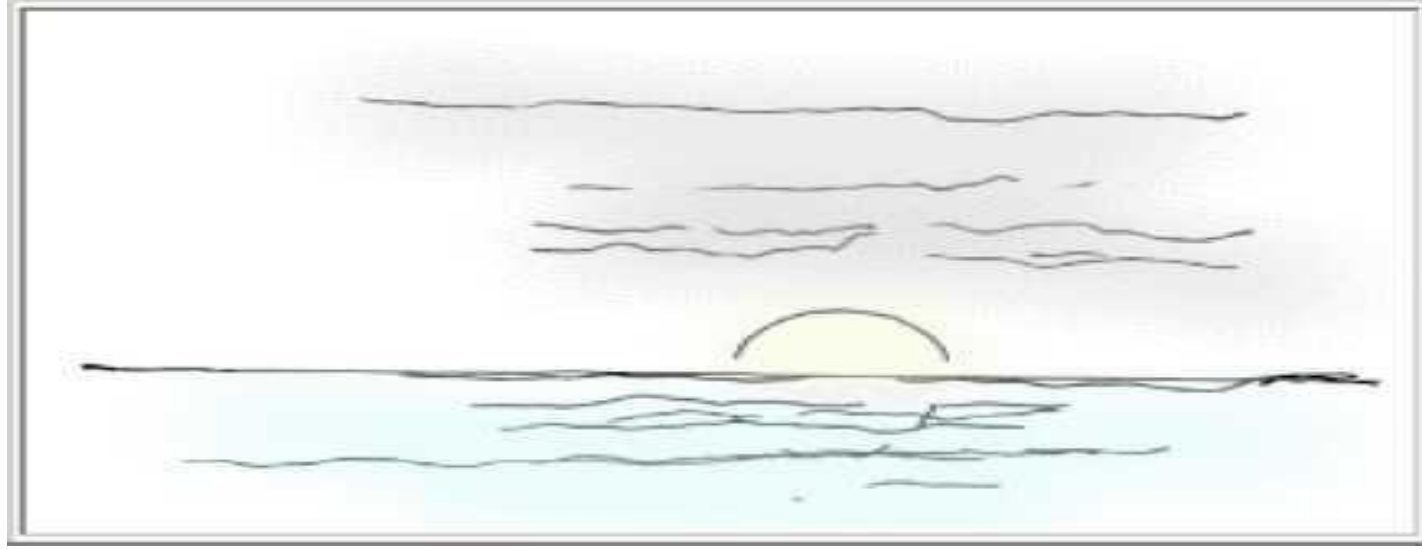
Peki, maruz kaldığımız tüm mesajlarda kullanılan renkler, çizgiler ve şekiller aslında bize ne anlatıyor?

Tasarımın Temel İlkeleri

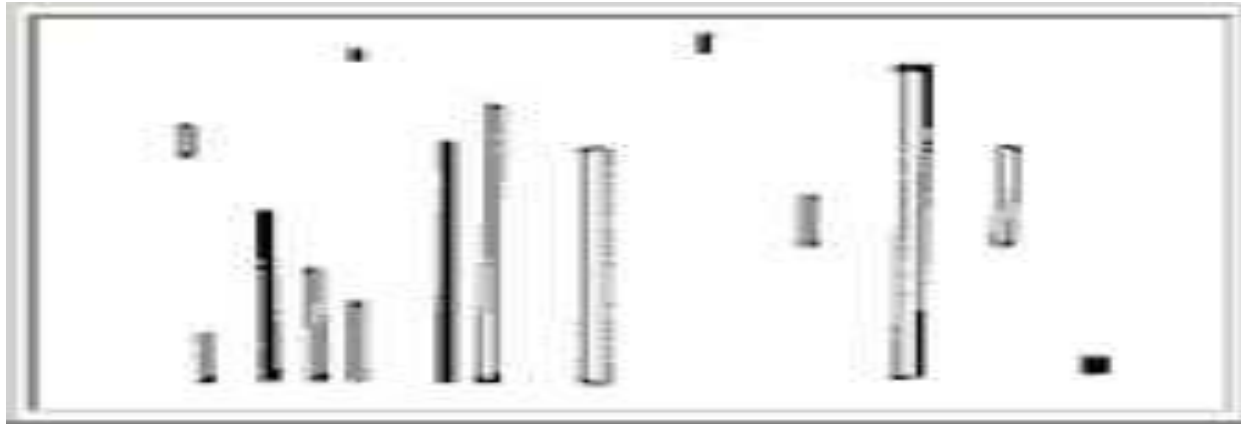
- ÇİZGİ

Çizgi genişlik ve uzunluğun biçimidir, derinlik değildir. Tasarımcı çizgileri kenar, bordür yaratmak, tasarımdaki objelerin ana hatlarını oluşturmak için kullanır. Çizgi tasarımcının araç olarak seçtiği biçimle tasarımda hareketlilik yaratır. Çizgilerin biçimleri onlara çeşitli özellikler verir: Yatay çizgiler durgunluk ve hareketsizliği simgeler.

Örnek



Dikey çizgiler potansiyel hareketliliği destekler.

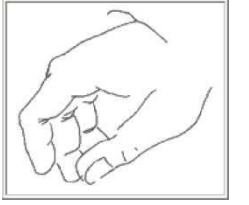


Köşegen çizgiler güçlü bir şekilde hareketlilik kazandırır ve okuyucu/tüketici tasarımda canlılık hissini yakalar.



