

ARTIRILMIŞ ÇAĞDA YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİLERİNİN GRAFİK TASARIMI ALANINA ETKİSİ

Billur ALİEFENDİOĞLU
T.C. İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye
billurcavusoglu@gmail.com
Orcid No:0009-0008-6957-1908

GİRİŞ

Tarihin ilk dönemlerinden bu yana devinim içinde olan teknoloji 21. Yüzyılda insan hayatı için fayda sağlayacak pek çok gelişmeyi de beraberinde getirmiştir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra mobil cihazların kullanıma sunulması, bilgisayar ve internet teknolojilerindeki hızlı ilerleme artırılmış bir çağ yaratarak yapay zekâ alanında pek çok gelişmenin önünü açmıştır. Bunlardan en önemlileri şüphesiz Artırılmış Gerçeklik, Yapay Zekâ, Blockchain gibi kavramlardır. Güçlü bir teknoloji olan yapay zekâ, makinelerin bilişsel işlevleri gerçekleştirebilmesi, algılama, muhakeme etme ve öğrenme gibi yetenekler kazanması için kullanılır. (Ergen, 2019). Başka bir ifadeyle, yapay zekâ, makinelerin deneyimlerinden öğrenmelerini, yeni verilere adapte olmalarını ve insanların gerçekleştirdiği görevlere benzer işleri yapabilmelerini mümkün kılar. Makine öğrenmesi, derin öğrenme, meta öğrenme gibi sistemler sayesinde yapay zekâ günümüzde eskiden sadece insana özgü pek çok yeteneği ona benzer şekilde taklit edebilmekte ve bilgi merkezli alt yapısıyla sürekli gelişmekte ve ilerlemektedir.

Dahası bu teknoloji hayatın birbirinden farklı pek çok alanında farklı amaçlar ile rahatlıkla kullanılabilir. Bu alanlardan biri de grafik tasarım alanıdır. Her geçen gün kendini teknolojik yenilikler ile güncelleyen grafik tasarım disiplinin de yapay zekaya bağlı olarak birçok gelişme yaşanmaktadır. Nitekim yazıdan grafiğe dönüştürmeden, benzersiz sanatsal çalışmalar üretmeye; üretim süreçlerinde tasarım yazılımlarındaki çeşitli işlemlere kadar yapay zekanın izlerine rastlamak mümkün hale gelmiştir. Tüm bu gelişmeler doğrultusunda yapay zekâ teknolojilerin temel amacı olan insan hayatını kolaylaştırma durumu tasarım sektöründe yer alan tasarımcılar için sunduğu imkanlar ile yararlı olsa da makine öğrenmesine bağlı olarak benzersiz pek çok ürünün hızlı ve daha ucuz yollarla üretimi grafik tasarım mesleğinin geleceğinin

sorgulanmasına neden olmaktadır. Dahası yapay zekâ teknolojilerinin bu disiplinde kullanılması bir yandan tasarımcılara kolaylık sağlarken öte yandan bu sektörde görev yapan tasarımcı aşınmasına neden olmaktadır.

1. YAPAY ZEKÂ KAVRAMI

1.1.Yapay Zekâ Nedir ve Nasıl Çalışır?

Yapay Zekâ (YZ) bilgisayar sistemleri tarafından gerçekleştirilen insan benzeri zekâ işlevlerinin bir kısmını veya tamamını yapabilme yeteneği olarak tanımlanabilir (Ergen, 2019). Bu işlevler arasında öğrenme, tahmin, problem çözme, karar verme, doğal dil işleme, ses ve görüntü tanıma, otomatik kontrol, robotik ve oyunlar gibi farklı alanlardaki görevler yer alabilir. YZ, genellikle derin öğrenme, makine öğrenimi, doğal dil işleme, robotik ve diğer tekniklerin kullanılmasıyla gerçekleştirilir.

