

Grafik Tasarımın İlham Verici Alanları: Yapay Zekâ Çağı

Editörler: Doç. Dr. Nihat Altuntepe
Dr. Öğr. Üyesi Gökçin Çubukcu



Grafik Tasarımın İlham Verici Alanları: Yapay Zekâ Çağı

Editörler:

Doç. Dr. Nihat Altuntepe

Dr. Öğr. Üyesi Gökçin Çubukcu



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şhitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgurayinlari.com

✉ info@ozgurayinlari.com

Grafik Tasarımın İlham Verici Alanları: Yapay Zekâ Çağı

Editörler: Doç. Dr. Nihat Altuntepe • Dr. Öğr. Üyesi Gökçin Çubukcu

Language: Turkish-English

Publication Date: 2025

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-8554-00-7

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub979>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Altuntepe, N. (ed), Çubukcu, G. (ed) (2025). *Grafik Tasarımın İlham Verici Alanları: Yapay Zekâ Çağı*.

Özgür Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub979>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgurayinlari.com/>



İçindekiler

Bölüm 1

Post Dijital Çağda Tasarımcının Değişen Rolü ve Tasarımcının Yerine Düşünmek	1
<i>Emre Çağman</i>	

Bölüm 2

Stil mi Stilizasyon mu? Yapay Zeka Destekli Grafik Tasarımda Özgünlük Arayışı	17
<i>Duygu Dinçeli Çay</i>	

Bölüm 3

Supporting Graphic Design Education With Generative Artificial Intelligence Technologies: Learning Environments and Studio Practices	43
<i>Pınar Tuğçe Yelki</i>	

Bölüm 4

Yapay Zeka ile Hareketli Grafikler	65
<i>Şerafettin Dedeoğlu</i>	
<i>Yasemin Dedeoğlu</i>	

Bölüm 5

Tasarım ve Teknoloji Arasındaki Kavramsal Dönüşüm	87
<i>Tuğba Gayret</i>	

Bölüm 6

Yapay Zekanın Grafik Tasarım Üzerindeki Teorik Etkisi	101
<i>Emre Çağman</i>	

Post Dijital Çağda Tasarımcının Değişen Rolü ve Tasarımcının Yerine Düşünmek

Emre Çağman¹

Giriş

Grafik tasarım disiplini, Gutenberg'in matbaasından günümüz yapay zekâ sistemlerine kadar her teknolojik kırılmada yalnızca üretim araçlarını değil, tasarımcının ontolojik konumunu da yeniden tanımlamıştır. Bugün, yapay zekâ destekli tasarım araçlarının hızla yaygınlaşması ve görsel üretim kapasitesinin demokratikleşmesiyle birlikte bu disiplin, belki de tarihinin en radikal sorusuyla karşı karşıyadır: Tasarımcı kimdir ve tasarım eylemi neyi içerir? Bu soru ile tasarımın kimliği ve tasarımcının rolü üzerine önemli bir tartışmayı meydana getirmektedir.

Kim Cascone'un (2000) müzik üretimi bağlamında ortaya koyduğu "post-dijital" kavram, dijital teknolojilerin artık yeni, şaşırtıcı veya ayrıcalıklı olmadığı, gündelik yaşamın görünmez bir parçası haline geldiği durumu tanımlamaktadır. Cascone'un "dijitalin sıradanlaşması" tespiti, yirmi beş yıl sonra "yapay zekânın sıradanlaşması" olarak yeniden okunabilir hale gelmiştir. Ancak bu kez soru, yalnızca teknolojinin görünmezliği değil, tasarımcının varlık nedeninin kendisidir. Yapay zekâ sistemleri saniyeler içinde binlerce tasarım varyasyonu üretebiliyorsa, renk harmonilerini optimize edebiliyorsa ve kullanıcı deneyimini tahmin edebiliyorsa, tasarımcının rolü nedir?

Bu çalışma, söz konusu ontolojik krizi post-dijital kavramsal çerçeve içinde ele almayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel savı, post-dijital düşüncenin sunduğu perspektifin—analog ile dijitalin harmanlanması, hatanın estetize edilmesi, maddeselliğin görünür kılınması, insan müdahalesinin vurgulanması—yapay zekâ çağında tasarımcının konumunu yeniden tanımlamak için elverişli bir zemin sunduğudur. Bu bağlamda çalışma, tarihsel bir bakışla grafik tasarımda tasarımcı figürünün evrimini

1 Giresun Üniversitesi Rektörlüğü, emre.cagman@giresun.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6076-4537

izleyerek, her teknolojik dönüşümde bu rolün nasıl yeniden şekillendiğini sistematik olarak incelemektedir.

Matbaanın icadı, tasarımcıyı teknik bir organizatör olarak konumlandırmıştır. Sanayi Devrimi ve litografinin yükselişi, onu kamusal alanda ikna edici bir iletişimci haline getirmiştir. Modernizm ve Bauhaus, tasarımcıyı evrensel görsel düzenin mimarı olarak tanımlamıştır. Dijital devrim ise onu hem yaratıcı hem teknik operatör konumuna yükseltmiştir. Şimdi, yapay zekâ çağında tasarımcı, biçim üreten kişiden çok kavramsal çerçeveyi kuran, anlamı seçen ve yönlendiren bir kültürel arabulucuya dönüşmektedir. Bu dönüşüm kaçınılmaz mıdır, yoksa tasarım pratiğinin doğasına dair bir yeniden düşünme imkânı mıdır?

Çalışma, bu soruyu yanıtlamak üzere üç temel eksen üzerinde ilerlemektedir: Birincisi, post-dijital kavramın kuramsal çerçevesinin grafik tasarım pratiğine uygulanması; ikincisi, tasarımcı rolünün tarihsel evriminin teknolojik dönüşümlerle ilişkisinin analizi; üçüncüsü, yapay zekâ sistemlerinin tasarım süreçlerine entegrasyonunun post-dijital perspektiften eleştirel değerlendirmesi. Bu çerçeve, teknolojik determinizmi reddederek, tasarımcıyı insan ve makine arasındaki dinamik bir ilişkiler ağının aktif öznesi olarak yeniden konumlandırmayı hedeflemektedir.

1. Post dijital kavramının kuramsal çerçevesi ve tasarım pratiğine etkisi

“Post-dijital” kavramı hem teknolojik gelişmelere hem de kültürel üretim biçimlerine verilen tepkilerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. İlk kez Kim Cascone tarafından 2000 yılında yayınlandığı *“The Aesthetics of Failure: Post-Digital Tendencies in Contemporary Computer Music”* adlı makalede akademik bir bağlamda kullanılmıştır. Cascone (2000), dijital teknolojilerin müzik üretiminde sıradanlaşmasının ardından, sanatçıların ilgisinin dijital teknolojinin “yeniliğinden” çok “hatalarına”, “gürültüsüne” ve analogla kesiştiği alanlara kaydığını gözlemlemiştir. Bu noktada “post” önceki alan dijital kavramı, “dijital teknolojiyi aşmak” veya “dijitalin sonu” anlamında değil, onun kültürel olarak içselleştirildiği bir dönemi anlatmak için kullanılmıştır. Dijital teknolojilerin artık yeni, şaşırtıcı veya ayrıcalıklı olmadığı, gündelik yaşamın görünmez bir parçası haline dönüştüğü durumu anlatan bu kavram ile dijital teknolojilerin olağanlaştığı, teknolojik yeniliğin kendisinden çok insan deneyimi ve kültürel bağlamların ön plana çıktığı çağın adı olarak nitelendirilmektedir. Savin ve Baden (2024), post dijital kavramını eski ve yeniyi birleştiren bir duruş, zamansal bir pozisyonun ziyade eleştirel bir bakış açısı ve felsefe olarak nitelendirmektedir. 2013 yılında viral olan,

parkta otururken mekanik bir daktilo kullanan insanı gösteren görsel, “Bir daktilonla parka gidene kadar gerçek bir hipster değilsin” gibi alaycı bir başlıkla sunulmuştu. Bu örnek, dijital kültür ile post-dijital kültür arasındaki farkı net bir şekilde göstermektedir (Cramer, 2014, s.11).

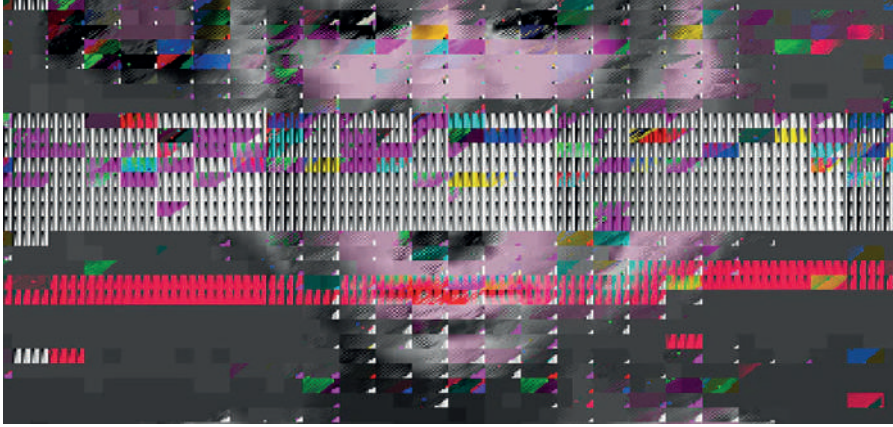


Şekil.1: Mekanik daktilo kullanan insan görseli (Cramer, 2014, s.11).

Dijital çağda metin üretimi için kullanılabilecek bir aracı temsil eden ancak ontolojik olarak mekanik-analog bir cihaz olan daktilonun tercih edilmesi, Cramer’a (2014, s.11) göre post-dijital mantığın somut bir tezahürüdür. Dijital teknolojinin reddedilmediği, analog olarak nitelendirilen eski daktilo, plak, fotoğraf gibi eski medya araçlarının tercih olarak seçilmesi post dijital mantığını yansıtmaktadır. Tasarımcının yaratıcı niyeti, dijital yazılımın algoritmik mantığı, analog materyalin direnci ve tesadüfi hatalar bir araya gelerek, hiçbirinin tek başına üretemeyeceği bir tasarım nesnesini ortaya çıkarır.

Cascone (2000) dijital hataların, gürültünün ve bozulmaların estetik değerini vurguladığı glitch estetiği kavramını öne sürmüştür. “Glitch” terimi, 1950’lere kadar uzanan bir teknik jargon sözcüğü olup, radyo yayıncılığı çevrelerinde “anımsal hata, kayma” anlamında kullanılmıştır (Harper, 2025). Glitch estetiği gibi yönelimler, dijital teknolojilerin kusursuzluk söylemine eleştirel bir perspektiften yaklaşarak, teknik arızaları, bozulmaları ve eski teknolojilerin görsel dilini bilinçli bir biçimde estetik stratejiye dönüştürür.

Böylece, tasarım sürecinde uzun süredir arka planda kalan tasarımcının öznel müdahalesi ve yaratıcı ajansı yeniden görünür kılınmakta; üretim süreci yalnızca teknolojik araçlara değil, insan faktörünün iradi katkısına da vurgu yapmaktadır.



Şekil.2: Rosa Menkman'ın glitch art örneği (Colombo, 2018).

Post-dijital tasarım, aynı zamanda kültürel ve toplumsal eleştiriyi de içermektedir. Analog ve dijital yöntemlerin bir arada kullanılması, tüketim kültürünün ve dijital medyanın estetik biçimlerine yönelik bir farkındalık yaratmaktadır. Bu bağlamda post-dijital tasarım, Jean Baudrillard'ın (2011) hipergerçeklik kavramıyla tanımladığı, simülasyonun gerçeklikten daha gerçek hale geldiği, orijinal ile kopya arasındaki ayrımın çöktüğü, postmodern duruma eleştirel bir yanıt sunmaktadır. Baudrillard'a göre dijital teknolojiler, kusursuz simülasyonlar üreterek gerçekliğin kendisini gizler ve her şeyin “sorunsuzca” işlediği bir şeffaflık illüzyonu yaratmaktadır. Glitch estetiği ise bu illüzyonu bilinçli olarak bozarak, simülasyonun arkasında yalnızca veri, kod ve algoritmaların olduğunu açığa çıkarmata; böylece dijital medyanın “görünmez” maddeselliğini estetik bir değer olarak görünür kılmaktadır. Bu anlamda glitch, Baudrillard'ın öngördüğü simülasyon düzenine karşı, dijitalin kendi gerçekliğini ve sınırlarını ifşa eden bir müdahale olarak görülebilir. Grafik tasarım alanında dijital yazılımlarla üretilen görsellerin geleneksel baskı teknikleriyle birleştirilmesi, günümüzde yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu yaklaşım, yalnızca nostaljik bir estetik arayışını değil, aynı zamanda dijital üretimin homojenleştirici etkisine karşı, her bir tasarım nesnesinin benzersizliği, tikeliliği ve otantikliği yeniden üretme çabasını da yansıtmaktadır. Tasarım nesnesi, böylece sonsuz kopyalanabilirlik özelliğinin ötesine geçerek benzersiz bir maddesel varlık niteliği kazanmaktadır.

Post-dijital tasarım pratiği, dijital teknolojilerin sıradanlaştığı bir çağda tasarımcının konumunu ve tasarım nesnesinin doğasını yeniden tanımlamaktadır. Bu yaklaşım, teknolojik determinizmi reddederek, tasarımcıyı ne dijital araçların edilgen kullanıcısı ne de tam kontrole sahip bir yaratıcı deha olarak tanımlamakta, insan ve makine arasındaki dinamik bir ilişkiler ağının parçası olarak konumlandırmaktadır. Analog ve dijital yöntemlerin bilinçli harmanlanması, tasarımcının niyeti, dijital yazılımın mantığı, analog malzemenin direnci, tesadüfi hatalar gibi heterojen öğelerin bir araya gelerek öngörülemez bağlantılar ve yeni anlamlar ürettiği bir tasarım ekolojisi yaratmaktadır. Glitch estetiği, geleneksel baskı teknikleri ve retro-dijital yaklaşımlar aracılığıyla post-dijital tasarım, dijital medyanın kusursuzluk ve şeffaflık söylemini bozarak, üretim sürecinin maddeselliğini, hatalarını ve insani müdahalesini görünür kılmaktadır. Bu anlamda post-dijital, yalnızca estetik bir tercih değil; teknolojik ilerleme anlatısına eleştirel bir duruş, dijital homojenliğe karşı tikelliliğin savunusu ve nihayetinde tasarımın kültürel, toplumsal ve felsefi boyutlarını yeniden düşünme çabası olarak değerlendirilebilir. Baudrillard'ın tanımladığı simülasyon düzeninde, glitch ve maddesel müdahaleler, kusursuz simülasyonun ardında yalnızca veri ve algoritmalar olduğunu ifşa ederken; aynı zamanda dijital medyanın kendi maddeselliğini, piksel yapısını, sıkıştırma hatalarını, kodun kırılmasını estetik bir değer olarak öne çıkarmaktadır. Böylelikle post-dijital tasarım, simülasyondan kaçış değil, onun eleştirel ve deneysel bir şekilde yeniden işlenmesi yoluyla, tasarım pratiğinde özgünlük ve anlam arayışını sürdürmektedir.

Günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin tasarım süreçlerine entegrasyonu, post-dijital düşüncenin bu temel sorularını gündeme getirmektedir; Cascone'un "dijitalin sıradanlaşması" tespiti, bugün "yapay zekânın sıradanlaşması" olarak okunabilir; ancak bu sefer soru, yalnızca teknolojinin görünmezliği değil, tasarımcının varlığının kendisidir. Bu bağlamda, yapay zekâ çağında tasarım sürecinin ontolojisi ve tasarımcının değişen rolü, post-dijital kuramsal çerçeve içinde ele alınmayı gerektirir.

2. Tasarım sürecinin dijital dönüşümü ve tasarımcının rolü

Grafik tasarım, insanlık tarihinin en eski iletişim biçimlerinden biri olan görsel anlatımın modern çağdaki karşılığı olarak tanımlanabilir. Tarihsel gelişimi, teknolojik yenilikler, toplumsal dönüşümler ve estetik anlayışlardaki değişimlerle paralel ilerlemiştir. Grafik tasarımın temelleri, mağara resimleri, piktogramlar ve sembolik anlatımlarla atılmıştır. Mısır hiyeroglifleri ve Mezopotamya yazı sistemleri, bilginin görsel düzenlenişinin ilk örnekleri olarak sayılmaktadır. Bu dönemde tasarım estetikten çok iletişim

işlevine hizmet etmiştir. Çin’de kâğıdın bulunması ve ardından Gutenberg’in 15. yüzyıldaki matbaa devrimi, grafik tasarım tarihinde bir kırılma noktaları olarak değerlendirilmektedir. Zira bu dönemden önce orta çağda, kitap yazım ve çoğaltım teknikleri, manastırlarda scriptorium adı verilen yazı odalarında, kaligraflar tarafından yapılmaktaydı (Meggs & Purvis, 2012, s.49). Bu da oldukça zaman alan zahmetli bir üretim süreci olarak görülmektedir.



Şekil.3: Scriptoriumda çalışan bir kaligraf (Ovenden, 2024).

Matbaanın icadıyla birlikte yazı düzenleyicileri, gravür ustaları ve matbaacılar, tasarımın erken teknik uygulayıcıları olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönemde tasarımcı, yaratıcı bir figür olmaktan ziyade, tipografi seçiminden sayfa mizanpajına kadar baskı sürecinin teknik organizasyonunu üstlenen bir usta konumunda sayılmakta, bilginin çoğaltılması, düzenlenmesi ve yayılması, tasarımcının temel sorumluluğu olarak kabul edilmekteydi (Meggs & Purvis, 2012, s.46). Tipografinin doğuşu, bilgi yayılımını hızlandırmış; kitap mizanpajı, harf karakterleri ve baskı teknikleri yeni bir görsel düzen anlayışı yaratmıştır.

Sanayi Devrimi’yle birlikte grafik tasarımının yükselmesi, tasarımcının rolünde önemli bir kırılma yaratmıştır. Litografi ve renkli baskı tekniklerinin gelişmesi, tipografiyle illüstrasyonun birleşmesini sağlamıştır. Tasarımcı artık yalnızca bilgi düzenleyen değil, görsel dili kuran ve etkili bir iletişim aktörüne dönüşmüştür (Meggs & Purvis, 2012, s.145). Reklamın yükselişiyle tasarımcı, mesajı biçimlendiren, izleyiciyi yönlendiren ve tüketici davranışlarını etkileyen bir ikna edici figür hâline gelmiştir. 20. yüzyılın

başında modernizm ve Bauhaus anlayışı, tasarımcıya sistem kurucu bir rol kazandırmıştır. Bu dönemde tasarımcı, görsel düzenin yasalarını belirleyen, tipografi ve mizanpaj ilkelerini rasyonel bir çerçevede tanımlayan bir otoriteye dönüşmüştür (Meggs & Purvis, 2012, s.326). Grid sistemleri, sadeleştirilmiş görsel dil ve evrensel iletişim ideali doğrultusunda tasarımcı, yalnızca estetik üretici değil, aynı zamanda toplumsal iletişim için düzen kuran bir uzman olarak görülmekteydi. II. Dünya Savaşı sonrasında kurumsal kimlik sistemlerinin gelişmesiyle birlikte, tasarımcıların markalarla kurduğu ilişki stratejik bir boyut kazandı; tasarım artık kurumların kültürünü temsil eden bir araç hâline gelmiştir (Meggs & Purvis, 2012, s.423-424). Yirminci yüzyılın son çeyreği ve yirmi birinci yüzyılın ilk on yılında, elektronik ve bilgisayar teknolojisi olağanüstü bir hızla ilerleyerek insan faaliyetinin birçok alanını dönüştürmüştür. Grafik tasarım, dijital bilgisayar donanımı ve yazılımı ile İnternet'in patlayıcı büyümesiyle geri dönülmez biçimde değişmiştir. Masaüstü yayıncılık yazılımları, tasarımcıyı hem yaratıcı hem de teknik operatör konumuna getirmiştir (Meggs & Purvis, 2012, s.530). Dijital araçları etkin kullanmak tasarım pratiğinin merkezine yerleştirmiştir. Bu dönemde tasarımcı, teknolojik araçları yöneten, üretim sürecinin hem yaratıcı hem de uygulayıcı ayağında yer alan çok işlevli bir figüre dönüşmüştür.



Şekil.4: Steve Jobs tarafından üretilen kişisel bilgisayarlar (Baraniuk, 2024).

IBM ve Apple tarafından üretilen kişisel bilgisayarlar, Aldus PageMaker, Adobe PostScript, Illustrator, gibi programlar, dijital tipografi ve masaüstü

yayıncılığın devrimi temelini oluşturmaktadır. Böylece tasarım süreçleri hızlanmış, görsel üretim çeşitlenmiştir. Bilgisayar teknolojisinden önce kullanılan daktilolar ile tasarımcıların da yapabilecekleri nitekim kısıtlıdır. Metin içindeki bir yazıyı bold veya italik yapma, altı çizili sözcükler kullanmak gibi görsel hiyerarşiyi düzenlemek mümkün değildi (Uçar, 2019, s.225). Bilgisayar teknolojisi ile tasarımcının yapabileceklerinin sınırları da genişlemiştir. Günümüzde internet, sosyal medya ve mobil teknolojiler, grafik tasarımın alanını interaktif, çok kanallı ve veri odaklı bir boyuta taşımıştır. Tasarımcılar bu dönüşüm sürecinde aktif ve vazgeçilmez özne rolünde nitelendirilmektedir.

Grafik tasarım tarihi boyunca tasarımcı figürü; zanaatkârlıktan teknik uzmanlığa, oradan yaratıcı iletişimciye, sistem kurucuya ve nihayetinde kavramsal bir kültür üreticisine evrilmiştir. Bu dönüşüm, tasarım pratiğinin yalnızca biçimsel bir etkinlik olmadığını, her dönemde toplumsal, teknolojik ve kültürel koşullarla yeniden tanımlanan bir düşünsel pozisyon taşıdığını açıkça ortaya koymaktadır.

Günümüzde, dijitalleşmenin olgunlaşması ve yapay zekâ destekli üretim araçlarının yaygınlaşmasıyla tasarımcının rolü yeniden tanımlanmaktadır. Artık görsel üretim araçları herkesin erişimine açıktır; bu durum tasarımcıyı yalnızca biçim üreten bir kişi olmaktan çıkarıp, kavramsal çerçeveyi kuran, bilgiyi biçim ve içerikle ilişkilendiren, anlamı seçen ve yönlendiren bir kültürel arabulucuya dönüştürmektedir. Tasarımcı, teknolojinin sunduğu sonsuz üretim olanakları içinde kritik seçimler yapan, etik, estetik ve kültürel bağlamı inşa eden bir özne hâline gelmiştir. Bugün yapay zekâ destekli tasarım araçları, tasarımcı rolünü yeniden tanımlamakta; insan yaratıcılığı ile algoritmik üretim iç içe geçmektedir. Grafik tasarım tarihi, teknolojik yeniliklerle estetik anlayışların kesişiminden doğan bir dönüşüm süreci olarak değerlendirilebilir. İletişimin görselleştirilmesi, matbaanın icadı, sanayi devrimi, modernizm, dijitalleşme ve post-dijital çağ gibi dönüm noktaları, tasarımın hem biçimini hem de işlevini sürekli yeniden tanımlamıştır.

Tasarımın temel amacı belirli ihtiyaçları karşılamak, karşılaşılan sorunlara yaratıcı, pratik ve işlevsel çözümler sunmak olarak özetlenebilir. John Dewey'in (1910) beş aşamalı problem çözme modeli, bu amacı sistematik bir çerçeve ile destekler. Tasarım sürecinde ilk adım, problemin fark edilmesi ve doğru bir şekilde tanımlanmasıdır; tasarımcı, çözülmesi gereken ihtiyacı net bir biçimde saptar. Ardından, problemin kapsamı analiz edilir ve çözüm için gerekli bilgiler toplanır. Bu aşamada olası tasarım önerileri geliştirilir ve farklı yaklaşımlar değerlendirilir. Dördüncü aşamada, tasarım önerileri prototipler, testler veya simülasyonlar aracılığıyla sınanır; bu sayede hangi

çözümün hedefe daha uygun olduğu belirlenir. Son aşama ise sonuçların değerlendirilmesidir; tasarımcı, çözümün etkinliğini gözden geçirir, eksiklikleri belirler ve gerektiğinde süreci yeniden şekillendirir. Bu bağlamda, tasarım süreci Dewey'in problem çözme modelini pratiğe dönüştürür; yani tasarımın özünde, var olan problemleri sistematik ve bilinçli bir şekilde çözmek yatmaktadır. Lawson (2004) tasarım sürecini, geleneksel problem çözme modelleriyle açıklamanın yetersiz olduğunu, problem çözmenin ötesinde daha karmaşık ve esnek zihinsel faaliyetler gerektirdiğini savunmaktadır. Tasarım sürecini, önceden belirlenmiş kurallar, sınırlı alanlar veya net başlangıç ve bitiş noktaları olmayan, esnek ve değişken bir süreç (Lawson, 2004, s.20) olarak tanımlamaktadır. Tasarım belirli amaç çerçevesinde oluşsa da iki tasarımcıyı birbirinden ayıran özellik, görme ve algılama biçimi, yaratıcı düşünme yeteneği, beslendiği sosyo-kültürel çevre olarak nitelendirilebilir. Bu öznel ve deneyimsel boyut, tasarımı salt teknik bir uğraştan ayırmakta ve onu insan bilincinin karmaşıklığına bağlamaktadır. Yapay zekâ sistemleri ise, temelde optimizasyon makineleridir. Bir hedef fonksiyonu tanımlanır ve sistem, bu fonksiyonu maksimize veya minimize etmeye çalışmaktadır. Machine learning algoritmaları, büyük veri setlerinden örüntüler çıkarır ve bu örüntülere dayanarak tahminler yapmaktadır. Bu yaklaşım, iyi tanımlanmış problemlerde olağanüstü başarılı olabilir. Örneğin, bir yapay zekâ sistemi binlerce başarılı logo tasarımını analiz edebilir, renk harmonileri, tipografi seçimleri ve kompozisyon kurallarındaki istatistiksel örüntüleri öğrenebilir. Yeni bir logo tasarlamak istendiğinde, bu öğrenilen örüntülere dayanarak sayısız varyasyon üretebilir. Hız ve varyasyon üretme kapasitesi açısından insanın ulaşamayacağı bir kapasiteye sahip olduğu söylenebilir. Ancak burada kritik bir soru ortaya çıkmaktadır: Yapay zekâ gerçekten tasarım mı yapıyor, yoksa öğrendiği örüntüleri yeniden düzenleyip sunuyor mu? Lawson'ın vurguladığı anlamda, problemi yeniden çerçeveleme, bağlamı derin biçimde anlama ve kültürel kodları yorumlama kapasitesine sahip mi?

Tasarımcı, yıllarca içinde yaşadığı kültürün sembolik dilini içselleştirir. Hangi rengin neyi çağrıştırdığını, hangi formun hangi duyguları uyandırdığını, toplumsal kodların nasıl işlediğini deneyimleyerek öğrenmektedir. Bu öğrenme yalnızca salt bilişsel değil, aynı zamanda duygusal ve bedenseldir. Yapay zekâ sistemleri ise kültürel sembolleri istatistiksel korelasyonlar olarak öğrenmektedir. Belirli bir kültürde kırmızının sıklıkla tutku veya tehlikeyle ilişkilendirildiğini tespit edebilir, ama bu ilişkiyi yaşayarak, hissederek anlamamaktadır. Bu fark, özellikle kültürler arası çalışmalarda veya nüanslı sosyal mesajlar içeren tasarımlarda belirginleşmektedir.

Post-dijital çağ, dijital teknolojilerin egemenliğine rağmen analog ve manuel üretim süreçlerinin yeniden değer kazandığı bir dönemi ifade et-

mektedir. Grafik tasarım bağlamında hem dijital araçların hem de geleneksel tekniklerin bir arada kullanıldığı hibrit pratikler olarak nitelendirilebilir. Yapay zekânın ortaya çıkışı ve gelişimi, tasarım süreçlerinde yeni olanaklar sunmaktadır. Özellikle veri görselleştirme ve algoritmik tasarım uygulamaları, büyük veri setlerini estetik ve anlamlı grafik formlara dönüştürme imkânı sağlamaktadır. Bu süreçte yapay zekâ, tasarımcının yaratıcı karar alma süreçlerini hızlandırır, öneriler sunar ve tekrarlanabilir işleri otomatikleştirir.

Ancak post-dijital perspektif, yapay zekâ ve dijital araçların kullanımını, analog üretimle kurulan ilişki üzerinden eleştirmekte ve zenginleştirmektedir. Örneğin yapay zekâ, bir veri görselleştirme projesinde, büyük veri setlerinden desenler çıkarabilir; fakat tasarımcının müdahalesi, bu verilerin estetik ve kavramsal anlamını belirlemektedir. Analog örneklerde olduğu gibi (serigrafi, litografi, daktilonun mekanik çalışma prensibi), post-dijital tasarımda da hata, rastlantısallık ve elle müdahale değer kazanmaktadır. Tasarımcı, yapay zekânın önerilerini seçer, yeniden düzenler, karıştırır veya ona karşıt bir çözüm üretir; böylece dijitalin otomasyonu ile analogun eşsizliği arasında bir denge kurulmaktadır.

Bu bağlamda, post-dijital yaklaşım, yapay zekâ ve veri görselleştirme teknolojilerini yalnızca araç olarak görmekle kalmaz; onları analog üretim süreçlerinin değerleriyle birleştirerek eleştirel ve estetik bir perspektif sunmaktadır. Tasarımcı, dijital algoritmaların sunduğu hızlı ve tekrarlanabilir üretim ile analog üretimin dokunsallığı ve eşsizliğini birleştirerek hem yaratıcı hem de eleştirel bir rol üstlenmektedir. Böylece post-dijital tasarım, teknolojik ilerlemeyi kabul ederken, insan müdahalesinin, rastlantısallığın ve deneyimsel değerın önemini vurgulamaktadır.

Post-dijital bağlamda tasarımcı, ne tamamen teknolojiye boyun eğen bir “kullanıcı” ne de teknolojiyi tam anlamıyla kontrol eden bir “yaratıcı deha” olarak tanımlanabilir. Tasarım süreci, tasarımcının niyetlerinin, dijital araçların algoritmik mantığının, malzemenin direncinin ve kullanıcı deneyiminin dinamik bir ilişkiler ağı içinde ortaya çıkması olarak tanımlanabilir. Üretimsel tasarım ve parametrik tasarım uygulamaları, bu duruma somut örnekler sunmaktadır. Burada tasarımcı, nihai formu doğrudan çizmek yerine kurallar, parametreler ve kısıtlar belirlemekte; sistem ise bu kurallara göre çeşitli çözümler üretmektedir. Tasarım süreci böylece interaktif, deneysel ve keşfedici bir hal almaktadır. Tasarımcının rolü, “çözümü bilmek” değil, “doğru soruları sormak” ve “anlamlı kısıtlar yaratmak” olarak yeniden tanımlanır. Tasarımcı, dijital teknolojilerin sunduğu hız, esneklik ve üretim kapasitesini kullanırken; aynı zamanda malzemenin direnci, yüzeyin dokusu, rastlantısallığın estetiği gibi analog özellikleri

sürece dâhil ederek özgün anlatım biçimleri yaratabilir. Böylece post-dijital dönemde tasarımcı, ne tamamen dijital sistemin bir uzantısı ne de salt analog bir üretici olarak konumlanır; aksine, iki alan arasında kavramsal ve biçimsel bir köprü kurmaktadır. Bu hibrit pozisyon, tasarımcıyı hem teknolojik hem kültürel düzlemde aktif bir arabulucuya dönüştürürken, tasarımın biçim- içerik ilişkisinin de yeniden tanımlanmasının önünü açmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, post-dijital kavramsal çerçevenin grafik tasarım pratiğine sunduğu eleştirel perspektifi sistematik olarak ortaya koymayı amaçlamaktadır. Tarihsel analizden elde edilen temel bulgu, tasarımcı figürünün her teknolojik kırılmada tamamen ortadan kalkmak yerine, rol ve işlev olarak yeniden tanımlandığı yönündedir. Matbaanın teknik organizatörü, Sanayi Devrimi'nin ikna edici iletişimcisi, modernizmin sistem kurucusu ve dijital çağın çok işlevli operatörü, aslında aynı disiplinin farklı tarihsel koşullarda ürettiği kimliklerdir. Yapay zekâ çağında da benzer bir dönüşüm yaşanmaktadır: Tasarımcı, biçim üreticisi olmaktan çıkıp kavramsal arabulucu, anlam seçici ve kültürel yorumcu haline gelmektedir. Bu dönüşüm, tasarım pratiğinin sonunu değil, yeni bir epistemolojik ve ontolojik evresinin başlangıcını işaret etmektedir.

Post-dijital düşüncenin tasarım pratiğine en önemli katkısı, teknolojik determinizme karşı eleştirel bir duruş sunmasıdır. Analog ve dijital yöntemlerin bilinçli harmanlanması, glitch estetiği, maddeselliğin görünür kılınması ve insan müdahalesinin vurgulanması, yalnızca nostaljik estetik tercihler değildir. Bunlar, dijital üretimin kusursuzluk söylemine, homojenleştirici etkisine ve sonsuz kopyalanabilirlik mantığına karşı tikelliğin, özgünlüğün ve deneyimselliğin savunusudur. Baudrillard'ın simülasyon düzeninde, glitch ve maddesel müdahaleler, kusursuz görüntünün ardındaki kod, veri ve algoritmayı ifşa ederek dijital medyanın maddesiz olmadığını hatırlatmaktadır. Bu ifşa edici jest, aynı zamanda tasarım üretiminin politik bir boyutunu da açığa çıkarmaktadır: Kimin, hangi araçlarla, hangi estetik paradigma içinde ve kimin için üretim yaptığı soruları, post-dijital pratikte sürekli olarak sorgulanmaktadır.

Yapay zekâ sistemlerinin tasarım süreçlerine entegrasyonu, bu post-dijital perspektifi daha da kritik hale getirmiştir. Çalışmada ortaya konduğu üzere, yapay zekâ sistemleri optimizasyon makineleri olarak büyük veri setlerinden örüntüler çıkarmakta ve istatistiksel korelasyonlara dayanarak üretim yapmaktadır. Hız, varyasyon kapasitesi ve teknik mükemmellik açısından insan tasarımcıyı geride bırakmaktadır. Ancak Lawson'ın vurguladığı

anlamda, tasarımın esnek, belirsiz ve esasen insan deneyimine dayalı doğası, yapay zekânın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Kültürel sembollerin yaşanarak, hissedilerek öğrenilmesi; bağlamın derin biçimde kavranması, problemin yeniden çerçevelenmesi ve etik-estetik seçimlerin yapılması, hâlâ tasarımcının özgül alanıdır. Bu ayırım, tasarımın salt teknik bir problem çözme etkinliği olmadığını, aynı zamanda kültürel ve toplumsal bir anlam üretimi olduğunu vurgulamaktadır.

Dewey'in problem çözme modeli ile Lawson'ın tasarım sürecine dair görüşleri arasındaki gerilim, bu noktada önemli bir kavramsal ayrımı ortaya koymaktadır. Dewey'in sistematik, aşamalı ve rasyonel modeli, yapay zekâ sistemlerinin üretim mantığına daha yakındır; problem tanımlanır, analiz edilir, çözüm önerileri geliştirilir, test edilir ve sonuçlar değerlendirilir. Yapay zekâ, bu döngüyü olağanüstü hızda ve verimlilikle gerçekleştirebilir. Ancak Lawson'ın tanımladığı tasarım süreci, önceden belirlenmiş kuralları, sınırlı alanları ve net başlangıç-bitiş noktalarını reddeder; esnek, değişken ve esasen öngörülemez bir zihinsel faaliyettir. İki tasarımcıyı birbirinden ayıran görme ve algılama biçimi, yaratıcı düşünme yeteneği ve beslendiği sosyo-kültürel çevre, tasarımı salt teknik bir uğraştan ayıran öznel ve deneyimsel boyuttur. Yapay zekâ sistemleri, Dewey'in modelini mükemmelleştirse de Lawson'ın tanımladığı karmaşıklığı kavrayamamaktadır.

Bu çalışmanın öne sürdüğü hibrit model, tasarımcıyı ne dijital sistemin edilgen kullanıcısı ne de tam kontrole sahip yaratıcı deha olarak değil, insan ve makine arasındaki dinamik ilişkiler ağının aktif öznesi olarak konumlandırmaktadır. Üretimsel tasarım ve parametrik tasarım uygulamalarında somutlaşan bu model, tasarımcının rolünü “çözümü bilmek”ten “doğru soruları sormak” ve “anamlı kısıtlar yaratmak”a dönüştürmektedir. Tasarımcının niyeti, algoritmanın mantığı, malzemenin direnci ve tesadüfün estetiği bir araya gelerek hiçbirinin tek başına üretemeyeceği tasarım nesnelerini ortaya çıkarmaktadır. Bu perspektif, tasarımcıyı merkezi ve otonom bir yaratıcı olarak görmek yerine, heterojen öğelerin bir araya geldiği ekolojik bir sistemin yönlendiricisi olarak tanımlamaktadır.

Veri görselleştirme ve algoritmik tasarım uygulamaları, post-dijital pratiğin somut örneklerini sunmaktadır. Yapay zekâ, büyük veri setlerinden anlamlı desenler çıkararak tasarımcıya ham malzeme sağlayabilir; ancak bu verilerin hangi anlatı çerçevesi içinde sunulacağı, hangi görsel dile dönüştürüleceği ve hangi kültürel kodlarla ilişkilendirileceği, tasarımcının kavramsal müdahalesini gerektirir. Bir veri görselleştirme projesinde, algoritmanın sunduğu istatistiksel korelasyonlar ile tasarımcının bunları

yorumlama, anlamlandırma ve estetize etme biçimi arasındaki gerilim, post-dijital pratiğin özünü oluşturmaktadır. Burada tasarımcı ne verinin edilgen aktarıcısı ne de verileri göz ardı eden öznel bir yorumcu; aksine veri ile kültürel bağlam arasında eleştirel bir diyalog kuran arabulucu olarak nitelendirilebilir.