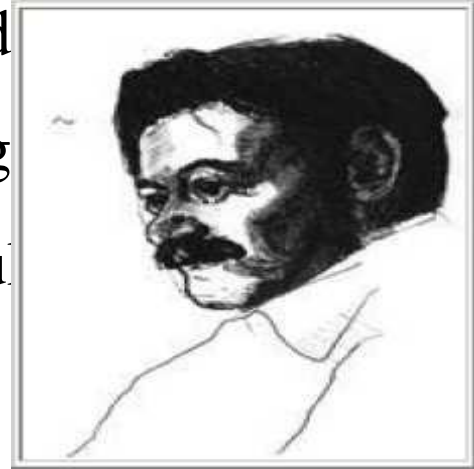
Tasarımın Temel İlkeleri Dış Hat ve Duruş

Çizgiler kenarlar kullanılarak bir dış hat çizimini çağrışırlar.



Bu çizimde dış hat dediğimiz çizgiyle duruş hareketliliği yaratmış ve betimlenmiştir Çizgide ki Değer -Ağırlık

Çizimde objenin dış hatları kullanılan alanı belirlerken gri bölümd çizimin ana temasını oluşturuyor.(adamın yüzü) Bu alan objede gölg yaratırken aynı zamanda alanın değerini belirler ve üç boyutlulu kazandırır.



ŞEKİL

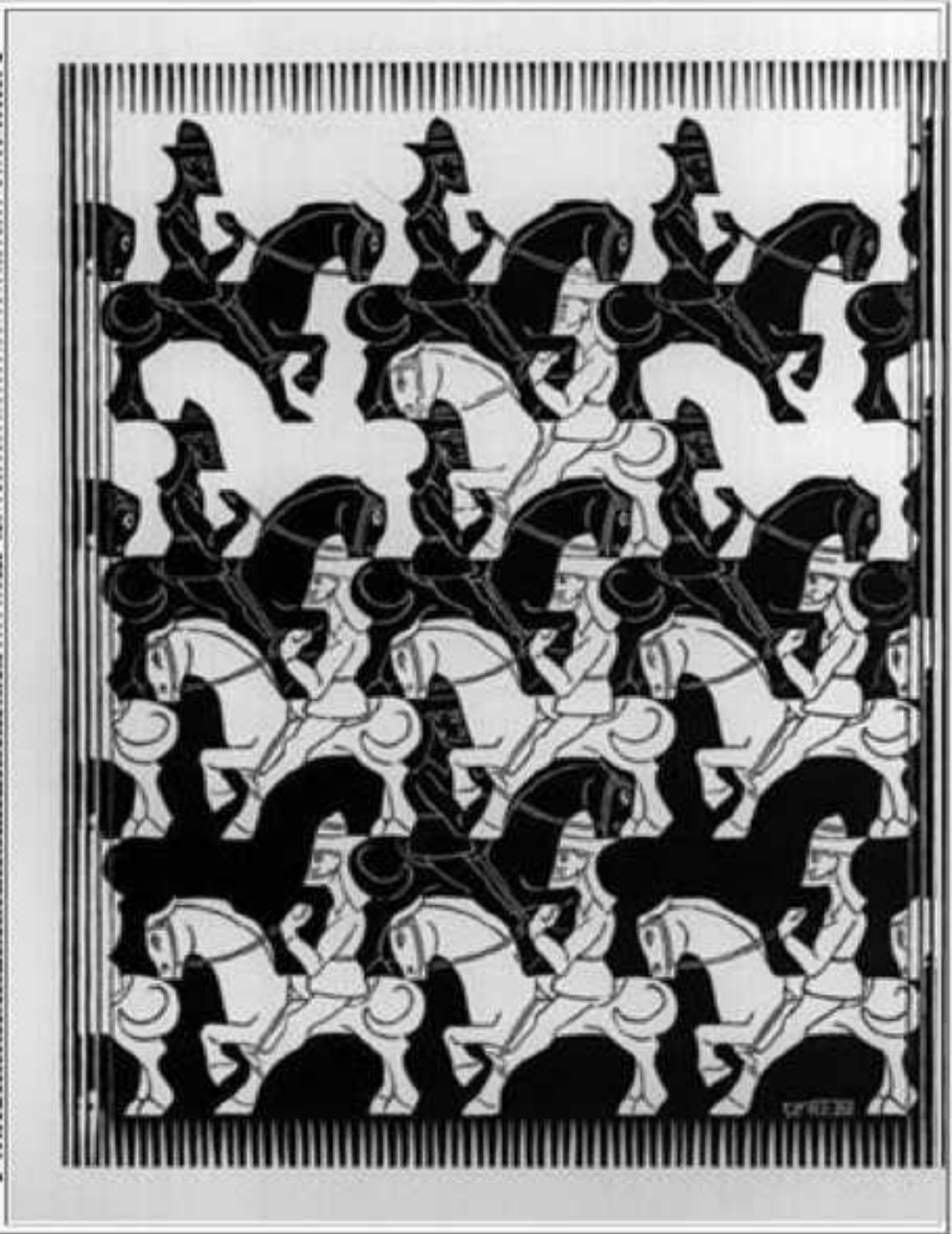
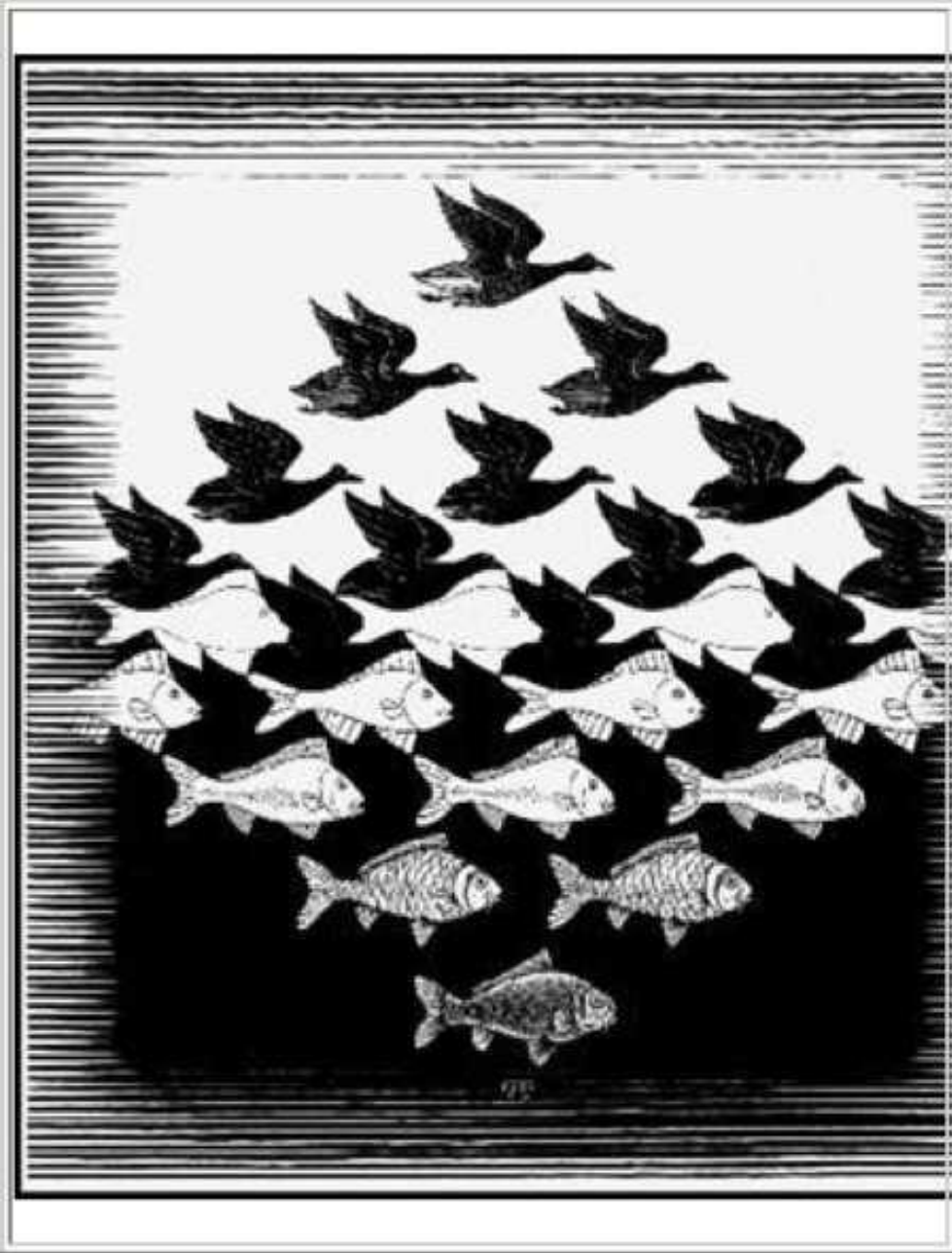
Şekil objenin etrafını çeviren, çizgilerle veya renkler ve değer değişikliklerini belirleyen kenarlara verilen addır.