1.2.Yapay Zekânın Tarihi ve Gelişimi

Yapay zekanın tarihindeki önemli bir dönüm noktası, 1950'lerde Alan Turing'in "Computing Machinery and Intelligence" başlıklı makalesiyle gerçekleşti. Bu makalede Turing, bir makinenin zeki olup olmadığını belirlemek için İmitasyon Oyunu (Turing Testi olarak da bilinir) fikrini ortaya attı. Eğer bir insan, bir bilgisayarla etkileşim halindeyken makineyi insan ile ayırt edemiyorsa, bu makine testi geçiyordu ve zeki olarak kabul ediliyordu. Bu test, yapay zekanın gerçek bir potansiyelinin olduğunu gösteren bir adımdı (Ergen, 2019).

Charles Babbage, insanların fiziksel faaliyetlerini değil, zihinsel faaliyetlerini taklit etmek için hesap makinesi geliştirmişti. Fark Motoru adını verdiği bu ilk hesap makinesi, basit matematik işlemlerinin yanı sıra satranç, dama gibi oyunları da oynayabilen ve ara sonuçları saklayabilen bir hafızaya sahipti. Babbage, kendisini "programcı" olarak adlandırdığı bu makineyi, 2000 pirinç ve çelik parçadan oluşan saftlar, dişliler ve disklerle elle çalışan bir manivela ile hareket ettiriyordu. Günümüzde bile hala kullanılabilir olan bu makine, karmaşık bilgisayarların gelişimine ilham vermiştir. Bu, insan düşüncesini taklit etme ve yapay zekayı geliştirme hedefi doğrultusunda atılmış büyük bir adımdır (Schultz & Schultz, 2007). 21. yüzyılda,

büyük veri, bulut hesaplama ve makine öğrenimi algoritmaları gibi yeni teknolojiler, YZ'nin gelişimine büyük katkı sağladı.

YZ'nin günümüzde ise farklı alanlardaki uygulama örnekleri arasında sağlık hizmetleri, finansal analiz, müşteri hizmetleri, üretim, tarım, oyunlar ve güvenlik sistemleri yer alabilir. Örneğin, YZ, kanser tanısı, ilaç geliştirme, klinik araştırmalar ve tıbbi görüntüleme gibi sağlık alanındaki birçok uygulama için kullanılabilir.

1.3.Yapay Zekânın Potansiyeli, Gelecekteki Rolü ve Dezavantajları

YZ'nin potansiyeli oldukça büyüktür ve gelecekte birçok alanda daha fazla kullanılması beklenmektedir (Çetin & Aktaş, 2021). Bu alanlar arasında işletmeler, hükümetler, sağlık hizmetleri, tarım, sanayi, iletişim ve eğitim yer alabilir. Örneğin, otomasyon, yapay zekâ tabanlı tahminler ve sürücüsüz araçlar gibi YZ teknolojileri, birçok endüstriyel ve ticari faaliyette kullanılmaktadır.

YZ, daha hızlı ve daha verimli işlemler yapabilmesi ve daha az insan müdahalesi gerektirmesi gibi birçok avantaj sunar. Ancak, YZ'nin dezavantajları arasında veri gizliliği, algoritmik adaletsizlik, insanlara karşı duyulan güvensizlik ve işsizlik yer alabilir. Örneğin yapay zekâ, grafik tasarım endüstrisinde önemli bir potansiyele sahip olmakla birlikte, bu alanda insanların işlerine el koyma riski taşımaktadır. Bu nedenle, yapay zeka teknolojisinin tasarım sürecindeki etkisi, insanlara karşı hem avantajlar hem de dezavantajlar sunmaktadır (Kopuz, 2022). Bununla birlikte, YZ'nin uygulanması, birçok yeni iş fırsatı da yaratabilir ve insana özgü görevlerin yapılmasına olanak sağlayabilir. İnsan iş gücü ve YZ arasındaki ilişki, doğru şekilde yönetilmelidir. Ayrıca, YZ uygulamalarının yanlış çalışması veya yanlış programlanması durumunda, ciddi sonuçlar doğurabilir; etik sorunlara neden olabilecek birçok alanı etkileyebilir.