Post-dijital pratiğin bir diğer önemli boyutu, maddesellik ve dokunulabilirlik vurgusu olarak sayılabilir. Dijital tasarımın serigrafi, litografi veya letterpress gibi geleneksel baskı teknikleriyle birleştirilmesi, yalnızca estetik bir tercih değil, aynı zamanda tasarım nesnesinin ontolojik statüsünü yeniden tanımlama çabası olarak görülebilir. Sonsuz kopyalanabilirlik özelliğine sahip dijital dosya, analog baskı sürecinden geçtiğinde tikel, benzersiz ve maddesel bir varlık kazanmaktadır. Kâğıdın dokusu, mürekkebin kâğıda işleme biçimi, baskı sırasında oluşan küçük farklılıklar ve hatalar, her bir tasarım nesnesini özgün kılmaktadır. Post-dijital pratik, dijital çoğaltımın avantajlarını korurken analog üretimin aurasını yeniden kazandırma çabası olarak sayılabilir.

Glitch estetiğinin Baudrillard'ın hipergerçeklik kavramıyla ilişkisi, post-dijital pratiğin eleştirel potansiyelini açığa çıkarmaktadır. Baudrillard'a göre dijital teknolojiler, kusursuz simülasyonlar üreterek gerçekliğin kendisini gizler ve her şeyin sorunsuzca işlediği bir şeffaflık illüzyonu yaratmaktadır. Simülasyon, orijinalden daha gerçek hale gelir; kopya ile gerçek arasındaki ayrım çöker. Glitch ise bu illüzyonu bilinçli olarak bozarak, kusursuz görüntünün ardında yalnızca veri, kod ve algoritmaların olduğunu ifşa etmektedir. Piksel yapısı, sıkıştırma hataları, kodun kırılabilirliği estetik değer olarak öne çıkarıldığında, dijital medyanın maddesel gerçekliği görünür hale gelmektedir. Bu anlamda glitch, post-modern simülasyon düzenine karşı materyalist bir müdahale olarak nitelendirilebilir.

Gelecek perspektifi açısından değerlendirildiğinde, yapay zekâ teknolojisinin mevcut dar yapay zekâ düzeyinden süper yapay zekâ düzeyine evrilme ihtimali, tasarım pratiğini daha da radikal biçimde dönüştürebilir. İnsan yaratıcılığını aşan, özgün konseptler üretebilen ve keşfedilmemiş estetik formları ortaya çıkarabilen bir teknoloji karşısında, tasarımcının rolü “yaratıcı”dan “yaratıcılık yöneticisi”ne evrilebilir. Bu senaryoda tasarımcı, yapay zekanın potansiyelini yönlendiren, çıktıları insani değerlerle uyumlu hale getiren ve kültürel-etik bağlamı inşa eden bir orkestra şefi konumuna değerlendirilebilir.

Ancak bu gelecek senaryosu, önemli etik ve politik soruları da beraberinde getirmektedir. Süper yapay zekânın ürettiği tasarımlar, kimin değerlerini, hangi kültürel kodları ve hangi estetik paradigmayı yansıtacaktır? Yapay zekâ

sistemleri, eğitildikleri veri setlerinin önyargılarını ve ideolojik eğilimlerini yeniden üretme riski taşımaktadır. Batı merkezli, ticari ve hegemonik estetik anlayışlarla eğitilmiş bir sistem, kültürel çeşitliliği ve alternatif estetik paradigmaları göz ardı edebilir. Bu bağlamda tasarımcının “yaratıcılık yöneticisi” rolü, yalnızca teknik bir koordinasyon değil, aynı zamanda ideolojik bir müdahale ve kültürel bir savunma konumudur. Tasarımcı, yapay zekânın ürettiği çıktıları eleştirel bir süzgeçten geçirerek, hangi değerlerin temsil edileceğine, hangi seslerin duyulacağına ve hangi anlamların üretileceğine karar veren olabilir.

Post-dijital düşüncenin bu gelecek senaryosuna en önemli katkısı, teknolojik evrimi kaçınılmaz bir determinizm olarak değil, tasarım pratiğinin temel değerlerini yeniden müzakere etme imkânı olarak sunmasıdır. Dijital homojenliğe karşı tikelliğin savunusu, kusursuzluk söylemine karşı hatanın estetize edilmesi, otomasyona karşı insan müdahalesinin görünür kılınması, gelecekteki tasarım pratiğinin de temel ilkeleri olmalıdır. Tasarım nesnesi, sonsuz kopyalanabilirliğin ötesinde benzersiz bir maddesel ve kavramsal varlık olarak üretilmelidir. Bu ilkeler, yapay zekâ çağında tasarımın sadece verimlilik, optimizasyon ve ölçeklenebilirlik değil, aynı zamanda anlam, deneyim ve kültürel değer üretimiyle tanımlanması gerektiğini vurgulamaktadır.

Tasarım eğitimi de bu dönüşümden etkilenecektir. Geleneksel olarak teknik becerilere, yazılım kullanımına ve biçimsel yetkinliklere odaklanan tasarım eğitimi, kavramsal düşünme, kültürel okuryazarlık, eleştirel analiz ve etik değerlendirme yeteneklerini merkeze almalıdır. Tasarım öğrencileri, yalnızca görsel üretimin teknik araçlarını değil, aynı zamanda tasarımın toplumsal, kültürel ve politik boyutlarını anlamak üzere eğitilmelidir. Post-dijital pratik, bu eğitim modelinin somut bir örneğini sunmaktadır: Öğrenciler, dijital ve analog yöntemleri bir arada kullanarak hem teknolojik yetkinlik hem de eleştirel farkındalık kazanabilir; yapay zekâ araçlarıyla çalışırken bu araçların sınırlılıklarını, önyargılarını ve ideolojik eğilimlerini sorgulayabilir.

Profesyonel pratik açısından değerlendirildiğinde, post-dijital yaklaşım tasarımcılara yeni iş modelleri ve değer önerileri sunmaktadır. Hızlı ve düşük maliyetli görsel üretimin yapay zekâ sistemleriyle kolayca elde edilebildiği bir ortamda, tasarımcıların rekabet avantajı teknik yetkinlikte değil, kavramsal derinlikte, kültürel duyarlılıkta ve eleştirel perspektifte yatmaktadır. Tasarım stüdyoları ve ajanslar, kendilerini yalnızca görsel çözüm üreticileri olarak değil, kültürel danışmanlar, anlam mimarları ve iletişim stratejistleri olarak konumlandırabilir. Post-dijital estetik, bu bağlamda bir farklılaşma stratejisi olarak işlev görür; tikel, otantik ve deneyimsel tasarım nesneleri, kitlesel ve homojen dijital üretimden ayrışır.

Sonuç olarak, post-dijital tasarım pratiği simülasyondan kaçış değil, onun eleştirel ve deneysel bir şekilde yeniden işlenmesi olarak değerlendirilebilir. Bu çalışmanın ortaya koyduğu kavramsal çerçeve, yapay zekâ çağında tasarımcının konumunun ne olması gerektiğine dair normatif bir reçete sunmamakta; aksine tasarım pratiğinin kültürel, toplumsal ve felsefi boyutlarını yeniden düşünmek için eleştirel bir zemin hazırlamaktadır. Makinenin hesaplama gücü ile insanın duygusal ve kültürel zekasını harmanlayan hibrit yaratıcı kimliği, yapay zekâ çağında tasarım pratiğinin en verimli konumunu işaret etmektedir. Bu hibrit kimlik ne teknolojik yenilikleri reddetmekte ne de onlara körü körüne teslim olmaktadır; aksine teknolojiyi eleştirel bir mesafeyle kullanarak, insan deneyimini, kültürel anlamı ve etik değerleri tasarım üretiminin merkezine yerleştirmektedir.

Kaynakça

- Baudrillard, J. (2011) *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev., Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara
- Cascone, K. (2000). Post-digital music. *Computer Music Journal*, 24(4), 12–18. Massachusetts Institute of Technology
- Cramer, F. (2014). What is ‘post-digital’? *APRJA: Journal of Postdigital Studies*, 3(1), 12–26.
- Dewey, J. (1910). *How we think* (s. 72). Boston: D.C. Heath & Co.
- Lawson, B. (2004). *What designers know*. Elsevier Architectural Press.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2012). *Meggs’ history of graphic design*. John Wiley & Sons.
- Savin-Baden, M. (2024). *Digital and postdigital learning for changing universities*. Routledge.
- Uçar, T. F. (2019). Görsel iletişim ve grafik tasarım. İnkılap, İstanbul

İNTERNET KAYNAKLARI

- Baraniuk, C. (2024, January 23). *The Apple Macintosh was first released 40 years ago — these people are still using the aging computers*. BBC Future.
<https://www.bbc.com/future/article/20240123-the-apple-macintosh-was-first-released-40-years-ago-these-people-are-still-using-the-aging-computers>
- Colombo, S. (22 Eylül 2018). *The punctum as glitch in contemporary art: The art of Rosa Menkman*. LoosenArt.
<https://www.loosenart.com/blogs/magazine/the-punctum-as-glitch-in-contemporary-art-the-art-of-rosa-menkman>
- Harper, D. (2025). *Glitch*. In *Online Etymology Dictionary*. Retrieved from <https://www.etymonline.com/search?q=glitch>
- Ovenden, R. (9 Ağustos 2024). *A 15th-century copyist at work in a scriptorium*. Bettmann Archive/Getty Images.
<https://www.ft.com/content/45af29b4-30a9-4c38-9f82-5ac227dfe2de>
- Türk Dil Kurumu, “Yaratıcılık”, (22.09.2025). *Güncel Türkçe Sözlük*.
<https://sozluk.govs.tr>

Stil mi Stilizasyon mu? Yapay Zeka Destekli Grafik Tasarımda Özgünlük Arayışı

Duygu Dinçeli Çay¹

1. Grafik Tasarımda Stil, Stilizasyon ve Özgünlük: Kuramsal Yaklaşım

1.1. Stil ve Stilizasyon Kavramlarının Tanımı ve Ayrımı

Sanat ve tasarım özünde formları kendiliğinden algılayarak yaratır, kullanılacak olan malzemenin özgür ve bilinçli bir şekilde kavranmasını gerektirir. Bireysel bir estetik tercihten ziyade, toplumsal bir varoluşun işlevi olan ifadesel formları birer stil olarak yaratır. Örneğin; Antik Mısır sanatına bakıldığında yüzyıllarca süren bir tutarlılığın mevcut olduğu görülür. Sabit oranlar, stilize figürler ve simetri bu anlayışta belirgin bir şekilde yer alır. Rönesans İtalya'sına bakıldığında da perspektif kullanımı, ideal oranlara verilen önem, klasik formların yorumu dikkatleri çeker. Her iki dönem, bir sanatçı etkisiyle yükselişe geçse de genel estetik değerleri sağlayan bir birliğin hakim olduğu görülür. Sanat ve tasarım alanında belirgin ve süreklilik gösteren bütün bu nitelikler, birer stil olarak toplumun örgütlenme ve üretim ilişkileri ile de bağlantılı olmuştur (Arvator, 1997). Stil, bireye ya da döneme özgü ifade biçimi olarak; tasarım, sanat, moda gibi görsel alanlar dışında, yazı ve konuşma gibi dilsel bağlamlarda da kullanılan bir tanımdır. Farklı alanlarda kendini gösteren bu kavramın Cambridge Sözlüğü'ndeki anlamına göre; bir döneme, bir yere, bir insan grubuna ya da bir kişiye özgü yapma biçimi olarak ifade edildiği görülmektedir (Cambridge Dictionary, 2025). Aynı şekilde Türk Dil Kurumu, bir sanatçıya ait görüş ve duyuş, anlatım biçimi, biçem olarak tanımlamaktadır (TDK,2022). Tüm anlamlar dikkate alındığında, bir yazının, resmin, ürünün ya da dönemin özgünlüğünü ve ayırt edici özelliklerini yansıtan bir anlatım biçimi olduğu söylenebilir.

1 İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, Grafik Tasarımı, İzmir/Türkiye duygu.dinceli@kavram.edu.tr, 0000-0002-5173-5942

Üslup kavramı da etimolojik açıdan stil kelimesiyle yakın bir ilişki içerisinde. Zamanla bu kavram, sanat ve tasarım alanlarında özgün ifade biçimlerini tanımlar hâle gelmiştir. Bu bağlamda, stil kavramı günlük dilde kimi zaman “tarz” ve “üslup” kelimeleriyle de ilişkilendirilir. Ancak “tarz” ve “üslup” her ne kadar yakın anlamlı görünse de belirli anlamsal farklılıklara sahiptir. Bu farklılık, üslubun bir sanatçının ya da tasarımcının kendine özgü anlatım biçimini yansıtmasından kaynaklanır; dolayısıyla, üslup daha çok kişisel bir niteliğe sahiptir (Ersoy, 2017:303). Nitekim, aynı stilde çalışan sanatçıların bile farklı üsluplara sahip olduğu görülmektedir. İspanyol ressam Pablo Picasso’nun kübist eserleri, Kübizm adı altında aynı stilde yer alır; ancak sanatçının farklı dönemlerde ortaya koymuş olduğu çalışmalar, onun kişisel üslubunu yansıtır. Tasarım alanından da örnek vermek gerekirse, 1950’lerde gelişen grafik tasarım anlayışlarından biri olan İsviçre Stili öne çıkar. Bu stilde; sans serif yazı tipleri, asimetrik yerleşim, fotoğraf ve tipografinin etkili kullanımı gibi belirli kurallar göze çarpar. Bu kurallara uygun bir şekilde üretilen tüm tasarımlar, İsviçre Stili kapsamında değerlendirilebilir. Ancak aynı stilde çalışan İsviçreli tasarımcı Josef Müller-Brockmann ile Hollandalı tasarımcı Wim Crouwel’in işleri karşılaştırıldığında, her birinin kendine özgü bir anlatım biçimi olduğu, farklı üsluplara sahip oldukları görülür. Bu açıdan bakıldığında, stilin bir çerçeve, üslubun da o çerçeveye bırakılan kişisel bir iz ya da yorum olduğu söylenebilir.

Biçemleme olarak tanımlanan stilizasyon da doğada yer alan nesnelerin gerçekçi biçimlerinden uzaklaştırılarak, belirli ölçüde sadeleştirilmesi, görsel olarak betimlenmesidir. Bu durum, belirli oranda bir deformasyon içerdiği için stil ile karıştırılmaması gereken bir durumdur. Stilizasyon; dekoratif, geometrik kalıplara dökülen yalınlaştırma ve üsluplaştırma yöntemidir. Objeyi gerekli olmayan ayrıntılardan kurtaran, kendine bir özgü sadeleştirme ve üsluplaştırma işlevidir (Çağlarca, 1999:21). Bir nesnenin karakterine uygun olarak yalınlaştırılması, o nesnenin karakter olarak anlamlı hale gelmesidir. Stilizasyona konu olmuş olan tüm nesneler, belirli bir gözlem sonucu benzerlerinden ayrılan özellikleri ile bozulmadan çizgisel bir nitelik kazanır. Stilizasyon edilmiş olan bu görseller, hazırlayan kişinin duygularına uygun olarak yalınlaştırılarak yeni bir değer kazanır. Örneğin; Türk çinilerindeki lale, yaprak ve karanfil motifleri, doğadaki formlarından yola çıkılarak tanınır hale gelir, sadeleştirilmiş haliyle de organik bir stilizasyona dönüşür. Aynı şekilde, halı ve kilim desenleri de tamamen soyutlanarak, geometrik formlara indirgenen simgesel anlamı bozulmayan geometrik bir stilizasyon olur. Stilizasyon, bir nesnenin karakterini bozmayarak onu ayrıntılardan kurtarır, aynı zamanda süsleyici öğeler de ekleyebilir (MEGEP, 2007:3-4). Stilizasyon, sanatçının biçim ile içeriği bilinçli olarak ayırdığı,

nasıl söylediği ve ne söylediği arasında fark yarattığı noktada ortaya çıkan bir tanımdır. Bu ayrım zorunlu değil, sanatçının tercihiyle olur. Stil, bir sanat eserinde biçim ve içeriği bir araya getirerek içselleştirilmiş bir bütünlük oluşturmasını ifade eder. Stilizasyon da bu bütünlüğü yeniden çözümleyerek içerikle biçim arasındaki bağı kısmen koparan ve esas olarak da biçimin, içeriği nasıl sunduğuna odaklanan bir yapı sunar. Bu yönüyle stilizasyon, süsleyici, yapay ve teknik özellikleri bünyesinde barındıran bir yaklaşımdır (Chen, 2023:260).

1.2. Grafik Tasarımda Stil Yaklaşımları

İnsan, çevresindeki olayları, nesneleri ve durumları büyük ölçüde görme duyusuyla algılar, tanımlar ve anlamlandırır. Gözlemlediği nesneleri zihninde görselleştirerek yorumlar; hayal gücünü kullanarak onlara farklı boyutlar kazandırır. Zaman zaman da görünmeyen soyut kavramları, görsel formlara dönüştürerek çeşitli sanat türlerinin oluşumuna katkı sağlar (Uçar, 2016:19). Bu nedenle insanı, çevresiyle kurduğu iletişimin önemli bir bölümünü görsel öğeler üzerinden gerçekleştiren “görsel bir varlık” olarak tanımlamak yerindedir. Nitekim, bu görsel etkileşim süreci yaklaşık 5000 yıl önce yazının icadıyla sistematik bir biçim kazanmıştır. Her ne kadar bu iletişim sürecinde birden fazla duyu organı rol oynasa da, öğrenme ve eylem gibi bilişsel süreçlerin görsel iletişimle olan bağı tarih boyunca güçlü bir şekilde varlığını sürdürmüştür. Bu bağ, bireyin çevresinden gelen görsel yansımaları algılaması, bunları zihinsel olarak değerlendirmesi ve buna bağlı olarak düşünce ile eylemlerini yönlendirmesiyle ortaya çıkmaktadır. Ketenci ve Bilgili’ye (2006) göre tasarım süreci, bir ihtiyacın ya da problemin araştırılmasıyla başlar; biçimlendirme aşaması ise tasarımcının yaratıcılığı doğrultusunda şekillenir. Böylece ortaya çıkan tasarım ürünü yalnızca estetik bir nesne değil; anlam taşıyan, iletişim kuran ve düşünceyi biçime dönüştüren bir araçtır. Grafik tasarım, araştırma, bilgi toplama ve problem tanımlama gibi aşamaların sonucunda elde edilen verilerle yeni öneriler geliştirmeyi amaçlayan; farklı fikirleri bir araya getirerek çözüm üretmeye çalışan yaratıcı bir süreçtir. Süreç, duvarın üzerinden atlamaya çalışan bir bireye benzetilebilir; birey eğer bu engeli aşamazsa, sonuca ulaşabilecek başka yollar denemek zorunda kalacaktır (Kaptan & Sayın, 2020: 810). Bu bakımdan, tasarım aşaması; problemin niteliği, kullanılan malzemenin özellikleri ve üretim normları gibi biçimsel, anlamsal ve bilişsel koşullara bağlı olarak farklı düzeylerde şekillenmektedir. Bu aşamanın belirleyici özelliği, sezgilerin ve entelektüel mekanizmaların devreye girmesidir (Rouquette, 2007:99). Söz konusu mekanizmalar, yaratma eyleminin ayrılmaz bir parçası olduğundan tasarım süreci yüksek düzeyde farkındalık gerektirir. Hayattan

ve bireysel yaşantılardan süzülen anlamlar, tasarımcının düşünce yapısıyla birleşerek görsel ifadeye dönüşür.

Görsel ifadenin temel bir parçası olan yaratma eylemi, yalnızca estetik bir arayış değil; aynı zamanda işlevsellik, iletişim ve problem çözümünü kapsayan çok katmanlı bir süreçtir. Bu aşamada, tasarımcının içsel yaratıcı yönü, görsel tercihleriyle birleşerek ayırt edici bir stile dönüşür. Renkten tipografiye, biçimden boşluk kullanımına kadar yapılan tüm tercihler, özgün kimliğini inşa eder. Bu kimlik, rastlantısal değil; tasarımcının sürekli ve tutarlı olarak benimsediği ifade biçimlerinin sonucunda oluşur. Bu bağlamda stil, tasarımcının düşünce yapısının, değerlerinin ve çözüm anlayışının görsel düzenlemdeki sürdürülebilir bir yansımasıdır. Grafik tasarımda stil yaklaşımları, görsel iletişimin tarihsel, kültürel ve estetik kodlarının çözümlenmesinde temel bir referans noktası oluşturur. Biçimsel tekrarların bütünü olmayan bu yapı; belirli bir dönem veya bağlam içerisinde şekillenerek, düşünsel ve teknolojik eğilimleri de yansıtır. Tarihsel açıdan incelendiğinde, grafik tasarımda stilin evrimi, çeşitli sanatsal hareketler ve endüstriyel gelişmeler doğrultusunda biçimlenmiştir. Dekoratif sanatlarda başlayan köklü değişim süreci, grafik tasarım disiplininin ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır. 1861 yılında William Morris'in İngiltere'de başlattığı Arts & Crafts hareketinden, Almanya'daki Jugendstil'e ve Fransa ile Belçika'da gelişen Art Nouveau'ya kadar uzanan tüm akımlar, aslında ortak bir duruşu temsil etmektedir. Bu akımlar, anlamını yitirmiş ve sürekli tekrar edilen biçimlerin kopyalanmasına karşı çıkan, yaratıcı emeğin izlerini taşıyan özgün bir stille üretim yapılmasını savunmaktadır (Weill, 2009:14). Arts & Crafts hareketini izleyen Art Nouveau, doğadan aldığı ilhamla estetik ve biçimsel açıdan zengin, süslemeye dayalı bir sanat anlayışı ortaya koymuştur. Bu yaklaşımı, modernizmin sade, işlev temelli ve süslemeden arındırılmış tavrıyla tezatlık oluşturmaktadır. Biri estetiği, diğeri işlevselliği incelemektedir. Arts & Crafts, doğa ve doğal malzemelerle güçlü bir bağ kurmuş, bu bağ tasarımlara, fikirlere ve malzeme seçimlerine yansımıştır. Art Nouveau da tasarımda kıvrımda ve akıcı çizgiler, bitki dalları, çiçek motifleri, kadın figürleri gibi doğaya ait formları sıklıkla kullanmıştır. Tasarımdaki çizgiler genellikle akıcı, kavisli ve asimetrik, hatları yumuşak, kıvrımlı ve devamlıdır. Kompozisyonlarda boşluk yoktur. Her alan estetik unsurlarla doldurulmuştur (99designs, t.y.). Akımın dikkat çeken sanatçılarından biri olan Alphonse Mucha'nın çiçek temalı afişleri, doğadan gelen akıcı ve kıvrımlı şekillere sahiptir. Bir diğer sanatçı Gustav Klimt'in eserlerinde yer alan figürler, S şeklindeki çizgiler ve doğadan gelen kıvrımlı hatlarla ifade edilmiştir. Bu durum, form düzenininin akıcı bir estetikle stilize edilmesine örnektir. Aynı şekilde, 20.yüzyıl başlarında Bauhaus'un öncülüğünü

yapmış olduğu modernist stil anlayışı, grafik tasarımın kurumsallaşmasında belirleyici bir etkiye sahiptir. Bauhaus, tasarımın sadece estetik olarak değil, işlevsel bir iletişim aracı olarak konumlandırılmasına öncülük etmiştir. Bauhaus hareketinin temel ilkesi, formun işlevi takip etmesi, tipografi ve mimaride minimalist bir yaklaşım benimsenmesi, görsellikten çok işleve odaklanılmasıdır. İşlevsellik, minimalizm, endüstriyel üretim, geometrik şekiller ön plandadır. Bu anlayış doğrultusunda, Herbert Bayer ve Paul Klee gibi Bauhaus öğretmenleri, öğrencilerine grafik tasarımın temellerini, renk kuramını ve grafik tasarım düzenini öğretmeye önem vermiştir. İsviçre Tasarımı olarak bilinen Uluslararası Tipografik Stil de modernist anlayışı belirginleştirmiş, grid sistemleri, asimetric denge, sans-serif karakterlerle evrenselliği ve sadeliği hedeflemiştir. 1950 yılından sonra İsviçre’de ortaya çıkan bu stil, matematiksel olarak çizilmiş bir gridin üzerine, simetrik olmayan öğeleri yerleştirerek görsel bir bütünlük sağlamaya çalışmıştır. Tasarımlarda serifsiz harf karakterlerinin kullanılması, fotoğrafların ve metinlerin net bir şekilde mesajı iletmesi, stilin özelliği olarak yer almıştır (Ekim vd., 2021:57). Benzer şekilde 1950’lerden itibaren yükseliş gösteren Pop Art akımı, grafik tasarımda kitle kültürünün etkisini görünür kılarak stil kavramına yeni bir bağlam kazandırmıştır. Popüler imgelerin, parlak renklerin ve ironi içeren biçimsel çözümlerlerin öne çıktığı bu yaklaşım, grafik tasarımın sanatsal ve ticari sınırlamasını yeniden tanımlamıştır. Bu dönemi takip eden Postmodernizmde, Aydınlanma sonrası düşüncelerde sahip olunan temel kavramların ve akımlarının tartışılması, soruşturulması, irdelenmesi ön plandadır. Bu bir bakıma modernite eleştirisi olarak görülebilir.

Postmodernizm, yeni ve farklı olanı temsil ederken, modernizm içerisindeki temel dayanakları bulmaktadır. Bu açıdan, moderniteden ne kopmakta ne de devamında yer almaktadır (Möngü, 2014:29). Postmodern tasarım anlayışı, modernizmin katı yapısına karşılık, çoğulcu ve tarihsel referanslarla örülü bir yaklaşımı benimseyerek herhangi bir stilin mutlak doğrularla sınırlandırılmayacağını vurgulamıştır. Postmodern tasarımlarda görülen kompozisyon serbestliği, okunurluğu zorlayan tipografik denemeler ve anlamı katmanlaştıran sembolik kullanımlar, bu anlayışın öne çıkan unsurları arasındadır. Bu bağlamda; grafik stil daha deneysel, melez ve dinamik bir yapıya bürünmüş, bu durum da stil çeşitliliğini önemli ölçüde arttırmıştır. Günümüzde hareketli grafikler, kullanıcı arayüzleri ve sosyal medya gibi dijital mecralar, teknolojik gelişmelerin etkisiyle hem biçimsel hem de işlevsel açıdan stilin dönüşümünü hızlandırmaktadır. Bu durum, stili sürekli evrim geçiren dinamik bir olgu hâline getirmektedir. Stil, yalnızca estetik bir biçim arayışı değil; aynı zamanda toplumsal değişimlerin, kültürel yapıların ve teknolojik yeniliklerin görsel bir yansımasıdır. Bu yansıma,

tarihsel süreklilik ile belirli dönemlerdeki kopuşların etkileşimi üzerinden şekillenir. Dolayısıyla stil yaklaşımlarını tarihsel ve biçimsel örnekler üzerinden değerlendirmek, grafik tasarımın yalnızca görsel evrimini değil; aynı zamanda iletişim kuramları, kültür çalışmaları ve estetik teorileriyle olan çok katmanlı ilişkisini de analiz etmeye olanak tanır. Stil, hem geçmişin görsel mirasını taşıyan hem de geleceğin tasarım dilinin oluşumuna yön veren bir rehber niteliği taşır.

1.3. Estetik Kuramlar ve Teknolojik Dönüşüm Bağlamında Özgünlük Tartışmaları

Özgünlük kavramı, yaşamın her alanında ilgi uyandıran ve bireyleri ortak değerler etrafında bir araya getiren önemli bir unsurdur. Özellikle doğallığın giderek azaldığı günümüzde, özgün olana duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Çok katmanlı bir yapıya sahip olan bu kavramın, 18. yüzyılın sonlarında dikkat çekmeye başladığı görülmektedir (Taylor, 2003: 25). Bu bağlamda, özgünlük arzusunun bireyleri yaratıcılığa, kalıcılığa ve farklılığın simgesi olan eşsizliğe yönelttiği anlaşılmaktadır. Özgünlük; bir bireye ait, özel bir tarz ya da biçimle ilişkili, kendine özgü, ayırt edici nitelikler taşıyan bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Tasarım alanı açısından bakıldığında ise, bir tasarımcının kendine özgü yöntemlerini, temel tasarım ilkeleri ve kuralları doğrultusunda bir araya getirerek, daha önce benzeri üretilmemiş yaratıcı ürünler ortaya koyması anlamına gelmektedir (Özkan ve Akengin, 2021: 29).

Yaratıcılık kavramı ile de anılmaktadır. Yaratıcılık, birbiriyle ilişkili olan çeşitli faktörleri bir arada tutan karmaşık bir yapıdır. Acar, Burnett ve Cabra (2017), yaratıcılığın büyük ölçüde görünmeyen, sözel olmayan ve bilinçdışı bir süreç olduğunu belirtir. Yaratıcılığın herkes tarafından kabul edilen kesin evrensel tanımı olmasa da, standart bir tanımını oluşturma yönündeki ilerlemeleri kaydedilmiştir. Yaratıcılığı oluşturan birinci faktör; yenilik, özgünlük ve alışılmadıklık gibi özelliklerdir. İkinci faktör de yararlılık, fayda ve uygunluk gibi kavramlarla ilişkisinin olmasıdır. Harris'in (1959, akt. Rouquette, 2007) belirttiğine göre, yaratıcı süreç altı temel evreden oluşmaktadır: ihtiyacın saptanması, bilgi toplama, bilgiyi işleyen düşünce etkinliği, çözümlerin tasarlanması, doğrulama ve uygulamaya geçiştir. Bu geçiş, özgünlüğün oluşmasında temel faktördür. Fakat özgünlük, sanat ve tasarımın temel kavramlarından biri olarak tarih boyunca farklı kuramsal perspektiflerle ele alınmıştır. Özellikle modernleşme ve teknolojik gelişmelerle, sadece bireysel yaratıcılığın değil, aynı zamanda eserin üretim koşullarının da sorgulandığı bir kavram haline gelmiştir.

Sanat yapıtı, tarih boyunca her zaman yeniden üretilebilen bir niteliğe sahip olmuştur. İnsan eliyle üretilen her bir yapıt, yine insanlar tarafından gerçekleştirilebilmiştir. Kopyalama ve uyarlamalar, eserlerin yaygınlaştırılması için yapılmış, bunun yanı sıra üçüncü kişiler, ekonomik kazanç amacıyla bu tür üretimlere yönelmiştir. Ancak bir yapıtın teknik araçlarla yeniden üretimi, yeni bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, Antik Yunan dönemine bakıldığında, bir sanat yapıtının teknik yollarla üretimi için döküm ve sikkeler basımı olarak iki yöntem bilinmekteydi. Bronz heykeller ve sikkeler, Yunanlar tarafından kitlesel olarak üretilebilen sanat ürünlerindendi. Bunun dışında kalan tüm eserler, yalnızca bir defaya özgü, teknik olarak tekrar üretilemezdi. Grafik sanatları, tahta baskının icadıyla birlikte teknik yollarla yeniden üretilebilir hale gelmiştir. Ortaçağ boyunca tahta baskıya bakır ve gravür, 19. yüzyılın başında ise litografi yani taş baskı eklenmiştir. Litografi ile yeniden üretim teknikleri yepyeni bir aşamaya ulaşmıştır fakat litografinin sunduğu olanaklar fotoğraf teknolojisini geride bırakmıştır. Fotoğraf, sanat üretimini anlık görüntü oluşturma ve gerçekliği olduğu gibi algılatma yönünden köklü bir biçimde etkilemiştir. İnsan da fotoğrafla birlikte yeniden üretim sürecinin sanatsal yükümlülüklerinden kurtulmuş, böylece gözün algılamasının elin çizmesinden çok daha kısa zaman aldığını fark etmiştir (Benjamin, 2001:52–53). Sanat yapıtlarının teknik olanaklarla yeniden üretilebilir hâle gelmesi, özgünlük kavramını tartışmaya açmıştır. Bir zamanlar yalnızca sanatçının eliyle üretilen ve biricik olarak tanımlanan eserler, günümüzde çoğaltılabilir, yeniden biçimlendirilebilir ve farklı bağlamlarda tekrar sunulabilir duruma gelmiştir. Walter Benjamin (2001), bu dönüşümün özgünlük kavramı üzerinde köklü bir etkisi olduğunu ifade etmektedir. Ona göre, sanat eserinin aurası-tarihsel, mekânsal ve kültürel bağlamı içinde taşıdığı özgün varlığı-teknik yeniden üretimle birlikte erozyona uğramıştır. Bu durum yalnızca sanatsal üretimin doğasını değil, izleyiciyle kurulan ilişkiyi ve eserin değeri üzerine yapılan değerlendirmeleri de köklü biçimde dönüştürmüştür. Yeniden üretim teknolojilerinin gelişimi yalnızca üretim biçimlerini değil, özgünlüğün tanımını ve algılanış biçimini de değiştirmiştir. Fransız düşünür Roland Barthes'ın metin ve anlam üretimi üzerine geliştirdiği yaklaşımlarda, özgünlük kavramını bireysel yaratıcılıktan çıkararak katmanlı bir yapıya dönüştürmektedir. Ona göre, bir eserin anlamı yalnızca yaratıcı bireyin niyeti ile açıklanamamaktadır. Eserler, kültürel kodlar, daha önceki anlatılar, dilsel yapılarla kurulan ilişkiler aracılığı ile şekillenmektedir. Bu çerçevede özgünlük de tek bir bireyin içsel dehası değil, bağlam ve kültürel referanslarla sürekli inşa edilen bir sürece dönüşmektedir. Bu yaklaşım, sanat ve tasarım gibi yaratıcı alanlarda, üretimin kolektif ve etkileşimli doğasını vurgulamaktadır. Özgünlük böylece durağan ve tekil izlenim olmaktan çıkarak, anlamın sürekli evrildiği

yapıda, sonsuz biçimlerde yeniden üretilen bir pratik haline gelmektedir (McLavery-Robinson, 2011). Tasarım bağlamında bu, yalnızca bir şey yaratmakla ilgili değil, mevcut imgelerin, biçimlerin ve kültürel referansların yeniden düzenlenmesi ile ortaya çıkan bir yapı halini almıştır. Bu durum, Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramında ifade ettiği gibi, gerçek ile temsil arasındaki sınırların bulanıklaştığı bir evreni işareti etmektedir. Baudrillard'a göre, gerçek olarak kabul ettiğimiz şey, aslında önceden belirlenmiş modeller, bellek şemaları ve dijital komutlar temelinde yeniden inşa edilen yapay bir düzeneğe dönüşmüştür. Bu nedenle, gerçekliğin mantıklı ya da tutarlı görünmesi bir ölçüt olmaktan çıkmış, çoğaltılabilirliği esas hale gelmiştir. Gerçek, artık işlemsel bir görünüme sahiptir ve onu çevreleyen düşsel bir bağlamdan yoksundur. Gerçeklik ile hakikat arasındaki bağın koptuğu bu aşamada, tüm gönderen sistemlerin işlevini yitirdiği, anlamın kendi üzerine kapanarak dolaşıma girdiği bir simülasyon çağından söz etmek mümkündür. Bu da sentetik biçimde üretilmiş olan gerçek hipergerçektir (Baudrillard, 2021:14-15).

Baudrillard'ın hipergerçeklik olarak söz ettiği kavram, özgünlüğün günümüzde aldığı biçimi anlamlandırmak adına önemli bir çerçeve sunmaktadır. Buradaki hipergerçeklik, gerçekliğin kendisinden daha gerçek gibi görünen temsillerin üretildiği bir durumdur. Bu bağlamda özgünlük, artık birebir yaşanan ya da hakiki olanın ifadesi olmaktan uzaklaşmıştır. Duygusal tepki uyaran kurguların, etkileyici ya da tanıdık olanların ürünüdür. Günümüz kültüründe de bir eserin ya da bir fikrin taşıdığı değeri, o eserin gerçekliği değil, yaratmış olduğu izlenim ölçmektedir. Bu açıdan özgünlük, içerikten çok algıya bağlı, dikkatleri çeken bir göstergeye dönüşmektedir. Özgün olan, biricik ya da ilk olma iddiası taşımayarak, taklitlerin ve referansların harmanlandığı bir temsil haline gelir. Özgünlük, stratejik biçimde yapılandırılan estetik bir yanılsamaya evrilmektedir. Fransız filozof ve yazar Guy Debord, bu durumu yaşamın kendisinden kopmuş imajların, artık gerçekliğin yerini alan yapay ve anlık bir bütünlük oluşturmasıyla tanımladığı gösteri toplumu kavramı üzerinden açıklar. Debord'a göre, özgünlük algısı, bu sahte dünya içerisinde çözülmektedir. Gerçeklik, parçalanmış görsel temsillerin egemenliğinde yeniden inşa edilmiştir (Kılınç ve Kılınç, 2014: 129). Debord'un gösteri olarak tanımladığı yapı, yalnızca görsel temsiller aracılığıyla biçimlendirilen bir düzene işaret etmektedir. Gösteri, yaşamın doğrudan deneyiminden kopmuş, metalaştırılmış temsillerin egemenliğinde işleyen yapay bir gerçeklik inşa etmektedir. Bu bağlamda özgünlük de, içsel yaratım ya da bireysel deneyime dayanan bir ifade biçimi olmaktan uzaklaşmakta; daha çok dolaşıma giren görsel formlar ve tüketim kültürü üzerinden şekillenmektedir. Özgünlük, sistemin durmaksızın yeniden

ürettiği görsel temsiller aracılığıyla dolaşıma giren ve yalnızca tüketime hizmet eden bir göstergeye dönüşmektedir. Gösterinin merkezinde artık özgün olan değil, dikkat çeken ve yeniden üretilebilen öğeler değerli hâle gelmektedir. Bu bağlamda özgünlük, deneyimsel bir nitelik taşımaktan ziyade, izleyiciye nasıl görüldüğü ve izleyici üzerinde hangi etkileri yarattığı ile anlam kazanmaktadır. Debord'un ifadesiyle, gösteri ayrılığın ortak dili hâline gelmiş; bireyler arasındaki doğrudan ilişkiyi çözerek, yerine imgeler aracılığıyla kurulan yapay bağlar koymuştur. Bu açıdan özgünlük, yalnızca sahici olanın silinmesi değil, aynı zamanda bireyin kendi deneyimine ve yaratım sürecine yabancılaşmasının da bir simgesidir. Bu yabancılaşma, estetik üretimi yalnızca görünüş düzeyinde özgün olan, ancak yapısal olarak sisteme hizmet eden bir simülasyona dönüştürmektedir (Cikaj, 2023).