Hacim ve Kütle

Şekil iki boyutluluğa dikkat çekerken, 3 boyutlu öğelerde hacim ve kütlenin etkisi görülmektedir. Yani üç boyutu tasarıma katan hacmi ve kütlesidir.

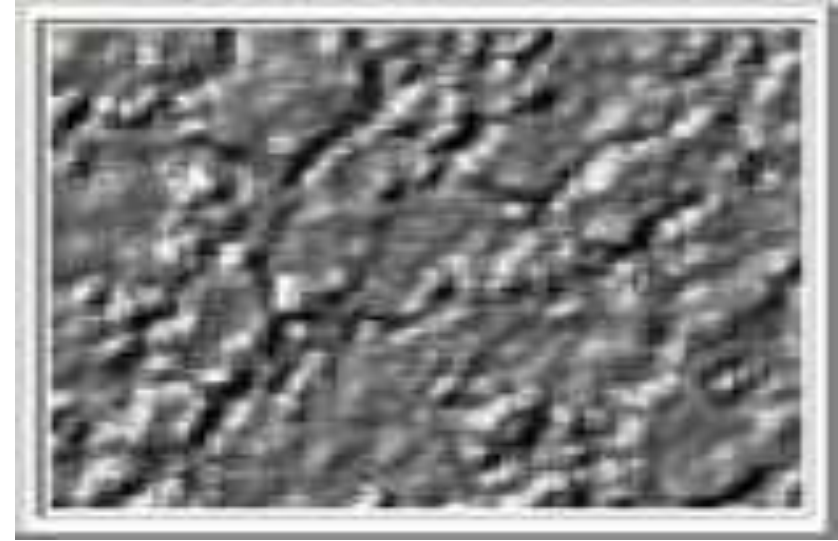
Pozitif ve Negatif Şekiller

Örnek resme baktığımızda görüyoruz ki, sanatçı/tasarımcı pozitif şekilleri dikkate almış ve alan bunun yanında negatif şekiller oluşturmuş. Bir tasarımda pozitif şekiller kadar negatifte kalan biçimler de o derece önem taşır. Tasarımcılar bazen bu örnekte de olduğu gibi parçaları yaratırken pozitif ve negatif öğelerde farklılık gözetmezler. (negatif de pozitif de aynı birinci resim bakınız)