1.4. Yapay Zekâ ve Yaratıcılık

Var olan durumu iyileştirmek, mevcut şeyleri yeniden değerlendirmek, farklı bir bakış açısıyla ele almak, zorluklara veya çöküşe karşı savunmak, bir alana yeni bir bakış açısı getirmek, bir alandaki egemen paradigmaları değiştirmek veya tamamen yeni bir insan faaliyet alanı yaratmak gibi eylemler, yaratıcılığın çeşitli örnekleri arasında sayılabilir (Weiner, 2000). Yapay zekâ teknolojisi, son yıllarda birçok farklı alan için büyük potansiyel taşıyan bir teknoloji olarak öne çıkmıştır. Bu teknolojinin, grafik

tasarım dahil yaratıcılık gerektiren alanlarda da kullanımı giderek artmaktadır. Yapay zekâ teknolojisi, geleneksel olarak insanların gerçekleştirdiği yaratıcı süreçleri taklit edebilir ve hatta geliştirebilir. Bu nedenle, yapay zekâ teknolojisi, tasarımcıların yaratıcılıklarını artırmalarına da yardımcı olabilir. Ancak grafik tasarım süreci, estetik kaygıları göz önünde bulundurarak bilgi birikimi gerektiren bir süreçtir. Bu süreç, tasarımcıların tasarımlarını belirli bir vizyon ve bilgi birikimi temelinde oluşturmalarını gerektirir. Ancak, yapay zeka teknolojisi henüz bu tür estetik kaygılara sahip olamamaktadır (Özdemir, 2022). Tasarım alanında hızla gelişen yapay zekâ, yaratıcı olabilir mi? Gelecekte insan yaratıcılığı nelerle karşılaşacak? Yapay zekâ işlerimizi elimizden alabilir mi? Bu sorgulamalar, yapay zeka ve yaratıcılık kavramlarına yeniden odaklanılması gerekliliğini göstermektedir (Şen, 2022).

2. GRAFİK TASARIM KAVRAMI

2.1. Grafik Tasarımın Tanımı ve Önemi

Tasarım genel olarak, insanların yaşadıkları çevredeki olaylar, nesneler ve fiziksel/ruhsal etkileşimlerle zihinsel bir manipülasyon yaparak yeniden düzenleme sürecidir. Tasarım süreci, problemleri tanımlama ile başlar ve bilgi toplama ve yaratıcı süreç aşamaları ile devam eder (Kopuz, 2022).

Grafik sanatı ise bir tasarımın içinde yer alan yöntemler bütünüdür. Grafik tasarım süreci, gözlem, araştırma, ilişkilendirme, yaratıcılık, uygulama ve sonuçlandırma aşamalarından oluşur (Tunçkan, 2012). Diğer bir deyişle, görsel bir iletişim sanatı olarak tanımlanan grafik tasarım, renk ve şekillerin kullanımı yoluyla algılanan nesnelerin görsel anlatımını içerir. Bu sanatın en önemli işlevleri arasında, bir mesajın iletilmesi veya bir ürün/hizmetin tanıtımı yer alır. Grafik tasarımın önemli bir alanı olan afişler ise, yazılı ve görsel öğelerin bir araya gelerek doğrudan izleyiciye ulaşan etkili bir iletişim aracı oluştururlar (Dündar, 2022).

2.2. Grafik Tasarımın Tarihçesi ve Gelişimi

Grafik tasarımın tarihçesi eski çağlara kadar uzanmaktadır. İnsanlığın varoluşundan bu yana geçen sürede Grafik Tasarımın izlerine rastlanmaktadır. İlk çağlarda insanoğlu, avlanırken gördüğü canlıları zihninde canlandırmakta ve bunları grafiksel olarak düşlemektedir. Çağların ilerlemesiyle birlikte matbaa gibi baskı teknolojileri hayata

geçmiş ve grafik tasarımı popüler hale gelmiştir. Endüstri devriminden sonra, tasarım sanatları, mimari tasarım ve ürün tasarımı gibi alanlar doğmuş ve kitle iletişim çağı belirmiştir (Arıkan, 2008).