1.4. Yapay Zekâ Kavramı ve Estetik Değerlere Etkisi

Günümüzde yapay zekanın önemi giderek artmakta, birçok sektörde yapay zeka ile sağlanan yenilikçi çözümler pek çok insanın yaşamını dönüştürmektedir. Yapay Zeka (İngilizce tam adıyla *Artificial Intelligence*, kısaltmasıyla AI; Türkçesi “Yapay Zeka” ve kısaltması YZ), bilgisayar bilimleri alanında insanların düşünme, öğrenme, problem çözme ve karar verme yeteneklerini taklit etmeye odaklanan bir teknoloji dalıdır. Bu teknoloji, insan benzeri bilişsel yeteneklere sahip makineler ve sistemler geliştirmeyi amaçlayarak, insan zekasının karmaşıklığını ve esnekliğini yakalayabilen makineler üretmeyi hedeflemektedir (Abiç, 2025). Makinelerin düşünme yeteneğine sahip olacağı fikri, bu alandaki temel düşünce temellerinden biri olup, ilk kez İngiliz matematikçi Alan Turing tarafından ortaya atılmıştır. Turing, bir bilgisayarın insan zekasına sahip olup olmadığını değerlendirmek için Turing Testi'ni geliştirmiştir. Bu teste göre, insanlar karşısındaki varlığın insan mı yoksa makine mi olduğunu ayırt edemezse, makine testi geçmiş sayılmaktaydı. Turing, makinelerin deneyim yoluyla öğrenebileceğini ve kendi komutlarını buna göre yeniden düzenleyebileceğini savunmuştur. 1948 yılında yayımlanan Akıllı Makineler raporu, yapay zekanın temel kavramlarını şekillendiren önemli bir çalışma alanı olmuştur. 1960'lardan günümüze geliştirilen birçok yapay zeka sistemi, Turing testinde başarılar göstermiştir. Örneğin, bugün kullanılan ChatGPT Turing testini geçmeyi başarmıştır (Kurtuluş, 2023).

Yapay zeka, bilgisayar, matematik, optik, oyun bilimi, akustik ve güdüm bilimi gibi çok geniş bir konu alanını kapsayan bir bilimdir. Robotlar, bilgisayarla görme, insan bilgisayar etkileşimi, doğal işleme, makine öğrenimi, sanal gerçeklik dahil olmak üzere birçok alanda da gelişmeye devam etmektedir. Büyük veri, bulut bilişim, İnternet ve Nesnelerin İnterneti gibi

bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle, algı verileri ve grafik işlemciler gibi her yerde algılanan bilgi işlem platformları, Derin Sinir Ağları tarafından temsil edilen Yapay Zeka teknolojisinin hızlı bir biçimde gelişimini desteklemiştir (Atilla, 2023: 4-7). Yapay zeka (YZ) teknolojilerindeki ilerlemeler, tasarım alanında da derin bir dönüşümü beraberinde getirmektedir. Daha önce grafik tasarımcılar tarafından manuel olarak yürütülen işlemler artık otomatikleşmekte, tasarım süreci de hızla tamamlanmaktadır. Yapay zekanın grafik tasarıma entegrasyonu, sadece üretkenliği artırmakla kalmamış, yaratıcı potansiyelin de gelişmesini sağlayarak tasarımcılara yeni perspektifler kazandırmaya devam etmiştir. Yapay zeka, tasarımlarda veri analizine ve algorimatlarla dayalı, bilgi odaklı bir tasarım yaklaşımı sunarak hedef kitleye özel, daha etkili çözümler geliştirebilmesini de sağlamıştır. Rutin ve tekrar eden işleri otomatik hale getirmesi, daha yaratıcı ve stratejik süreçlerde tasarımcıların odaklanmasına olanak sağlayan bir alan açmaktadır. Bu alan, her ne kadar pratiklik ve üretkenlik bakımından kolaylıklar sağlasa da, özgünlük, yaratıcılık ve estetik açısından bazı tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Otomatikleştirilmiş tasarım araçlarının ürettiği içerikler, geçmiş veri kümelerine dayandığı için özgün bir yaratım niteliği taşımayabilirler. Bu durum, tasarımcıların sadece yapay zeka tarafından sunulan önerilere bağlı kalmaksızın, kendi yorumlarını ve yaratıcı dokunuşlarını dahil etmeleri gerektiğini de göstermektedir (Günay & Özdemir, 2024: 143).

Tasarımda yapay zekanın getirdiği yenilikler kadar, estetik anlayışının tarihsel ve felsefi temellerini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Sanat tarihi kadar eski bir kavram olan estetik, Platon'un "Güzel nedir?" sorusuyla başlamış olup, iyi, yüce ve haz gibi anlamları da içine alarak günümüzdeki postmodern estetik anlayışına kadar uzanmaktadır. Estetik, sanatta ve gerçek hayatta güzel olanın kökenini inceleyen, kendi tarihiyle de iç içe geçen bir tanımdır (Kartal, t.y.). Genellikle güzelliğin ve onun karşıtı olan çirkinliğin incelenmesi olarak tanımlanmakta; bazı filozoflar tarafından da yalnızca sanatlara veya sanatsal deneyimlere uygulanan bir alan olarak görülmektedir. Estetik, algı, deneyim ve anlam üretimi süreçlerini kapsayan çok boyutlu bir kavramdır. Estetik terimi, ilk kez 1735 yılında Alexander Baumgarten tarafından yayımlanan bir kitapta ortaya atılmıştır; ancak temsil ettiği güzelliğin felsefesi üzerine tartışmalar çok daha eskiye, binlerce yıl öncesine kadar uzanmaktadır. Bu tarihsel derinlik, hem Antik Yunan hem de Antik Çin kaynaklarında iyi ve kötü kavramlarına ilişkin yorumlarda açıkça görülebilmektedir.

Estetik, 1960'lı yıllardan itibaren bilişsel bilim ve zihin felsefesi alanlarında giderek daha etkili bir disiplin haline gelmiştir (Huron, 2008). Bu etkinin kökleri ise, sanat tarihinde dönüm noktası olarak kabul edilen Marcel

Duchamp'ın 1917 yılında 'Çeşme' adlı eserini sergilemeye çalışmasına kadar uzanmaktadır. Pisuar nesnesi, sanatçı tarafından R. Mutt, 1917 şeklinde imzalanarak izleyici karşısına çıkarılmak istenmiştir. Duchamp'ın bu eylemi, sanatın yalnızca sanatçı elinden çıkan ve teknik beceri gerektiren bir üretim süreci mi olması gerektiği, yoksa bir nesnenin bilinçli bir seçimle sunulmasının sanat olarak kabul edilip edilmeyeceği sorularını gündeme taşımıştır. Aynı zamanda, estetik değerlerin eserin yaratım sürecine mi yoksa eseri algılama biçimine mi bağlı olduğu yönündeki tartışmaları da başlatmıştır. Buradan hareketle, estetiğin yalnızca güzellik ya da beğeni gibi kavramlarla sınırlı kalmadığını, yaratım, algı ve anlamlandırma süreçlerinin bütününi kapsayan çok boyutlu bir kavram olduğu da görülmektedir (D'Olimpio, 2019). Duchamp'ın Çeşmesi, estetiğin yalnızca duysal hoşnutsulukla değil, aynı zamanda kavramsal yaratıcılıkla da bağlantılı olduğunu göstermektedir. Bu yönüyle estetik, sanatçının yaratıcı eylemi kadar, izleyicinin zihinsel katılımını da gerektiren bir alan olarak, günümüzde yapay zeka teknolojileri ile birlikte yeniden ele alınmaktadır. Fakat, sanatın üretim süreçlerinde, insan yaratıcılığı kadar algoritmik süreçlerin de etkili olmaya başlaması, estetik açıdan bazı soruları da beraberinde getirmiştir. Bu sorulardan biri, sanat üretiminde insan müdahalesi olmadan, yapay zeka estetik değer taşıyan eserler ortaya koyabilir mi? Bir diğeri de, algoritmanın seçimleri, bir sanatçının kasıtlı tercihi gibi estetik bir anlam yaratabilir mi? Yapay zekaya ait tanımlar incelendiğinde, insana ait davranış özelliklerini sergileyen makine, robot ve bilgisayarlardan bahsedilmektedir. Yapay zeka, insanlar tarafından gerçekleştirildiğinde zeka gerektiren işlevleri yerine getiren makinelerin yaratma sanatı olarak da tanımlanmaktadır. Bir diğer tanımla, bir bilgisayar sisteminin insan zekasına özgü özellikleri olan; görsel algılama, ses tanıma, fikir üretme, düşünme, problem çözme, anlam çıkarma ve karar verme gibi yüksek bilişsel fonksiyonları ya da otonom davranışları sergilemesi olarak da ifade edilmektedir (Yıldırım, 2023:126). Bütün bu gelişmeler, yaratıcılık ve algısal kapasitelerin sorgulandığı yeni düşünsel zeminler oluşturmaktadır.

Sanatsal yaratıcılık bağlamında, bir sanatçı imgeleri ve hayalleri önce düşünerek kurgular, ardından da bu kurguları malzemeye aktarır. Bu süreç, eylemi, düşünsel ve fiziksel uygulamaları kapsar. Ancak yapay zekâ ile üretilen eserlerde, fiziksel uygulamaların yerini bilgisayarların derin öğrenme süreçleri almaktadır. Düşünsel olaylar, prompt niteliği taşıyarak, hem makinenin algılama kapasitesi hem de hangi veri örnekleminde beslendiğine dair belirleyici bir rol oynamaktadır. Makinenin önceki öğrenme süreçlerini devreye sokması, ortaya çıkan görsellerin biçimlenmesi bakımından önemlidir. Bu eserler, geçmiş öğrenmelerin izlerini taşıyarak insanlığa ait ortak temelleri yansıtmaktadır. Bu durum, sanat eserinin oluşum sürecine

makinenin etkin katılımını gerektirmekte, estetik tartışmaları da tekrar gündeme taşımaktadır (Atalay, 2023:281). Lev Manovich (2018), yapay zekâyı sadece sanat eserlerinin yaratımında değil, aynı zamanda bu eserlerin kültürel bağlamda algılanması ve yorumlanmasında da merkezi bir rol oynayan bir mekanizma olarak görmektedir. Ona göre yapay zeka, kültürel ekosistemde kritik bir konumda bulunmakta; seçimlerimizi, davranışlarımızı ve hayal gücümüzü doğrudan etkilemektedir. Fotoğraf, video ve müzik gibi medya içeriklerinin önerilmesi, sosyal medya platformlarında takip edilmesi gereken kişilerin tavsiye edilmesi veya bilgisayar karakterlerinin oluşturulması gibi pek çok alanda yapay zekanın etkisi açıkça görülmektedir. Sanatçılar algoritmaları 1960'lardan itibaren sanatsal yaratım süreçlerinde kullanmaya başlamış olsa da, günümüzde kültürel yapay zeka, birçok kullanıcının erişim sağladığı cihaz ve hizmetlerde yaygınlaşmıştır. Yapay zeka, milyarlarca insanın hayal gücünü etkileyen güçlü bir mekanizmaya dönüşmüştür. Kullanıcıların kültürel davranışlarına dair toplanan geniş veri kümeleri, bireylerin estetik benliklerini modellemek, gelecekteki estetik tercihleri tahmin etmek ve çoğunluğun tercih ettiği seçimlere yönlendirmek için kullanılmaktadır (Manovich, 2018). Bu dijital yönlendirme çağında, algoritmalar tarafından şekillendirilen estetik algılar ortamında, sanatın ne olduğu sorusu yeniden tartışmaya açılmaktadır. Sanat kavramı tarih boyunca farklı düşünsel çerçeveler içinde tekrar tekrar tanımlanmış, her dönemde estetik değerlerle ve toplumsal ihtiyaçlarla kurduğu ilişki biçimi değişmiştir. Antik Yunan'da Platon, sanatı tanımlarken mimesis yani taklit olarak değerlendirmiş, bir sanat eserinin değerini gerçekliği ne ölçüde yansıttığı göre belirlemiştir. Bu yaklaşım, yüzyıllar boyunca sanatın temsil edici yönüne odaklanılmasına neden olmuştur. 18.yüzyılda Romantizm akımı etkisiyle, sanat dış dünyayı yansıtan bir araç olmaktan çıkmış, bireysel duyguların ve içsel deneyimin ifadesine dönüşmüştür. Aynı dönemde Immanuel Kant, estetik deneyimi biçimsel düzene dayandırmıştır. Sanatın güzellikten çok zihinsel yargı ve düzen arayışı ile bağlantılı olduğu öne sürmüştür. 20. yüzyılda ise soyutlamanın yükselişiyle birlikte içerik kadar biçim, yapı ve kavramsal yön ön plana çıkmıştır. Bu tarihsel dönüşümler, sanatın sabit bir tanımı olmadığını; teknolojik, toplumsal ve kültürel koşullarla birlikte sürekli yeniden şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Günümüzde, dijital üretim araçlarının sanat ve tasarım süreçlerine entegre edilmesi, yalnızca estetik üretimi değil; aynı zamanda kullanıcı deneyimi, işlevsellik ve görsel iletişim gibi tasarıma özgü boyutları da gündeme getirmiştir. Bu bağlamda tasarım, artık sanatla eş düzeyde yaratıcı bir ifade alanı olarak değerlendirilmektedir. Yapay zeka tarafından oluşturulan görsellerin yalnızca sanatsal değil, grafik, mimari ya da ürün tasarımı gibi farklı disiplinlere de

hizmet etmesi, estetik değerlerin hem duyuşsal hem de işlevsel bağlamda tekrardan düşünülmesini gerekli kılmaktadır. Yapay zeka tarafından üretilen eserler, estetik bakımdan güçlü görseller sunsalar da, bu üretim sürecinin ardında bir bilinç ya da duyuşsal motivasyon bulunmamaktadır. Duyuşsal motivasyona ihtiyaç duyan sanat, tarihsel olarak yalnızca biçimsel öğelerle değil; sanatçının amacı, yaşadığı çağ, deneyimleri ve kültürel bağlamıyla anlam kazanmaktadır. Yapay zeka ise, kullanıcı komutlarıyla hareket eden, kendini ifade etme ya da yaratma arzusu olmayan bir yapıdır. Bu aşamada, özgünlük konusu devreye girmektedir. Yapay zeka, daha önce üretilmiş olan milyonlarca eseri analiz ederek yeni imgeler oluşturmaktadır. Bu tür üretimler, insan sanatında sıkça söz edilen stil takibi, gönderme ve yeniden yorumlama pratiklerinden ne kadar ayrılmaktadır?

Çağdaş sanat da çoğu zaman çoklu kaynaklardan beslenen, kolaj mantığına dayalı bir yapı sergilemektedir. Bu açıdan bakıldığında, yapay zeka üretimlerini de postmodern estetik içerisinde tekrar değerlendirebilmesi mümkündür (University of Plymouth, t.y.). Örneğin, çizim, performans ve şiiri kapsayan bir uygulama aracılığıyla, sanat yaratma yeteneğine sahip olan özel yapım android sanatçı Ai-Da Robot, yapay zekanın egemen olduğu çağda, yaratıcılık ve sanatçı kavramları tanımını yeniden tartışmaya açmıştır. Ai-Da, gözlerinde yer alan kameralarla çevresini algılayarak elde ettiği verileri, yapay zeka algoritmaları aracılığı ile analiz ederek robotik kolu aracılığıyla çizim haline getirmektedir. Ai-Da çalışmalarını hayata geçirirken Rembrandt'ın eserlerinden, Damien Hirst'ün nokta resimlerine kadar birçok sanatçının üretimleri ile işbirliği yapmaktadır. Böylece, farklı dönemlerden farklı sanatçıları bir araya getirmekte; sanatsal üretimi de sanatçılar, bilim insanları, tasarımcılar ve yazılımcılardan oluşan çok disiplinli bir ekip çalışmasına dönüştürmektedir (Annka Kultys Gallery, n.d.). Yapay zekanın kültürel kodlara dair sezgisel bir anlayış geliştirememesi, sembollerle, duygularla veya tarihsel hafızayla kurduğu bağın sınırlı olması, onun estetik deneyim üretimindeki derinliğini sorgulatmaktadır. Bir eserin tekrar üretilmesindeki zorluk, yapay zeka sanatının süreç temelli doğasını yansıtsa da tekil sanat eseri fikrini bulanık hale getirmektedir. Yapay zeka, yaratıcı sektörlerde de etkin biçimde kullanılmaktadır. Grafik tasarım, dönüşümün merkezindeki alanlardan biri olarak estetik üretim süreçlerine yeni örnekler ortaya koymaktadır. Bu dönüşüm, biçimsel estetik tercihleri ile değil, üretim süreci ve kullanıcı etkileşimi açısından da değerlendirilmelidir. Google'ın 2016 yılında geliştirmiş olduğu AlphaGd adlı yapay zeka temelli grafik tasarım uygulaması, müşterilerin taleplerini dikkate alan görsel kompozisyonlar oluşturmaktadır. Bu oluşum, pazar estetiği göz önünde bulundurarak tasarım öğelerini bir araya getirmektedir. AlphaGd, yaratıcılık düzeyine sahip olmasa da mevcut

tasarım biçimlerini başarılı bir şekilde taklit edebilmektedir. Logojoy adlı başka bir platform da kullanıcıdan grafik tasarım bilgisi beklemeden renk, yazı tipi ve simgeleri harmanlayarak logolar oluşturabilmektedir. Adobe'un geliştirdiği Adobe Sensei, kullanıcı davranışlarını öğrenerek içerik eşleştirme, yazı tipi tanıma ve yüksek çözünürlüklü görsellerin analizinde yapay zekadan yararlanmaktadır. Bu şekilde, estetik tercihleri optimize etmektedir. Bu tarz uygulamalar, yapay zekanın tasarım alanındaki rolünde yaratıcı sürecin destekleyicisi olarak var olmakta, tasarımcılara zaman kazandırarak özgür yaratıcı alanlar sunmaktadır (Karabulut, 2021: 1531-1532).

Grafik tasarım bağlamında estetik, yalnızca görsel güzellikten ibaret olmayıp; aynı zamanda mesajın etkili ve anlamlı biçimde iletilmesini sağlayan biçim, renk, denge, ritim ve uyum gibi bileşenlerin bütünsel uyumunu ifade etmektedir. Estetik değer, bir tasarımın kullanıcıyla kurduğu duygusal ve bilişsel etkileşim süreci sonucunda şekillenmektedir. Bu nedenle, estetik tasarım hem fonksiyonel hem de kültürel boyutlarıyla kritik bir öneme sahiptir. Özellikle dijital sanat, teknolojik araçlarla sanatçının yaratıcılığını bir araya getiren yeni bir ifade alanı hâline gelmiştir. Hareketli görseller, enstalasyonlar ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, izleyici ile tasarım arasında etkileşimli bağlar kurulmasına olanak tanımaktadır. Bu etkileşim, durağan bir eserin sınırlarını aşarak, sürekli hareket hâlinde olan dijital görüntüler aracılığıyla kurulmaktadır. Bu bağlamda, eserle kurulan estetik deneyim, eserin ne hissettirdiği üzerinden yeni tanımlamalar ortaya koymaktadır. Bir sanat eserinin güzel ya da anlamlı bulunması; izleyicinin kültürel birikimi, duygusal bağı ve bireysel algısı ile yakından ilişkilidir. Ancak, yapay zekânın estetik süreçlere dâhil olması, bu öznel algının yeniden tanımlanmasına neden olmaktadır. Yapay zekâ, bir insanda var olan duygusal bağa sahip olmadan estetik bir değer yaratabilir. Bu estetik değer, oluşturulan sanat eserlerinin izleyiciyle kurduğu duygusal bağı ile değil, bu bağın esasen esere yüklenen anlam üzerinden geliştiği görülmektedir. Bu durum, insan ve yapay zekâ arasındaki estetik bakışta belirgin bir ayrım yaratır. Yapay zekâ estetik bir üretici olabilir, ancak anlam üreticisi değildir (Genç, 2025).

2. Araştırma Bulguları ve Görsel Analiz

2.1. Yapay Zekâ Tabanlı Stil Üretimi: Midjourney, DALL·E, Firefly vb.

Günümüzde yapay zekâ tabanlı görsel üretim sistemleri, tasarım ve sanat alanlarında giderek daha fazla yer edinmekte, devrim niteliğinde dönüşümler gerçekleştirmektedir. Bu dönüşümlerin merkezinde ise, metin, görsel, ses ve video gibi çok çeşitli dijital içerikleri otomatik olarak üretebilen üretken yapay

zekâ modelleri yer almaktadır. Bu tür yapay zekâların en dikkat çekici özelliği, “prompt” adı verilen kısa metinsel komutları algılayarak anlamlı ve yüksek çözünürlüklü çıktılar oluşturabilmeleridir. Midjourney, DALL·E ve Adobe Firefly gibi üretken yapay zekâ araçları; tasarım süreçlerine entegre edilmekte, farklı stil motiflerini kullanarak özgün, estetik açıdan çarpıcı ve yenilikçi görseller ortaya koyabilmektedir (Digital Panorama, 2023). Özellikle grafik tasarım, illüstrasyon ve dijital sanat alanlarında bu araçların kullanımı, stil kavramının yeniden yorumlanmasına sebep olmaktadır. Ancak bu noktada önemli bir soru gündeme gelmektedir. Yapay zekanın görsel üretim biçimi, geleneksel anlamda bir sanatçının yaratıcı sürecini mi taklit etmektedir, yoksa yalnızca stilize edilmiş kalıpların tekrarına mı dayanmaktadır? Bu ikilem, yapay zekâ ile yaratılan görsellerin özgünlük, yaratıcılık ve anlam üretimi gibi estetik değerlerle ilişkisini yeniden düşünmeyi zorunlu kılmaktadır.

Midjourney, metin komutlarına dayalı görseller oluşturan üretken bir yapay zekâdır. Discord sunucusu üzerinden yürütülmektedir. Discord, benzer ilgi alanlarına sahip sanatçılarla dünyanın dört bir yanından etkileşim kurmak için de güzel bir ortam sunmaktadır (Hanna, 2023:44). Midjourney, soyut ve deneysel stil üretimi konusunu ön plana çıkararak, sanatsal hayal gücünü dijital platformda somutlaştırmaya olanak tanımaktadır. Özgünlük ve yaratıcılığın sınırlarını zorlaması, stilin sınırlarını genişleten kompozisyonlar üretebilme kapasitesine sahip olduğunu da göstermektedir. DALL-E ise, daha gerçekçi ve hiper-gerçekçi görseller üretebilme kapasitesi ile dikkatleri çekmektedir. OpenAI tarafından geliştirilen bu yapay zeka modeli, çeşitli temalar ve stillerle, görsel yaratma kapasitesine sahiptir. Deep Generative Adversarial Learning kelimelerinin baş harflerinden oluşmakta, kullanıcıların girdikleri metinler üzerinden görsel içeriklerini yaratmaktadır. DALL-E de girilen metin ne kadar açıklayıcı ve detaylı ise, elde edilen görsel de o kadar kaliteli olmaktadır (Bayındır, 2024). Fakat esnek stil yaratımı, tasarım alanında özgünlük ile stil arasındaki sınırları da belirsizleştirmektedir. Adobe Firefly de Adobe tarafından geliştirilen ve kullanıcıların gelişmiş teknik bilgiye sahip olmadan, yalnızca metin komutlarıyla görsel içerikler oluşturmaya imkan tanıyan üretken bir yapay zekâdır. Bu sistemle kullanıcılar; resim, stilize metin efektleri ve vektörel grafikler gibi çeşitli görselleri üretebilmektedir. Adobe Firefly’nin temel amacı, yaratıcı süreçleri hızlandırmak, manuel tasarım yükünü azaltmak ve grafik tasarımla ilgili denemeler yapabilmeyi erişilebilir hale getirmektedir. Yapay zeka seçenekleriyle kullanılabilmesi, bir yandan da talep edilen bağlamı anlayarak görüntülü etkileşime girebilmesi, çok yönlü bir araç olduğunu da göstermektedir. Firefly, Adobe Stock görselleri kullanılarak eğitilmiş bir programdır. Böyle olması, onu etik açıdan da iyi

eğitilmiş bir yapay zeka destekli görüntü oluşturunca yapmaktadır (Esparza, 2023).

Bu yapay zeka modellerinin stil üretim süreçleri, stil kavramını geleneksel yaratıcı süreçlerden farklı olarak veri tabanlı kalıpların düzenlenmesi ve çoğaltılması olarak kurgulamaktadır. Burada stil, tarihsel ve kültürel olan bağlamından bağımsız, algoritmik olarak işlenen görsel veri setine indirgenmektedir. Örneğin; yapay zekaya Art Nouveau akımı tarzında kadın portresi oluştur gibi bir komut verildiğinde, bu akıma özgü bitkisel motifler, kıvrımlı çizgiler ve yumuşak renk tonları, Art Nouveau tarzında bir araya gelerek yeniden harmanlanmaktadır. Ancak bu, bir sanatçının özgün, düşünsel ve sezgisel yaratımından ziyade, geçmiş örüntülerin algoritmik stilizasyonu olarak değerlendirilmektedir. Yapay zekanın temelli stil üretimi, görsel içeriklerin hızlı ve geniş ölçekte üretilmesini mümkün kılmaktadır. Bu durum, tasarım alanında yaratıcı düşünme çeşitliliğini arttırmakta, estetik değerin ve özgünlüğün doğasına dair soruları da gündeme getirmektedir. Tasarımcılar, artık yaratıcı bir özne değil, yapay zekanın sunduğu seçenekleri seçerek filtreleyen ve yönlendiren küratörler haline gelmektedir. Bu sistemlerin her biri, üretim sürecinde insani bir sezgiye ya da bağlamsal duyarlılığa değil; veri tabanlı örüntülere dayanarak çalışmaktadır. Bu da sanat eseri üretiminin doğasına dair yeni tartışma zemini yaratarak, grafik tasarımda estetik üretimin dinamiklerini değiştirmekte, tasarımcının yaratıcı rolünü yeniden sorgulatmaktadır.

2.2. Stil mi Stilizasyon mu? Yapay Zekâ Üretimli Grafik Tasarım Görsellerinin Estetik Çözümlemesi

Yapay zekâ ile oluşturulan görseller, günümüzde yalnızca dijital sanat kapsamında değil, aynı zamanda grafik tasarım pratikleri içinde de değerlendirilmektedir. Grafik tasarım, görsel iletişim odaklı bir alan olmakla birlikte; estetik değer taşıyan, kavramsal anlamlar üretebilen ve görsel mesaj aktarımı sağlayan üretimleri içerir. Bu bağlamda, yapay zekâ destekli görsellerin biçimsel niteliği kadar, içerdiği anlatım gücü, tematik tutarlılığı ve özgünlük düzeyi de tasarım alanıyla ilişkilidir. Aşağıda analiz edilen görseller, doğrudan bir afiş, kapak ya da kampanya tasarımı amacıyla üretilmemiştir. Kavramsal derinlik taşıdıkları ve belirli bir görsel dili bilinçli şekilde kullanan örnekler oldukları için grafik tasarımın estetik bağlamı içerisinde tartışılabilirler. Bu nedenle, yalnızca teknik olarak değil, aynı zamanda biçimsel kararlara dayanarak oluşturulan görseller, görsel iletişim üretimleri olarak ele alınmış; analizleri de bu çerçevede yapılmıştır. Analizler, biçimsel öğeler (renk, kompozisyon, çizgi, doku) kadar, tematik derinlik, kavramsal yön ve özgünlük bağlamında değerlendirilmiştir. Bir sanat akımı

ya da estetik bağlamın referans aldığı, Midjourney, Adobe Firefly ve DALL-E tarafından üretilmiş olan üç farklı görsel analiz edilmiştir.



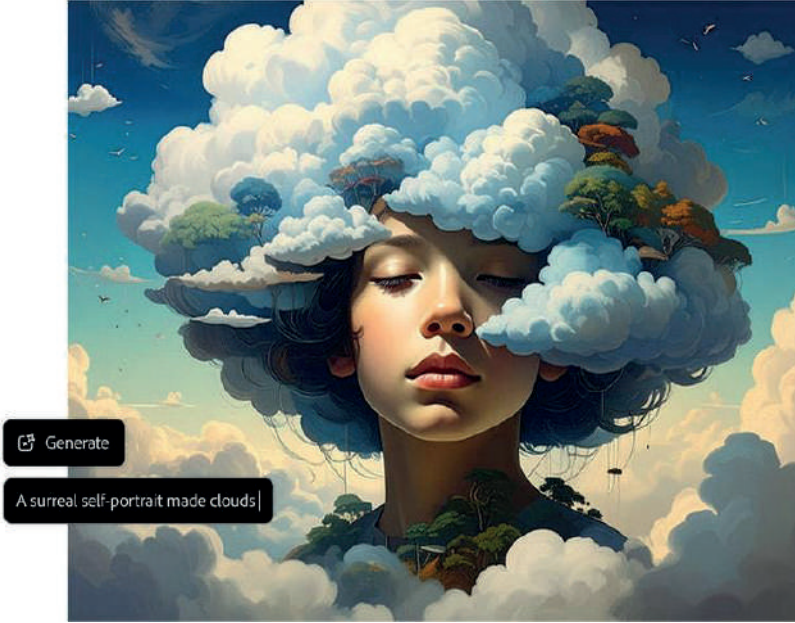
Şekil 1. Midjourney Tarafından Oluşturulan “Siberpunk Kent Manzarası” Temalı Yapay Zekâ Görseli. Kaynak: OpenArt (t.y.)

Midjourney aracılığıyla oluşturulan “Siberpunk Kent Manzarası” temalı yapay zekâ görseli, ilk bakışta izleyiciyi içine çeken karanlık ve yoğun bir atmosfer sunar. Neon ışıklar, puslu sokaklar, yüksek teknoloji mimari öğeleri ve dar kent geçitleriyle tipik bir siberpunk estetiği yansıtılmaktadır. Özellikle kırmızı, mor ve mavi tonlarının baskın olduğu gece atmosferi, türün görsel estetiği ile örtüşmektedir. Işık-gölge ilişkisi, kompozisyondaki derinlik hissini artırırken, dijital yansıma ve pikselleşme detayları da dijital gerçeklik duygusunu hissettirmektedir.

Ancak bu görselin estetik bağlamda bir stil mi yoksa yalnızca bir stilizasyon mu sunduğu tartışmalıdır. Siberpunk (İng. *cyberpunk*) estetiği, 1980’lerin Amerika’sında ortaya çıkan ve Bruce Bethke’nin 1984’te kaleme aldığı kısa öyküyle kavramsallaşan bir alt kültürel harekettir. Yüksek teknoloji ile düşük yaşam kalitesini bir arada sunan estetik anlayış, bilim kurgu edebiyatından sinemaya kadar uzanmıştır. Ridley Scott’ın yönettiği Blade

Runner (1982) filmi, siberpunk'ın sinemasal temsilinde dönüm noktasıdır (Demir, 2023:299; Çekderi, 2023:15).

Midjourney üretimi olan bu görselde, söz konusu kültürel bağlamın ötesinde yalnızca biçimsel öğelere odaklanılmıştır. Tematik derinlik, eleştirel yaklaşım ya da anlatımsal bütünlükten yoksun olan bu tür üretimler, yalnızca estetik bir yüzey sunmaktadır. Stil, sanatçının düşünsel yönelimiyle oluşturduğu özgün bir ifade biçimidir. Stilizasyon da mevcut biçimsel kalıpların yüzeyel bir taklididir. Bu görselde sunulan kent manzarası, algoritmik seçimlerle derlenmiş biçimsel bir kolaj halindedir. Işık, renk ve doku kararları, duygusal ya da kavramsal bir niyete değil; görsel olarak tanınan siberpunk öğelerinin tekrarına dayanmaktadır. Bu nedenle, görselin bir stil ürünü değil, stilizasyon örneği olduğu söylenebilir.



Şekil 2. Adobe Firefly Tarafından Oluşturulan “Bulut Saçlı Kadın” Temalı Yapay Zekâ Görseli. Kaynak: Adobe (t.y.)

Adobe Firefly tarafından üretilen Bulut Saçlı Kadın görselinde, kadın figürünün saçlarının bulut formuna dönüşerek gökyüzü ile bütünleşmesi dikkatleri çekmektedir. İlk bakışta, sıradışı bir görsel düşlem olarak algılansa da sürrealizm akımının sanatsal geleneği ile örtüşen derinlikli bir düşünsel yapıya sahiptir. İspanyol Gerçeküstücü ressam Salvador Dali’nin rüya mekanları ve Belçikalı Gerçeküstücü ressam Rene Magritte’in gündelik ile olağandışılığını birleştiren imgeleri gibi gerçek ile hayalin sınırlarını bulanıklaştırmaktadır.

Kadının yüzü, detaylı ve gerçekçi bir biçimde işlenmiştir. Saçlarının yerini bulutların yer alması, doğa yasaları ile çelişmektedir. Bu durum, görsel düzlemde düşünsel bir kırılma anı yaratarak, bilinç ve bilinçdışının birlikte var olabileceği düşsel bir alan yaratmaktadır.

Görselde kullanılan yumuşak pastel tonlar, ışık-gölge dengesi ve bulutların hem durağan hem de hafifçe yükseliyor oluşu, zamanın geçişi, zihinsel akış, içsel dinginlik gibi çağrışımlara da imkan tanımaktadır. Bütün bu özellikler, görseli sadece biçimsel etkileyici bir nesne olmaktan çıkarmakta, düşünsel ve sezgisel düzeyde bir estetik anlatı haline getirmektedir. Bulut Saçlı Kadın, Adobe Firefly tarafından algoritmik olarak üretilen rastgele bir stilizasyon örneği olmamaktadır. Görselde, biçimsel unsurların bilinçli bir şekilde seçildiği, bir anlatı kurgusu oluşturacak biçimde düzenlendiğini görülmektedir. Bu açıdan, belirli bir üslubun taklit edilmesine ya da yüzeysel biçim denemesine dayanan bir stilizasyon örneği olmanın ötesine geçerek, özgün, derin ve anlatı gücü taşıyan bir stil halinde olmaktadır.



Şekil 3. DALL·E Tarafından “1920’den Bir Kübist Tablo” İfadesiyle Üretilmiş Yapay Zekâ Görseli. Kaynak: Towards Data Science (2022)

DALL-E tarafından kübist bir estetikle oluşturulan görsel, 20. yüzyılın başında Pablo Picasso ve Georges Braque tarafından geliştirilen Kübizm sanat akımına karşı biçimsel bir göndermedir. Görselde, parçalanmış yüzeyler, geometrik formlar, figüratif unsurlar ve çoklu bakış açısı yer almaktadır. Pastel tonlar ve planlı kompozisyon düzeni, klasik kübist resimlerin estetik yapısını çağrıştırmaktadır. Biçimsel öğeler, özenle seçilmiş olmasına rağmen, bu öğelerin kavramsal ya da düşünsel bir arka planla desteklenmemesi de dikkatleri çekmektedir. Kübizm, sadece soyutlama ya da biçimsel bir bozulma değildir. Gerçekliğin farklı düzlemler üzerinde yeniden yapılandırılması, üç boyutlu nesnelerin iki boyutlu düzleme aktarılma sürecidir. Bu aktarımda, biçimler yapısal olarak çözümlenmeye tabi tutulur, geometrik öğelerle yeniden kurgulanır. Yüzeyde kırılan ve aynı anda farklı açılardan betimlenen formlar, derinlik ve perspektif anlayışını bozarak izleyici için bilinçli bir görsel karmaşa yaratır. Bu yaklaşım, resim düzleminde çok katmanlı ve çözülmesi güç bir estetik atmosferin oluşmasına sebep olmaktadır (Günay, 2017:250-251). Görselde, Picasso'nun ya da Braque'ın erken dönem çalışmalarında görülen kavramsal kırılma yer almamaktadır. DALL-E'nin algoritmik süreçleriyle oluşturulmuş bu kompozisyon, belirli bir dönemi ya da stili referans olarak oluşsa da özgün bir anlatıdan da bir o kadar uzaktır. Görsel, Kübizm'in düşünsel altyapısını kavrayarak yeniden inşa etmek yerine, biçimsel unsurları derinlikten yoksun bir şekilde yeniden üretmekle yetinmiştir. Bu bağlamda, bu çalışma, bir stilin karakteristik özelliklerini ödünç alarak oluşturulmuş bir stilizasyon örneğidir.