DOKU

Doku obje üzerinde yani zemininde yapılan kalitesel değişiklik ve desendir. Objeye üzerindeki pürüzsüzlük, düzgünlük gibi özellikler obje üzerindeki açık veya koyu alanları da etkilemekte ve aynı zamanda derinlik katmak içinde kullanılmaktadır



- DEĞER VE RENK Değer:



Değer kullanılan tasarım alanında açık veya koyu olan alanlarla ilgilidir, vurgu için kullanılır. Değerdeki değişiklikler veya çeşitlemeler tasarımda odak noktasını yaratır. Bir tasarım düşünelim ki, öndeki obje açık arka plan da koyu kullanılmış, algımız öncelikli olarak resmin ortasındaki objeye yönlenecek ve dikkatimiz merkez noktaya kayacaktır. Aynı şekilde arka planın ve objenin renklerindeki değer değişikliği de algımızı etkileyecektir. Ayrıca değerdeki derecelendirme farklılıkları tasarım üzerinde derinlikli illüzyona neden olacaktır. Alanın açık ve koyu oluşu yani değeri üçüncü boyutu sağlamamızda bize yardımcı olur.

Yapılan araştırmalarda renklerin insan ruhunu çeşitli şekillerde tesir altına aldığı tespit edilmiştir. Renkler, insanları harekete geçirebilir, heyecanlandırabilir, sakinleştirebilir, uşutur veya ısıtır, rahatsızlık verebilir veya memnuniyet sağlayabilir veya bizi çevremizdeki varlıklardan uzaklaştırabilir”

Kansas niversitesi sanat müzesinde, bir araştırma için, halının altına elektronik bir sistemle duvar rengini beyaz ve kahverengi olarak değişebilir yapmışlar. Arka fon beyaz kullanıldığında, insanlar müzede yavaş hareket etmiş, daha uzun süre kalıp, daha fazla alanda dolaşmışlar. Arka fon kahverengiye döndüğünde ise, insanlar müzede çok daha hızlı hareket edip, daha az alan dolaşmış ve müzeyi, çok daha kısa sürede terk etmişler.

Renkler ve Anlamları

Renk farklı ışık ve dalga uzunluklarından oluşur, her renk farklı görüntüleri ve çağrışımları içinde barındırır. Kısaca bazı renklerin anlamları ve özelliklerine değinelim.

Kırmızı: Güç, tehlike, tutku, sevgi, ateş, kan. Kırmızı insan psikolojisinde çok etkili ve güçlü bir renk. Etrafımıza baktığımızda trafik ışıklarından levhalarına, reklâm kampanyalarından indirimli satış uyanlarına kadar birçok yerde bu etkiyi uzmanlar kullanır.

Turuncu: İlgi çekici, özendirici, yaratıcılık, hareketlilik, cesaretlendirici, güneş ışığı. Dikkat çekici bir renk olması ve insanlara renk bilimciler tarafından ispatlanmış olan tüm özelliklerinden ötürü aynı zamanda sağlığı simgelemekte. Genellikle yemek promosyonlarında, meyve suları gibi ürünler...

Sarı: Enerji, mutluluk, canlılık..

Turuncuyla benzer özellikler taşıyan sarı daha canlı ve enerji hissi uyandıran bir renktir. Araştırmalar bebeklerin sarı renkle boyanmış odalarda daha çok ağladığını, uyarıcı bir nitelik taşıdığını belirtmişlerdir. Sarı ve siyah rengin kombinasyonundan uyarı levhaları oluşturulmaktadır. (Çocuk giyim kampanyaları) Araştırmalar, erkeklerin bu rengi genellikle çocuksu buldukları ve pahalı ürünlerde bu rengi tercih etmediklerini göstermiş (Mercedes).

Yeşil: Doğallık, Barış, harmoni, tazelik, verimlilik, güvenli, para, iyileştirici güç, istikrar, dayanıklılık. Sağlık ve tüm doğal ürünler..(zeytinyağı, doğal çaylar)

Mavi: Gökyüzü, deniz, derinlik, sağlamlılık, güven, erdem, akıllılık, gerçek.

Temizlik malzemeleri, hava yolu şirketleri... Genellikle erkeklerin tercih ettiği bir renk olan mavi uzmanlarca erkek egemen bir renk olduğunu söylemişler.

Mor: Güç, başarı, büyü, mistisizm, saygınlık, romantizm, temizlik, nostalji ..

Genellikle kadınların tercih ettiği bir renk, kadın ürünleri ağırlıklı (molped),

Beyaz: Masumiyet, saflık, tanrısal, mükemmeliyet..

Yardım kurumları, hastaneler, temizlik ürünleri ..

Siyah: Güç, ayrıcalık, formalite, ölüm, gizem, kötülük...

Satın aldığınız ürünlere bir de bu açıdan bakmayı deneyin, elinize aldığınız süt kutusu siyah bir ambalajda satılsaydı ne hissederdiniz?

Rengin Özellikleri

Ton: Dalga uzunlukları üzerindeki açıklık koyuluk gibi öğelerle yaratılan renk çeşitliliği. Renk değen tonlama sonucu ile elde edilen çeşitliliğin belli bir objede veya tasarım yapılan herhangi bir parçadaki ağırlığını simgeler

- Yoğunluk (Intensity)
- Renk üzerindeki doygunluğuyla ilgili olan bu özellik değiştirilebilir ve tasarımdaki renksel uyumu yakalamamıza yarar.