Grafik tasarım kavramı, 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıpların oyularak kalıp haline getirilip çoğaltılan basılı ürünler için kullanılan bir terim olarak ortaya çıkmıştır. Teknolojik ilerlemeler sayesinde, grafik tasarım sadece basılı ürünlerde değil, aynı zamanda tüm görsel materyallerde kullanılan bir görsel iletişim aracı haline gelmiştir (Hacı & Acar, 2020). Günümüzde, grafik tasarım bir iletişim aracı olarak sıklıkla kullanılmaktadır ve dil biliminin iletişim gücünden daha etkili sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Farklı dilleri konuşan insanlar bile grafik tasarımın ortak dilini kullanarak etkili bir şekilde iletişim kurabilmektedirler.

2.3. Grafik Tasarımın Geleceği ve Trendleri

Grafik sanatı, günümüzde bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte hızla ilerlemekte ve grafik tasarımcılar da genellikle bilgisayar ortamında çalışmalarını hazırlamaktadır. Özellikle dijital teknolojinin ilerlemesi ve internetin yaygınlaşması, internet sayfası arayüz tasarımlarında yeni arayışların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Hacı & Acar, 2020).

Grafik tasarımcılar, günümüzde eskisinden daha hızlı bir şekilde kendilerini güncellemek zorundadırlar. Çünkü kullanılan teknolojiler her geçen yıl daha da ilerleyerek daha karmaşık hale gelmektedir. Ancak, bilgisayar teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan dijital devrim, tasarımcıların geniş, özgün ve hızlı yaratım araçlarına hiç olmadığı kadar erişmesini sağlamıştır. Gerekli yazılımlarla birlikte tasarım sürecini hızlandırabilen tasarımcılar, daha fazla seçenekle sonuçlandırabilecekleri tasarımlar geliştirebilmektedirler. Ayrıca, kullanılan teknolojiye bağlı olarak tasarım yazılımları da ihtiyaca göre geliştirilmekte ve alanında derinleşmektedir. Bilgi ve teknolojinin hızlı bir şekilde artışı, yakın bir gelecekte tasarımcıların arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik alanlarına daha fazla yönelmelerine neden olacaktır. Bu iki alanda da, grafik tasarımın daha çok hareketli ve etkileşimli tasarım alanlarına yoğunlaşacağı öngörülebilir (Akman & Uçar, 2020).

2.4. Grafik Tasarım ve Yapay Zekâ

Son yıllarda, birçok farklı meslek grubu ve çalışma alanında yapay zekâ kullanımı hızla artış göstermektedir. Grafik tasarım, bu kullanımın belirgin olduğu alanlardan biridir. Grafik tasarım, fikir, düşünce, uygulama ve üretkenlik gibi unsurları içeren bir sanat dalıdır. Ancak, üretkenliğin insana özgü bir özellik olması nedeniyle, bilgisayar ve internetin kullanımı ile yapılan grafik tasarım çalışmaları, zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır ve grafik tasarım alanının bir parçası haline gelmektedir. Bu durum, yapay zekâ uygulamalarının artmasına ve grafik tasarımcılığı tecrübesi olmayan kişilerin bile yapay zekâ siteleri aracılığıyla logo ve web sitesi tasarlamasına olanak sağlamaktadır. Ancak, bu eserlerin tasarım kriterleri açısından fikir, üretkenlik ve özellikle özgünlüğü tartışmaya açık konulardır (Özdemir, 2022).