2.3. Ortaya Çıkan Görsel Kalıplar ve Tematik Benzerlikler

Yapay zekâ destekli görsel üretimlerde kullanılan araçlar ve komutlar farklılık gösterse de, belirli görsel kalıpların tekrarlandığı gözlemlenmektedir. Bu tür üretimlerin büyük çoğunluğunda benzer renk geçişleri, ışık-gölge kullanımı, kompozisyon dengesi ve çeşitli sanat akımlarına ait stilistik öğeler, biçimsel bir döngü içerisinde yinelenmektedir. Fütüristik kent manzaraları, soyut geometrik formlar ve kübist yapıların farklı türleri, genellikle biçimsel benzerlikler üzerinden çeşitlenmektedir. Ancak bu çeşitlilik, çoğu zaman yapay zekânın eğitim aldığı veri setlerinden aktarılan görsel ezberlerin yeniden üretiminden öteye geçmemektedir. Bu nedenle, stil ile stilizasyon ayrımı yapılırken yalnızca biçimsel unsurları değil, düşünsel derinliği de dikkate alınmalıdır. Bu çalışmada incelenen görseller, iki temel düzeyde değerlendirilmiştir. Birinci düzey, belirli bir sanat akımının biçimsel karakterlerini yüzeysel olarak taklit eden, anlatı ya da sezgisel bir derinlik taşımayan ve genellikle rastlantısal komutlarla üretilmiş olan görselleri kapsamaktadır. Bu tür üretimler, yapay zekânın biçimsel formları yeniden

üretme kapasitesini ortaya koysa da, içerikte yaratıcı ya da kavramsal bir müdahale barındırmadığı için yalnızca stilizasyon düzeyinde kalmaktadır. İkinci düzey ise, biçimsel referanslarını aşarak izleyicide estetik bir sezgi ve anlam çağrışımı yaratabilen yapay zekâ görsellerine işaret etmektedir. Midjourney, Adobe Firefly ve DALL-E gibi araçlarla üretilen bazı örnekler, bu bağlamda özgün stil özellikleri gösterebilmektedir. Örneğin, sürrealist gelenekten izler taşıyan ve Adobe Firefly ile oluşturulan görselde; gerçeküstü düşsel alanlar ile gündelik yaşama ait referanslar arasında kurulan simgesel bağlar dikkatleri çekmektedir. Kadın figürünün saçlarının bulutlarla yer değiştirmesi, biçimsel bir illüstrasyon olmanın ötesine geçerek, bilinç ile bilinçdışı arasında geçiş alanı oluşturmaktadır. Bu durum, görseli özgün bir stil düzeyine taşımakta ve sanatçının yönlendirici rolünü belirgin hâle getirmektedir. Yapay zekâ, tasarımlarını insan üretimi imgelerden devralmakta; ancak bu birikimi kendi başına anlamlı bir yapıya dönüştürememektedir. Görsellerin düşünsel derinliğe ulaşabilmesi, büyük ölçüde kullanıcı tarafından tanımlanan kavramsal çerçeveye bağlıdır. Diğer türlü, yapay zekâ mevcut biçimsel öğeleri yeniden bir araya getiren ve görsel dili taklit eden bir araç olmaktan öteye geçemeyecektir. Sonuç olarak, yapay zekâ ile üretilen görsellerdeki biçimsel benzerlikler, üretimin sanatsal niteliğini değerlendirme açısından kritik bir rol oynamaktadır. Görselin sadece biçimsel unsurlara mı dayandığı, yoksa çağrışım ve düşünsel yapı içerip içermediği; onun stil mi yoksa stilizasyon olup olmadığını belirlemede temel olmaktadır.

Kaynakça

- Abiç, A. (2025, 3 Temmuz). *Yapay Zeka Nedir. Digipeak*. <https://digipeak.org/tr/blog/yapay-zeka-nedir> (Erişim tarihi: 4 Temmuz 2025)
- Acar, S., Burnett, C., & Cabra, J. E. (2017). Ingredients of creativity: Originality and more. *Creativity Research Journal*, 29(2): 133-144.
- Annka Kultys Gallery. (n.d.). *Ai-Da robot artist*. <https://www.annkakultys.com/artists/ai-da-robot-artist/> (Erişim tarihi: 12 Temmuz 2025)
- Arvatov, B. (1997). Style and stylization as social organizers (Theses) (T. Richards, Trans.). *Experiment*. 3(1): 285–286. Brill. https://brill.com/view/journals/expt/3/1/article-p285_.xml (Erişim tarihi: 7 Temmuz 2025)
- Atalay, M. C. (2023). Yapay zekâ ve estetiğinin Van Gogh'un Yıldızlı Gece tablosu üzerinden değerlendirilmesi. *IDA: International Design and Art Journal*, 5(2):278–291.
- Atilla, A. Ş. (2023). *Yapay Zekâ Teknolojisi ve Uygulamaları*, İstanbul: Dikeyksen Yayınları.
- Baudrillard, J. (2021). *Simülakrlar ve Simülasyon* (O. Adanır, Çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bayındır, H. (2024, 2 Temmuz). DALL·E nedir? Nasıl kullanılır? Görselleri yapay zekaya ürettirin. *GetMobil*. <https://getmobil.com/blog/dall-e-nedir-nasil-kullanilir-gorselleri-yapay-zekaya-urettirin/> (Erişim tarihi: 7 Temmuz 2025)
- Benjamin, W. (2001). *Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yaptı* (A. Cemal, Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Cambridge Dictionary. (n.d.). *Style*. In *Cambridge English Dictionary*. Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org/tr/sözlük/ingilizce/style> (Erişim tarihi: 8 Temmuz 2025)
- Çağlarca, S. (1999). *Görüntü-Heykel: Plastik Öğeler*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Cikaj, K. (2023, Nisan 2). Guy Debord's society of the spectacle explained. *The Collector*. <https://www.thecollector.com/guy-debord-society-of-the-spectacle/> (Erişim tarihi: 15 Temmuz 2025)
- Chen, X. (2023). Orientation and reflection: A research on Susan Sontag's new sensibility. *Trans/Form/Ação*, 46(1), 251–268. <https://doi.org/10.1590/0101-3173.2023.v46n1.p251>
- Çekderi, A. (2023). Siberpunk Akımı ve Çağdaş Sanattaki Karşılıkları. A. C. Metin & T. Batu (Ed.), *Sanat ve Tasarımın Dönüşümü: Dijital Estetik* (s. 85–101) içinde, Duvar Yayınları, İzmir.
- Demir, H. (2023). Postmodern distopik geleceğin estetiği: Siberpunk estetik ve grafik tasarım. *SOBİDER: Sosyal Bilimler Dergisi*, 66: 296–316. <https://doi.org/10.29228/SOBIDER.72349>

- Digital Panorama. (2023, Mayıs 11). Adobe Firefly, yaratıcı sektörde yeni bir çağ başlatabilir mi? *Medium*. <https://medium.com/@digitalpanorama/adobe-firefly-yarat%C4%B1c%C4%B1-sekt%C3%B6rde-yeni-bir-%C3%A7a%C4%9F-ba%C5%9Fatabilir-mi-130de6b2e0d7> (Erişim tarihi: 10 Haziran 2025)
- D'Olimpio, L. (2019, January 24). Ethics explainer: Aesthetics. *The Ethics Centre*. <https://ethics.org.au/ethics-explainer-aesthetics-what-makes-something-art/> (Erişim tarihi: 1 Temmuz 2025)
- Ekim, T., Kaya, G., Keskin, H. E., Uçar, İ., & Uzuner, E. (2021). *Grafik tasarım 11: Ortaöğretim Güzel Sanatlar Lisesi ders kitabı* (No. 11). Millî Eğitim Bakanlığı.
- Ersoy, İ. (2017). Üslup kavramına analitik bir bakış: Türkiye’de geleneksel müziklerde performans normları. *The Journal of International Social Research*, 10(49): 302–314.
- Esparza, M. (2023, 14 Kasım). How to use Adobe Firefly with Photoshop. *Envato Tuts+*. <https://design.tutsplus.com/tutorials/how-to-use-adobe-firefly-with-photoshop--cms-107473> (Erişim tarihi: 4 Temmuz 2025)
- Genç, G. (2025, 31 Ocak). Dijital sanat ve yapay zekâ: Estetiğin geleceğine yolculuk. *Lacivert Dergi*. <https://www.lacivertdergi.com/dosya/2025/01/31/dijital-sanat-ve-yapay-zeka-estetigin-gelecegine-yolculuk> (Erişim tarihi: 11 Temmuz 2025)
- Günay, A. (2017). Kübizm ve Art Deco örneğinde 20. yüzyıl başlarında Avrupa’da moda ve plastik sanat ilişkisi. *Art-Sanat*, (7):249–264.
- Günay, M., & Özdemir, A. (2024). Yapay Zekânın Grafik Tasarım Süreçlerine Etkisi. Ö. Kum (Ed.), *Grafik Alanında Uluslararası Araştırmalar I* (s. 135–157) içinde, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Hanna, D. M. (2023). The use of artificial intelligence art generator “Midjourney” in artistic and advertising creativity. *Journal of Design Sciences and Applied Arts*, 4(2): 42-58.
- Huron, D. (2008). Aesthetics. In S. Hallam, I. Cross ve M. Thaut (Eds.), *The Oxford handbook of music psychology* (s. 151–159). Oxford University Press, Cambridge, MA, ABD. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199298457.013.0014>
- Kaptan, S., & Sayın, Z. (2020). Grafik tasarım bağlamında iletinin görsel tasarımlaradönüştürülmesi süreçleri. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 9(69):805–820. <https://doi.org/10.7816/idil-09-69-07>
- Karabulut, B. (2021). Yapay zeka bağlamında yaratıcılık ve görsel tasarımın geleceği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79):1498–1520.
- Kartal, H. (t.y.). *Görsel estetik*. Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi. <https://m.ataaof.edu.tr/pdf.aspx?du=3MMKmZYkdFV6kagOHrM-KOA==> (Erişim tarihi: 21 Temmuz 2025)

- Ketenci, H. F. ve Bilgili, C. (2006). *Görsel İletişim & Grafik Tasarım*, İstanbul: Beta Basım.
- Kılınç, B., & Kılınç, E. P. (2014). ‘Gösteri toplumu’: Geleneksel anlatı sinemasının simgesel düzenlemeleri üzerine düşünmek. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2):125-139.
- Kurtuluş, Ö. (2023, 13 Kasım). Turing’den bugüne yapay zekâ testleri. *Bilim Genç*. <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/turingden-bugune-yapay-zeka-testleri> (Erişim tarihi: 2 Temmuz 2025)
- Manovich, L. (2018). *AI aesthetics*. Strelka Press. https://manovich.net/content/04-projects/173-ai-aesthetics/manovich.ai_aesthetics_2018.pdf (Erişim tarihi: 12 Temmuz 2025)
- McLavery-Robinson, A. (2011, 14 Ekim). Roland Barthes: Death of the Author. *Ceasefire Magazine*. <https://ceasefiremagazine.co.uk/in-theory-bart-hes-4/> (Erişim tarihi: 11 Temmuz 2025)
- MEGER. (2007). *Kuyumculuk teknolojisi: Stilizasyon ve deformasyon* [Ders notu]. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı. https://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Sitilizasyon%20Ve%20Deformasyon.pdf (Erişim tarihi: 3 Temmuz 2025)
- Möngü, B. (2014). Postmodernizm ve postmodern kimlik anlayışı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2):27-36.
- Rouquette, M.-L. (2007). *Yaratıcılık*, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Taylor, C. (2003). *The Ethics of Authenticity*, Cambridge, MA, ABD: Harvard University Press.
- Türk Dil Kurumu. (2022). *Stil. Türk Dil Kurumu Sözlüğü*. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 8 Temmuz 2025)
- Uçar, T. F. (2016). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- University of Plymouth. (t.y.). *Is AI generated art actually art?* <https://www.plymouth.ac.uk/discover/is-ai-generated-art-actually-art> (Erişim tarihi: 22 Temmuz 2025)
- Weill, A. (2009). *Grafik Tasarım*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Yıldırım, S. (2023). Bankacılığın Yapay Zekâ ile Dönüşümü. B. Küçükcan & B. F. Yıldırım (Ed.), *Yapay Zekâ: Disiplinlerarası Yaklaşımlar* (s. 123-149) içinde, Vakıfbank Kültür Yayınları.
- 99designs. (t.y.). *Art Nouveau design: Characteristics, history & artists*. <https://99designs.com/blog/design-history-movements/art-nouveau-design/> (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2025)

Görsel Kaynakça

Şekil 1. Midjourney tarafından oluşturulan “Siberpunk Kent Manzarası” temalı yapay zekâ görseli. OpenArt. (t.y.). Midjourney prompts for cy-

berpunk. OpenArt Blog. Erişim adresi: <https://openart.ai/blog/post/midjourney-prompts-for-cyberpunk>

Şekil 2. Adobe Firefly tarafından oluşturulan “Bulut Saçlı Kadın” temalı yapay zekâ görseli. Adobe. (t.y.). AI-generated surreal portrait of a woman with clouds as hair. Adobe Firefly. Erişim adresi: <https://www.adobe.com/products/firefly/features/ai-portrait-generator.html>

Şekil 3. DALL·E tarafından “1920’den Bir Kübist Tablo” ifadesiyle üretilmiş yapay zekâ görseli. Towards Data Science. (2022). DALL·E ile Dijital Sanat Yaratımı Üzerine. Erişim adresi: <https://towardsdatascience.com/exploring-dall-e-for-digital-art-creation-b244e1a2ed12>

Supporting Graphic Design Education With Generative Artificial Intelligence Technologies: Learning Environments and Studio Practices

Pınar Tuğçe Yelki¹

Graphic design is one of the fields most affected by technological developments and constantly changing today. The combination of the fundamentals of design with digital technologies has transformed graphic design into a discipline that produces more creative, dynamic, and eye-catching works. This situation has also led to graphic design evolving into a structure that is integrated with technology, going beyond being merely an aesthetic field. In particular, the rapidly developing artificial intelligence technologies in recent years have begun to make significant advances in graphic design processes and have become an essential tool for designers and graphic design students working in this field. Artificial intelligence supported applications assist designers in many stages, from developing design ideas to producing visual content, and have begun to accelerate the creative process. At the same time, these technologies enable the development of innovative solutions by bringing different perspectives to the design process. Therefore, this study examines the benefits of artificial intelligence in graphic design learning processes and professional design processes, reviews current artificial intelligence applications commonly used in the field, and provides information about artificial intelligence-based tools used in graphic design education. In the study, a literature review was used as method. Based on the information collected, insights into the advantages of artificial intelligence in graphic design education were explained. As a result of the study, suggestions were made concerning the potential benefits of artificial intelligence technologies in innovative educational approaches in the field of graphic design.

1 İstanbul Aydın Üniversitesi, ptugceyelki@aydin.edu.tr, 0000-0002-1465-0157

1. Introduction

Today, artificial intelligence plays an increasingly important role in graphic design education. As a field that combines creativity and design skills, graphic design is frequently influenced by modern technologies. The shift away from traditional techniques toward more practical and rapid production methods has had a significant impact on learning processes, particularly in the field of graphic design. By further exploring and integrating these approaches, collaboration between humans and AI in graphic design can be enhanced, opening up new opportunities for more innovative and creative design process (Iram, 2023).

From basic art to pattern, typography to illustration, and many other specific areas, graphic design work has begun to be produced with more solution-oriented and innovative approaches. Keeping up with the innovations of the age, following current approaches in the field, and producing innovative ideas have become even more important in today's competitive graphic design world. This situation has made the use of artificial intelligence inevitable in graphic design education around the world as a result of current technologies. Artificial intelligence has become a tool actively used by students at every stage of the design process, from developing ideas to visualizing them and even creating compositions.

Having creative and original thinking skills is very important for generating new ideas in graphic design work. In graphic design, it is necessary to have the ability to come up with different ideas beyond the ability to use programs. For this reason, the content of existing traditional education in this field is insufficient. It is believed that integrating artificial intelligence into learning processes will increase efficiency both in education and in applications. It is a fact that the artificial intelligence tools used today are effective in becoming a versatile designer.

Cai and Jung (2024) expressed the role of artificial intelligence in their study on artificial intelligence and the role of designers as follows: "AI brought not only technological innovation, but also a definition of the designers profession." They also stated that today's graphic designers do not only need to be proficient in traditional design tools, but also need to continuously use artificial intelligence tools in their work to improve their skills. Furthermore, in terms of the role of artificial intelligence in graphic design education, they have pointed out that moving beyond current traditional education models and implementing AI-supported, up-to-date educational content will shed light on the future of designers (Cai & Jung, 2024). This study highlights that incorporating educational models into

graphic design learning processes is an important step toward training future designers, both in learning environments and studio practices.

Within the scope of all these approaches, this study emphasizes the importance of incorporating technologies that are appropriate for the needs of the era and prepare students for the industry into the design processes of graphic design students in order to train future graphic designers. The research aims to share innovative approaches that raise students' awareness of how to use artificial intelligence efficiently and benefit from it in their graphic design learning processes.

To this end, the study began with AI applications that could support students' graphic design education and guide them at every stage, and attempted to convey a wide range of information on what AI-supported studio practices they could use in their work.

2. Artificial Intelligence and Graphic Design

Artificial intelligence applications are widely used in the field of graphic design today. Artificial intelligence first emerged in 1943 as a result of the development of connection networks. However, the term “artificial intelligence” was first used in 1956 at a workshop organized by John McCarthy and his colleagues Nathaniel Rochester, Marvin Minsky, and Claude Shannon (Kocaman, 2021).

Since then, AI has undergone significant changes due to technological advancements, development, and research (Muji et al., 2023). The widespread use of artificial intelligence has affected many areas. One of the areas most affected by this situation is the discipline of graphic design. The biggest impact in the field of graphic design has been the use of AI tools for visual production through the application of GAN (Generative Adversarial Networks), an idea proposed by Ian Goodfellow in 2014. This has ushered in a new era in graphic design.

Known as a competitive producer network, GAN is recognized as machine learning in the field of deep learning. GAN applications are widely used today to successfully generate images. Algorithms and generative adversarial networks are used to create different types of products in the field of graphic design. Algorithms can be used to produce an unlimited number of graphic design products. Generative adversarial networks (GANs), on the other hand, are part of a process where human control is to a certain extent less dominant. This artificial neural network can only produce meaningful, original visual products when it can learn from the data provided to it (Şen and Atiker, 2020).

First developed by Google in 2014, GoogleNet is one of the best examples of this technology, having produced DeepDream. Subsequently, applications such as Dall-E, Midjourney, Stable Diffusion, Kaedim, and Runway, which are used to create visuals from text to visuals or from visuals to visuals, have rapidly developed and gained popularity (Sönmez, 2024).

With GAN applications, artificial intelligence has begun to be used to produce designs in many areas of graphic design, including typography, animation, character design, and even packaging design. Artificial intelligence not only helps with design development but also guides designers in selecting the elements to be used in their designs. It has begun to provide support for the development of many ideas, from the colors designers will use in their work to font type selection and page layout.



Figure 1. Nutella Packs with Artificial Intelligence (Digital Strategy Consultation, 2021)

<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/ep-petrosyan/393-pdf-en>

Artificial intelligence tools such as Midjourney, Dall-E, Leonardo AI, and Ideogram, which are widely used in image creation, have quickly become popular among designers. However, artificial intelligence is not limited to visual production; it has also provided designers with new opportunities in areas such as website creation and logo design, which require coding knowledge, thereby contributing to the production of their work. Additionally, AI applications like Luman 5, Invideo, Pictory, Capcut, and Wisecut have become popular for video creation and editing.

Adobe, a company that develops software for design work worldwide, has begun offering services to graphic designers through its AI engine

called “Firefly.” As a result, graphic designers are now able to work faster and produce more in less time with AI tools integrated into many software programs, such as Adobe.



Figure 2. Mc Donald's Social Advertisement Experiment

https://www.behance.net/gallery/220088751/Social-Ad-Experiments-Adobe-Firefly?tracking_source=search_projects|adobe+firefly&l=16

On the other hand, with the help of AI, not only the repetitive work is framed but ideation and decision-making time is also reduced which helps in improving the overall result of designing (Mirzaei, 2025). Also Durusoy stated that the integration of AI into graphic design has transformed the industry by enhancing creativity, streamlining workflows, and enabling designers to push the boundaries of their artistic expression. Furthermore, as we look to the future, it is evident that AI tools will continue to evolve, offering even more innovative solutions that empower graphic designers to focus on strategic thinking and conceptual development (Durusoy, 2025).

From the perspective of graphic designers, artificial intelligence offers effective opportunities for creating more creative productions. However, there is one important point to note here. When designers who have mastered the fundamentals of graphic design use artificial intelligence consciously,

innovative work emerges. Therefore, it cannot be said that simply creating designs through machine learning without basic knowledge of the field is sufficient to become a graphic designer.

Additionally, the fundamental education in graphic design must be conveyed to aspiring designers in a manner aligned with the demands of the modern era. During the process of learning the fundamentals of graphic design, the need for AI-supported graphic design learning environments has begun to grow steadily due to the technological advancements of our time. To improve this situation, new interactive educational platforms supported by a multimodal approach should be developed and integrated into graphic design learning processes.

3. Multimodal Generative AI and Graphic Design

Multimodal artificial intelligence is an innovation that combines multiple data types (text, image, audio, video, etc.) unlike traditional artificial intelligence systems. Multimodal artificial intelligence technology has reached a level where it can analyze, learn, and reason about different data types in a holistic manner using human-like approaches. At the core of multimodal artificial intelligence lies the “Deep Learning” technique, a subfield of machine learning. Thus, with multimodal artificial intelligence, artificial neural networks can be used to access multiple data types simultaneously through different integration strategies.

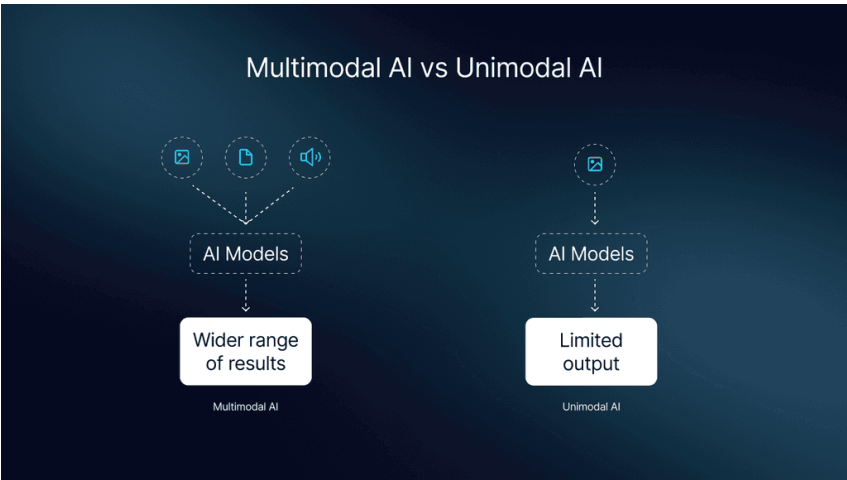


Figure 3. Multimodal and Unimodal AI Difference

https://pieces.app/blog/multimodal-ai-bridging-the-gap-between-human-and-machine-understanding?utm_source=chatgpt.com

When discussing the difference between artificial intelligence and generative artificial intelligence, artificial intelligence is defined as a field that encompasses technologies capable of learning, problem solving, and performing human-like tasks by analyzing data, while generative artificial intelligence is a more advanced technology that demonstrates the ability to create new data and generate insights using advanced machine learning techniques (Akman and Ceviz, 2025).

Generative artificial intelligence (GAI) technologies also work on a multimodal basis, combining input, fusion, and output modules. Today, examples of artificial intelligence working with this logic include Midjourney, GPT-4O, Dall-E, Looka, Pagegenie, and Khroma.

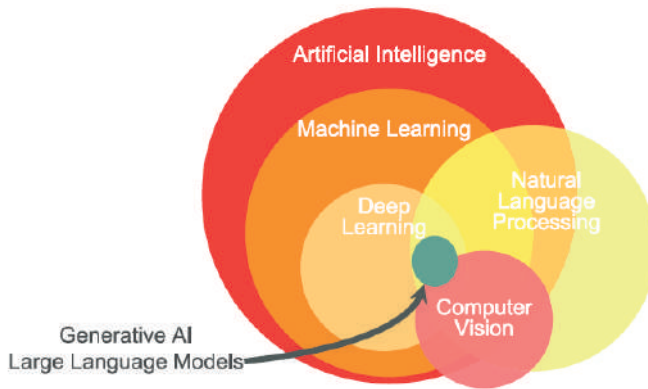


Figure 4. Relationship of generative artificial intelligence (AI) to machine learning, deep learning, natural language processing, and computer vision under the broad umbrella of AI.

https://pieces.app/blog/multimodal-ai-bridging-the-gap-between-human-and-machine-understanding?utm_source=chatgpt.com

Yadav (2024) defines Multimodal Generative AI as a system that can generate, interpret, and integrate multiple forms of data such as text, images and audio providing richer and more comprehensive outcomes than unimodal models restricted to a single input type. And he added that these models aim to learn the relationships between different data types and generate coherent outputs that integrate multiple sensory inputs.

Based on this information, it is known that generative artificial intelligence, which has emerged as a result of technological developments, is

currently used in more results-oriented production and continues to have an impact on every aspect of our lives. Generative artificial intelligence (GAI) has found its place in a wide range of fields, from healthcare to engineering, and even in chatbots that we frequently use in our daily lives. Naturally, the effects of this technology have begun to be felt in education and learning processes and continue to spread with developing applications. Generative artificial intelligence is increasingly being used by students in learning and project development processes, from the initial idea to implementation and even effective presentation.

The support provided by generative artificial intelligence to graphic design education is also developing day by day. Initially used only to produce visuals, unimodal artificial intelligence later led to the emergence of online and interactive education platforms thanks to multimodal generative artificial intelligence technologies. In a discipline such as graphic design, where creativity and innovative ideas are developed, multimodal generative artificial intelligence has begun to contribute to project processes by providing feedback to students and designers beyond just visual production, video creation/editing, sound addition, and page design.

AI can help students apply their theoretical knowledge in practice, and develop their practical skills in graphic design by providing the possibility to experiment with graphical elements (Muji et al., 2023). In addition, new generative AI technologies are being used in graphic design not only as applications but also to generate ideas and develop different ways of thinking. These applications can also serve as mentors in graphic design education processes. Generative AI served as a vital assistive tool in students' creative learning, not only enhancing their overall creativity but also accelerating their design capabilities. These results support the active integration of AI technologies in education to promote innovation and enhance skill development (Lee, 2024).

When projects developed with generative AI are carried out using the right strategies, they can also produce unique examples in terms of creativity. The important thing here is to consciously consider what can be produced with which generative AI technology during the design development process, learning, and implementation stages. With proper guidance, generative AI tools can help create innovative and original works. An example of this is the designs that were awarded the "International Times Young Creative Awards."



Figure 5. Selected award-winning works from the International Times Young Creative Awards

<https://www.mdpi.com/2673-4591/98/1/29>

The next section discusses the support provided by generative artificial intelligence technologies to graphic design education, based on studies compiled from the literature. The compiled studies examine the contribution of innovations in the field of graphic design to educational processes. Based on the information obtained from the literature, an attempt is made to shed light on the services that generative artificial intelligence technologies used in graphic design education can provide. Subsequently, the discussion turns to the graphic design studio applications and learning environments based on generative artificial intelligence that are currently in use.

4. Studies on Graphic Design Education with Generative Artificial Intelligence

Generative artificial intelligence in graphic design is not limited to content creation. With recent developments, artificial intelligence technologies have also been developed that provide different interactive learning environments and studio practices for learning graphic design. Studies on these topics in the literature are discussed under this heading. Based on the information obtained from the studies conducted, it has been observed that generative AI tools are widely used today in many areas of graphic design, from the sketching process to poster design, logo design to web design, and from color combination generation to image generation.

Examples of commonly used artificial intelligence tools include Shapi for creating variations of sketches, Vinci for poster design, Midjourney and Dall-E for generating visuals from text, Looka for logo design, Pagegenie for web design, and Khroma for creating color combinations.

It is a fact that artificial intelligence has a significant impact on graphic design processes. This has been emphasized in many studies. Evaluation

studies on the use of artificial intelligence in graphic design education have become increasingly important. In a study on this subject, the potential of artificial intelligence in graphic design education was examined in terms of remembering, understanding, applying, analyzing, evaluating, and producing, using the “Bloom’s Digital Taxonomy” education model (Muji et al., 2023). The study concluded that, in line with the content of the educational model used, it is important to support students in applying their theoretical knowledge in practice through artificial intelligence.



Figure 6. “Bloom’s Digital Taxonomy”

<https://www.orchidsinternationalschool.com/blog/blooms-digital-taxonomy>

Another study was conducted on Hierarchical Layout Generation (HLG), which was developed as an alternative to Graphic Layout Generation (GLG) and enables the arrangement of sequential design elements. The study introduced an application called “CreatiGraphist” based on multimodal technology, which allows for the creation of more flexible and practical content (Cheng et al., 2025). Statistical analyses were conducted in the study to develop a graphic design automation system that effectively handles irregular design elements. The resulting application aims to provide a solution for enhancing creative potential and productivity.



Figure 7. User Generated Designs via Graphist Web Demo

<https://arxiv.org/pdf/2404.14368>

High-quality compositions produced by artificial intelligence must be satisfactory in terms of text accuracy, asset fidelity, editability, and aesthetic appeal criteria. Another study was conducted to address the shortcomings of systems that cannot fully meet these criteria. The study provided information about an open-access, multi-layered, and editable graphic design production system called “CreatiPoster,” emphasizing that this system is not only aimed at addressing existing shortcomings but also provides interactive flexibility (Zhang et al., 2025).

The contribution of generative artificial intelligence to graphic design learning processes and experiential environments is not limited to these studies. Solution-oriented artificial intelligence platforms are also being developed for the creation of concepts from ideas, which is an important criterion in graphic design studies today. The artificial intelligence applications developed for these studies are discussed in the next section.

5. Graphic Design Learning Environments with Artificial Intelligence Support

One of the most important aspects of graphic design work is the ability to transform a design idea into a concept. To ensure consistency in design, the idea must be transformed into a concept, from the name to the logo, from the poster to the packaging, and from the brand identity to the corporate

identity design. Generative artificial intelligence also supports designers in the process of learning and applying graphic design, particularly in the development of ideas into concepts.

Especially in the media, cinema, and gaming sectors known as the entertainment industry, the first stage of developing ideas for concept development requires in-depth research, brainstorming, visual exploration, and working with different design elements. Today, the Aldetation System, developed to address the shortcomings in these areas in generative artificial intelligence systems, has been created to provide a solution to this situation. Aldeation System was designed to bridge the gap between GenAI and concept design, enhancing the early ideation phase of concept designers. AIdeation was designed to support early ideation by brainstorming design concepts with flexible searching and recombination of reference images. (Wang et al., 2025).

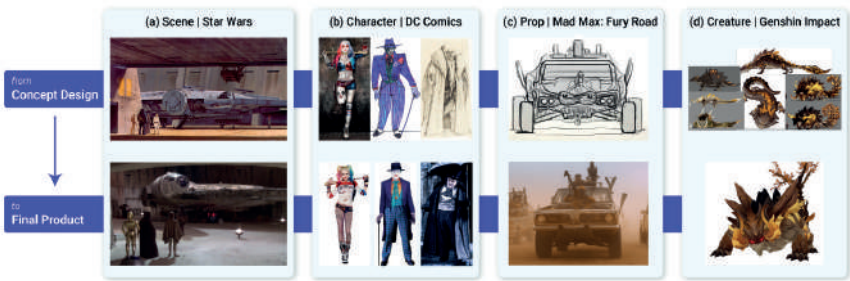


Figure 8. The Figure Showcases Designs From Concept To Final Product

<https://arxiv.org/pdf/2502.14747>

One of the methods frequently used by graphic designers in the concept creation stage of their work is to transform ideas obtained from different images into a whole. During the conceptual ideation, designers extracted four types of elements from the reference such as subject matter, action & pose, theme & mood, and compositional aspects /arrangement. Using “CreativeConnect” users can easily discover and select elements from the reference image based on the four element types and get recommendations for more relevant keywords. Once the user has chosen the keywords to combine, they get various recombination options presented as pairs of sketch images and one-line descriptions. It was introduced novel pipelines with generative models to automate the extraction of keywords from images,

generate recombination options, and transform them into descriptions and sketches (Choi et al.,2024).

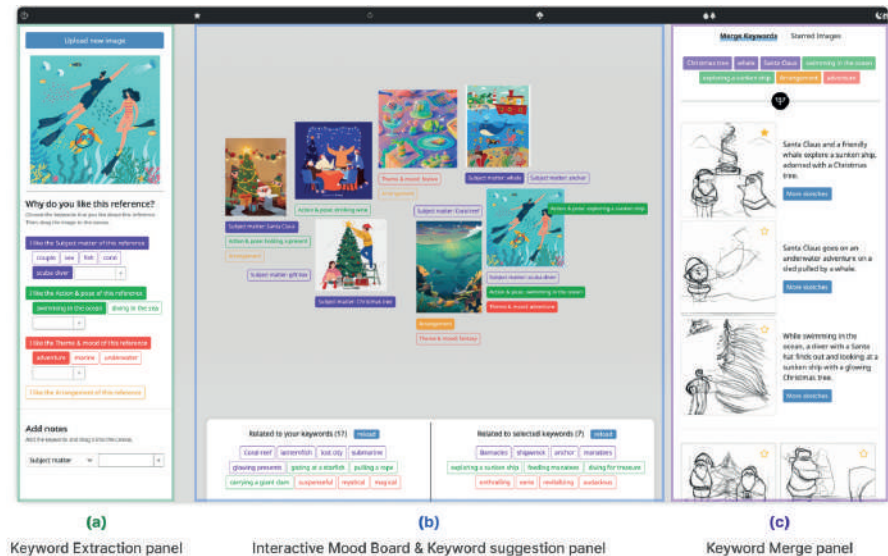


Figure 9. Screenshot of CreativeConnect

<https://arxiv.org/pdf/2312.11949>

It has become increasingly important for graphic designers to be able to design in different disciplines. One of these disciplines is cartoon animation. In order to support designers with productive artificial intelligence technologies in this field, various data set studies have been developed, ranging from character creation to animation film production. The most innovative of these is the multimodal MagicAnime. MagicAnime is a multimodal dataset and benchmarks tailored for cartoon animation generation, incorporating video, audio, pose, and textual information, and supporting various video generation tasks. It can holds significant potential for applications in various fields such as animation character recognition, detection, segmentation, parsing, action recognition, and video generation (Xu et al., 2025). Using this data set, the Waifulabs platform developed by Sizigi Studios offers artists, enthusiasts, and game studios the opportunity to develop character designs for personal, creative, or commercial projects.

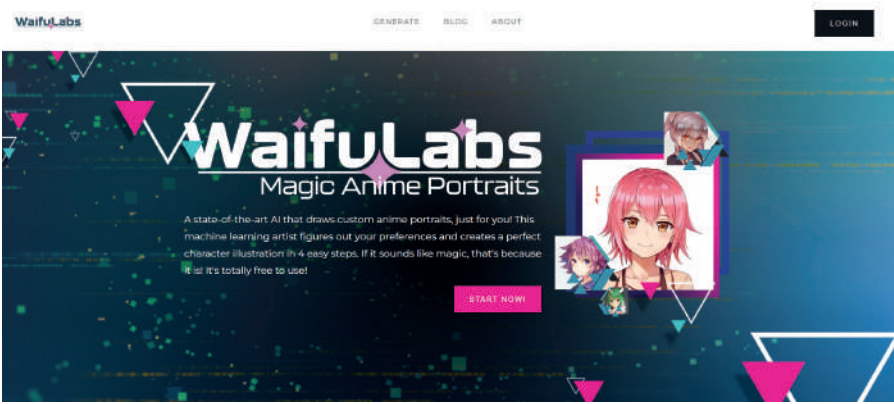


Figure 10. Waifulabs Web Site

https://waifulabs.com/?ref=videosdk&utm_source=videosdk&utm_medium=referral

There are many productive artificial intelligence platforms that can manage the process and support graphic designers in creating high-quality visuals, logos, icons, and mockup designs. One of the most well-known of these is Recraft, developed in 2023 by a London-based company. Recraft has quickly surpassed its competitors, such as Midjourney and Dall-E, and has also succeeded in providing support to designers in terms of training and presentations.

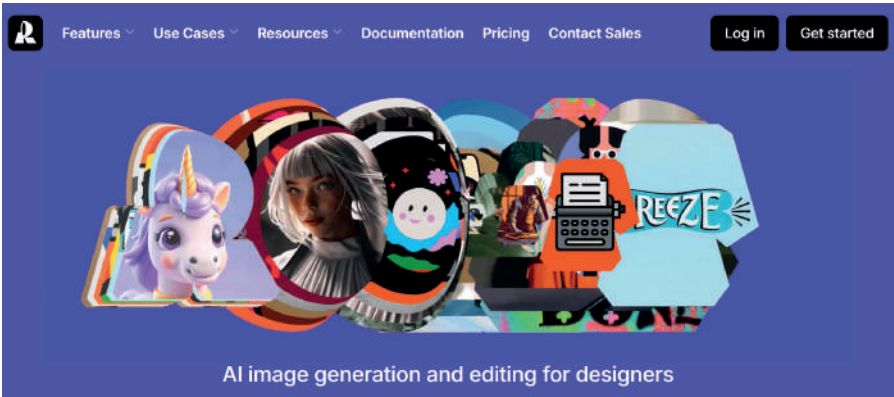


Figure 11. Recraft Web Site

<https://www.recraft.ai/>

Generative AI technologies no longer limit themselves to areas such as training, presentation preparation, image generation, and logo design for

graphic designers; they have also begun to assist them with feedback. An example of such generative AI technologies is “Stability AI,” which operates based on the Stable Diffusion 3.5 logic. Stable Assistant is a multi-modal AI platform that combines text, image, audio, and 3D content creation. Stable Assistant generates content based on text or visual inputs provided by the user and guides the user in content selection and editing through feedback mechanisms, testing the aesthetic and functional suitability of the generated output to meet objectives.