- **Renk ve Alan**

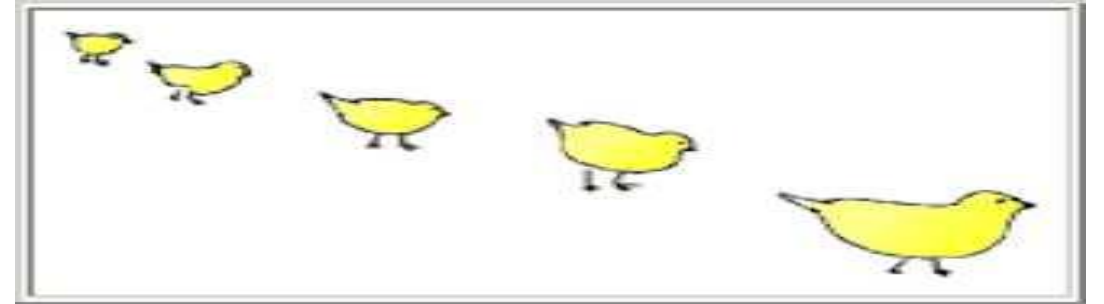
- Dizayn yapacağımız alan ve renk arasındaki uyum kalitesel ve anlamsal olarak tasarımımızda çok etkilidir. Yaratılan atmosfer, tasarım amacı ve renk başanlı bir tasarımda kombine olmalıdır.

-Alan: İllüzyon Alanı ve Derinlik

Üç boyutlu bir dünyada yaşıyoruz ve tasarımlarda çoğu zaman bu gerçek dünyayı yansıtmak gerekir. Bunun için:

- Boyut ve Dikey Mekân:

Boyutsal farklılıklar dikey mekânda derinlik ve mesafe kazanmamızı sağlar. Örnekte olduğu gibi objeler belli bir düzlem üzerinde sıralanmış ve boyutlandırılmıştır.



-Üst üste bindirmek:

Örnekte görüldüğü gibi üst üste bindirmek objelerin tamamlanmamış gibi görünmesine neden olmaz, algımız bu şekilleri bütünler ve aralarındaki diziliş her hangi bir negatifliğe yol açmaz.



- Detay -Atmosferik (ortamsal) Bakış

Atmosferik bakış renk ve değerin netlik değeriyle yaratılan derinliktir. Objeler arasındaki uyumun düşük olduğu durumlarda uyumu arka plan rengiyle tamamlarız. Ön plandaki objeler daha keskin ve netken arka plan daha bulanık olabilir.



- Çizgisel Perspektif

Çizgilerle temellendirilen bu perspektifte tüm çizgiler ortak noktayı hedefler ve yönlendirir. Resimdeki odak nokta çizgilerle yaratılırken tasarımcı/ressam yatay bir düzlemde duvarları, zeminleri kullanır. İki boyut olarak da kullanılabilen çizgisel boyut bina çizimlerinde ve tüm mimari çizimlerde üçüncü boyuta taşınır.



Mesajın grafikleştirilmesi süreci yani tasarım sürecince aslında tüm ayrıntılar düşünülerek ve bilinçli olarak seçilmektedir. Çevremizde gördüğümüz hiçbir mesaj gelişi güzel ya da tesadüfî değildir.

TEKNOLOJİK İLETİŞİM

TEKNOLOJİK İLETİŞİM

Teknoloji, mal ve hizmet üretiminde, insanların kullandığı her türlü yöntem ve yollarla, sahip olduğu tekniklerin tümüdür. Teknolojik iletişim araçları ise, gönderilecek mesajı herhangi bir kanal ile taşıyabilecek, bir sinyale dönüştüren teknik ya da fiziksel bir nesne olarak tanımlanmaktadır. İletişim amacıyla kullanılacak görüntü ve sesler teknoloji sayesinde uzaklara kolayca taşınabilmektedir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme tarihin ilk çağlarında, ateş ve dumanla başlamıştır. Elektronik alanda yaşanan gelişmeler sonucu 1970'lerden sonra iletişimde teknoloji kullanımını geliştirmeye başlamış, 90'lı yıllarda ise büyük bir ivme kazanmıştır. 80'li yılların ikinci yarısında kullanılmaya başlanan faksı, 90'lı yıllarda cep telefonu ve internet gibi ileri ve gelişmiş iletişim teknolojileri almıştır. 80'li yıllara kadar modern iletişim araçları olarak kullanılan teleks ve telgraf günümüzde hemen hemen hiç kullanılmamaktadır.

Bunu nedeni, günümüzde herhangi bir görsel mesajın 6 saniye gibi bir sürede dünyanın öteki ucuna çok ucuza ve hızlı bir şekilde e-posta aracılığıyla gönderebiliyor olmamızdır. Günümüzde iyice yaygınlaşan bilgisayarlar sayesinde, insanlar buldukları hemen hemen her yerden dünyadaki istediği kişiyle haberleşebilmekte ve iletişim kurabilmektedir.

Günlük yaşamımızda artık hepimizin kullandığı teknoloji cep telefonlarımızla, seyrettiğimiz dijital yayınlarla hayatımızda yerlerini almaktadırlar.



TEKNOLOJİK İLETİŞİM ARAÇLARI

Teknolojik iletişim araçları çeşitli şekillerde gruplandırılabilirler. Bu gruplamalardan biri kablolu ve kablosuz iletişim araçları olmak üzere iki kategoride ele alınmaktadır.