Her geçen gün gelişen yapay zekâ uygulamaları, grafik tasarım alanında da çeşitli teknolojik yeniliklere yol açmaktadır. Grafik tasarım sektörünün öne çıkan yapay zeka uygulamalarından Open AI Dall.E ve Midjournal gibi yapay zekâ yazılımları grafik tasarım alanında kullanıcılara çeşitli imkanlar sağlamaktadır. Örneğin kullanıcı kişi eğer Dall.E'ye, avokado şeklinde bir koltuk veya hayvan illüstrasyonları tasarlamasını istediği takdirde Dall.E onu saniyeler içerisinde üretebilir aynı zamanda birden çok farklı varyant dahi oluşturabilir. Alakasız iki fikri birleştirerek fantastik bir yeniden dizayn etme yeteneğine sahiptir (Kopuz, 2022).

3. ARAŞTIRMA METEDOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Kavramı Amaç ve Önemi

Günümüzde yapay zekanın birçok sektöre dahil olması çeşitli gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Grafik Tasarımı alanında da yapay zekâ teknolojilerinin sağladığı birçok farklı yazılımlar sayesinde farklı pek çok ürün örneklerine rastlanmaktadır. Bu bağlamda yapay zekâ destekli hazırlanan tasarımların grafik tasarım sektörüne katkısı, avantajları ve dezavantajları, sektörün geleceği, bu konudaki gelişmeler ve grafik tasarımcıların yapay zekaya olan bakış açısı bu araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Bu kapsamda bu araştırma, tasarım alanında görev almış veya alıyor olan tasarımcıların yapay zekâ teknolojilerine bakışlarının nasıl ve ne yönde

olduğunu ortaya çıkartma amacındadır. Bu bağlamda çalışmanın varsayımları aşağıda sıralandığı gibidir.

- Yapay zekâ teknolojileri grafik tasarımcının körelmesine neden olur.
- Yapay zekâ destekli grafik tasarım üretimleri için geliştirilen yazılımlar tasarımcıların işini kolaylaştırır.
- Yapay zekâ desteği ile üretilen grafik tasarım ürünleri tasarım sürecini hızlandırır.
- Yapay zekada üretilen grafik tasarım öğeleri etik değildir. Yapay zekadan yardım aldığı için özgünlüğünü kaybeder.

3.2. Araştırmanın Yöntemi, Evren ve Örneklem

Gerçekleştirilen çalışmanın evreni tasarım alanındaki kişilerden oluşmaktadır. Ancak evrenin genişliği ve hepsine ulaşmanın imkânsızlığı dolayısıyla çalışma yükseköğretim kurumlarına bağlı olan lisans veya lisansüstü eğitim enstitülerinin görsel iletişim tasarımı, grafik tasarım veya yeni medya ve iletişim bölümlerinde okuyan ya da mezun olmuş kişiler ile sektörde aktif olarak görev alan görsel tasarım uzmanlarından oluşmaktadır.

Araştırma kolayda örneklem ile belirlenen ve toplamda sekiz (8) kişi üzerinde bir odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Bilindiği gibi odak grup (focus group) genellikle bazı ortak özelliklere sahip 4-12 katılımcıyla ve bir moderatörle gerçekleştirilen, katılımcıların gerçek düşüncelerini saklama gereği duymayacağı çok sesli bir ortam yaratılarak veri toplamayı amaçlayan bir tekniktir (Gülcan, 2021). Bu özellikleri dolayısıyla odak grup çalışmasında belirlenen sekiz (8) kişiden dördü (4) yükseköğretim kurumlarının görsel iletişim tasarım, grafik tasarım, yeni medya ve iletişim alanlarında eğitim gören ya da mezun kimseler ile dördü (4) sektörde tasarım mesleğini icra eden kişilerden oluşmaktadır.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada gerçekleştirilen odak grup çalışmasına bağlı olarak belirlenen sınırlılıklar aşağıda yer aldığı gibi verilmiştir;

1- Araştırma mesleği icra eden ve/veya bu alanda çalışacak kimselerden oluşan bir odak grup çalışmasıyla gerçekleştirilmiştir. Bilindiği gibi grafik tasarım alanı dünyada ve Türkiye’de pek çok üniversitede ön lisans, lisans ve lisansüstü programlarda yer almakla beraber, bu alanda mesleki bir diplomayla mezun olmayan kimseler tarafından da icra edilebilen bir meslektir. Evrenin genişliği söz konusu olduğunda bu kimselere erişim maddi ve zaman açısından imkânsız olduğundan çalışma kolayda örneklem ile belirlenen ilgili alanda eğitim gören ya da mezun lisans, lisansüstü kimseler ile sektörde bu alanda çalışan kimseler ile sınırlandırılmıştır.