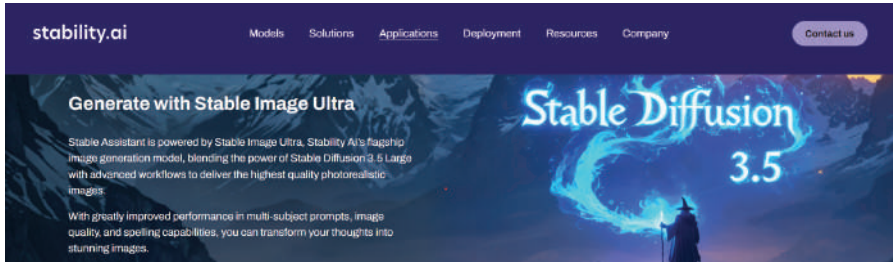


Figure 12. Stability AI Web Site

<https://stability.ai/stable-assistant>

The portfolio creation process can be challenging for many designers and students. In order to compile your work into a visual presentation, your portfolio must be continuously updated and planned in a way that reflects your style in terms of content and presentation. Therefore, portfolio design is a serious process that must be carried out with the right guidance. Design students often find it challenging to translate creative ideas into tangible codes and designs, given the lack of tailored resources for the non-technical, academic support in art schools, and a comprehensive guiding tool throughout the mentally demanding process. So with PortfolioMentor AI tool, system starts with the understanding of the task and artist’s visions, follows the co-creation of visual illustrations, audio or music suggestions and files, click-scroll effects for interactions, and creative vision conceptualization, and finally synthesizes these facets into a polished interactive digital portfolio (Long & Peng, 2023).

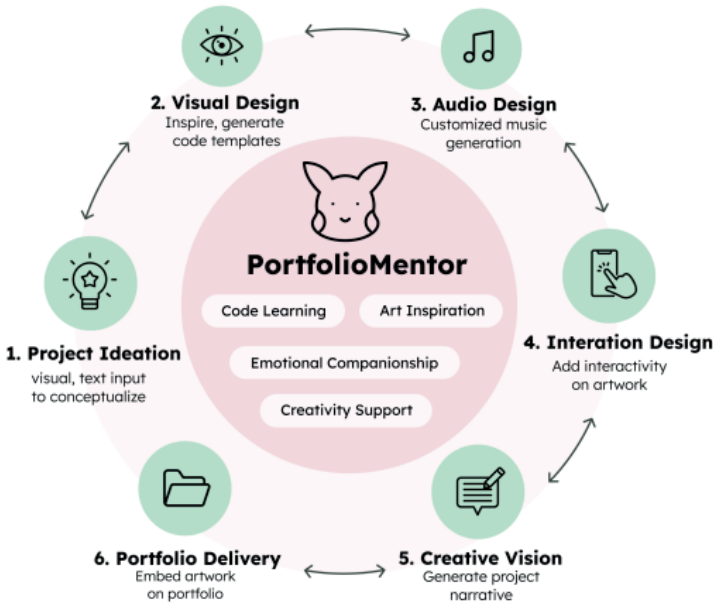


Figure 13. PortfolioMentor System Affordances

<https://arxiv.org/pdf/2311.14091>

Developed using multimodal generative artificial intelligence models, PortfolioMentor enables the simultaneous and holistic design of visual, auditory, interactive, and code-based elements in digital art production. As a result, the PortfolioMentor platform supports designers in creating their portfolios in a more practical and interactive manner.

6. Graphic Design Studio Practices with Artificial Intelligence Support

There are many platforms where we can do graphic design work with the support of productive artificial intelligence. However, most of these platforms offer limited capabilities. Platforms that will provide multifaceted support for designers' work and allow them to access extensive visual and content-related information on many topics while practicing in the studio continue to be developed. An example of such a platform is the "Kittl" application, which has been offering designers the ability to create professional-quality designs, share them with stakeholders, and collaborate on a single platform since 2022, regardless of their skill level or area of application. In addition to content creation, the platform also provides designers with a free and versatile production space for their work during the design process.

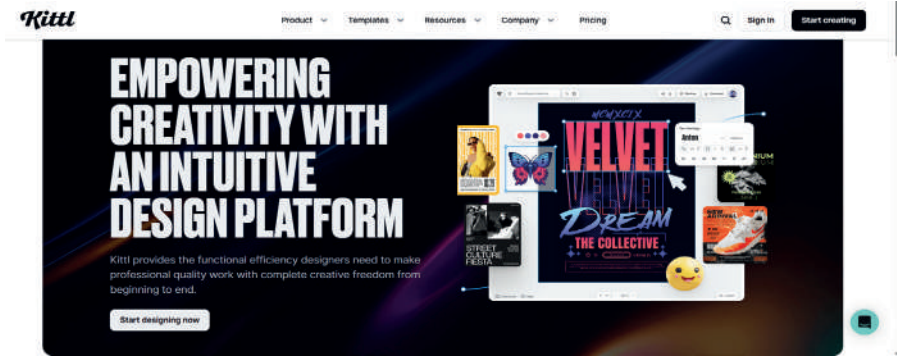


Figure 14. Kittl Web Site

<https://www.kittl.com/>

In AI-assisted design research, the discussion now extends beyond mere “tool use” to include collaborative production methods between humans and AI. Generative AI-supported design tools are transforming traditional graphic design processes and increasing designers’ creative potential. For example, in a study by Kocasari and colleagues (2021), the Artbreeder platform was defined as an interactive environment that supports users’ creative processes. The platform allows users to create new characters, portraits, and scenes by modifying existing images and combining different features. Users can test different combinations on images using drag-and-drop controls and evaluate feedback to guide the design process. This approach simulates the trial-and-error processes carried out in studio practice in a digital environment. Thus, Artbreeder stands out as a design tool that embodies human-AI collaboration and offers the opportunity to experience a real studio environment (Kocasari et al., 2021).



Figure 15. Artbreeder Web Site

<https://www.artbreeder.com/>

Studio practice is an important application process for graphic designers in developing both the creative process and technical skills. Graphic design work is not limited to logos, packaging, posters, etc. Designers can face serious challenges, especially in complex UI & UX projects. In this context, “Visily AI” stands out as an AI-powered platform that accelerates and optimizes designers’ wireframe and prototyping processes. By analyzing user inputs, it provides automatic suggestions, organizes design elements, and generates alternative solutions. This enables graphic designers to test and refine their prototypes interactively, achieving both speed and success in iterative studio practice.

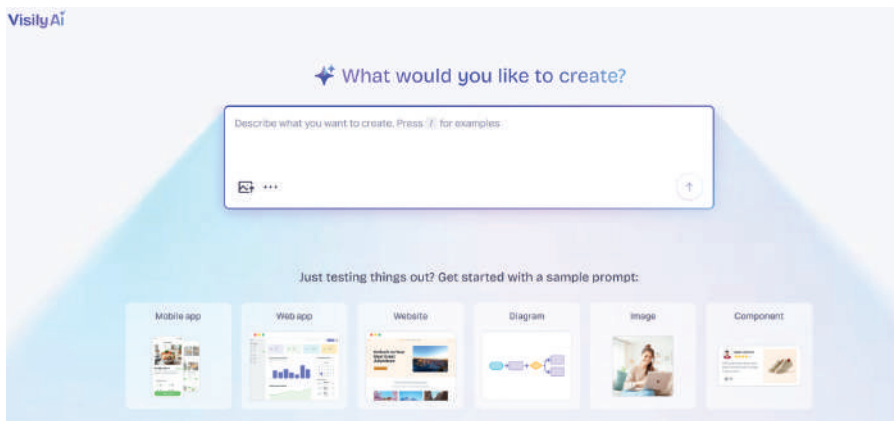


Figure 16. Visily AI Web Site

<https://app.visily.ai/projects?type=team>

7. Conclusion

Learning environments and studio applications in graphic design education play a critical role in helping students discover their creative processes and develop their skills. Integrating generative AI technologies into these environments enables students to develop their design ideas more quickly, generate alternative solutions, and manage visualization processes more effectively. Additionally, advanced generative AI provides students with mentorship, offering a supportive learning environment where they can practice with enjoyment.

Through studio applications, generative AI technologies also help students produce more flexible and faster prototypes in their individual and group projects, while also supporting them in discovering their creativity and

sharing their ideas. Furthermore, by comparing various designs, students gain experience and strengthen their critical thinking and problem-solving skills in their work.

In conclusion, generative AI is a supporting element in graphic design education that unlocks students' creative potential and enriches the learning process. When used correctly, it increases productivity in both individual and group work, makes design processes flexible and experimental, guides students to develop innovative and solution-oriented ideas, and supports them on their way to becoming professionals.

References

- Cheng, Y., Zhang, Z., Yang, M., Nie, H., Li, C., Wu, X., & Shao, J. (2024). *Graphic design with large multimodal model. Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 39(3), 32249–32257. <https://doi.org/10.1609/aaai.v39i3.32249>
- Choi, D., Hong, S., Park, J., Chung, J. J. Y., & Kim, J. (2024). CreativeConnect: Supporting Reference Recombination for Graphic Design Ideation with Generative AI (No. arXiv:2312.11949). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2312.11949>
- Jiang, J. (2024). When generative artificial intelligence meets multimodal composition: Rethinking the composition process through an AI-assisted design project. *Computers and Composition*, 74, 102883. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2024.102883>
- Kocaman, Ş. (2021). Artificial Intelligence in the Graphic Design Industry. *International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 8(77), 3000–3016. <https://doi.org/10.26450/jshsr.2843>
- Kocasari, U., Bag, A., Atici, E., & Yanardag, P. (2021). Exploring Latent Dimensions of Crowd-sourced Creativity (No. arXiv:2112.06978). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2112.06978>
- Lee, C.-W. (2025). Application of Generative Artificial Intelligence in Design Education: An Exploration and Analysis to Enhance Student Creativity. 2024 4th International Conference on Social Sciences and Intelligence Management (SSIM 2024), 29. <https://doi.org/10.3390/engproc2025098029>
- Linlu Cai & Euitay Jung. (2024). The Impact of Artificial Intelligence on the Graphic Design Job Market: An Analysis of the Evolution and Opportunities of the Designer Role. *Journal of Psychology Research*, 14(8). <https://doi.org/10.17265/2159-5542/2024.08.002>
- Long, T., & Peng, W. (2023). PortfolioMentor: Multimodal Generative AI Companion for Learning and Crafting Interactive Digital Art Portfolios (No. arXiv:2311.14091). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2311.14091>
- Mirzaei, V. (2025). The Impact of Artificial Intelligence on Creativity in Graphic Design. 8(7).
- Muji, S., Svensson, E., & Faraon, M. (2023). Engaging With Artificial Intelligence in Graphic Design Education. 2023 5th International Workshop on Artificial Intelligence and Education (WAIE), 31–37. <https://doi.org/10.1109/WAIE60568.2023.00013>
- Şen, E. (2020). A New Actor in Graphic Design Applications: Artificial Intelligence. *International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 7(63), 3946–3957. <https://doi.org/10.26450/jshsr.2250>

- Sönmez, Ü. (2024). *Technological advancements in the history of graphic design and the effects of artificial intelligence on creativity*. Istanbul Yeni Yüzyıl University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic Design; Fatih Sultan Mehmet Vakıf University, Department of Graphic Design. <https://orcid.org/0000-0003-1445-855X>
- Wang, W.-F., Lu, C.-T., Campanyà, N. P., Chen, B.-Y., & Chen, M. Y. (2025). AIdeation: Designing a Human-AI Collaborative Ideation System for Concept Designers. *Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–28. <https://doi.org/10.1145/3706598.3714148>
- Xu, S., Wang, B., Cai, Z., Fu, F., Ma, Y., Lee, T., Yu, H., & Wang, Z. (2025). MagicAnime: A Hierarchically Annotated, Multimodal and Multitasking Dataset with Benchmarks for Cartoon Animation Generation (No. arXiv:2507.20368). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2507.20368>
- Yaday, B. R. (n.d.). Exploring Multimodal Generative AI: A Comprehensive Review of Image, Text, and Audio Integration.
- Zhang, Z., Cheng, Y., Hong, D., Yang, M., Shi, G., Ma, L., Zhang, H., Shao, J., & Wu, X. (2025). CreatiPoster: Towards Editable and Controllable Multi-Layer Graphic Design Generation (No. arXiv:2506.10890). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.10890>

Yapay Zeka ile Hareketli Grafikler 8

Şerafettin Dedeoğlu¹

Yasemin Dedeoğlu²

Giriş

Yirminci yüzyılın sonları ile yirmi birinci yüzyılın başları bilgisayar teknolojisinin ilerlemesi anlamında dikkat çekici bir dönemdi. Bu dönemdeki teknolojik gelişmeler, insanlığın etkileşim içerisinde olduğu neredeyse tüm faaliyetlere dahil olduğu önemli bir evreydi. Bilgiye erişim veya bilgiyi paylaşım saniyeler içerisinde gerçekleştirilebiliyordu. Tüm bu etkileşimin gerçekleştiği yer çevrim içi ortam olarak inşa edilmişti. Çevrim içi ortam ise insanlık için maddi evren içerisinde açılan sonsuz bir portaldı. Bu sonsuz ortamda insanların gerçek dünyada yapamadığı birçok şeyi sanal olarak gerçekleştirebileceği bir alandı.

Birçok şeyin kolaylaşmasıyla birlikte, geçmişte insanlık tarafından hayal edilen “Yapay Zeka” hızla yaşam alanımıza entegre olmaya başlamıştı. Antik Yunan’daki mitolojik figürlerden biri olan Hephaestus’un yarattığı makineler ve sonrasındaki yapay varlık kurguları bu ilginç hayalin erken örnekleri olarak kabul edilebilir. Yapay zeka, yalnızca var olan büyük veri ağlarından bilgi üretmekle kalmayıp, aynı zamanda görselleştirme alanında da önemli bir yer edinmeye başlamıştı. Çoklu problem çözme kapasitesine sahip yapay zeka, estetik işlevler açısından da perakende, finans ve sağlık sektörlerinde önemli bir gelişim kaydederken, reklam ve sinema gibi alanlarda da kendine yer buldu.

1980’lerde bilgisayar destekli grafik tasarımının temelleri atıldığı dijital devrim, *Apple*, *IBM* ve *Microsoft*’un uygun fiyatlı ve güçlü donanım ve yazılımlar geliştirmesiyle, bireysel grafik tasarımcıların masaüstlerine kadar

-
- 1 Şerafettin DEDEOĞLU., İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Grafik Tasarımı Programı, serafettin.dedeoglu@kavram.edu.tr, Orcid Id: 0000-0002-4972-7687
 - 2 Yasemin DEDEOĞLU., MEB Görsel Sanatlar Öğretmeni, ysmndedeoglu@gmail.com, Orcid Id: 0000-0002-6124-3693

ulaştı. Çoğu tasarımcı, başlangıçta hızla adapte olmaya çalıştı ve bu süreç, bazen bir tür yaptırım gibi hissettirilse de, sonunda kabul edildi. Bilgisayar kullanan tasarımcılar, üretim süreçlerinde daha fazla kontrol sahibi oldular. Kablolulu ve uydu televizyonlarının yaygınlaşması, kanal çeşitliliğinin artması ve hareketli grafiklerin popülerleşmesi, tasarımın sektördeki önemini artırarak, yeni tasarım potansiyellerine duyulan ihtiyacı pekiştirdi. Sürekli gelişen görsel odaklı yazılımlar, grafik tasarımcıların özgün tasarımlar üretme yeteneklerini genişletti. 21. yüzyılın başında ise insanlık, bilgi ve eğlenceye erişimde daha bağımlı hale gelmeye başladı. Bu teknolojik gelişmeler ve bağımlılık, iletişim çağında sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan sınırsız seçenekler döngüsünü beraberinde getirdi. Bilgisayar grafikleri, elektronik teknikler açısından genişlerken, modern ve post modern tasarım anlayışları, retro ve sıra dışı çalışmalarla şekillenen bir çeşitlilik ve çoğulculuk dönemini doğurdu (Meggs ve Purvis 2016: 530-550). Bu geniş çeşitlilik, durağan grafiklerin yerini hareketli grafiklerin almasında önemli bir pay olarak görülebilir. Hareketli grafikler, izleyici olan etkileşimde kurulan bağda vazgeçilmez bir kullanım aracına dönüştü.

Hareketli grafikler, görsel tasarımda estetik nitelikleri ve etkili iletişim gücü sayesinde önemli bir yere sahiptir. Görsel cazibesıyla izleyiciyi etkileyerek, bilgi içeriklerinin sezgisel ve hızlı bir biçimde algılanmasına yardımcı olmaktadır. Animasyon ve senkronizasyonun etkili kullanımıyla, soyut kavramları somut ve anlaşılır biçimlere dönüştürerek bilgi aktarımının etkinliğini artırmaktadır. Poster tasarımı, kitap ciltleme, grafik reklamcılık, paketleme ve logo tasarımı gibi basılı üretimlerinde yer aldığı çeşitli alanlarda yaygın olarak uygulanan bu grafikler, görsel etkinin yanı sıra izleyiciye yenilikçi bir deneyim de sunmaktadır (Xue, 2023: 50-53).

Bu çalışmada, üç ana bölümde ele alınan yapay zeka ve hareketli grafik arasındaki önemli kesişimler, teknik açıdan ve tarihsel süreç bağlamında incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma, yapay zeka ve hareketli grafiklerin etkileşimi üzerine odaklanmaktadır. İlk bölümde, hareketli grafik tasarımının tanımı ve multidisipliner yaklaşımı açıklanmaktadır. İkinci bölümde, yapay zekanın görsel iletişimdeki rolü ile birlikte, teknik ve sistematik özellikleri ele alınarak, bu teknolojinin kolaylaştırıcı ve hız artırıcı katkıları üzerinde durulmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise, yapay zekanın teknolojik verimliliği ile hareketli görsel unsurların birleşimi incelenmekte ve her iki uygulamanın üretkenlik açısından süreci tartışılmaktadır.

1. Hareketli Grafiklerin Multidisipliner Doğası

Yirminci ve yirmi birinci yüzyılın kesişimi tam anlamıyla insanlığın teknolojiyi gerçek anlamda yanı başında hissetmeye başladığı zamanlar olarak ifade etmek doğru olacaktır. Bu dönemi belki de sanayi devrimi olarak adlandırılan ve birçok akademik yazı vb. yerde ifade edilen uzun zaman önceki gelişmeyle bir tutulmasa da, çoğu gelişmenin hızlandığı bir dönemeç olarak dile getirmek gerekebilir. Bahsedilen teknolojik gelişmelerin doğurduğu bir çok şey, insanların yakınlık olarak çok fazla etkileşim içerisine girdiği ve temasın arttığı cihaz ve ekran anlamında bir gelişim sıçraması olarak adlandırılabilir. Aslında yakın zamanımızdan bahsedilen bu gelişmeler görsel iletişim anlamında da insanlığın estetik duyarlılığına hitap eden bir dönüşüm olarak görülebilir. Çalışmanın önemli noktası olan grafik tasarım bu evrede etkilenmesi ve dolayısıyla da görsel patlamanın domino etkisine yol açtığı bir süreç de evrilmesini sağlayacaktı. Çünkü, işçilik ve estetik boyut olarak düşünüldüğünde zorlu bir süreçte sahip olan grafik tasarımın, basılabilir tekniklerden görüntülenebilir ve dokunulup etkileşimli bir süreçte gireceği adımlar aslında görülebilmekteydi.

Matbaada hurufatların el emeğiyle döküm haline getirilip dizilmesi ve tipografi kurallarının belirlenmesi gibi emek yoğun süreçlerden, teknolojik gelişmeler ve çevrimiçi ortama geçiş, dikkat çekici evreler olarak kabul edilmektedir (Özkan, 2023: 11). 90'ların sonu yüzü aşkın ülkede, otuz milyondan fazla kullanıcı çevrimiçi ortama bağlanmış, 2010 yılına gelindiğinde ise yedi milyara yakın kullanıcı ile katlanarak artan bir kitleye ulaşmıştı. Bu büyük küresel ortamda, metin, resim, ses, animasyon ve video gibi paylaşımlara aynı anda ulaşabilmek anlamına geliyordu. 1960'lar ile 1990'lar arasındaki tasarım sistemi, yoğun insan ve araç çeşitliliğinin giderek azalmasıyla şekillenmiştir (Meggs ve Purvis, 2016: 530-553). Bu gelişmeler, zorlu tasarım süreçlerinde insan sayısını azaltarak, tasarımcıların birkaç katmanlı süreçleri tek başlarına çözebilmelerini sağlamıştır. İlerleyen başlıklarda, bu durumu yapay zekanın devreye girmesiyle ilişkilendirmek mantıklı olacaktır. Yapay zeka ile, saatler süren tasarım ve hareketli grafik gibi işlemlerdeki detaylar birkaç hamlede çözülmeye çalışılacaktır.

Hareketli grafikler (*motion graphics*), animasyon içerisinde çok sayıda tasarım öğesini barındıran kapsamlı bir ifade biçimi olarak tanımlanabilmektedir. Bu alan illüstrasyon, tipografi ve fotoğraf gibi grafik tasarım unsurlarını ses ve müzikle birleştirilerek, animasyona dönüştürmektedir (Mahardhika ve Fathoni, 2013: 1183). Hareketli grafik tekniği, yalnızca birkaç saniyelik bir animasyonlarla bile karmaşık fikirleri net ve ilgi çekici bir biçimde aktarma konusunda son derece etkilidir. Bu

animasyon türü, sade, özgün ve zarif estetik yapısıyla görsel açıdan da dikkat çekici olup, izleyicinin ilgisini kısa sürede çekerek mesajın etkili bir şekilde iletilmesine olanak tanımaktadır (Alonso Valdivieso, 2016: 105). Bu alan, uyumlu bir görsel anlatı oluşturmak amacıyla belirli bir uzamsal-zamansal çerçevede çalışmaktadır (Fronza ve diğerleri, 2014: 50).

Krasner'a (2008) göre, kompozisyon, hareket ve anlatı olarak üç temel noktada hareketli grafikleri oluşturmaktadır. Kompozisyon, tasarımda yer alan görsel öğelerin düzenlenmesini ve bu öğeler aracılığıyla hangi unsurların vurgulanacağını belirlemektedir. Hareket ögesi, simge, sembol ve işaretlerin düşünsel anlamlarını destekleyen bir dil ile kavram ve duyguların izleyiciye aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Anlatı ise, olayların veya bölümlerin zaman içinde ardışık bir biçimde örülmesiyle oluşan görsel dizileri ifade etmektedir (Fronza ve diğerleri, 2014: 55). Teknik anlamda ise, *Adobe Illustrator* ve *Photoshop* destekli *After Effects*, *Premiere Pro* gibi programların yanı sıra *Blender*, *Cinema 4D* gibi üç boyutlu programlarında dahil olduğu uygulamalar hareketli grafiğin multidisipliner anlamda kurgu sürecindeki önemli aktörlerdir. İçinde bulunduğumuz bu dönemde, bahsedilen programlara da alternatif programlar ile de çalışmalar üretilmekle beraber çeşitli yapay zeka uygulamaları da alternatifli bir biçimde oluşturulmuştur. Yapay zeka uygulamaları, *After Effects* gibi yazılımlara bir eklenti olarak entegre edilebilmekte ve sürekli olarak güncellenmektedir. Bu eklentiler sayesinde, internet bağlantısına bağımlı kalmadan, çevrim dışı ortamlarda da *motion graphics* gibi uygulamalar gerçekleştirilebilmektedir. Teknik olarak; sahne algılama, nesne takibi (*tracking*), yüz tanıma ve nesne tamamlama gibi işlemler, bu tür kurgu süreçlerinde yapay zekâ destekli araçlarla uygulanabilmektedir.

Hareketli grafikler ile animasyon, görsel unsurların zamansal süreçler içerisinde hareket ettirilmesi yoluyla anlam ve mesaj iletme amacı taşıyan, birbirine yakın disiplinler olarak değerlendirilmektedir. Hareketli grafikler ile klasik animasyon arasındaki temel fark ise anlatım yapılarında ortaya çıkmaktadır. Klasik animasyonda genellikle bir ana karakter bulunur ve bu karakter etrafında gelişen bir hikaye anlatılır. Buna karşılık, hareketli grafiklerde belirgin bir ana karakter yer almaz; anlatım daha çok soyut kavramlar, tipografi, şekiller ve grafik unsurlar üzerinden ilerler (Fronza ve diğerleri, 2014: 55). Her ne kadar, ana karakter animasyonun temel unsuru olarak değerlendirilse de, hareketli grafik tasarım için gerçekleştirilen üretimlerde de yer alabilmektedir. Ana karakter veya karakterler, hareketli grafiğin bir aracı olarak kullanılabilir. Bu karakterler ön planda veya arka planda da yer alabilmektedir.

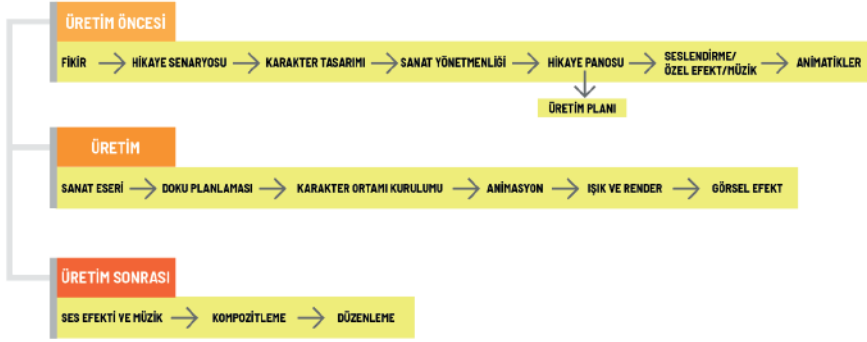
Hareketli grafiklerde konum, ölçek ve form gibi görsel parametrelere bağlı olarak grafik öğelerinde meydana gelen biçimsel değişiklikler, bu anlatım türüne özgün bir yapı kazandırır. Söz konusu değişimler, görsel anlatının ritmini ve dinamik yapısını şekillendirerek, izleyiciyle kurulan etkileşimi güçlendirir ve iletilmek istenen mesajın etkili bir şekilde aktarılmasına olanak tanır. Bu öğelerden konum, bir nesnenin mekânsal yerinin değiştirilmesiyle görselde hareket oluşturur ve öğelerin görünmesini, kaybolmasını veya ekran üzerinde bilgi aktarmak amacıyla yönlendirilmesini sağlar. Bu tür konum değişimleri, animasyonun görsel ritmini korumak açısından oldukça önemlidir. Ölçekteki değişiklikler, sahnede derinlik hissi oluşturarak iki boyutlu nesnelerin izleyiciye yakınlığı ya da uzaklığı izlenimini verir. Böylece, öğelerin diğer nesnelere ya da ekran üzerindeki konumlarına göre algılanan mesafelerini değiştirmede etkili olmaktadır. Form, nesnelerin şeklinde yapılan değişiklikler anlamına gelmektedir ve animasyonun dinamikliğini artırarak görsel geçişlerde yumuşaklık sağlamaktadır. Bu tür dönüşümler, “metamorfoz” etkisi yaratarak sahneler arası geçişleri daha akıcı hale getirmektedir. Form, aynı zamanda renk, ışık, doygunluk, ton, parlaklık ve doku gibi diğer görsel öğelerle de ilişkilidir ve tüm bu unsurlar anlam üretmek amacıyla manipüle edilebilmektedir. Zaman ise, hareketin hızı, nesnenin ağırlığı ve kuvveti gibi öğeler hakkında görsel ipuçları sunmaktadır. Hareketli grafikler, sahip oldukları dinamizm ve ritimle dikkat çekmektedirler. Anlatılarda güçlü bir ritim duygusu yaratmak oldukça önemli hale gelmektedir (Alonso Valdivieso, 2016: 106).

Ses, hareketli grafiklerde yalnızca işitsel bir unsur değil, aynı zamanda hareketin hızını belirleyen ve görsellerin duygusal etkisini pekiştiren temel bir bileşendir. İzleyiciyle daha güçlü bir bağ kurulmasına katkıda bulunur ve animasyonu çok boyutlu, sürükleyici bir deneyime dönüştürür. Ses ögesi müzik, ses efektleri ve seslendirme gibi farklı kaynaklardan gelebilmektedir. Özellikle müzik, izleyicide belirli duygusal tepkiler uyandırmak açısından oldukça etkili olmaktadır. Seslendirmeler ise görselleri tamamlayarak anlatıyı desteklemektedir. Örneğin, “*pop*”, “*swoosh*” ve “*click*” gibi ses efektleri; atmosfer yaratma, hareketleri daha inandırıcı kılma ve belirli eylemleri vurgulama amacıyla sıklıkla kullanılmaktadır. Bu tür ses tasarımları, animasyonun ilgi çekiciliğini ve gerçeklik hissini önemli ölçüde artırmaktadır (Alonso Valdivieso, 2016: 109).

Hareketli grafikler, bilginin ilgi çekici ve etkili bir biçimde aktarılmasını sağlamaları nedeniyle özellikle reklam, kurumsal iletişim, film ve yayın medyası gibi çeşitli alanlarda yaygın biçimde kullanılmaktadır (Curran, 2000). Estetik açıdan çekici olmaları, hareketli grafikleri hem reklamlar hem de kurumsal videolar için popüler ve ideal bir tercih haline getirmiştir.

Tarihsel olarak, *Saul Bass* ve *Maurice Binder* gibi isimlerin ikonik filmlerinde kullandığı hareketli grafikler, bu alanın sinema ile olan ilişkisini de göstermektedir. Televizyon sektöründe ise program tanıtımları, haber grafik öğeleri, animasyonlu logolar ve eğitim içerikleri gibi birçok alanda sıkça kullanılmaktadır. Belgesel ve eğitim materyallerinde araştırma bulgularının sunumu ya da anlatılmak istenen hikayelerin aktarımında giderek daha fazla tercih edilmektedir. Bunun yanı sıra, hareketli grafikler soyut formlar aracılığıyla müzikle bütünleşen deneysel animasyonlar bağlamında sanatsal ifade aracı olarak da değerlendirilmektedir. Tüm bu özellikleriyle, hareketli grafikler; reklamdan eğitime, belgeselden sanata kadar geniş bir yelpazede mesajların etkili, estetik ve dikkat çekici biçimde iletilmesini sağlayan çok yönlü ve güçlü bir animasyon biçimi olarak öne çıkmaktadır (Alonso Valdivieso, 2016: 112-114).

Hareketli grafikler oluşturulma aşamasında üç ana aşamaya ayrılan bir süreci içermektedir. Bunlar (Şekil 1); ön üretim aşaması, üretim aşaması ve son üretim aşaması şeklinde ifade edilmektedir. Ön üretim aşaması (*Pre-production*), projenin yaratıcı ve teknik temelini atıldığı, araştırma, hikaye geliştirme, senaryo yazımı, karakter ve mekan tasarımı ile *storyboard* oluşturma gibi çalışmaların gerçekleştirildiği önemli bir planlama sürecidir. Bu aşamada görsel stilin belirlenmesi, kamera açıları ve set tasarımı gibi kavramsal unsurlar geliştirilerek projenin bütçesi ile zaman çizelgesi de oluşturulmaktadır. Üretim aşaması (*Production*) ise bu planlamaların uygulanarak görsel içeriğin üretildiği evredir. Varlık oluşturma, animasyon ve görsel efektlerin birleşimi ile sahnelerin işlenerek nihai görsellere dönüştürülmesi gibi aşamaları kapsamaktadır. Son üretim aşamasında (*Post-produksiyon*) ise tüm görsel ve işitsel öğeler birleştirilir, ses tasarımı ve müzik eklenerek sahnelerin atmosferi güçlendirilir. Son olarak proje, hedef platformlara uygun biçimde dağıtımına hazır hale getirilmektedir. Söz konusu üç aşama, animasyonun estetik, teknik ve anlatı bütünlüğü içerisinde tamamlanmasını mümkün kılmaktadır (Mahardhika ve Fathoni, 2013: 1185-1187).



Şekil 1. Hareketli Grafik Üretim Aşamaları

Kaynak: Mahardhika ve Fathoni, 2013

Hareketli grafikler, gelişen teknolojilere ve dijital platformlara uyum sağlayarak kapsamalarını ve uygulama alanlarını önemli ölçüde genişletmektedir. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojileriyle uyumu, bu grafik türüne yeni ve yaratıcı olanaklar sunmaktadır. Bu uygulamalar ile kullanıcılar pasif izleyicilerden aktif katılımcılara dönüşmektedir. Özellikle *Metaverse* gibi sürükleyici dijital ortamlar, hareketli grafiklerin yaratıcı ifade biçimlerini yeniden tanımlamaktadır. Bununla birlikte, *Instagram*, *TikTok* ve *Twitch* gibi sosyal medya ve dijital yayın platformlarının yükselişi, hızlı içerik tüketimine uygun, dikkat çekici animasyonlu görsellerin önemini artırmıştır. Bu durum, içerik üreticilerini hem üretim süreçlerini hızlandırmaya hem de farklı platformlara uygun biçimlerde içerik üretmeye yönlendirmiştir. Diğer taraftan, üretken yapay zeka teknolojilerinin hareketli grafik alanına girmesi, sektörde önemli bir dönüşüm başlatmıştır. Metinden görsel içerik üreten *DALL·E 2* ve *Midjourney* gibi araçlar, animasyon sürecini daha sezgisel ve erişilebilir kılmıştır. *Adobe Firefly* gibi araçlar ise kullanıcıların yalnızca sözcükler ya da hareketlerle tanımladığı yaratıcı fikirleri, renk varyasyonları, 3B modeller ve görsel stillerle zenginleştirebilmektedir (Canestro, 2023: 336-337). Tüm bu teknolojik ilerlemeler, hareketli grafiklerin üretim sürecini ve izleyiciyle etkileşim biçimini köklü bir şekilde değiştirmektedir. Hareketli grafikler, animasyon, tipografi, görsel efektler ve sesin senkronizasyonu ile oluşturulan bir tasarım biçimidir. Bu tasarım sürecine eklenen yapay zeka, fikir, strateji ve özgünlük açısından yenilikçi görselleştirmeler üretmeye olanak tanıyacak ve belki de büyük ölçüde köklü değişimlere yol açacaktır.

2. Yapay Zeka ve Üretkenlik Dinamikleri

Yapay zeka, biyolojik karar verme süreçlerini taklit eden sentetik veya matematiksel modelleri kapsayan geniş bir kavramdır ve altında makine öğrenimi (ML), derin öğrenme (DL) ve yapay genel zeka (AGI) gibi alt alanları barındırır. Günümüzde yapay zekanın temelini oluşturan makine öğrenimi, belirli görevleri yerine getirebilmek için verilerle eğitilmiş karar verme sistemleriyle çalışır. Bu sistemler, genellikle sayısal tahminler yapan regresyon modelleri ve verileri kategorilere ayıran sınıflandırma modelleri olarak iki ana gruba ayrılır. Makine öğrenimi modelleri, her denemede daha iyi sonuç veren bir model seçilerek, sistemin zamanla daha doğru hale gelmesi için tekrar eden bir eğitim ve test süreciyle geliştirilir. Derin öğrenme ve yapay genel zeka da aynı prensiplere dayanmakla birlikte, çok katmanlı yapılar ve büyük ölçekli veri kümeleri kullanarak daha karmaşık öğrenme süreçleri sunar. Derin öğrenme sistemleri, insan müdahalesi olmaksızın istatistiksel yöntemlerle doğruluklarını değerlendirebilir ve özellikle görüntü tanıma, ses algılama gibi alanlarda yüksek başarı gösterir. Bu sistemler, yüksek hesaplama gücü gerektirir ve genellikle büyük veri merkezlerinde çalıştırılır. Yapay zeka araştırmalarının teorik çerçevesini oluşturan yapay genel zeka ise, çok yönlü problem çözme kapasitesine sahip, insan benzeri genel zekayı hedefler. Ancak bu tür sistemler henüz bilim kurgu düzeyindedir; hem teknik ilerlemeler açısından sınırlıdır hem de bilinç gibi kavramlarla ilişkilendirilmesine rağmen bu özellikler kesin tanımlamalara sahip değildir (Moreira, 2019: 62-63).

Yapay zekanın etkisi, perakende, finans ve sağlık hizmetleri gibi sektörlerde önemli ölçüde benimsenmiş ve çeşitli alanlara yayılmıştır. Perakende sektöründe yapay zeka, gelecekteki talepleri tahmin ederek stok yönetimini daha verimli hale getirmektedir. Ayrıca tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarına göre kişiselleştirilmiş kampanyalar veya ürün önerileri sunulmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin, *Amazon*'un öneri motorunun şirket gelirinin yaklaşık %35'ine katkı sağladığı bildirilmiştir. Finansal hizmetlerde ise yapay zeka, dolandırıcılık tespiti ve yatırım portföylerinin gerçek zamanlı yönetimi gibi önemli alanlarda kullanılmaktadır. Bu sayede hem güvenlik artırılmakta hem de finansal kararlar daha hızlı ve etkili bir şekilde alınabilmektedir. Sağlık sektöründe yapay zeka, tanısal görüntüleme ve hasta bakımında etkin bir şekilde kullanılarak hastaneye yeniden yatış oranlarını azaltmakta ve hasta sonuçlarını iyileştirmektedir. Bu örnekler, yapay zekanın sadece teknik bir araç olmanın ötesinde, stratejik bir değer yaratıcısı olarak konumlandığını da göstermektedir (Kumar, 2024: 13).

Yapay zeka, görsel-işitsel medya üretiminin ilerlemesinde, içerik oluşturma ve dağıtım gibi çeşitli aşamalarında verimliliği, yaratıcılığı ve kişiselleştirmeyi artırmada önemli bir güç haline gelmiştir. AI, bilgisayarlı görme algoritmaları aracılığıyla, içerik oluşturma sürecine katkıda bulunarak sanatsal ifadenin sınırlarını genişletmektedir. Yapay zeka algoritmaları, görüntü ve video düzenlemenin yaratıcı sürecine otomasyon ve verimlilik kazandırmıştır. İçerik oluşturucular, görsel içerikleri otomatik olarak düzenleyip geliştirebilen ve önemli ölçüde zaman ve emek tasarrufu sağlayan araçlardan yararlanmaktadır. Bu algoritmalar, görsel estetiği anlamak için makine öğrenimini kullanarak renk düzeltme, nesne kaldırma ve hatta görüntü kalitesini artırma gibi görevlerin gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır. Otomatik düzenleme süreci, yalnızca üretim sürelerini hızlandırmakla kalmaz, aynı zamanda multimedya içeriklerinde tutarlı ve etkileyici bir görünüm de sağlamaktadır (Nasser El Erafy, 2023: 26).