Kablolu bağlantı: Birden fazla iletişim aracının birbirlerine veya bir merkeze fiziksel bir kabloyla bağlantısının olduğu iletişim araçlarının ortak adıdır. Sabit telefonlar, teleks, telgraf ve kablolu televizyonların kablo bağlantıları bulunmaktadır.

Kablosuz bağlantı: Birden fazla iletişim aracının birbirlerine veya bir merkeze fiziksel bir bağlantılarının olmadığı iletişim araçlarıdır. Cep ve araç telefonları, uydu ve telsizler, kablosuz bağlantılarla iletişimin gerçekleştirildiği araçlardır.

SÖZEL İLETİŞİM ARAÇLARI

Sözel iletişim hem yazılı hem de işitsel iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmektedir. (Radyolar ve gazeteler de olduğu gibi)

YAZILI İLETİŞİM ARAÇLARI

Yazılı iletişim araçları günümüzde yaşamımızın hemen hemen her anına hâkim olmuş durumdadır. Yazılı iletişim araçlarının başlıcaları; mektup, davetiye, kartpostal, genelge, yazılı notlar, el kitapları, ilan tahtası, raporlar olarak sayılabilir. Bunların yanı sıra işletmelerde kullanılan; bilgilendirme yazışmaları, sirküler, basın bülteni, gazete ve dergiler, kitaplar, broşür, ilan vb. dokümanlar da yazılı iletişim araçları grubuna girmektedir. Aşağıda bu araçların özellikleri ve kullanım alanları hakkında bilgiler yer almaktadır.

SMS (Short Messaging Service)

En basit tanımıyla iki mobil cihaz (cep telefonu) arasındaki mesaj alış verişini sağlayan sistemdir.

Cep telefonuna SMS iletiminde doğabilecek bazı iletişim engelleri şöyledir:

- Karşı tarafın mesaj kaydedecek yeterli boş alanı olmayabilir.
- Telefon pilinin şarjı bitmiştir.
- Mesaj gönderilen kişi mesajını kontrol etmemiştir

E-POSTA(e-mail):

E-posta metin, resim, bilgisayar programı, sesli ve görüntülü materyalin bir bilgisayardan diğerine taşınmasıdır. Yazılı ve grafiksel mesajların internet aracılığıyla bir elektronik posta adresine gönderilebilmesi için mesajın gideceği bir elektronik posta adresine (e-mail) gereksinim vardır. Hızlı ve neredeyse bedava olması, elektronik postayı günümüzün en popüler iletişim yollarından biri haline getirmiştir. E-posta adresi kişinin kullanıcı adı ve internet adresinden oluşmaktadır. E-posta adresleri @ işaretiyle ayrılan iki bölümden meydana gelir.

İŞİTSEL İLETİŞİM ARAÇLARI

İşitsel iletişim araçları arasında belki de en çok kullanılan telefon ile yaptığımız iletişim ve radyo iletişimidir. Günümüzde internet bağlantısı ile de işitsel iletişim yapılabilmekte ise de bağlantıyı sağlayan büyük ölçüde telefon hatlarıdır. Radyo yayınları, özellikle günümüzde çok çeşitlenmiş ve her kesimde bireyin gereksinimlerine karşılık verecek yayınları hizmete sunmaktadırlar.

Telefon:

Telefon insanoglunu en büyük icatlarındandır. Telefonun zaman kazandırma özelliği, onu vazgeçilmez kılmaktadır. Anında haberleşmeye olanak vermesi, kişiler farklı mekanlarda ve uzak yerlerde bile olsalar telefon sayesinde haberleşebilirler, bu da telefonun en önemli avantajıdır. Son yıllarda hayatımıza iyice giren cep telefonları iletişime sınır ve zaman tanımaz bir boyut kazandırmıştır. Cep telefonu kullanımını, sabit telefonların kullanımına benzemesine karşın kendine özgü birtakım kullanım ilkeleri bulunmaktadır.



Bir resim bin kelimeye bedeldir.

Çin atasözü

Cep telefonu ile konuşma ilkeleri;

- Telefonu gerektiği kadar çaldırınız.
- Telefonu kolay ulaşılabilir bir yerde taşıyınız.
- Yemek yerken asla telefon görüşmesi yapmayınız.
- Telefonda öksürmeyiniz, aksırmayınız.
- Hem telefon hem de yanınızdakilerle aynı anda konuşmayınız.
- Pil zayıfladığı için görüşmeyi bitirmeyiniz.
- Mesaj bırakırken, ad, soyad ve arama nedeninizi açıklayınız.
- Aradığınız kişiye kendinizi tanıtınız.
- Karşı tarafın müsait olup olmadığını sorunuz.
- İş görüşmelerinizi çalışma saatlerinizde yapınız.

- Kimsenin telefon numarasını izin almadan başkasına vermeyiniz.
- Cep telefonlarını sekreterinize aratmayınız.
- Teklif gelmedikçe başkalarının telefonunu kullanmayınız ve cevaplamayınız.
- Araç içinde arandığınızda, araçta başkalarının da bulunduğu uyarısını yapınız.
- Telefonunuz çaldığında yanınızdakilerden izin alınız.
- Kapalı mekânlarda kullanmamaya özen gösteriniz.
- Otomobil kullanırken kullanmayınız (Ya da araç kiti kullanınız.)
- Kapatmanız gereken yerlerde kapatınız. (Sinema, tiyatro, sınıf, tören, cenaze vb.)
- Yanlışınızı düzeltiniz, asla cevap vermeyiniz ve hemen kapatınız.
- Resmi yasaklara uyunuz. (Uçak, otobüs, hastane vb.)