2- Çalışma araştırmanın gerçekleştirildiği döneme değin ortaya çıkan yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanına yansımaları ile ortaya çıkan dönemi kapsamaktadır.

3- Çalışmada belirlenen örneklem yapay zekâ teknolojilerini bilen kimseler ile sınırlandırılmıştır.

4- Çalışma sosyal bilimler alanında yapılan araştırmaların deneysel bir alt yapı sunmaması gerçeğinden hareketle geçerli olan nedenler bu çalışma için de geçerlidir.

4. ODAK GRUP VAKA ANALİZİ

Odak grup toplantısı, 11.05.2023 tarihinde saat 22:00’da Microsoft Teams uygulaması üzerinden çevrim içi olarak yapıldı. Toplantıya farklı branşlardan toplam 8 tasarımcı katılım gösterdi. Katılımcıların cinsiyet dağılımı 3 erkek 5 kadın şeklinde, yaş aralıkları ise 20 ila 35 arasındadır.

Odak grup katılımcılarına Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Begüm Aylin Önder moderatörlük yaptı.

4.1. Odak Grup Vaka Analizinin Değerlendirilmesi

1. Moderatör katılımcılara daha önce yapay zekâ kavramını duyup duymadıklarını sordu.

Katılımcılardan H.K. *duyduklarını belirtti.*

2. Moderatör katılımcılara yapay zekanın mesleki konularda kullanılmasını nasıl karşıladıklarını sordu.

Katılımcılardan O.T. *“Yapay zekâyı mesleğimde kullanıyorum. Basic düzeyde süreci hızlandırmak açısından kullanıyoruz.”* dedi

3. Moderatör katılımcılara bu araçlar sayesinde üretilmiş grafik tasarım ürünlerini nasıl değerlendirdiklerini sordu.

Katılımcılardan O.T. *“Yapay zekâ sadece öğrendiği için, duygu içermediği için daha çok özgün bulmuyoruz. Bu duyguyu yansıtmıyor”* dedi.

Katılımcılardan T.Ö.Ç. aynı soruya şu şekilde cevap verdi: *“Bende göze çok güzel gelen birçok çalışmayla karşılaştım. Ama aynı şekilde özgün olmadığını düşünüyorum. Çünkü bir tasarımcının benliğinden bir parça yansıtmadığı için, emekle yapılmadığından dolayı, diğer emekle yapılan işlere göre etkileyici gelmiyor bana pek.”*

4. Moderatör katılımcılara yapay zekanın kullanımı ile ilgili endişeleri olup olmadığını sordu. Ancak tasarım alanı dışında da düşünebileceklerini ifade etti. Katılımcılardan T.Ö.Ç. soruya yanıt olarak bir endişesi olmadığını belirtti.

Katılımcılardan T.K. ise şu yanıtı verdi: *“Alan dışı olarak genel çapta konuşuyorsak eğer; internetteki araştırmalarım göre Google ’ın geliştirdiği bir yapay zekâ projesi vardı. Burada iki farklı bilgisayar karşılıklı elma toplama oyunu oynuyorlardı. Yapay zekâlardan bir tanesi rakip taraftaki yapay zekanın elmalarına saldırmaya başladı. Oyunun temelinde en çok elmayı toplayan oyunu kazanır mantığı vardı. Bir tarafın diğerine saldırması mantığıyla olaya bakıldığında, uzun zamanda bu durumdan şüphelenen taraftayım. Yapay zekâ insanları lüzumsuz görebilir mi? Ben bundan şüpheliyim. Terminatör filmi gibi bir film de var; benzer bir konu. Mesleki anlamda yapılan işleri hızlandırıyor fakat yapay zekanın çalışma mantığı daha öğrenme aşamasında olduğu için tamamen özgün bir içerik oluşturamayacağından, tamamen seri üretim benzer içeriklerin tekrarlanıp çok sayıda üretilmesi tabanında çalışıyor diye düşünüyorum ben”* dedi.