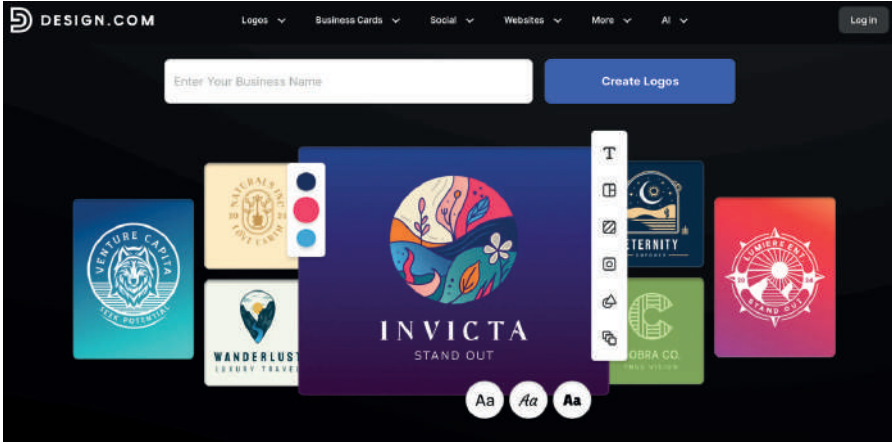
Yapay zeka araçları, geleneksel olarak manuel çaba gerektiren renk derecelendirme, animasyon ve video düzenleme gibi karmaşık görevleri otomatikleştirerek, üretim sonrası süreçleri kolaylaştırmaktadır (Hidalgo, 2024). Yapay zekanın post prodüksiyonda kullanılması verimliliğin yanı sıra görsel-işitsel içeriğin kalitesini de artırarak daha parlak bir nihai ürüne katkıda bulunmaktadır (Song, 2024).

The Impact of Artificial Intelligence (2023) adlı çalışmada yapay zekanın grafik tasarım üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Araştırmaya göre AI, bireysel kullanıcı tercihlerine göre uyarlanmış kişiselleştirilmiş tasarımların oluşturulmasını sağlayarak kullanıcı deneyimi ve memnuniyetini artırmaktadır. Bu katkılar, grafik tasarım sürecinde verimliliği ve yaratıcılığı artırarak tasarımcıların daha karmaşık ve yenilikçi çalışmalara odaklanmasını sağlamaktadır. Ancak yapay zekanın tasarım alanında kullanımı insan dokunuşunun azalması ve iş güvencesiyle ilgili endişeleri de beraberinde getirerek, etik konuların da dikkate alınmasını gerekliliğini vurgulamaktadır.

Yapay zeka destekli tasarım platformları, özellikle logo oluşturma alanında son yıllarda önemli bir ivme kazanmıştır. *Looka* ve *Logomaster* gibi uygulamalar (Görsel 1), geniş veri kümeleri üzerinde eğitilmiş algoritmalar aracılığıyla yazı tipleri, renk kombinasyonları ve sembolleri eşleştirerek kullanıcı tercihlerine dayalı özgün logo tasarımları üretebilmektedir. Bu sistemler, kullanıcıların süreç içerisindeki seçimlerini kaydederek zamanla daha isabetli ve kişiselleştirilmiş öneriler sunmak üzere makine öğrenimi süreçlerine katkı sağlamaktadır. Bu tür platformlar, özellikle grafik tasarım bilgisi olmayan küçük ölçekli işletmelerin kısa sürede estetik açıdan tatmin edici ve profesyonel görünümlü logolara düşük maliyetle ulaşmalarını

mümkün kılmaktadır. Ancak yapay zekâ tabanlı tasarımlar, çoğu zaman sınırlı yaratıcılıkla üretilmekte ve grafik tasarımın temel ilkelerine tam olarak uyum sağlayamamaktadır. Bu durum, insan tasarımcıların estetik değer ve yaratıcı dokunuşlarının hâlen yerini koruduğunu göstermektedir (Çeken ve Akgöz, 2024: 382–383).

Görsel 1. Looka, Ai Destekli Logo Tasarım Uygulaması



Kaynak: Design.com, https://www.design.com/s/logo-maker?code=25OFFSEM&utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_campaign=europe_02_competitor&utm_adgroup=looka&utm_content=725694113684&utm_keyword=looka&utm_network=g&utm_source=1&utm_campaignid=20992625742&utm_braid=0AAAAADwF9LCJnloL4fU6osKpTQRdxwn8-0&gclid=Cj0KCQjwzaXFBhDlARIsAFPv-u8SFZ3bchd22krUuwxcBeHQsZvawcfI9hSiBuFey3as2kaMEIXiQZwaAt9xEALw_wcB Erişim Tarihi: 22.08.2025

Yapay zeka teknolojileri, animasyon endüstrisinde önemli bir dönüşüm yaratmış ve *Buz Devri* film serisi gibi büyük yapımların hem animasyon kalitesini hem de üretim sürecindeki verimliliğini artırmada etkili olmuştur. Özellikle karakter animasyonunda, yapay zekadan yararlanılarak daha doğal ve duygusal hareketler elde edilmiş, yüz ifadeleri ile konuşmaların daha gerçekçi bir şekilde yansıtılması sağlanmıştır. Karakterlerin dijital iskelet yapılarının oluşturulması ve kontrol edilmesi gibi teknik süreçler de yapay zeka desteğiyle daha hızlı ve tutarlı hâle getirilmiştir. Görsel açıdan ise ışıklandırma, gölgeleme ve doğal çevre unsurlarının işlenmesinde yapay zeka temelli çözümler, sahnelerin estetik değerini artırmış ve daha etkileyici görüntüler elde edilmesine olanak tanımıştır. Gerçek zamanlı ön izleme ve etkileşimli düzenleme imkanı da, yaratıcı süreçlerin daha esnek ve hızlı ilerlemesini sağlamıştır. Tüm bu gelişmeler, *“Buz Devri”* serisinde

olduğu gibi, yapay zekanın hem teknik hem de sanatsal boyutta animasyon üretimine önemli katkılar sunduğunu ve izleyiciye daha sürükleyici bir deneyim sağladığını göstermektedir (Ayyappan ve Nirmala, 2024: 20-21).

Görsel 2. Yapay Zeka Tarafından Üretilmiş Buz Devri Filmi Animasyon Kullanımı



Kaynak: Pixabay.com, <https://pixabay.com/illustrations/ai-generated-ice-age-extinct-nature-9097696/>, **Erişim Tarihi:** 22.08.2025

Geleneksel 3B animasyon üretim süreçleri, yüksek maliyet, teknik uzmanlık gereksinimi ve uzun zaman gerektiren el emeği gibi çeşitli sınırlamalarla karşı karşıya kalmaktadır. Ancak yapay zeka destekli teknolojiler, bu engelleri aşarak animasyon alanını dönüştürmektedir. Yapay zeka destekli araçlar, 2B görüntü ve videoları 3B animasyona dönüştürerek bu alanda büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bu sistemler, örneğin *Unity* gibi platformlar aracılığıyla videolardaki hareketleri otomatik olarak tanıyıp, bunları üç boyutlu animasyonlara dönüştürebilmektedir. Böylece karmaşık teknik bilgilere sahip olmayan kişiler bile kolayca 3B animasyon üretebilmektedir. Bu gelişme, sadece büyük stüdyoları değil, bağımsız içerik üreticileri ve küçük ekipleri de kapsayarak 3B animasyonu herkes için ulaşılabilir hale getirmektedir. Ayrıca, geleneksel animasyon yöntemlerinde kullanılan pahalı hareket yakalama ekipmanlarına ihtiyaç kalmadığı için maliyetler önemli ölçüde düşmektedir. Zaman açısından da büyük avantajlar sunan bu araçlar, kullanıcıların internetteki videoları doğrudan kullanarak hızlıca animasyon üretmesini mümkün kılmaktadır. Bu sayede sanatçılar, teknik ayrıntılarla

uğraşmak yerine yaratıcı çalışmalarına daha fazla odaklanabilmekte ve üretim süreci hem daha kısa hem de daha verimli hale gelmektedir (Li, 2024:127).

Yapay zekânın grafik tasarım perspektifinden, hareketli grafiklerin üretim sürecine katkısı, bu alanın önemli ölçüde gelişmesini sağlamaktadır. Yapay zekâ; tekrarlayan görevlerin otomatikleştirilmesi, yaratıcı süreçlerin desteklenmesi ve kişiselleştirilmiş, yenilikçi tasarımların oluşturulması gibi çeşitli katkılar sunmaktadır. Bu dönüşüm, konsept geliştirmeden nihai uygulamaya kadar tasarım sürecinin birçok aşamasında kendini göstermektedir. Ayrıca, tasarımcıların üstlendiği roller ve ihtiyaç duydukları beceriler üzerinde de dikkat çeken etkiler oluşturmaktadır.

3. Hareketli Grafikte Yapay Zeka Destekli Üretim Süreci

Hareketli grafikler temel olarak grafik tasarım, karmaşıklık yaratmadan yoğun bilgiler sunabilen etkileşimli infografikler ve animasyonun birleşiminden oluşan bir ifade biçimi olarak gösterilebilmektedir (Dur, 2014: 13). Genellikle sembolikten gerçekçiye uzanan görsel öğelerin, iki boyutlu veya üç boyutlu ortamlarda hareket ettiği ve belirli bir mekan-zaman çerçevesinde sürekli olarak dönüşüm geçirdiği yapılardan oluşmaktadır. Bu yapıların en ayırt edici özelliklerinden biri, sahip oldukları içsel dinamizmdir. Grafik öğelerin hareket biçimleri, izleyicinin dikkatini çekme ve görsel iletişimi güçlendirme yönünü önemli ölçüde artırmaktadır (Alonso Valdivieso, 2016: 105).

Geleneksel üç boyutlu karakter animasyonu üretimi, karelerin el emeği ile hazırlanmasını gerektiren, oldukça zaman alıcı yoğun bir süreçtir. Ancak eğlence ve oyun sektörlerinde artan üç boyutlu animasyon talebi, bu sürecin otomatikleştirilmesine yönelik ilgiyi giderek artırmaktadır. Yapay zeka ve görüntü işleme teknolojileri alanındaki son gelişmeler, video görüntülerinden otomatik olarak üç boyutlu karakter animasyonları üretebilen yeni yöntemlerin geliştirilmesini mümkün kılmıştır. Bu yöntemler genellikle, video verilerinden poz bilgilerini çıkarmak amacıyla poz tahmini algoritmalarını, ardından ise ilgili üç boyutlu animasyonları oluşturmak için makine öğrenimi modellerini kullanmaktadır. Sürecin bu şekilde otomatikleştirilmesi, gereken zaman ve insan gücünü önemli ölçüde azaltarak, yüksek kaliteli animasyonların daha hızlı ve düşük maliyetle üretilmesini sağlamaktadır. Söz konusu teknolojiler yalnızca eğlence ve oyun endüstrilerinde değil, aynı zamanda sanal gerçeklik ve eğitim simülasyonları gibi farklı alanlarda da geniş bir uygulama alanına sahiptir (Xian ve Sahagun, 2023: 26).

Yapay zeka, bilgisayar animasyonu alanında tasarım, üretim ve post-produksiyon süreçlerini otomatikleştirerek üretim süreçlerini hem

hızlandırmakta hem de daha verimli ve ekonomik hale getirmektedir. Otomatik animasyon üretimi ve gerçek zamanlı karakter sürüşü gibi YZ tabanlı teknolojiler, özellikle etkileşimli içeriklerde kullanıcı deneyimini iyileştirmektedir. Derin öğrenme ve üretken düşman ağları (GAN) sayesinde dinamik karakter davranışları ile yüksek kaliteli görseller daha kısa sürede üretilebilmektedir. Ayrıca takviye öğrenme ve davranış ağaçları, karakterlerin çevresel değişkenlere uyum sağlamasını ve otonom kararlar almasını mümkün kılmaktadır. YZ destekli düzenleme araçları ise sahne analizi, stil aktarımı ve içerik tabanlı dolgu gibi işlemlerle hem teknik iş yükünü azaltmakta hem de yaratıcı süreçleri desteklemektedir. Bu gelişmeler, yapay zekanın animasyon üretiminde teknik verimliliği artırmasının yanı sıra yaratıcı üretimi de daha erişilebilir kıldığını göstermektedir (Huang, 2024: 3-4).

Yapay zeka sistemleri, özellikle derin öğrenme tabanlı modeller aracılığıyla, görsel-işitsel içeriğin otomatik üretimini mümkün kılarak hareketli grafik üretim sürecinde yaratıcı yollar açmaktadır. Bu teknolojik gelişme, mevcut içeriklerin düzenlenmesiyle birlikte, içerik sentezi yoluyla geleneksel üretim sınırlarının ötesine geçmekte ve ifade biçimlerine yeni olanaklar sunmaktadır. Bu doğrultuda, *Google*'ın *Phenaki* (Görsel 2) gibi modelleri, metin tabanlı girdilerden değişken uzunlukta ve yüksek gerçeklik düzeyine sahip videolar üretmesi yönüyle dikkat çekmektedir (Caballero, 2023: 56). *Phenaki*, görüntü ve video veri kümeleriyle eğitilmiştir bir yapay zeka modelidir. Bu sistem durağan görsellerden hareketli sahneler genelleme yaparak özgün kompozisyonlar oluşturabilmektedir. Zaman içinde değişen metin istemlerini dikkate alarak sahneleri genişletebilme ve farklı görsel stillerde animasyonlar üretebilmektedir (Villegas ve diğerleri, 2022: 7).

Görsel 2. Google Phenaki Yapay Zeka Animasyon Kullanımı



Kaynak: Villegas vd., 2022

Tasarım süreçlerinde 2B kavramların 3B modellere dönüştürülmesi sırasında ortaya çıkan derinlik ve doku tutarsızlıkları, görsel gerçekçiliği olumsuz etkileyebilmektedir. *Stable Diffusion* gibi AI araçları, özellikle derinlik haritası uzantısıyla bu sorunları gidererek, dönüşüm sürecinde daha tutarlı ve estetik açıdan başarılı 3B modellerin üretilmesini mümkün kılmaktadır. *Blender* gibi araçlarla yapılan çalışmalarda gözlemlenen ağ bozulmaları, yapay zeka destekli yöntemlerle önemli ölçüde azaltılmaktadır. Yapay zeka teknolojileri yüksek kaliteli bir geçiş sağlamada görsel çıktının estetik açıdan etkileyici ve gerçekçi olmasını sağlamaktadır (Zainal ve diğerleri, 2024: 10467).

Günümüzde dijital çağın gereklilikleri doğrultusunda bilgiye erişim ve sunum biçimleri dönüşüm geçirmekte, bu bağlamda görsel temelli araçlar giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu dönüşümün bir sonucu olarak, yapay zeka destekli hareketli infografikler dijital bilginin sunumunda yeni ve etkili bir görselleştirme biçimi olarak öne çıkmaktadır. Yapay zeka destekli hareketli infografikler, günümüzde bilgi sunumunun ve öğrenmenin etkili araçları olarak öne çıkmaktadır. Infografikler genel olarak, bilgi ve veriyi organize bir yapıda sunarak izleyiciye görsel olarak uyarıcı ve kolay anlaşılır bir deneyim sunmayı amaçlayan görsel temsillerdir. Veri görselleştirme, bilgi tasarımı ve bilgi mühendisliği gibi çeşitli disiplinlerin kesişiminde yer alan

bu araçlar, özellikle 21. yüzyıl becerilerinin kazandırılmasında önemli rol oynamaktadır.

Yapay zeka teknolojileri ile geliştirilen hareketli infografikler ise, bu görsel araçların etkisini daha da artırmaktadır. Özellikle karmaşık bilimsel konuların anlaşılmasını kolaylaştırmakta, bilgiye yönelik algıyı güçlendirmekte ve kullanıcı etkileşimini artırarak tasarım kalitesini üst düzeye çıkarmaktadır. Dolayısıyla, yapay zeka destekli hareketli infografikler bilgi aktarımını kolaylaştırmakta ve öğrenme süreçlerine de katkı sağlamaktadır. Yapılan çalışmalar hareketli infografiklerin görsel düşünme becerilerini geliştirmede daha etkili olduğunu kanıtlamaktadır (Samra, 2021: 9).

Görsel 3. Enerji Verimliliği Konulu Yapay Zeka Destekli Bir Hareketli İnfografik



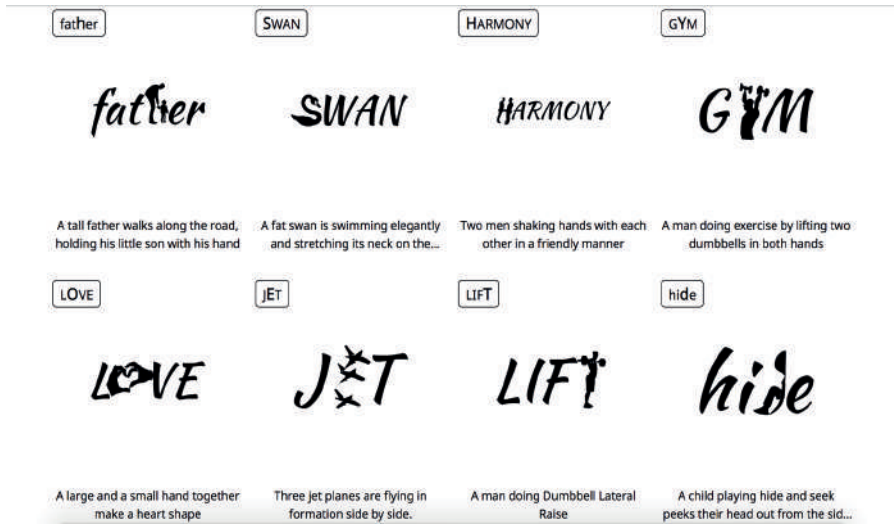
Kaynak: <https://www.youtube.com/shorts/xAikicEjGMg>, Erişim Tarihi: 22.08.2025.

Görsel 3'te yer alan yapay zeka destekli hareketli infografik, enerji verimliliği konusunda bilgilendirici ve dikkat çekici bir görsel iletişim aracı olarak tasarlanmıştır. İnfografik, enerji tüketim alışkanlıklarının görselleştirilmesi, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ve tasarruf yöntemlerinin vurgulanması gibi temel bileşenleri animasyonlarla destekleyerek sunmaktadır. Yapay zeka teknolojisi, kullanıcıdan elde edilen veri setlerine göre içeriği kişiselleştirerek hedef kitlenin ilgisini çekecek mesajların öne çıkarılmasını sağlamaktadır. Bu sayede, infografik yalnızca statik bilgi sunumunun ötesine geçerek izleyiciyle etkileşim kuran dinamik bir yapıya kavuşmaktadır. Animasyonlu öğeler, bilgi akışını kademeli ve anlaşılır biçimde sunarken; renk, hareket ve ses gibi çoklu duyuşal uyarıcılar aracılığıyla izleyicinin dikkatini sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Görselde

yer alan bu bütüncül yaklaşım, enerji verimliliği gibi teknik bir konunun daha geniş kitleler tarafından kolayca anlaşılmasını ve içselleştirilmesini amaçlamaktadır.

Görsel iletişimde metnin dinamik ve etkileyici bir şekilde sunulması, izleyici ilgisini artırmak ve mesajın etkisini güçlendirmek açısından büyük önem taşımaktadır. Dinamik tipografi, metni hareketli ve anlamlı bir şekilde canlandırarak statik metinlerin anlatım gücünü artıran yapay zeka destekli bir animasyon yöntemidir. Bu yöntem, kullanıcıdan alınan komutlara göre harflerin şeklini değiştirirken aynı zamanda onları hareketlendirmektedir. Vektör grafikler ve yapay zeka sayesinde, harflerin anlamını koruyan ve dikkat çekici hareketlerle canlandırılan dinamik yazılar oluşturulmaktadır. Sistem, temel harf şekillerini ve bu şekillere eklenen hareketleri birlikte düzenleyerek okunabilirliği ve yapısal bütünlüğü korur. Ayrıca, önceden eğitilmiş bir yapay zeka modeli sayesinde, verilen metin ile animasyon arasında tutarlı ve uyumlu bir ilişki sağlanmaktadır. Bu sayede, geleneksel yöntemlere göre daha hızlı, etkili ve kullanıcı dostu bir şekilde semantik açıdan anlamlı metin animasyonları üretilebilmektedir. Yapılan değerlendirmeler, bu yöntemin hem görsel olarak etkileyici hem de içerik açısından anlaşılır animasyonlar ortaya koyduğunu göstermektedir (Liu ve diğerleri, 2024).

Görsel 4. “Dynamic Typography: Bringing Text to Life via Video Diffusion Prior” Çalışmasında Gerçekleştirilen Yapay Zeka Destekli Hareketli Tipografi



Kaynak: <https://animate-your-word.github.io/demo/>, Erişim Tarihi: 22.08.2025.

“Dynamic Typography: Bringing Text to Life via Video Diffusion Prior” adlı çalışma (görsel 4), yapay zeka destekli video üretim modelleri kullanarak metin animasyonlarını otomatik ve yaratıcı bir şekilde oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu yöntemle, metindeki harfler ve kelimeler anlamlarına uygun şekilde hareket ettirilip şekillendirilerek dinamik ve etkileyici bir tipografi elde edilir. Bu süreçte kullanılan video difüzyon öncülü ise, animasyonların tutarlı, akıcı ve yüksek kaliteli olmasını sağlayan bir yönlendirici bilgi olarak görev yapar. Böylece animasyon sırasında okunabilirlik korunur ve metnin anlamıyla görsel hareketler arasında uyum sağlanır. Sonuç olarak, bu çalışma dinamik tipografi üretimini hem otomatik hale getirir hem de yaratıcı çeşitlilik sunar. Aynı zamanda, metnin görsel anlatım gücünü artırırken, insan müdahalesine duyulan ihtiyacı azaltmaktadır.

Günümüzde yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesi, reklamcılık alanında da köklü dönüşümlere yol açmıştır. “Akıllı reklamcılık” olarak da adlandırılan AI reklamcılığı, yapay zekâ tabanlı teknolojilerle desteklenen farklı marka iletişimi biçimlerini içermektedir. Bu kapsamda, hem markalar tarafından başlatılan hem de tüketiciler tarafından üretilen iletişim biçimleri yer almaktadır. Ürünler, hizmetler ve fikirler ise gerek ücretli gerekse ödemesiz içerikler aracılığıyla hedef kitleye ulaştırılmaktadır. Böylece AI reklamcılığı, yalnızca geleneksel tanıtım yöntemlerini dönüştürmekle kalmayıp, aynı zamanda tüketici-marka etkileşimini daha dinamik, kişiselleştirilmiş ve veriye dayalı bir yapıya taşımaktadır (Marlis, 2023).

Yapay zekâ teknolojileri, reklamcılık alanında markaların tüketicilerle daha kişiselleştirilmiş ve etkileşimli bir iletişim kurmasına olanak tanıyarak müşteri deneyimini önemli ölçüde dönüştürmektedir. AI, müşteri verilerini analiz ederek tercihleri tahmin etmekte, kişiye özel öneriler sunmakta ve etkileşimleri kolaylaştırmaktadır. Bu durum, markaların tüketicilere doğrudan ulaşmasını sağlamakta, üçüncü taraflara bağımlılığı azaltmakta ve kullanıcı deneyimini zenginleştirmektedir. Yapay zekâ destekli özelleştirme süreçleri, müşterilerin marka ile daha yakın bir bağ kurmasına imkân tanırken, sanal asistanlar kişiselleştirilmiş hizmetler aracılığıyla etkileşimi güçlendirmektedir. Ayrıca tahmine dayalı analitik, reklam stratejilerinin tüketici ihtiyaçlarına daha hızlı ve doğru biçimde uyarlanmasını mümkün kılmaktadır. Bu sayede müşteri memnuniyeti ve sadakati artarken, markaların işletme verimliliği de desteklenmektedir. Dolayısıyla yapay zekâ, reklamcılık pratiklerinde kişiselleştirme, etkileşim ve öngörü kapasitesiyle müşteri deneyimini yeniden şekillendiren stratejik bir araç hâline gelmiştir (Khabibulin, 2024:218-219).

Görsel 5. Toys R Us + OpenAi Sora Reklamı



Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=ab4kzfuc3wo>, Erişim Tarihi: 22.08.2025.

Toys “R” Us reklamı (Görsel 5), tamamen yapay zekâ (*OpenAI Sora*) kullanılarak oluşturulan sahnelerin kurgulanmasıyla hazırlanmıştır. Yapay zekâ destekli görsel üretim, tasarım disiplini içerisinde değerlendirilen ve hareketli grafik tasarımı (*motion graphics*) ile bütünleşen bir süreç olarak öne çıkmaktadır. Proje, sanat yönetmeni, tasarımcı ve animasyon sanatçılarından oluşan yaklaşık 20 kişilik bir ekip tarafından hayata geçirilmiştir. Reklamda illüstrasyon, 3D modelleme, tipografi ve yardımcı grafik unsurlar kullanılarak markanın kimliği, duygusal bir hikâye aracılığıyla izleyiciye aktarılmıştır. Hikâye, markanın kurucusu Charles Lazarus’un çocukluk hayali olarak markayı tasavvur etmesini ve markanın simgesi olan Zürafa Geoffrey ile buluşmasını konu almaktadır. Reklamdaki her bir sahne, Sora’ya verilen birkaç paragraflık

metin tabanlı yönergeler doğrultusunda üretilmiştir. Ancak reklam, bazı görsel kusurlar nedeniyle eleştirilmiş; özellikle ana karakterin her sahnede aynı çocuğa benzememesi dikkat çekmiştir. Bu tür teknik eleştirilerin yanı sıra *The Wall Street Journal*'da yayımlanan bir değerlendirmede, pazarlama sektöründe; dolayısıyla iletişim uzmanları, tasarımcılar ve animasyon sanatçıların teorik ve uygulamalı düzeydeki istihdamına ilişkin olumsuz senaryolara da yer verilmiştir (Coffee, 2024). Bu bağlamda, reklamla ilgili eleştiriler yalnızca teknik boyutta değil, aynı zamanda iletişim dünyasındaki istihdama dair kaygılar açısından da düşündürücüdür. Aslında eleştiriler iki boyutta ele alınabilir: İlki, istihdam konusundaki endişeler; ikincisi ise yapay zekâ kaynaklı görsel eksikliklerdir. Üstelik yapay zeka kaynaklı eksikliklerin giderilip giderilemeyeceği ya da gelecekte bu teknolojinin ötesinde neler yapılabileceği konusu, öngörülemeyen bir ufuk sunmaktadır. Ama en dikkat çekici olanı istihdam sorunu olarak öngörülebilmektedir.

Sonuç

Yapay zeka destekli görüntü ve video düzenleme araçlarının gelişmesi, içerik üreticilerine medyanın genel kalitesini ve görsel çekiciliğini artıran yenilikçi olanaklar sunmaktadır. Kısacası, yapay zeka ve Büyük Veri; yenilikçiliği yönlendiren, değer yaratma, sunma ve yakalama süreçlerini güçlendirerek iş modellerini dönüştürmekte ve perakende, finans, sağlık gibi sektörlerde somut sonuçlar doğurmaktadır. Bu entegrasyon, rekabet avantajı sağlamak, operasyonel verimliliği artırmak ve sürdürülebilir büyümeyi desteklemek açısından kritik bir rol üstlenmektedir.

İletişim ve medya araçlarında yapay zeka destekli üretkenlik; zaman tasarrufu, veri kümelerinin daha kolay organize edilmesi, görsellerde düzeltme ve efekt uygulamaları, video birleştirme işlemlerinde yenilikçi çözümler, üç boyutlu modelleme ve sahnelerin hızlı kurgulanması gibi alanlarda hem maddi hem de zamansal faydalar sağlamaktadır. Ayrıca ses ve görüntü uyumunda doğru kurguların oluşturulmasına katkıda bulunarak önemli avantajlar sunmaktadır.

Yapay zekânın küresel ölçekte hayatımıza hızlı girişi, üretkenliği artırma ve hızlı çözümler sunma konusunda çığır açıcı gelişmelere yol açmıştır. Bu köklü dönüşüm, insanların çalışma ve üretim biçimlerinde önemli değişimlere neden olmakta ve hâlâ geniş kapsamlı tartışmalara zemin hazırlamaktadır. Grafik tasarım gibi özgün yaratıcılık ve inovasyon gerektiren alanlarda ise yapay zekânın etkileri, önemli soruları gündeme getirmektedir. Özellikle kitlelerin medya ve sosyal medyada en sık karşılaştığı iletişim biçimlerinden biri olan hareketli grafiklerde; fikir geliştirme, strateji oluşturma ve içerik

kurgulama gibi süreçlerde yapay zekânın tasarımcıların yerini alıp alamayacağı konusu tartışılmaktadır. Bu tartışmalara ilişkin öngörüler, kimi zaman kaygı verici olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, söz konusu kaygılar tasarım, grafik tasarım ve animasyon gibi görsel iletişim alanlarında çalışan profesyonelleri daha özgün ve yaratıcı işler üretmeye yönlendirebilir.

Kaynaklar

- Alonso Valdivieso, C. (2016). Qué es Motion Graphics. *Con A de animación*, (6), 104-116.
- Ayyappan, P., & Nirmala, T. (2024). An Analysis Of Artificial Intelligence Techniques On Animation In Animated Movie Series.
- Caballero, J. (2023). Hacia una nueva dimensión del montaje cinematográfico: explorando las posibilidades de la inteligencia artificial. *Hipertext. net*, (26), 53-58.
- Cañestro, I. S. J. (2023). Motion Graphics. *adComunica*, 335-338.
- Coffee, P. (2024). All-AI Ad From Toys 'R' Us Inspires Debate Over the Future of Marketing. <https://www.wsj.com/articles/all-ai-ad-from-toys-r-us-inspires-debate-over-the-future-of-marketing-fbecc05b>, Erişim tarihi: 24.08.2025
- Curran, S. (2000). *Motion graphics: graphic design for broadcast and film*. Rockport Publishers.
- Çeken, B., & Akgöz, B. (2024). The impact of artificial intelligence on design: the example of DALL-E. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 14(1), 374-397
- Dur, B. İ. U., Filipczak-Bialkowska, A., Bresciani, S., Ge, J., Niu, Y., Othman, A., & Wils, D. (2014). Interactive infographics on the internet. *Online Journal of Art and Design*, 2(4), 1-14.
- Fronza, A. L., Blum, A., & Meürer, M. V. (2014). Recomendações sobre design informacional aplicado em motion graphics. *InfoDesign*, 11(1), 50-63.
- Huang, Z. (2024). Overview of the application of artificial intelligence in computer animation. *Applied and Computational Engineering*, 40(1), 1-6. <https://doi.org/10.54254/2755-2721/40/20230620>
- Jironza Hidalgo, J. (2024). Analysis of the Implementation of Artificial Intelligence as a Tool for Digital Audiovisual Post-Production. *Ñawi: arte diseño comunicación*, 8(2), 165-177.
- Khabibulin, D. (2024). Use of artificial intelligence in marketing. *European Journal of Management, Economics and Business*, 1(3), 217-221.
- Kumar, R. (2024). Data-Driven Innovation: How AI and Big Data Reshape Business Development Models. *International Journal of Big Data Intelligence (IJBDI)*, 1(2), 11-16.
- Li, J. (2024, February). AI-Driven Simplification of 3D Animation: Bridging the Gap between 2D and 3D with a Unity Package for predictive Pose Generation and Streamlined workflows. In *CS & IT Conference Proceedings* (Vol. 14, No. 4). CS & IT Conference Proceedings.
- Liu, Z., Meng, Y., Ouyang, H., Yu, Y., Zhao, B., Cohen-Or, D., & Qu, H. (2024). Dynamic typography: Bringing text to life via video diffusion prior. *arXiv preprint arXiv:2404.11614*.

- Mahardhika, S., & Fathoni, A. C. A. (2013). Storyboard dalam pembuatan motion graphic. *Humaniora*, 4(2), 1183-1189.
- Marlis, H. (2023). Artificial Intelligence (AI) Advertising. *Communication*, doi, 10.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Ggraphic Design*. John Wiley & Sons.
- Moreira, T. J. (2019). Defining Artificial Intelligence.
- Nasser El Erafy, A. (2023). Applications of Artificial Intelligence in the field of media. *International Journal of Artificial Intelligence and Emerging Technology*, 6(2), 19-41.
- Pixabay.com, <https://pixabay.com/illustrations/ai-generated-ice-age-extinct-nature-9097696/>, Erişim Tarihi: 22.08.2025
- Samra, E. M. (2021). Research Article The Effect of Introducing Infographic Pattern on Developing Cognitive Understanding by Using AI Technology for University Students during the COVID-19 Pandemic.
- Song, M. (2024). Research on the Application Examples and Effects of Artificial Intelligence in Film and Television Post-production. *Transactions on Computer Science and Intelligent Systems Research*, 8, 131–136. <https://doi.org/10.62051/r3m23f29>
- The Impact of Artificial Intelligence on the Graphic Design Industry. (2023). *Arts and Design Studies*. <https://doi.org/10.7176/ads/104-01>.
- Uslu Özkan, B. (2023). *Tipografik Tasarımda Bedenin Bir Anlatım Aracına Dönüşmesi*. *Mediarts Medya ve Sanat Çalışmaları Dergisi*, 2023(5), 7–25. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.27602.43200>
- Xian, D., & Sahagun, J. (2023). An automated generation from video to 3D character animation using artificial intelligence and pose estimate. *Artificial Intelligence Advances*. <https://doi.org/10.5121/csit>.
- Xue, T. (2023). The application of motion graphics in visual design.
- Villegas, R., Babaeizadeh, M., Kindermans, P. J., Moraldo, H., Zhang, H., Saffar, M. T., ... & Erhan, D. (2022). Phenaki: Variable length video generation from open domain textual description. *arXiv preprint arXiv:2210.02399*.
- Zainal, I., Mustaffa, F., & Razak, A. (2024). Reimagining 2D to 3D: Towards a Seamless AI-Augmented Workflow for High-Fidelity Animation Production. *Journal of Ecolhumanism*, 3(8), 10467-10477.

Tasarım ve Teknoloji Arasındaki Kavramsal Dönüşüm

Tuğba Gayret¹

1. Giriş

Tasarım ve teknoloji kesişen iki kavram olmasına rağmen deneyimlerimizi ve dünyayı algılayışımızı şekillendiren her biri farklı önem arz eden farklı alanlardır. Tasarım, estetik, işlevsellik ve kullanılabilirlik gibi temaları ürünler, servisler ve sistemler için tanımlarken her zaman insanın ihtiyaçlarını ve tercihlerini temel alır. Bunu yaparken de grafik, endüstri ve iç mimari gibi alanlar üzerinden yaratıcılık ve inovasyon kavramlarını vurgulamaya gayret eder. Diğer bir taraftan, teknoloji, tasarımı ve uygulanmasını kolaylaştıran araç ve süreçlerin temelini oluşturur. Pratik zorlukları ele alan çözümler üretmek için bilimsel bilgi ve teknolojik gelişmelerin uygulanmasını içerir. Tasarım genellikle kullanıcı deneyimine ait, “ne” ve “nasıl” gibi soruların çözümleriyle ilgilenirken, teknoloji bu deneyimlerin verimli ve etkin bir biçimde uygulanmasının ardındaki “neden” ve “nasıl” soruları üzerine araştırmalar yapar ve sonuca ulaşmaya çalışır. Aslında her iki kavram da birlikte inovasyonu teşvik ederek kullanıcı memnuniyetini arttırmayı ve ilerletmeyi desteklerler. Lakin her iki kavramın da metodolojileri ve hedefleri önemli ölçüde farklılıklar da gösterir. Bu farklılıkları anlamak ve anlayarak sorunlara çözümler üretmek her iki alanın da etkili ve anlamlı kullanılmasına yardım eder (Batur & Uygun, 2012: 74-88).

Özellikle Grafik Tasarım alanında yaşanan teknolojik dönüşüm günümüzde Yapay Zekanın da gelişmesiyle yepyeni olasılıklar ve kapılar açmaktadır. Etik anlamda halen tartışılan tasarım üretimleri grafik tasarımcılara mesleki anlamda yeni getiriler sağlayabileceği gibi mesleki anlamda yeni sorgulanmalar da oluşturacaktır. Teknolojinin ve tasarımın geçirdiği tarihi süreçte her daim zamanın ötesindeki durumu insanlığa sağladığı bir fayda

1 Çukurova Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü Öğretim Üyesi, tgayret@cu.edu.tr. ORCID: 0000-0001-9341-3979

olarak görölürken, zararları da tartışma konusu olmuştur. Bu iki kavramın iç içe giren yapısı ve oluşturduğu tarihsel gelişim çizgisi, tasarımcılara yeni yollar açmaktadır.



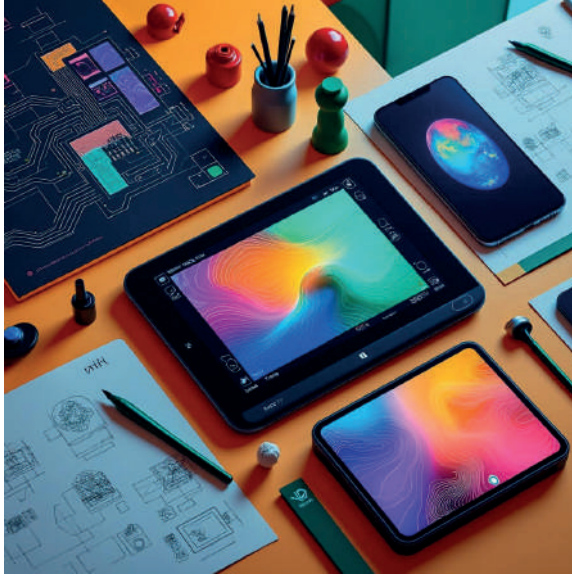
Resim 1, Yazar tarafından Yapay Zeka yardımı ile oluşturulmuştur.