‘Telesekreter:

Telesekreter, cevap verilmeyen telefonlar için arayanın sesli mesaj bırakabilecekleri cihazlardır. Sistemin özelliği gereği telefon birkaç defa çaldıktan sonra cihazda kayıtlı bulunan karşılama mesajı devreye girmektedir. Arayan, karşılama mesajını dinleyip sinyal sesini duyduktan sonra mesajını bırakmaktadır.

Telesekretere mesaj bırakırken dikkat edilmesi gereken ilkeler şunlardır;

- Mesajınız kısa olmalıdır.
- Temiz ve anlaşılır bir ses tonuyla konuşun.
- Arama nedeninizi açıklayın.
- Aradığınız tarih ve saati söyleyin.
- Aranmak istiyorsanız telefon numaranızı bırakın.

Telsiz:

Telsiz, kablosuz telefonlar gibidir. Telsizin cep telefonundan farklı en önemli yönü, arayan ve aranan kişinin sıra ile konuşmasıdır. Konuşan kişi, konuşma sırası kendisine geldiğinde telsizdeki konuşma tuşuna basarak konuşmakta, sözleri bitince düğmeden parmağını çekmektedir. Telsiz konuşmalarında, konuşan, sözlerinin bittiğini cümlenin sonunda kullanacağı “tamam” sözcüğü ile karşı tarafa iletmektedir. “Tamam” sözcüğünü takiben dinlemeye geçmek için parmak konuşma düğmesinde tutulmamalı ve “tamam” sözcüğünü duymadan konuşmaya geçmemelidir.

Telekonferans:

İletişim harcamalarını yükselmesi nedeniyle bazı firmalar değişik bölgelerdeki şubelerinde çalışan personelleri ile telekonferans yöntemiyle iletişim kurmaktadırlar. Telekonferans karşılıklı etkileşime dayalı iletişimde karşılıklı olarak nitelik ve niceliği artırmaya olanak vermektedir. Telekonferansta görüntü ve ses ayrı ayrı ya da aynı anda tek yönlü veya iki yönlü olarak gönderilebilmektedir. Birbirlerinden binlerce kilometre uzaklıkta olan bireyler arasında anında karşılıklı iletişim kurma olanağı sağlanabilmektedir. İki tip telekonferans bulunmaktadır.

İşitsel telekonferans

İşitsel tele konferans yöntemi, telefonla konferansın zenginleştirilmiş şeklidir. Sunuş başlamadan önce organizasyonu yapan merkez, elektronik ortamda diğer şube ya da merkezlere bağlanır. Bunu düzenlemek için fazla bir göstermeye gerek yoktur. Bir toplantı masasına mikrofon bağlamak kadar kolaydır. Diğer merkezlerdeki katılımcılar önlerindeki mikrofonlara konuşarak sesleri gönderir ve alırlar. İşitsel telekonferans ile birkaç kişi bir anda yüz yüzeymiş gibi görüşme yapabilmektedir. Özellikle yan yana gelinmesi zor olan durumlarda çok yararlıdır. Danışma ve fikir alışverişlerinde kullanımı yararlıdır ve zaman kazandırmaktadır.

Görsel tele konferans:

Görsel tele konferansta, sunuşlar hem ses hem de görüntü olarak diğer merkezlere aktarılmaktadır. Yayın canlı ya da banttandır gerçekleştirilebilir. Tele konferansın canlı olması tüm katılımcıların aktif olarak toplantıya katılımlarına olanak sağlamaktadır.

Etkili bir telekonferans gerçekleştirebilmek için yazılı materyaller dahil tüm yardımcı görsel araç ve gereçlerin sunum başlamadan önce ilgili tüm katılımcılara dağıtılmış olması gerekmektedir. Ayrıca tüm katılımcılar iletişime katılmak için özen göstermelidirler.

Tele Konferansın Avantaj ve Dezavantajları

Avantajları:

- Zaman kaybını önlediği için verimlidir. Üretimi aksatmaz.
- Ucuz bir yöntem sayılabilir.
- İletişime bir anda daha fazla insan katılabilir.
- Çok uzak bölgelerdeki insanlar arasında bile etkileşim sağlamaktadır.
- Yüz yüze toplantıların mümkün olmadığı durumlarda toplantının gerçekleşmesini sağlar.

Dezavantajları:

- Yüz yüze toplantıların yerine geçebileceğinden insan ilişkilerini azaltabilir.
- Teknik cihazlar katılımcıların hareket kabiliyetini sınırlandırabilir.
- Ses ve görüntüde bir takım aksaklıklar iletişime engel olabilir.
- Sunuş tele konferans yöntemine uygun olmayabilir.
- Yazılı materyaller önceden yerlerine ulaştırılamayabilir.

GÖRSEL İLETİŞİM ARAÇLARI Televizyon

Görsel iletişim araçları arasında en çok kullanılanı televizyondur. Televizyon, günümüzde hemen hemen her evde kullanılan bir toplu iletişim aracıdır. En etkili iletişim araçlarından biridir. Toplumlara olan etkisi halen tartışılan, haberi, eğlenceyi, bilgiyi kendi bakış açılarıyla topluma sunan kanalların toplum eğitimi konusunda da büyük rolleri vardır.

Bilgisayar

Bilgisayar diğer görsel iletişim araçları arasında iletişimde benzersiz imkanlar sunan çok yönlü kullanımı bulunan bir araçtır. Bilgisayar, özellikle üretim, ğretim, yönetim, sunu ve iletişim aracı olarak kullanılabilir. Çeşitli sunumlar, animasyon vb. izlenebilmesi bakımından, yazılı bir iletişim sağlamanın yanında aynı zamanda görsel iletişim için de yararlanılabilinen bir araçtır.