1.1. Tasarım ve Teknoloji ilkeleri, Odakları ve Süreçleri

Tasarım, öncelikle kullanıcı odaklıdır ve insan davranışlarını, ihtiyaçlarını ve duygularını anlamaya dayalı bir düşünce sistematigine sahiptir. Tasarım süreci genellikle, tasarımcıların kullanıcı görüşmeleri, anketler ve gözlemler yoluyla iç görü topladığı bir araştırma kanalıyla başlar. Bu araştırma, fikir geliştirme aşamasını bilgilendirerek besler ve hem estetiğı hem de işlevselliğı ön planda tutan konseptlerin oluşturulmasına yol açar. Estetik, algıyı ve etkileşimi etkilediğı için tasarımda en önemli rolü oynamaktadır. İyi tasarım genellikle, görsel çekicilik, netlik ve tutarlılıkla karakterize edilir. Bu da kullanıcı deneyiminin hem keyifli hem de sezgisel olmasını sağlar. Tasarımcılar, kullanıcılarla etkili bir biçimde iletişim ve etkileşim kurmak adına renk, tipografi, şekiller ve düzen gibi farklı unsurları göz önünde bulundurmak durumunda kalır (Sönmez, 2024: 37-43).

Teknoloji, pratiklik ve verimlilik odaklıdır. Fikirleri özellikle hayata geçirmek için gereken sistem ve araçlara odaklanır. Bu, işlevsel ürünler veya çözümler oluşturmak için yazılım, donanım ve mühendislik süreçlerinin

kullanımını içerir. Teknolojideki yenilikler genellikle bilimsel gelişmelerden ve mühendislik yeteneklerinden kaynaklanır ve matematiksel problem çözmede güçlü bir temel gerektirir. Kullanıcı deneyimi önemlidir lakin teknoloji genellikle, güvenilebilirlik, ölçeklenebilirlik ve performansa öncelik verir. Sistemlerin nasıl çalıştığına ve nasıl iyileştirilebileceğine odaklıdır (Şenel & Gençoğlu, 2003: 45-46).



Resim 2, Yazar tarafından Yapay Zeka yardımı ile oluşturulmuştur.

Tasarım süreci, genellikle araştırma, fikir oluşturma, prototipleme, test etme ve yineleme gibi aşamaları içerir. Tasarımcılar, prototipler oluşturarak kavramları görselleştirebilir ve iyileştirme için çok önemli olan geri bildirim toplayabilirler. Yinelemeli yapısı, kullanıcı girdisine dayalı sürekli bir iyileştirmeye ve yenilemeye olanak tanır.

Teknoloji geliştirme süreci ise, gereksinim toplama, sistem tasarımı, geliştirme, test etme, dağıtım ve bakım gibi aşamalara odaklanan çevik veya şelale gibi metodolojileri izleyebilir. Bu süreç yalnızca işlevselliği değil, aynı zamanda güvenliği, uyumluluğu ve performansı da vurgular.

Tasarım ve teknolojinin karşılıklı iş birliğine baktığımızda, her ikisi de genellikle yakındır. Tasarımcılar vizyonlarını hayata geçirmek için teknolojiye güvenirken, teknoloji uzmanları, geliştirdikleri çözümlerin kullanıcı dostu olmasını ve kullanıcı beklentileri ile uyumlu olmasını sağlamak için tasarımcılara ihtiyaç duyarlar. Örneğin, yazılım geliştirmede kullanıcı arayüzü

(UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarımı hem tasarım ilkelerini hem de teknolojik uzmanlığı gerektiren kritik bileşenlerdir. Etkili iş birliği, yalnızca işlevsel değil aynı zamanda estetik açıdan da hoş olan yenilikçi çözümlere yol açabilir.

1.2. Tasarım ve Teknoloji Terminolojisi

Tasarım kelimesinin Türk Dil Kurumu kayıtlarında geçen sözlük anlamı; “zihinde canlandırılan biçim, tasavvur şeklindedir. Bir sanat eserinin, yapının veya teknik bir ürünün ilk ortaya çıkan taslağı ve çizimi olarak da özetlenmiştir. Bir araştırma yönteminin içerisinde izlenecek yol ve işlemler de bir tasarım sürecine dahildir.

Teknoloji ise Yunanca, “sanat” ve “bilmek” sözcüklerinden türemiş ve bileşiminden oluşmuştur. İnsanoğlunun gerekliliklerine uygun yardımcı aletler oluşturmaları ve üretmesi için gereken bilgi ve yetenek olarak da tanımlanan Teknoloji, genel olarak insanlara yardımcı aletler, araç ve gereçlerdir diyebiliriz.

Teknolojinin iki tanımını bulunmaktadır ve tanımların temel araç kavramından teknoloji kullanan sistemlere kadar uzandığını belirtilmiştir. Bunlar şunlardır: İlki; Teknoloji, gerçek dünya sorunlarını çözmek için kullanılabilecek araç ve makineleri ifade eder. İkincisi; Teknoloji, insanlığın istenen ürünleri üretmek, sorunları çözmek, ihtiyaçları karşılamak veya istekleri tatmin etmek için kaynakları nasıl birleştireceğine dair mevcut bilgisidir. Bu iki teknoloji tanımına dikkatlice bakıldığında, birbirlerinden farklı oldukları görülür. Çünkü ilk tanım araç ve makinelere teknoloji olarak odaklanırken, ikincisi bilgiye, becerilere (nasıl birleştirileceğine), araçlara (kaynaklara) ve istenen çözüme teknoloji olarak odaklanır. Yani ikinci tanımındaki “insanlığın kaynakları nasıl birleştireceğine dair bilgisi” ifadesi “insan becerileri” ile değiştirilebilir (Metcalf & R, 2015: 11-25).

Diğer bir tanımlamaya göre teknoloji, bir amaca ulaşmak için bir araçtır. Bu tanım kısa olsa da, birçok ayrıntıyla doludur. Teknolojinin bir sorunu çözmenin bir yolu olduğunu öne sürer. Başka bir deyişle, teknoloji bir icat olmalıdır. Teknolojinin bir icat olması için beceri gereklidir, çünkü beceri uygulaması olmadan yaratıcılık olamaz. Bu nedenle, “teknoloji bir “şey” değildir, ancak bir yaklaşım olarak daha iyi tanımlanabilir” ifadesi çok mantıklıdır. Teknoloji, pratik sorunları çözmek için bilimsel ilkelerin uygulanmasıdır (Uğurlu, 2008: 247).

Akademik araştırmalarda teknoloji kavramı adına çok farklı tanımlamalar mevcuttur. Teknolojinin ürün ve hizmet geliştirmek için kullanılabilecek teorik ve pratik bilgi, beceri ve eserler olduğunu ileri sürerler. Bu tanımda, ürünler

ve hizmetler sorunlara çözüm olarak kabul edilir. Burgelman ve diğerlerinin ifadesinden, teorik ve pratik bilginin kendisinin teknoloji olmadığı, bir problemi çözmek (ürün ve hizmet geliştirmek) için kullanımının (başka bir deyişle uygulanmasının) onu teknoloji yaptığı sonucu çıkarılabilir. Yine, “beceriler” veya “eser” bir teknoloji değildir, ancak bir problemi çözmek için kullanılması onu teknoloji yapar. Buna göre, teknolojinin üç bileşeni olduğu söylenebilir; 1. bir şey (teorik ve pratik bilgi veya eserler olabilir), 2. Süreç (beceriler veya pratik bilginin gösterimi/uygulanması) ve 3. Çözüm veya Sonuç (ürün ve hizmetler) (Çiftçi, 2004: 13).

Gelişmiş ülkelerin günümüzdeki yarışı devam ederken, bir yandan geleceğin güç dengeleri de değişmektedir. Bu bağlamda, tüm disiplinler arasında, uluslararası bir işbirliği ve beraberlik gündemdedir ve karşılıklı teknoloji transferi ve bağımlılıklar artmıştır. Kavramlar bu anlamda giderek değişikliğe uğramaktadır. Dilin gelişim sürecinde her araç, kendi kavramlarını da meydana getirmiştir. Teknolojik gelişmeler ve global değişimler bazı yeni kavramlar oluşturmuştur. Alanların büyük bir bölümünde olduğu gibi sosyal bilimlerin alanında da yeni kavramlar kendine yer bulmuştur. İnsan yaşamında yaşayarak yaygın kazanarak anlam elde eden teknoloji, toplumun algısını da şekillendirmektedir (Şen, 2022: 26).

Teknolojinin sözlük anlamı düşünüldüğünde bilginin işlenmesi, ham bilginin işlenerek araştırma ve geliştirme kanalı ile üretim yapılarak hizmet sunulması karşımıza çıkmaktadır. İnsanlara sunulan bu hizmetlerin seçilmesi ve kullanılmasında özgürlük söz konusudur. Teknoloji yaşamın tüm alanlarında kullanımdadır. Her alanın kendine özgü teknolojik unsurları bulunmaktadır. Geçen zaman içerisinde teknoloji anlayışı da değişime uğramıştır. Günümüzde teknolojinin sosyal ilişkileri negatif etkilemesi sebebiyle uzak duran insanlar olduğu gibi, insan yaşamını kolaylaştıran kısımlarını benimseyen de geniş bir kitle mevcuttur. Teknolojinin getirdiği yalnızlık içerisindeki insan, giderek bireyselleşmeye başlamıştır. Nesillerin arasındaki farklılıkların merkezinde de yine teknoloji bulunmaktadır.

1.3. Tasarım adına Teknoloji Kavramının Dönüşümü

Asırlardır varlığını sürdüren grafik tasarımın köklerinin Taş Devrine dayandırıldığı pek çok akademik çalışma bulunmaktadır. Ancak, 19. Yüzyıl sonlarındaki İkinci Sanayi Devrimi, teknolojik anlamda grafik tasarımı bugünkü haliyle görmemizi sağlatmıştır. Afişler o dönemin en önemli grafik tasarım unsurudur. Dönemin eğlence kültürünü, önemli ürünlerini tanıtmak için kullanılıyordu. Geçmişin şövaleleri ve tuvaleri yerini bilgisayar ekranlarına ve tasarım araçlarına bıraktı. Tasarım ve teknoloji her zaman

birlikte ilerledi. Sanat anlamında Orta Çağ'daki tasvirlerden 2025 yılında popüler deęiŖtirilemez Jeton (NFT) eserler ile teknoloji sanat eserini de farklı bir boyuta taşıdı. VR ve yapay zekâ gibi yeni teknolojiler, sanatçıların ve tasarımcıların proje üretim süreçlerini ve müşteriler ile bağlantı kurma çalışmalarını büyük ölçüde etkiledi (Metcalf & Metcalf, 2015).



Resim 3, Yazar tarafından Yapay Zeka yardımıyla oluşturulmuştur.

Mağara resimleri MÖ 15.000'e kadar süreci uzanan en eski grafik ifade biçimlerindendir. Duvar çizimlerinde kullanılan el izleri, hayvan tasvirleri, silahlar ve avcılık sembolleri dikkat çekicidir. Çin'de yapılan baskı teknolojileri ile matbaa ve grafik alanında kâğıt yapımı, ilk matbaa ve ahşap baskı stilleri keşfedilmiştir. Taşınabilir bir matbaa teknolojisi olan Gutenberg Matbaası'nın 1439'da piyasaya çıkmasının ve Avrupa'ya yayılmasının ardından yeni iletişim kanalları meydana gelmiştir. Reklam ve grafik tasarım alanları giderek güçlenmeye başlamıştır. 1620'ler ile birlikte gazetelerde düzenli basılı reklamlar yer almaya başladıkça litografi (taş baskı) ve kromolitografi gibi teknikler Sanayi Devriminin getirdiği en önemli tasarım teknolojileri oldu. İşletmeler ve tüketiciler arasında daha sadık bağlar kurmak için üretilen renk şemaları tasarımın kalitesini arttırmıştır. 1800'lerin sonrası grafik tasarımın gerçek anlamda yükseldiği dönemler olmuştur.

20. yüzyıl ve sonlarına kadar grafik tasarım özellikle el işçiliği süreçleri ile işliyordu. Bir tasarımın görselleştirilmesi aşamalarında elle çizilen tasarımlar ve dizgiciden sipariş edilen yazı tipleri ile baskıya gönderiliyordu. Zamanın basım teknikleri ile çoğaltılan tasarımlar, 1980 sonları ve 1990'ların başlarında dijital yazılım ve donanım adına yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler ile grafik

tasarım kökten bir değişime uğradı. Özellikle, Apple firmasına ait “Macpaint” programı, 1984 yılında grafik tasarımcı Susan Kare ve bilgisayar programcısı Bill Atkinson tarafından geliştirildikten sonra, fare ve grafik tabletle kontrol edilen araçlar ile tasarımcıların bilgisayarı rahat kullanmalarını sağlamıştır. Adobe Systems, Inc.’in Postscripts sayfa tanımlama dili, yazı ve görsellerin grafik tasarıma dönüştürülebilmesi konusunda devrimsel teknolojik kolaylaştırmalar yapmıştır. 1990’lar ortalarında grafik tasarım, çizim masalarından ekten üstü bilgisayar ile mesleki bir evrim geçirmiştir (Becer, 1997).

Dijital Bilgisayarlar ile profesyonel dizgi araçları tasarımcıların elinde hayat bulmuştur. Yeni yazı tipleri, sayfa düzenleri, görsel katmanlar parçalanıyor ve bir araya getiriliyordu. Tüm bu farklı araştırmalar dönemin sanat okulları ve üniversitelerinde bir adım öteye taşınmıştır. “1989-91 yıllarında Beach Culture dergisi”, “1991-92 yıllarında Surfer dergisi” ve “1991-1996 yıllarında Ray-Gun” dergisi sanat yönetmenliğini yapan Amerikalı grafik tasarımcı David Carson, yayın tasarımına getirdiği deneysel yaklaşımlar ile grafik tasarım alanında teknolojinin yarattığı yeni bir akım haline dönüşmüştür. Tasarım yazılımlarındaki hızlı değişimleri tasarımcıların öğeleri uzatmalarına, ölçeklendirmelerine, bükmelerine ve uzayda tüm öğeleri katmanlandırmalarına ve karmaşık montajlara olanak sağladı (Pirim, 2006: 81-93).

Grafik tasarımdaki dijital devrim, hızlı internete erişim ile farklı bir çağı daha açmıştır. İnternet ticaretinin farklı bir ekonomik büyüme ile kendi kendine bir sektör haline geldiği 1990’lar sonrasında grafik tasarım adına yepyeni bir teknolojik mecra daha ortaya çıkmış oldu. Web sitesi tasarlamak, bilgi ekranları, yazı tipleri, görsel ve renkler için yeni yaklaşımlar geliştirildi. İnternetin uluslararası niteliği ve erişimi sayesinde grafik tasarım mesleki küresel bir boyuta erişmiştir. Hareketli grafikler, animasyon, video yayınları ve müziğin web sitesi tasarımına entegrasyonu ve geleneksel basılı ve görsel medya artık teknolojinin sunduğu imkanlarda birleşmiştir. Sinema filmlerinden kablolu televizyon kanallarına, video oyunlarına ve animasyon içerikli internet sitelerine kadar pek çok dijital alan, grafik tasarımcının önemli alanları haline gelmiştir (Aypek, 2021: 63-70).

İçinde bulunduğumuz dönemin en önemli teknolojisi olan artırılmış gerçeklik, kişinin kendisini fiziksel bir dünyanın parçasıymış gibi bir etkileşim kurmasını sağlatmaya başlamıştır. 3 boyutlu nesneler gerçek zamanlı olarak görmek ve algılamak sanal bir gerçeklik meydana getirdi. Sanal dünyaya ait unsurlar ile eksiksiz etkileşime girildiği sanal deneyimler, beş duyuyu (görme, işitme, koku alma, dokunma ve tatma) uyayabilme yeterneği ile VR

ve XR gibi teknolojileri insanların kullanımına sokmuŖtur. Eğlence amaçlı kullanılan bu yeni teknolojiler Duygusal Tasarım alanının ortaya çıkmasını tetiklemiŖtir (Öztürk, 2019: 47-59).

Günümüzün en önemli teknolojilerinden biri olan Yapay Zeka, tasarımcıların her alanda iş akışlarını biçimlendirmeye başlamıŖtır. Yapılan araŖtırmalar Yapay Zeka teknolojisinin tasarım alanında ne kadar çabuk benimsendiğini ortaya koymaktadır. Tekrarlanan görevlerin tasarımcılar adına kısaltılması, iş akışlarının kısaltılması süreçlerinde büyük bir işlevi bulunan Yapay Zeka, tasarımcıları geliŖtiren ve yalnızca insanların yapabileceği yaratıcı çalışmalarını ayırıştıran önemli bir unsur olmuŖtur (Karabulut, 2021: 1516-1534).

21. yüzyılda teknolojinin durmak bilmeyen gelişim ivmesi ile grafik tasarım artık her yerde mevcut. Karmaşık basılı ve elektronik bilgi ağları, çağdaş topluma nüfus ederek, bilgiyi, ürün tanımlarını, eğlenceyi geniş kitlelere estetik bir biçimde ulaştırma çabası içerisinde bir dünyadayız. Grafik tasarım her geçen gün daha de önemli ölçüde teknolojinin en önemli ayağı olmaya devam ediyor.



Resim 4, Yazar tarafından Yapay Zeka yardımıyla oluşturulmuŖtur.

2. Teknoloji Bağlamında Grafik Tasarım

Grafik tasarım görsel olarak bir bilgiyi ya da bir mesajı etkin bir biçimde kullanarak sonuç almayı hedefler. Grafik tasarımda metnin bir imge olarak kabul edilmesi, görsel olarak bir mesajın iletilmesinde büyük rol oynar. Diğer tasarım türlerinde olduğu gibi, grafik tasarım da üretim sürecini, tasarım yöntemini ve ortaya çıkan ürünü ifade etmektedir. Bir grafik tasarımcı, karmaşık fikir süreçlerini keşfetmek için çoğunlukla eskizleme yöntemini kullanır ve bunları elle ya da dijital araçlar ile oluşturabilir. Tasarım ya da çalışma tamamlandığında, dijital baskı, ofset baskı, serigrafi gibi mevcut teknolojiler kullanılarak sonuç elde edilir. Görsel bir biçimde gerçeğe aktarılmayan veya ifade edilmeyen bir fikir tasarım olarak kabul edilmez.

Günümüzde teknolojinin de yardımıyla bir grafik tasarımcının çalışmaları, bir kişinin uyandığı andan tekrar uyuyana kadar hayatının içerisinde pek çok alanda karşısına çıkmaktadır. Örnek vermek gerekirse, nevresim takımları, takvim tasarımları, arayüzler, cep telefonları, terlikler, banyodaki diş macunu, şampuan, diş fırçası, sabun gibi pek çok ürün üzerinde logo ve ambalaj tasarımları sayılabilir. Yine okula ya da işe giderken rastlanılan reklam panoları, yoldaki el ilanları, toplu taşıma araçlarındaki giydirmeler, afiş tasarımları ve duvarlardaki grafiti tasarımlar bu örneklerle ek olarak sayılabilir. Etrafımızdaki pek çok öge bir grafik tasarımcının dokunuşuna ihtiyaç duyar (Ballı, 2020: 278).

Dijital teknolojinin giderek daha da gelişmesi ile kamuoyunun grafik tasarımcılık mesleğine bakış açısında da büyük değişimler oldu. Örneğin eskiden bir grafik tasarım işini tasarlamak oldukça uzun ve karmaşık süreçler içeriyordu, hatta yalnızca özel yeteneğe sahip birtakım insanlar tarafından icra edilen bir meslek olarak değerlendiriliyordu. Günümüzde yapılan araştırmalar, insanların pek çok farklı grafik tasarım uygulamasına erişimin de kolaylaşmasıyla kendi yaratım süreçleri üzerinde çalışabiliyorlar. İnternette ücretsiz indirilen uygulamalar ile insanların mesleğe dair görüşleri etkileniyor gibi görünüyor (Özdal, 2024: 1-7).

Tasarım fikri geliştirme tasarım aşamalarının en önemlisi olup, teknolojinin gelişiminin ilk aşamalarında dahi çok büyük değişimlere uğramamıştır. Fikir oluşturma kavramı, özünde fikir üretmek için kavramsal alanların keşfi ve dönüşümü olarak da adlandırılır. Nihai tasarım çözümünün kalitesi, büyük bir ölçüde ilk fikrin kalitesine bağlıdır. Araştırmalar sonucunda, yaratıcı tasarımlar için bilgisayar yazılımları ve dijital tabletler el çizimi yönteminin yerini giderek almaktadır. Geleneksel sorun çözme yöntemleri, tüketicilerin beklentilerinde de önemli bir değişikliğe yol açmıştır. Günümüz müşterileri, tasarım sürecinin başından sonuna kadar dijital görüntüler ile etkileşim

kurmayı beklediğinden fikir aşamalarından süreç sonuna kadar teknolojik yazılımların kullanılması elzemdir (Sutarwiyasa & Putra & Kusuma, 2022: 459-460).

Kuşkusuz ki teknoloji, üretim yöntemlerini değil, aynı zamanda sosyal, ekonomik, kültürel ve hatta politik sorunlarla ilgili diğer tüm unsurları da etkilemektedir. Dijital Çağ, Grafik tasarım bağlamında, her şeyin bilgisayar ile çözümlendiği ve akılcı bir tasarım çalışması gerçekleştirmek için verilen otomasyonu ve uzlaştırılmasını içermektedir. Tüm bu değişimler tasarım dünyasında kontrol edilemeyen bir değişime yol açmaktadır. Dijital çağı, grafik tasarım dünyasında kontrol edilemeyen birçok değişikliğe yol açmaya devam edecektir. İçerisinde bulunan bu yeni durumu, grafik tasarım dünyasında önceki endüstriyel çağdan ayıran en az üç durum bulunmaktadır. İlk olarak, tasarım inovasyonu eskisinden çok daha hızlı gelişir ve dağıtılır. İkinci olarak, üretim maliyetlerinde düşüş, tüm üretim sisteminde, yönetimde değişikliklere neden olur. Üçüncü olarak da değişiklikler küresel olarak meydana gelir ve dünyadaki neredeyse tüm ülkelerde büyük bir etkiye sahip olur (Koçyiğit & Darı, 2023: 427-430).

Grafik tasarımcıların teknolojinin getirdiği yeni çağ ile eski bakış açısını yenisiyle değiştirmesi kavramsal çerçeve adına olumlu dönüşler getirecektir. Dijital çağın getirilerini mesleki anlamda olumsuz görmek grafik tasarım mesleğinin varlığını da bir tehdit haline getirebilir. Teknolojinin getirdiği avantajların birçok insanı işsiz bırakacağı savı, günümüzde en çok tartışılan sav olsa da grafik tasarımcıların yaratıcılık anlamındaki katkısı da yadsınamaz. Akıllı telefonlar, mobil uygulamalar ve yapay zekâ teknolojileri dijital çizimler, video düzenlemeleri ve tasarım düzenlemelerinde öne çıkan unsurlardır. Bu unsurların her ne kadar tasarım eğitimi almamış insanlar tarafından da rahatlıkla kullanılabildiği düşünülse de gerçekte profesyonel tasarımcıların süreçlerini kısaltma açısından daha fazla fayda sağlamaktadır (Ametordzi & Olalere, 2024: 144-150).

Grafik tasarımcı için teknoloji ile yüzleşmek, becerilerini geliştirmek, teknoloji hakimiyeti, iletişim becerileri içinde çalışma becerisi ve çevresel faktörülere sağlayabildiği uyum, öğrenebilme becerisi günümüzde aranan unsurlar haline gelmiştir. Lakin teknolojik bilginin yanında, tipografi bilgisi, illüstrasyon becerisi, mizanpaj eğitimi gibi diğer unsurlarla da becerilerin artırılması gerekmektedir. Psikoloji, pazarlama, iletişim, markalaşma ve kültürel öğeler de grafik tasarım alanı içerisinde tasarımcının kendisini beslemesi açısından önemli bilgiler içerirler.

3. Değerlendirme

Tasarım ve teknoloji arasındaki farkları anlamak, problem çözüme ve inovasyon yaklaşımlarını kuşkusuz ki zenginleştirecektir. Her iki alanı da entegre ederek, kuruluşlar teknolojik gelişmelerden yararlanırken kullanıcı deneyimlerini de geliştirebilir ve sonucunda daha iyi ürünler ve hizmetler ortaya çıkabilir. Tasarım ve teknoloji arasındaki sinerji, her iki alan da geliştikçe sürekli değişen insan etkileşimi ve dönüşüm ortamında yaratıcılık ve işlevselliğin gelişimini de teşvik eder.

Matbaanın icadı, endüstri Devrimi gibi önemli aşamalar ile gelişim gösteren teknoloji, gelecekte yeni sürprizler de saklamaktadır. Dijital teknolojiler ve Yapay Zekâ teknolojinin günümüzde geldiği son nokta olarak değerlendirilmektedir. Genel olarak bakıldığında bu gelişimin olumlu etkileri olduğu kadar olumsuz etkileri olduğu da açıktır. Olumlu etkileri, tasarım sürecini hızlı ve daha kısa hale getirebilmesi olurken, olumsuz yönü ise grafik tasarım alanında bazı insanların işini kaybetme riski olarak özetlenebilir. Kolay erişilebilir yeni tasarım uygulamaları, grafik tasarım alanında her geçen gün yeni bir ekipman sağlamaktadır. Bu uygulamaların pratikte uygulanabilmesi ve doğru sonuçlar alınabilmesi tecrübe ve zamanın daha değerli unsurlar olarak öne çıkmasını da tetikleyecektir.

Teknoloji, yaşama, çalışma ve birbirimizle iletişim kurma biçimlerimizi kökten değiştirecektir. Değişimler hızlanmakta ve katlanarak artmaktadır. Sanayi Devrimi dönemine kıyasla çok daha etkili ve insan hayatını doğrudan etkileyen unsurlar, inovasyon çözümleri ile yeni iş alanları açmaktadır. Çevresel değişimlere uyum sağlayan insan için yeni uzmanlık alanlarının oluşması kaçınılmazdır.

Kaynakça

Basılı Kaynaklar

- Ametordzi, S., & Olalere, F. (2024). The effect of digital technology on graphic design ideation output. *IDA: International Design and Art Journal*, 6(1), 144-156.
- Aypek Arslan, A. (2021). KİMLİK, KÜLTÜR ETKİLEŞİMİNDE TASARIM. *D-Sanat*(1), 63-70.
- Ballı, Ö. (2020). Yapay Zekâ ve Sanat Uygulamaları Üzerine Güncel Bir Değerlendirme. *Sanat Ve Tasarım Dergisi*(26), 277-306.
- Batur, Z., & Uygun, K. (2012). İki Neslin Bir Kavram Algısı: Teknoloji. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 74-88. <https://doi.org/10.12780/UUSBD106>
- Becer, E. (1997), “İletişim ve Grafik Tasarım”, 6. Baskı, Dost Yayınları, Ankara.
- Çiftçi, D. H. (2004). Türkiye’nin Bilim ve Teknoloji Stratejisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1).
- Uğurlu, H. (2008). TEKNOLOJİ SANAT İLİŞKİSİ: GÜNÜMÜZDE TEKNOLOJİK SANATLARIN AMACI. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 247-262. <https://doi.org/10.12780/UUSBD27>
- Karabulut, B. (2021). YAPAY ZEKA BAĞLAMINDA YARATICILIK VE GÖRSEL TASARIMIN GELECEĞİ. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), 1516-1539. <https://doi.org/10.17755/esosder.844536>
- Metcalf, P. & R. (2015), *DESIGN AND TECHNOLOGY (SECOND EDITION)*, IBID Press, Australia.
- Özdağ, M. A. (2024). YAPAY ZEKA İLE ÜRETİLEN RESİMLERDE TELİF HAKKI VE AİDİYET. *D-Sanat*(8), 1-7.
- Öztürk Dilek, G. (2019). YAPAY ZEKANIN ETİK GERÇEKLİĞİ. *Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 47-59.
- Pirim, A. G. H. (2006). YAPAY ZEKA. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 1(1), 81-93. <https://doi.org/10.19168/jyu.72783>
- Sutarwiyasa, I. K., Putra, I. N. A. S., & Kusuma, A. S. (2022). The impact of digital technology on graphic designer profession. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), 459-464.
- Sönmez, Ü. (2024). GRAFİK TASARIM TARİHİNDE TEKNOLOJİK İLERLEMELER VE YAPAY ZEKÂNIN YARATICILIĞA ETKİLERİ. *Yeni Yüzyıl’da İletişim Çalışmaları*, 2(9), 37-43.
- Şen, E. (2022). İLLÜSTRASYON ALANINDA YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(3), 1320-1332. <https://doi.org/10.11616/asbi.1159662>

Şenel, A. & Gençoğlu, S. (2003) KÜRESELLEŞEN DÜNYADA TEKNOLOJİ EĞİTİMİ. Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, Y.11, No: 12, S.45-65

Koçyiğit, A., & Darı, A. B. (2023). YAPAY ZEKÂ İLETİŞİMİNDE CHAT-GPT: İNSANLAŞAN DİJİTALLEŞMENİN GELECEĞİ. Stratejik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2), 427-438. <https://doi.org/10.30692/sisad.1311336>

Elektronik Kaynaklar

Türk Dil Kurumu Sözlüğü;

<https://sozluk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2025)

İTÜ Kavramlar Sözlüğü;

<https://web.itu.edu.tr/adali/wp-content/uploads/2021/10/Kavramlar-Sözlüğü.pdf> (Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2025)

Yapay Zekanın Grafik Tasarım Üzerindeki Teorik Etkisi

Emre Çağman¹

Giriş

Bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler, birçok alanda olduğu gibi grafik tasarım disiplininde de paradigmatic değişimlere zemin hazırlamıştır. Özellikle Endüstri Devrimi ile seri üretim olanaklarının artması, grafik tasarımın hem işlevsel hem de estetik boyutlarda ivme kazanmasına önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. 20. yüzyılın sonlarına dek büyük ölçüde el sanatlarına dayalı analog yöntemlerle sürdürülen grafik tasarım pratikleri, bilgisayar teknolojilerindeki ilerlemeler ve yazılımların çeşitlenmesiyle birlikte köklü bir dönüşüm geçirmiştir. Bu süreç, yalnızca üretim tekniklerini değil, aynı zamanda tasarım anlayışını, estetik ölçütleri ve tasarımcı kimliğini de yeniden şekillendirmiştir.

1980’lerde Apple Computer’ın Macintosh bilgisayarını geliştirmesi, Adobe Systems’in sayfa düzeni yazılımının ve elektronik olarak üretilen tipografinin temelini oluşturan PostScript programlama dilini icat etmesiyle (Meggs & Purvis, 2016, s.571) masaiüstü yayıncılığın yaygınlaşması grafik tasarımın dijital dönüşümü olarak nitelendirilebilir. İnternetin icat edilmesi, cep telefonu teknolojilerinin gelişmesi, akıllı telefonlar ve sosyal medya platformlarının ortaya çıkması tasarımın yaklaşımlarında yeni paradigmlar yaratmıştır.

Günümüzde yapay zekâ ve otomasyon teknolojilerinin hızla gelişmesi ve bu teknolojilerin tasarım sektörüne entegrasyonu, grafik tasarım alanında köklü bir dönüşümü beraberinde getirmektedir. Özellikle üretken yapay zekâ araçlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte hem profesyonel tasarımcılar hem de tasarım bilgisi sınırlı olan kullanıcılar, yüksek maliyetli donanımlara ihtiyaç duymaksızın görsel üretme ve tasarım oluşturma

1 Giresun Üniversitesi Rektörlüğü, emre.cagman@giresun.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6076-4537

imkânına kavuşmuştur. Bu gelişme, tasarım sürecinin erişilebilirliğini artıran önemli bir yenilik olarak görülmele birlikte, ortaya çıkan ürünlerin niteliği konusunda çeşitli tartışmalara da yol açmaktadır. Bununla birlikte, yapay zekânın ürettiği görseller ve tasarımlar, hâlen gelişim sürecinde olan bu teknolojinin sınırlarını da ortaya koymaktadır. Özellikle nitelik, yaratıcılık, özgünlük ve etik bağlamda ortaya çıkan tartışmalar, yapay zekânın tasarım alanındaki konumunu belirsiz kılmaktadır. Bu bağlamda, yapay zekâ destekli tasarımın yalnızca teknik bir araç mı yoksa yaratıcı süreçlerin yeni bir aktörü mü olduğu sorusu, günümüz akademik ve profesyonel çevrelerinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Yapay zekâ ve yaratıcılık kavramları, uzun yıllar boyunca birbiriyle çelişen ve farklı kategorilere ait olgular olarak değerlendirilmiştir. Yaratıcılık, tarihsel süreçte insana özgü bir yeti olarak tanımlanmış; hayal gücü, özgün düşünce üretimi, sezgisel kavrayış ve duygusal derinlik gibi unsurlarla ilişkilendirilmiştir. Buna karşın yapay zekâ, temelde büyük veri kümelerini işleyen, algoritmik hesaplamalara dayalı ve mantıksal işleyiş biçimiyle öne çıkan bir teknoloji olarak konumlandırılmıştır. Ancak son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, bu iki kavram arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığını göstermektedir. Özellikle üretken yapay zekâ modelleri, görsel sanatlar, edebiyat, müzik ve tasarım gibi yaratıcı alanlarda insan yaratıcılığına alternatif ya da tamamlayıcı işlevler üstlenmeye başlamıştır. Bu durum, yapay zekânın yalnızca teknik bir araç olmanın ötesine geçerek, yaratıcı süreçlerde aktif bir bileşen olarak değerlendirilebilmesine imkân tanımaktadır. Dolayısıyla günümüzde, yaratıcılığın insan merkezli bir özellik mi yoksa insan ve makine arasındaki iş birliğiyle yeniden tanımlanabilecek kolektif bir süreç mi olduğu sorusu, akademik tartışmaların merkezinde yer almaktadır.

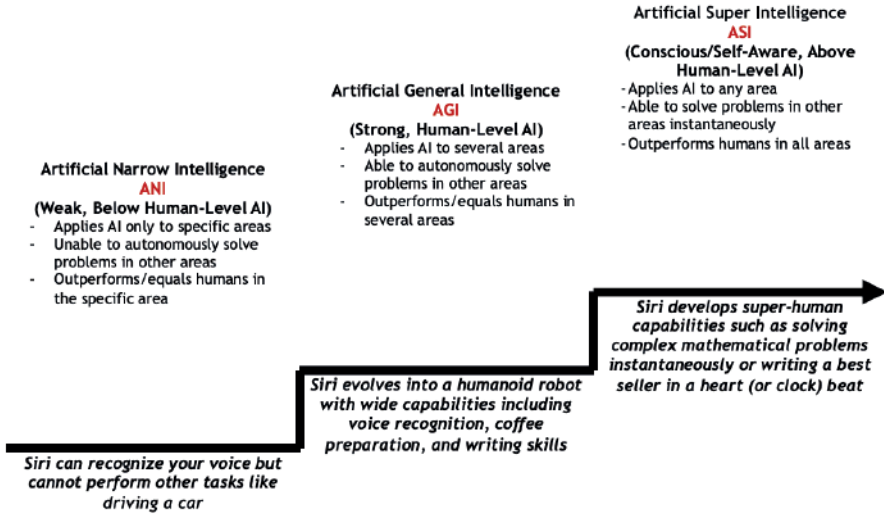
1. Yapay Zekâ ve Yaratıcılığın Kavramsal Çerçevesi

Zekâ, gösterge ya da sembollerini yorumlama ve ilişkileri kavrama ve böylelikle de gözlemlenen olayların ve eşyanın mahiyetini açıklama yetisi; insan zihninin karşı karşıya kaldığı teorik ve pratik problemleri belleğin, imgelem ve kavramsal düşüncenin de yardımıyla tatmin edici bir biçimde çözme kapasitesi (Cevizci, 1999, s.944) olarak tanımlanmaktadır. İmgelem ise nesneleri zihinde canlandırma gücü olarak nitelenir. Geçmiş algılara dayanarak oluşan imgelem repertuarının kullanımının yanında, olmayan imgelerin üretimini de içerir. (Seylan, 2019, s.60) Tasarım süreçlerinin öznesi olan insanın bilişsel ve duyuşsal zekâsı, imgelem, bağlamsal anlayış, öğrenme şekli gibi özellikleri bir makineden farklı kılan potansiyelleridir. Günümüzdeki yapay zekâ teknolojisi mevcut verileri çekerek onların

üzerinden bir sonuca varmakta, mevcut tasarımlar üzerinden bir kurgu ya da tasarım yapmaktadır. Bunun ise birçok yasal problemleri beraberinde getirdiği görülmektedir. Disney ve Universal şirketleri yapay zekaya dayalı görsel platformu Midjourney'e telif ihlali davası açılmış olup her görsel için 150 bin dolara varan tazminatlar istenmektedir. (Bilim ve Teknik, 2025, s.39) Yapay zekâ teknolojilerinin güç ihtiyacı yüksek olduğu için çok fazla ısı ürettiği ve sıvı soğutma sistemleri kullanıldığından çevresel etkileri de görülmektedir. Ancak yapay zekâ teknolojisinin eğitilebilen ve henüz gelişim aşamasında olan bir teknoloji olduğunu varsayımıyla bu tip sorunların çözüleceği ve daha farklı bir dönüşüm gerçekleştirebileceği düşünülebilir.

Yapay zekâ kavramı, algoritmalar aracılığıyla birçok disiplinin bir araya gelerek insan zekasını taklit etme veya ötesine geçme çabası olarak nitelendirilebilir. Tanımı ve konumlandırması hakkında net bir görüş olmasa da tarihte araştırmacılar yapay zekâyı farklı şekilde ele almış ve incelemişlerdir. Düşünce ve davranış olarak iki boyutta incelenmiş ve bunları da insan gibi düşünen ve rasyonel sistemler (Russell & Norvig, 2022, s.19) olarak sınıflandırmışlardır.

Kaplan ve Haenlein (2018)'e göre yapay zekâ; Yapay Dar Zekâ (Artificial Narrow Intelligence), Yapay Genel Zekâ (Artificial General Intelligence), Yapay Süper Zekâ (Artificial Super Intelligence) olarak 3 aşamada değerlendirilmektedir.



Şekil 1: Yapay Zekânın Aşamaları (Kaplan & Haenlein, 2018, s.16)

Yapay dar zekâ, insan seviyesinin altında veya kısıtlı otonom becerilere sahip yapay zekâ olarak tanımlanmakta ve günümüzde birçok yerde kullanılmaktadır. Akıllı ev sistemleri, yüz tanıma gibi verilen görevi gerçekleştirmeye yönelik temel kod becerileri olan insan düzeyine eşit veya daha altında kapasiteye sahip yapay zekâ aşaması olarak nitelendirilmektedir. Yapay genel zekâ ise insan seviyesine eşdeğer olarak görülen yapay zekâ aşamasıdır. Wooldridge (2022), sorun çözme, akıl yürütme, çevresini algılama gibi tüm yeteneklerine sahip olan makineleri yapay genel zekâ olarak tanımlamaktadır. Son aşama olarak tanımlanan yapay süper zekâ, insanları her alanda geride bırakabilen, oluşabilecek herhangi bir probleme karşı bilinçli bir şekilde çözüm üretebilen insan seviyesinin üstünde yapay zekâ aşaması (Kaplan & Haenlein, 2018, s.16) olarak sınıflandırılmaktadır.

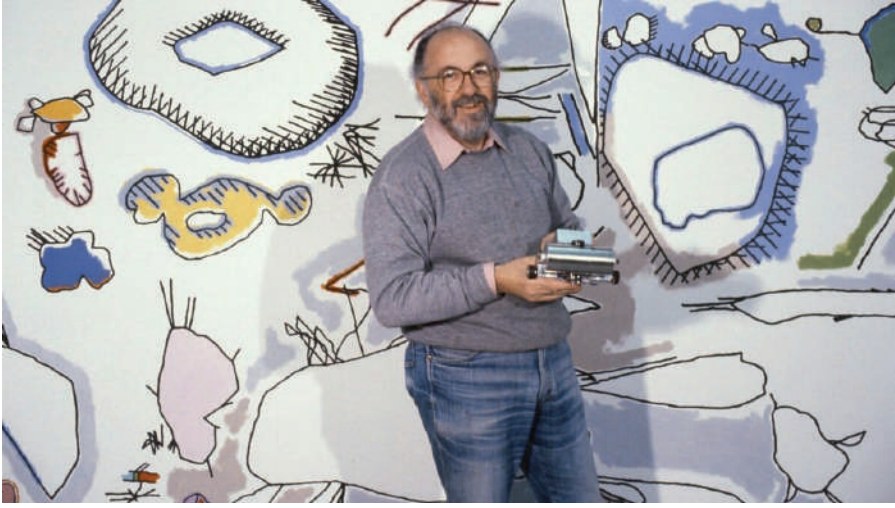
Frey ve Osborne, 702 mesleği, işin otomatikleştirilebileceği olasılığına göre sınıflandırmıştır. Makinelerin ve yapay zekaların iş hayatına entegre olması ile tele pazarlamacılar, sigortacılar, veri girişi yapan sektörler, satış elemanları, telefon operatörleri, ulaştırma, lojistik ve üretim işlerinde çalışanların en yüksek risk altında olduğunu ifade etmektedir. Terapistler, dişçiler, danışmanlar ve cerrahların yanı sıra yaratıcı meslekler arasında sanat, medya ve bilimin en az risk altında olduğunu ve otomasyona daha fazla direnç gösterebileceğini ifade etmektedir (Wooldridge, 2022, s.173).

Yapay zekânın yaratıcı süreçlere dahil edilmesi geleneksel olarak “yaratıcı” kabul edilen insan zihninin yerini alıp alamayacağı da tartışılmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle, yaratıcı süreçlerin sadece insanlara ait bir yetenek olmadığı, yapay zekâ ile makinelerin algoritmalar aracılığıyla da yaratıcı olabileceği görülmektedir. Yapay zekânın yaratıcı süreçlere entegrasyonu yalnızca insanın ürettiği içeriği üretmekten öte yenilikçi fikirlerin ve yeni akımların ortaya çıkmasına zemin hazırlayabilir.

TDK’ya göre yaratıcılık, zekâ, düşünce ve hayal gücünden yararlanarak görülmeyen yeni bir şey ortaya koymak, yapmak (Türk Dil Kurumu, 2025) olarak tanımlanmaktadır. Boden (1998) yaratıcılığı; fikirleri hatırlama, algı, analogik düşünme, problem çözme gibi becerilere dayanan insan zekasının genel bir özelliği olarak tanımlamaktadır.

İnsana özgü olarak nitelendirilen yaratıcı olma özelliği yapay zekâ teknolojileri ile test edilmekte ve insanın önemli bir becerisine sahip olarak bir meydan okuma gerçekleşmektedir. Yapay zekâ ile üretilmiş yaratıcılık temelli görüntü oluşturma örneklerini 1970’lerde Harold Cohen tarafından AARON yazılımı ile görmekteyiz. Günümüzde kullanılan DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion, Open Art, Imagine Art gibi uygulamalar için Harold Cohen’in AARON yazılımı tarihsel bir perspektif sunmaktadır.

Cohen, bilgisayar tarafından üretilen ilk sanatı mümkün kılan bir mühendisti. Bulduğu bu sistem, tarihte en uzun süredir devam eden ve sürekli olarak korunan yapay zekâ sistemlerinden biridir. AARON adlı yapay zekâ programı, başlangıçta basit şekil ve semboller üretme kapasitesine sahipti; ancak zaman içinde figüratif ve renkli görseller yaratabilen bir sistem hâline gelmiştir (Boden, 1998, s.352). Cohen, AARON'un ürettiği çizimleri elle boyayarak insan-makine iş birliğinin somut bir örneğini sunmuştur. Daha sonra AARON'un renk kullanımına da otonom özelliği ekleyerek çizimleri ile kendi müdahaleleri arasındaki ayrımı belirsiz hâle getirmiştir.



Şekil 2: Harold Cohen ve AARON (Özdamar, 2020)

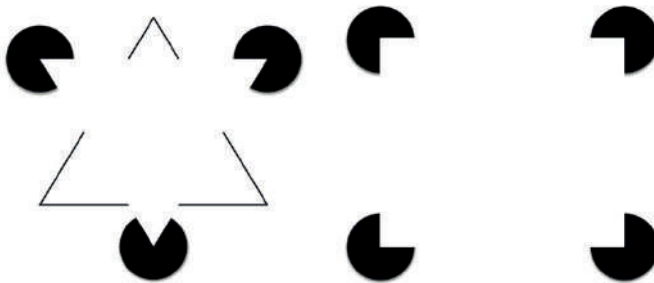
Bu yazılım sanatçı ile arasındaki farkı her ne kadar kapatmış olsa bile tamamen beklenmedik veya kavramsal olarak derin bağlantılar kurabilme kapasitesine sahip değildir. Kendi çizimleri üzerine düşünemez veya onları daha iyi hale getirmek için çaba haralayamaz (Boden, 1998, s.353).

Günümüzde edebiyat, müzik, sanat ve tasarım alanlarında içerik üretililecek birçok yapay zekâ uygulaması mevcuttur. Günümüzde yapay zekâ uygulamaları kullanılarak yenilikçi, yaratıcı fikirler oluşturmak, pratik içerik üretmek mümkün hale gelse de henüz insan duygularını, sezgilerini ve kültürel bağamları anlamasının zor olduğu belirtilebilir. İnsan yaratıcılığının empati, deneyim ve sosyal bağlam gibi unsurlardan beslenen yönleri, yapay zekânın henüz tam anlamıyla taklit edebileceği bir özellik olarak görülmemektedir. Mevcut teknoloji ile yapay zekâ insan ve makine iş birliğinin güçlendiren ve üretimi hızlandıran bir araç olarak nitelendirilebilir.

2. Tasarım Süreçlerinin Yapay Zekâ Teknolojisi ile Dönüşümü

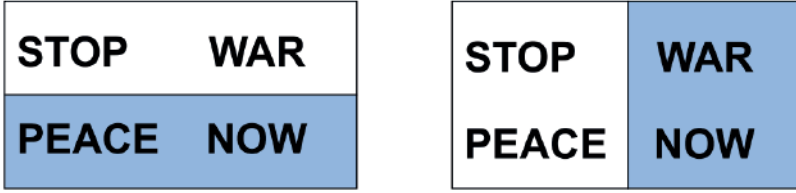
Tasarım etimolojik olarak; “*De sign, designare, disegno*” bir plan yapmak, çizmek, işlemek (Harper, n.d.) olarak nitelendirilmektedir. Türkçede Arapça kökenli tasavvur kelimesinden olarak geçen, düşünme, düşünme, zihninde canlandırma (Nişanyan, n.d.) anlamında kullanılan bir kelimedir. Bauhaus tasarımcılarının anlayışına göre “Form işlevi takip eder” sözüyle işlevselliğine vurgu yapılan tasarım, nihayetinde özgün, yenilikçi ve yaratıcı bir problem çözme süreci olarak nitelendirilebilir.

Tasarım süreçlerinin temelinde insanın algısı, psikolojisi gibi birçok bilişsel ve duyuşsal süreç gerçekleşmektedir. Göz ve beyin arasında, çok kısa bir süre içinde bilgiyi algılama, anlamlandırma, ilişkilendirme ve depolama süreçleri gerçekleşir; bu süreçler grafik tasarımın temel konularından biri olarak kabul edilmektedir. İnsan gözünün retina, kornea, lens, iris ve optik sinir gibi bileşenlerden oluşan karmaşık yapısı, gelen görsel bilgiyi işleyerek beyne iletir. Algılanan görüntü, beynin yorumlamasıyla anlam kazanır; bu nedenle gördüğümüz şey ile beynimizin anlamlandığı arasında farklılıklar ortaya çıkabilir. Ayrıca derinlik ve üç boyutlu algı, iki gözün hafif farklı açılardan aynı nesneye bakması sonucunda oluşan stereoskopik görüş ile sağlanır. (Seylan, 2019, s.94-96) Optik yanılsamalar ise he iki gözden gelen görüntüleri beynin birleştirmesi, tamamlaması gibi durumlarda meydana gelmektedir. Örneğin İtalyan psikolog Gaetano Kanizsa’nın adını taşıyan Kanizsa üçgeninde genellikle arkada siyah çizgili bir üçgen, kenarlarında 3 daire, üstünde onları kapatan beyaz bir üçgen olarak algılanmaktadır. Ancak aslında kısmi olarak görünen daireler ve çizgiler yer almaktadır. Beynimiz çevreyi hızlı anlamlandırmak için kısayollar oluşturmaktadır ve her saniye milyonlarca (tahminen 40 milyon) duyuşsal girdi almaktadır. Geçmiş deneyimlere dayanarak gördüklerimiz hakkında tahminlerde bulunmaktadır (Weinschenk, 2011, s.2).



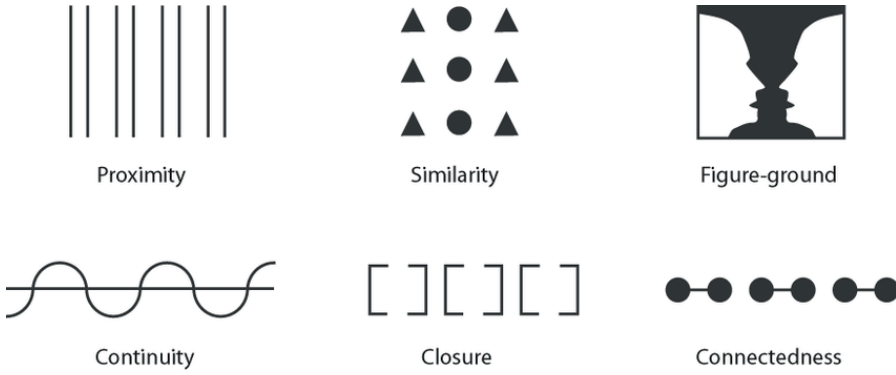
Şekil 3: Kanizsa üçgeni ve dikdörtgeni (Weinschenk, S. M., 2011, s.2)

Renk, şekil, biçim ve kompozisyon gibi görsel unsurlar, insan algısını, dikkatini, seçimlerini ve düşünce süreçlerini doğrudan etkileyebilme potansiyeline sahiptir. Bu unsurlar, yalnızca estetik bir işlev görmekle kalmaz; aynı zamanda izleyicinin mesajı nasıl algıladığı, hangi unsurlara öncelik verdiği ve karar mekanizmalarını nasıl şekillendirdiği üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Örneğin renkler, duygusal tepkileri tetikleyebilir, belirli şekiller veya geometrik düzenlemeler zihinsel yönlendirmeyi kolaylaştırabilir, biçim ve oranlar ise görsel hiyerarşi ve odak noktalarının oluşturulmasında kritik işlevler üstlenebilir. Bu bağlamda grafik tasarım ve görsel iletişim disiplinlerinde, söz konusu unsurlar bilinçli bir şekilde kullanılarak hem estetik hem de işlevsel hedeflerin gerçekleştirilmesi mümkün hâle gelmektedir. Şekil 2'deki örnekte, renk ve şekil unsuru ile şekillendirilen mesaj farklı anlamlandırmaya yönlendirebilmektedir. Beyin ilk bakışta aynı renkte olan mesajları gruplayarak bir anlam çıkarmaktadır.



Şekil 4: Renk ve şekiller insanların ne gördüğünü etkileyebilir (Weinschenk, S. M., 2011, s.3)

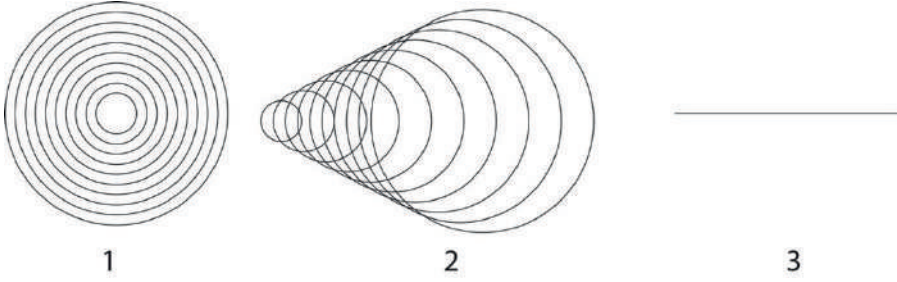
Tipografi tasarımında “O” harfinin x yüksekliğine göre biraz daha geniş tasarlanmasının temel nedeni, insan gözünün ve beyninin görsel algı mekanizmalarıdır. Dairesel veya yuvarlak formlar, algıda doğal olarak dar veya basık görünebilir; bu nedenle tipografi tasarımcıları, görsel dengeyi sağlamak için harfi hafifçe genişleterek optik olarak “doğru” algılanmasını sağlamaktadır. Bu işlem, optik düzeltme (optical correction) olarak adlandırılmaktadır ve yazı karakterlerinin okunabilirliğini, estetik bütünlüğünü ve görsel uyumunu artırmayı hedeflemektedir.



Şekil 5: Gestalt İlkeleri (Burkhard, 2005, s.49)

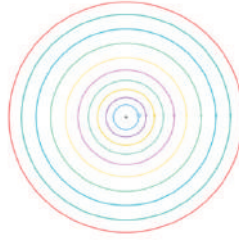
Gestalt psikologları, organizmanın dışarıdan gelen duyumlara, kendisinden birçok şey katarak, yaşantıyı yeniden örgütlediğine inanmaktadırlar ve gözüün nasıl gördüğü ve görsel bilgilerin anlamlı bir bütün olarak nasıl algılandığı ile ilgili araştırmalar yapmıştır. (Ertan, 2017, s.55) Grafik tasarımı görsel hiyerarşiyi düzenlemek ve mesajı yönlendirmek, beynin görsel bilgiyi işlerken parçaları anlamlı bir bütün hâlinde algılama yeteneğiyle doğrudan ilişkilidir. İnsan beyni, karmaşık ve çok katmanlı görsel bilgileri hızlı bir şekilde analiz ederek, anlamlandırmak ve önceliklendirmek üzere çeşitli algısal stratejiler kullanmaktadır. Grafik tasarımı bu süreç, tasarım unsurlarının boyut, renk, kontrast, biçim ve yerleşim gibi bileşenler aracılığıyla organize edilmesini ve izleyicinin dikkatinin bilinçli bir şekilde yönlendirilmesini sağlamaktadır. Böylece karmaşık bilgiler estetik bir düzen içinde sunulabilir ve mesaj daha anlaşılır ve etkili bir şekilde iletebilir. Bu yaklaşım, işlevsel, okunabilir ve görsel olarak dengeli tasarımlar oluşturmak için kritik bir rol oynamaktadır.

Öte yandan, bu ilkelerin uygulanması yalnızca teknik ve algısal bir düzenlemeyi ifade etmektedir. Yaratıcılık, yeti ve yetenek gerektiren daha farklı bir boyut olarak nitelendirilebilir. Yaratıcılık, özgün fikir üretme, beklenmedik bağlantılar kurma, duygusal ve kavramsal derinlik geliştirme gibi insan merkezli süreçlerle şekillenir. Dolayısıyla etkili tasarım, hem görsel hiyerarşi ve algısal prensiplerin bilinçli kullanımı hem de yaratıcı düşüncenin eş zamanlı entegrasyonu ile mümkün olmaktadır. Bir öğrenci grubuna, farklı boyutlarda birbirine temas etmeyen 10 farklı çember çizmeleri istendiğinde ortaya çıkan sonuç genellikle en çok 1 daha az 2 gibi olacaktır. Ancak yaratıcı ve pratik düşünebilen öğrenci 3. şekil gibi çecektir. Yaratıcılık hem farklılaşmanızı hem de pratik sonuçlara ulaşmanızı kolaylaştırabilir.



Şekil 6: 10 adet farklı ölçülerde birbirine temas etmeyen çember çizimi.

Aynı çember çizim örneğini öğrencilere verilen komut ile yapay zekaya verdiğimizde ortaya çıkan görsel, yukarıdaki birinci çizim ile aynı çıkmaktadır. Her bir çembere numara verip hepsini farklı renkte yapması dışında birinci grup öğrencilerin yaptığı görsel ile aynı çemberi çizmektedir. Bu örnek baz alınarak yapay zekanın yaratıcılık düzeyi ile ilgili bize bir fikir verebilmektedir.



Şekil 7: aynı komut ile yapay zekâ tarafından oluşturulan 10 adet farklı ölçülerde birbirine temas etmeyen çember çizimi.

Beklenen görseli oluşturmak için her bir adımın doğru komut ile adım adım yazılması gerekmektedir. Makine tarafından üretilen görsel, yorum katılmamış, hayal gücüne veya yaratıcılığa dayanmayan bir teknoloji olarak görülmektedir. Bu bağlamda ileride nasıl bir yöne evrileceği, insana özgü olan nitelikleri kapsayıp kapsamayacağı henüz kesinleşmiş bir konu olarak görülmemektedir.

Yapay zekâ sistemleri, veri setlerinden öğrendikleri görsel dilleri yeniden üretme, alternatifler oluşturma kapasitesine sahip teknolojilerdir. Algoritmalar aracılığı ile ölçülebilir veya hesaplanabilir bir yaklaşım olan hesaplamalı tasarım yöntemi kullanılmaktadırlar. Bu yöntem ile parametreleri değiştirerek farklı varyasyonlar üretebilme, belirli tasarım standartlarını kullanarak

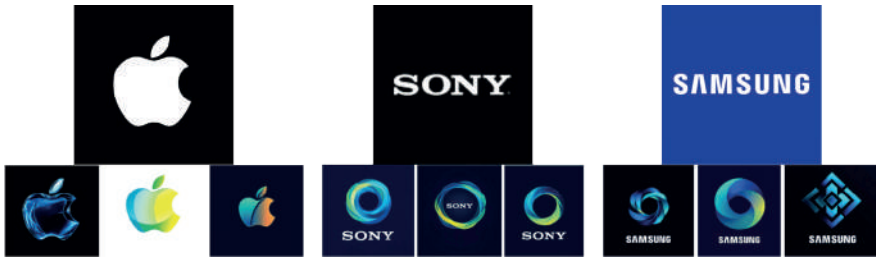
komutlar aracılığıyla sonsuz varyasyonlar üretebilme kapasitesine sahip olduğu için zaman ve maliyet açısından grafik tasarımcıya önemli avantajlar sağlamaktadır. Yapılan tasarımın özgünlüğü için araştırmalar yapmak, benzerlerini listeleterek farklı sonuçlara yönelmek, 2D modelden 3D ye hızlı dönüştürme, renk alternatifleri, hedef kitleye özgü detayları listelemesi gibi birçok veriyi çok daha kısa sürede işleme kapasitesindedir. Özetle sonsuz araştırma fırsatı sunarak global ölçekte bilgiye erişimi hızlandırmaktadır. Bu teknoloji ile tasarım bilgisine sahip olmayan kişilerin bile tasarım üretebilme fırsatı sunmaktadır. Yapay zekanın yaratıcı süreçlerdeki sınırlılığı insanın yaratma seviyesine ulaşamadığından belirli tasarımcıların tarzını taklit etme gibi problemler yaratmaktadır.

Dijitalleşme ile arayüz tasarımı, oyun ve karakter tasarımı, sosyal medyanın yaygınlaşması ile etkileşimli tasarımlar, hareketli grafikler gibi grafik tasarımın birçok alt alanı oluşmuş ve teknolojinin gelişmesi ile yeni alanlar oluşmaya devam etmektedir. Tasarım programları da bu gelişmelere ayak uydurmak için kendilerini güncellemektedirler. Metinden görüntü oluşturma, görüntü kalitesini artırma, renk varyasyonları çıkartma, mevcut bir logoyu dinamik bir logoya dönüştürme, illüstrasyonlar yapma gibi birçok özellik yapay zekâ aracılığı ile daha pratik hale gelmiş ve tasarım programlarına da entegre olmuştur. Bu değişim aynı zamanda tasarımcının da rolünü sorgulamakta adeta bir küratör rolüne büründürmektedir.

Günümüzde kullanılan birçok grafik tasarım çizim programlarına yapay zekâ teknolojisi entegre edilmektedir. Adobe Sensei, Adobe tarafından geliştirilen ve yapay zekâ ile makine öğrenimi teknolojilerini temel alan bir platformdur. Grafik tasarım, fotoğrafcılık, video prodüksiyon, web tasarımı ve kullanıcı deneyimi tasarımı gibi çeşitli Adobe uygulamalarına entegre edilerek, yaratıcı süreçlerin otomatikleştirilmesini ve hızlandırılmasını amaçlamaktadır. Bu platform, kullanıcıların tekrarlayan ve zaman alıcı görevleri daha kısa sürede gerçekleştirmelerini sağlarken, yaratıcı karar alma süreçlerine daha fazla odaklanabilmelerine imkân tanımaktadır. Örneğin, Photoshop ve Illustrator gibi programlarda nesne seçimi, arka plan düzenleme, renk uyumu ve stil önerileri gibi işlemler Adobe Sensei aracılığıyla otomatikleştirilebilmektedir. Ayrıca, Adobe Experience Cloud ile entegre olarak, kullanıcı davranışlarını analiz ederek kişiselleştirilmiş içerik ve pazarlama çözümleri sunma kapasitesine de sahiptir. Bu bağlamda Adobe Sensei, tasarımcıların üretkenliğini artırmakla kalmayıp, aynı zamanda yaratıcı sürecin niteliğini de destekleyen bir yapay zekâ altyapısı olarak değerlendirilmektedir. Yaygın olarak kullanılan Autodesk, Canva, Figma, CorelDRAW vb. araçlar da benzer özellikleri kullanarak AI teknolojisi ile kullanıcılarına kolaylıklar sağlamaktadır. Ancak bunlar ve buna benzer

DALL-E, Midjourney gibi yapay zekâ destekli görsel üretim veya tasarım araçları, insan algısı ve psikolojisi üzerinde doğrudan bir bilinç veya empatiye sahip bir teknoloji olarak nitelendirilmemektedir. Yani Gestalt psikolojisinin ortaya koyduğu algıyı bütünsel olarak organize etme, yakınlık, süreklilik, bütünleme gibi ilkeleri “anlayarak” uygulama yetileri bulunmamaktadır. Bunun yerine, bu tür yapay zekâ uygulamaları, mevcut veri setlerinden öğrenilen istatistiksel ilişkiler ve örüntüler üzerinden görseller oluşturmaktadır. Milyarlarca görseli analiz ederek renk kombinasyonları, kompozisyon yapıları, tipografi oranları, görsel hiyerarşi vb. bilgileri genelleyerek öğrenmektedir. Yapay zekâdan bir poster tasarımı oluşturulması istendiğinde, geçmişte benzer komutlarla üretilmiş, yüksek beğeni almış görselleri veya internet üzerinden verilerine ulaşabildiği görselleri temel almaktadır. Veri setinde sık tekrar eden örüntüler bu kuralları yansıtabilir. Bu da yapay zekânın dolaylı olarak bu kuralları uygulamasına sebep olabilmektedir.

Logo bir markanın temel tasarım unsuru olarak nitelendirilebilir. Markayı doğru bir şekilde temsil etmesi, basit ve anlaşılır olması, dikkat çekici ve akılda kalıcı olması gibi nitelikler barındırması beklenmektedir. California Üniversitesi’nden Sham Singh, dünyaca ünlü markaların logolarını yapay zekâ ile yeniden tasarlayarak özgün niteliklerini koruyup korumadığını incelemiştir (Solopress, 2025).



Şekil 8: Apple, Sony, Samsung logoları ve yapay zekâ logoları (Solopress, 2025).

Apple, Sony ve Samsung gibi teknoloji şirketlerinin logoları yapay zekâ ile yeniden üretildiğinde, ortaya çıkan sonuçların belirli açılarından benzerlik taşıdığı gözlemlenmektedir. Yapay zekâ, bu şirketleri sıklıkla mavi ve yeşil tonlarıyla ilişkilendirmekte; yalın, iki boyutlu tasarımları üç boyutlu ve görsel açıdan derinlikli varyasyonlara dönüştürmektedir. Apple örneğinde, renkli ve görsel derinlik içeren erken dönem tasarımlarından minimalist çizgilere doğru yaşanan evrimin aksine, yapay zekâ üretimleri geçmişe göndermeler yapan tasarım özelliklerini yeniden öne çıkarmaktadır. Sony logosu, yazı temelli bir logotype olmasına karşın, yapay zekâ tarafından

teknoloji bağlamıyla örtüşmesi amacıyla girdap ya da gözbebeğini andıran sembollerle desteklenmiştir. Benzer bir eğilim Samsung logolarında da görülmekte; bu durum, yapay zekânın sektörel bağlam ve çağrışımları doğru biçimde yakalayabildiğini göstermektedir. Bununla birlikte, ortaya çıkan örnekler, özgünlük, sadelik ve markanın kimliğini birebir koruma gibi tasarım ilkelerinin henüz tam anlamıyla sağlanmadığını ortaya koymaktadır.



Şekil 9: Starbucks logosu ve yapay zekâ ile tasarlanan logo (Solopress, 2025).

Kahve markaları genellikle kahverengi tonlarını tercih etmektedir; yapay zekâ da bu eğilimi dikkate alarak Starbucks için ürettiği yeni logolarda benzer renk paletlerini kullanmıştır. İlk iki alternatif tasarımı denizkızı formu korunurken, üçüncü tasarımı doğrudan bir kahve fincanı sembolü tercih edilmiştir. Teknoloji firmalarında gözlemlendiği gibi, yapay zekâ hem renk seçimi hem de sembol tasarımı açısından sektörel bağlamı dikkate alabilmektedir. Dolayısıyla yapay zekâ, logo üretiminde belirli estetik eğilimleri yakalama kapasitesine sahip olsa da insan yaratıcılığı ve stratejik tasarım sürecinin yerini tek başına dolduramamaktadır. Yapay zekâ algoritmaları, geçmiş verilerden ve mevcut tasarım örneklerinden öğrenerek belirli görsel kalıpları ve renk tercihlerini tekrarlayabilir; bu yönüyle sektörel bağlamları ve genel estetik trendleri yakalayabilmektedir.

Logo tasarımının temel amaçlarından biri, markanın özgün kimliğini, değerlerini ve mesajını görsel bir dil aracılığıyla iletmektir. İnsan yaratıcılığı, kültürel bağlamı, duygusal çağrışımları ve marka stratejisini sentezleyerek logoya özgün bir anlam katabilir. Yapay zekâ ise genellikle bu unsurları

yalnızca veri temelli tahminlerle işlemekte ve çoğu zaman yaratıcı veya metaforik derinliği sağlayamamaktadır. Bu durum, algoritmanın “taklit” ve “yeniden üretim” odaklı doğasının bir sonucudur. Ayrıca, stratejik tasarım süreci yalnızca estetikten ibaret değildir; bir logonun renk seçimi, tipografisi, form ve simgelerinin her biri, markanın hedef kitleyle kuracağı iletişimi doğrudan etkilemektedir. İnsan tasarımcılar, marka konumlandırması, pazarlama hedefleri ve psikolojik algı gibi unsurları göz önünde bulundurarak tasarımı optimize ederken, yapay zekâ genellikle bu bağlamsal ve stratejik boyutları kendi başına değerlendiremez. Dolayısıyla, günümüzde kullanılan teknoloji ile, yapay zekânın üretim kapasitesi, tasarım sürecinde bir araç veya yardımcı olarak değerlendirildiğinde en yüksek verimi sağlayabilmektedir; ancak yaratıcı vizyon ve stratejik karar alma süreçlerinin yerini alamamaktadır.

Tasarımın özü, yaratıcısının kimliği değil, alıcısının deneyimidir. Makine veya insan tarafından tasarlanmasından öte mesajı alacak olan (insan) için yapılması daha önemlidir. Her tasarım, hedef kitesinin zihninde belirli bir etki yaratmak, davranışlarını şekillendirmek ve algılarını yönlendirmek amacıyla üretilmektedir. Bu, tasarımın temel psikolojik işlevi olarak görülebilir. Tasarım psikolojisi, görsel öğelerin, renklerin, biçimlerin ve düzenlemelerin insan zihninde nasıl karşılanıp işlendiğiyle ilgilenmektedir. Bir tasarım, izleyicisinin duygusal durumunu etkileyebilir, dikkatini yönlendirebilir ve hatta karar alma süreçlerini değiştirebilir. Bu güç, tasarımcının elindeki en önemli araç olarak değerlendirilebilir.

Etkili bir tasarım, hedef kitesinin kültürel kodlarını, beklentilerini ve psikolojik ihtiyaçlarını derinlemesine anlayarak bu anlayış üzerine inşa edilmektedir. Renklerin sembolik anlamları, geometrik şekillerin zihinsel çağrışımları, tipografinin duygusal etkisi ve kompozisyonun göz hareketlerine etkisi gibi unsurlar, tasarımın psikolojik boyutunu oluşturur. Sonuç olarak tasarım, sadece estetik bir aktivite değil, aynı zamanda insan psikolojisinin derinliklerine inen stratejik bir iletişim aracı olarak değerlendirilebilir. Her çizgi, her renk seçimi ve her düzenleme, izleyicinin zihninde belirli bir tepki yaratmak için hesaplanmaktadır. Bu perspektifle bakıldığında tasarım hem yaratıcılık hem de bilimsel temellere dayanan hibrit bir disiplin olarak nitelendirilebilir.

Sonuç

Günümüz grafik tasarım pratiği, teknolojik gelişmelerin ve dijitalleşmenin etkisiyle sürekli evrimleşmektedir. Yapay zekâ, bu evrimin hem hızlandırıcısı hem de yönlendiricisi olarak öne çıkmaktadır. Ancak, yapay zekânın tasarım süreçlerinde sunduğu kolaylıklar ve üretim kapasitesi, yaratıcı ve stratejik

karar süreçlerini doğrudan ikame edememektedir. İnsan tasarımcının rolü, yalnızca görsel öğeleri organize etmek değil; kültürel bağlam, empati ve hedef kitle analizine dayalı kararları şekillendirmek, tasarımın psikolojik ve iletişimsel etkisini optimize etmektir. Yapay zekâ, bu boyutları yalnızca veri temelli öngörülerle ele alabilir; dolayısıyla tasarımın stratejik ve anlam katmanında hâlen sınırlıdır.

Yapay zekânın sunduğu veri işleme, varyasyon üretme ve hızlı prototipleme olanakları, tasarımcıya yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu teknoloji, insanın yaratıcı kapasitesini doğrudan taklit etmeden, onu destekleyen bir araç olarak konumlanmaktadır. Özellikle global ölçekte bilgiye erişim, alternatif tasarım seçeneklerinin hızlı üretilmesi ve tasarım süreçlerinin hızlanması gibi avantajlar, yapay zekânın üretkenlik alanında kritik bir katkı sağladığını göstermektedir. Ancak bu durum, yaratıcılık ve stratejik tasarım açısından makinenin sınırlarını da gözler önüne sermektedir. İnsan, bağlamsal değerlendirme, sezgi ve yenilikçi düşünce ile yapay zekânın üretemeyeceği özgün içerikleri ortaya koyabilmektedir. Yapay zekâ destekli tasarımın geleceği, insan ve makine iş birliği bağlamında şekilleneceği ön görülebilir. Grafik tasarımcının rolü, geleneksel üretici kimliğinden, yaratıcı küratörlüğe ve stratejik tasarım rehberliğine doğru evrilmektedir. İnsan ve yapay zekâ arasındaki etkileşim, yalnızca görsel çıktının kalitesini artırmakla kalmayacak; aynı zamanda tasarım sürecinin esnekliğini, çeşitliliğini ve problem çözme kapasitesini de güçlendirebilir. Bu bağlamda, tasarım disiplininin geleceği, hibrit bir yaklaşımın benimsenmesine, insan zekâsı ile yapay zekânın tamamlayıcı ve birbirini güçlendirici şekilde kullanılmasına bağlıdır.

Grafik tasarımın temel amacı, alıcının deneyimini optimize etmek ve mesajın etkili bir biçimde iletilmesini sağlamaktır. Yapay zekâ, üretim süreçlerini hızlandırarak ve alternatifler sunarak bu hedefe katkıda bulunabilir; ancak tasarımın kültürel, psikolojik ve stratejik boyutlarını anlamak ve yönlendirmek hâlen insan tasarımcının uzmanlığını gerektirmektedir. Gelecekte, tasarım süreçlerinde insan-makine iş birliği, üretkenliği artırmakla birlikte yeni estetik anlayışların, deneyimsel tasarım yaklaşımlarının ve yaratıcı stratejilerin gelişmesini de mümkün kılabilir. Bu perspektifle, yapay zekâ, grafik tasarımın dönüşümünde bir araç ve tamamlayıcı bir aktör olarak konumlanırken, insan yaratıcılığı, hâlen tasarımın merkezi ve belirleyici unsur olarak konumlanabilir.

Kaynakça

- Bilim ve Teknik. (2025, Eylül). Yapay zekâ telif savaşları. *Bilim ve Teknik*, 694, 39.
- Boden, M. (1998). Creativity and artificial intelligence. Elsevier. 103 (347-356)
- Boden, M. A. (2004). *The creative mind: Myths and mechanisms*. Routledge.
- Burkhard, R. A. (2005). Gestalt principles present how we perceive objects and groups of objects. In *Knowledge Visualization: The Use of Complementary Visual Representations for the Transfer of Knowledge: a Model, a Framework, and Four New Approaches*. Springer.
- Cevizci, A. (1999), Felsefe Sözlüğü, İstanbul, Paradigma Yayınları.
- Ertan, G. (2017). Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı. Alternatif Yayıncılık, İstanbul.
- https://doi.org/10.1007/3-540-26856-7_5
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). “Siri, Siri, in My Hand: Who’s the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations, and Implications of Artificial Intelligence”, *Business Horizons*, 62(1), s.15–25.
- Russell, S., & Norvig, P. (2022). Artificial Intelligence: A Modern Approach, USA: Pearson Education Limited
- Wooldridge, M., (2022), A Brief History of Artificial Intelligence: What It Is, Where We Are, and Where We Are Going, Flatiron Books, New York

İNTERNET KAYNAKLARI

- Adobe. (27.09.2025). *Üretken yapay zekaya hoş geldiniz*. Adobe.
- <https://www.adobe.com/tr/sensei/generative-ai.html>
- Harper, D. (21.09.2025). *Design*. In Online Etymology Dictionary.
- <https://www.etymonline.com/search?q=design>
- Nişanyan, S. (n.d.). (27.09.2025). *Tasavvur*. Nişanyan Sözlük.
- <https://www.nisanyansozluk.com/kelime/tasavvur>
- Özdamar, Y. (12.04.2020). *AARON: İnsan ve Bilgisayar İşbirliğindeki İlk Sanat Deneyimi*. Teknoloji.org.
- <https://www.teknoloji.org/aaron-insan-ve-bilgisayar-isbirligindeki-ilk-sanat-deneyimi/>
- Solopress. (2025, 10 Ocak). *Yapay zekâ ile yeniden üretilen logolar: Yapay zekânın markalaşma hakkında bize öğretebilecekleri*. Solopress.
- <https://www.solopress.com/blog/tr/sanat-tasarimi/yapay-zeka-ile-yeniden-uretilen-logolar-yapay-zekanin-markalasma-hakkinda-bize-ogretebilecekleri/>
- Türk Dil Kurumu, “Yaratıcılık”, (22.09.2025). *Güncel Türkçe Sözlük*.
- <https://sozluk.govs.tr>

Grafik Tasarımın İlham Verici Alanları: Yapay Zekâ Çağı

Editörler

Doç. Dr. Nihat Altuntepe

Dr. Öğr. Üyesi Gökçin Çubukcu