Bilgisayar Ağları (Network)

Bilgisayarların ağlar ile birbirlerine bağlı ve iletişim halinde olması ucuz, güvenli ve hızlı bir iletişimi sağlamaktadır. Günümüzde küçük işletmeler dahil bir çok işletme iletişim ağı ya da "network" denilen bir iletişim sistemi kullanmaktadır. Bilgisayar ağları iki kategoride ele alınabilmektedir. Bunlar;

- Yerel Bilgisayar Ağı (Local Area Network)
- Geniş Alan Bilgisayar Ağı (Wide- Area Network)

Word Wide Web

WWW olarak da isimlendirilen sistem dünya üzerindeki bilgi alışverişini sağlamak amacıyla geliştirilen bir programdır. Bu program http (Hypertext Transfer Protocol) adı verilen bir protokol kullanmaktadır.

WWW; World Wide WEB kelimelerinin baş harflerinin bir araya getirilmesiyle oluşmuş ve “Dünyayı Saran Ağ” anlamına gelmektedir. İnternet üzerinde bir birlerine bağlantılı içinde grafik, resim, animasyon ve ses bulunan sayfalar bilgisayardan bilgisayara gönderilmektedir.

intranet

İnternet benzeri bir sistemin işletmelerdeki şekline denilmektedir. Sıklıkla “internet” ile karıştırılmaktadır. İşletme bünyesinde kurulan bir çeşit internet olarak açıklanabilir. İtranet sayesinde işletmeler bünyelerinde yer alan şubeleri birbirlerine bağlayarak bilgi akışını sağlamaktadır. Bu sayede bir çok firma, telefon ve faks sistemiyle yürütmeye çalıştıkları, sipariş alma, raporlama vb. işlemleri intranet üzerinden gerçekleştirmektedirler. İtranetin tercih edilme nedenleri arasında, ucuz olması, kolay kullanımını, zamandan tasarruf sağlaması, bilgi kullananların denetim kolaylığı, multimedya uygulamalarını kolayca iletebilmesi bulunmaktadır.

Extranet

Ticari işletmelerin veya organizasyonların tedarikçileri, toptancıları, perakendecileri, bayileri ve bazı müşterileri arasında bilgi alışverişini sağlamak üzere üçüncü şahıslara kapalı olan bilgisayar sistemine verilen addır.

TEKNOLOJİK ARAÇLARIN İLETİŞİME ETKİLERİ

Teknolojik iletişim araçlarının bazı kolaylıkları olduğu gibi bazı zorlukları da vardır. İnternet sayesinde istediğiniz bütün bilgilere sahip olabilirsiniz. Örneğin, herhangi bir konuda yapmak istediğiniz araştırma konusunu bilgisayara girmek suretiyle dünyadaki o konuyla ilgili internete verilen tüm bilgilere ulaşma olanağı bulunmaktadır. Bu derece yararlı bilgilere ulaşmayı kolaylaştırıcı bir aracının amacı dışında kullanılması başta çağımızın en önemli değeri olan zamanın boşa harcanmasını ve maddi kayıplara sebep olacaktır.

İLETİŞİM VE ENFORMASYON ARASINDAKİ FARK

Enformasyonlar, bazen iletişime dönüşür, bazen de dönüşmez.

Örneğin bir evin penceresindeki “KİRALIK 3 ODA” ilanını yalnızca okuyup geçerseniz, bu uyarıcı sizin için bir enformasyon olmakta kalır. Ev sahibiyle yüz yüze ya da telefonla konuşmanız durumunda ise iletişim ortaya çıkar.

Genel anlamda, iletişimin gerçekleşmesi için iki sistem gereklidir.

İletişimde, bilgi akışının iki yönlü olması beklenir. Bir bilgi kaynağından tek yönlü bilgi iletimine “enformasyon”, karşılıklı bilgi alışverişine ise “iletişim” adı verilir.

Güzelliğin şarkısını söyleyene eğer,
Çölün ortasında tek başına olsan bile,
Bir dinleyeninin olacaktır.

Halil Cibran

Sorularınız varsa cevaplayayım.

Daha sonra aklınıza soru gelirse lütfen yüz yüze, e posta veya telefon yoluyla ulaşınız.





Bu ders notları zeytincilik programı öğrencileri, Kursiyerler, sektör temsilcileri, diğer üniversitelerde okuyan önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencileri ile araştırmacılara yönelik hazırlanmıştır. Daha detay bilgiye ulaşmak isterseniz lütfen iletişime geçiniz.

DERS NOTLARI SÜREKLİ YENİLENMEKTEDİR.
LÜTFEN DAHA ÖNCE İNDİRDİĞİNİZ DERS NOTU VARSA
YENİ TARİHLİ OLAN DERS NOTUNU TERCİH EDİNİZ.
NOTLARDA HATALI ve
EKSİK BİR YER GÖRDÜĞÜNÜZDE LÜTFEN BİLDİRİNİZ.

Dr. Mücahit KIVRAK

0 505 772 44 46

kivrak@gmail.com

www.zeytin.org.tr

www.mucahitkivrak.com.tr

Sosyal medya iletişim

<https://www.facebook.com/mucahit.kivrak>

<https://twitter.com/zeytinist>

<https://instagram.com/zeytinist/>

<https://www.youtube.com/channel/UCNDXadH7jpB0FVRLbEvtqHA>