5. Moderatör katılımcılara bu anlamda mesleki bir körelmeye sebep olabileceğini düşünüyor musunuz? sorusunu yöneltti.

Katılımcılardan O.T. *“Tasarım açısından herhangi bir körelmeye sebebiyet vereceğini ben düşünmüyorum. Ama onun dışında özellikle yazılım sektöründe bir körelmeye sebebiyet verdi bile.”* dedi.

Katılımcılardan H.S. ise *“Körelttiğini düşünmüyorum. Örnek verecek olursak ilk hesap makinesi bulundu ve okullarda yasakladı. Google ilk çıktığında ise bilgiye kolay ulaşıyor diye insanların gelişimini zorlaştıracığı düşünüldü. Yapay zekâ ChatGPT İtalya ’da da yasaklandı sanırım. İnsanlarda bu algının*

yaratılmasını istemiyorum. Doğru kullanırsak körelmekten çok gelişmeye sebebiyet vereceğini düşünüyorum.” dedi.

6. Moderatör katılımcılara “Uzun vadede değerlendirsek; alt yapısının oluşumu hala devam eden bir süreçteyiz. Uzun vadede üretilen tasarımın yapay zekayla ortaya çıkması ileride etik problemlere sebep olabilir mi?” sorusunu yöneltti.

Katılımcılardan H.S. *“Ürettikleri şeyler benzer olursa belki sorun olabilir. Bugün sınavlarda vs. kullanılıyor öğrenciler tarafından. Burada bir etik olmayan yönü olabilir.” dedi.*

Katılımcılarda. T.Ö.Ç. *“Günümüz için etik bulmuyorum. Çünkü özgün bir çalışma yapmıyorlar. Ama ilerlerse özgün bir çalışma ortaya koyabilirse etik olabilir.” dedi.*

Katılımcılardan O.T. *“Tasarım bir sanat yorumu içerdiği için, yapay zekada sadece bir algoritmadan oluştuğu için ben etik bulmuyorum. Kabul edilebilir. Tasarım kişiden kişiye göreceli değişebilir. Güzelliği tartışılabilir ama sanatsal olarak etik bulmuyorum.” dedi.*

7. Moderatör katılımcılara “Grafik tasarım araçlarının yapay zekâ teknolojileri ile beraber artış göstermesi, insan tasarımcıların yerini alabilir mi?” sorusunu yöneltti.

Katılımcılardan O.T. *“Evet alabilir.”* yanıtını verdi.

Katılımcılardan T.Ö.Ç. *“Ben alabileceğini düşünmüyorum çünkü biz tasarımcıların yaptığı işlerle aynı şekilde yapacağını düşünmüyorum. Biz bir iş yaparken hayal dünyamızda çok farklı sonuçlar elde ediyoruz ve bunları ortaya koyuyoruz Y.Z. nın şuan aynı şekilde yapabileceğini düşünmüyorum. Bu nedenle tasarımcıların yerini alabileceğini düşünmüyorum. Tasarımcılar hep ayrı bir yerde olacak bence.”* yanıtını verdi.

8. Moderatör katılımcılara “Bunu yaratıcılık bağlamında mı değerlendiriyorsunuz peki? İnsan ve makine yaratıcılığı kapsamında mı değerlendiriyorsunuz?” sorunu yöneltti.

Katılımcılardan T.Ö.Ç. *“evet”* yanıtını verdi.

Katılımcılardan O.T. *“Ben yaratıcılık bağlamında Tuğçe’ye katılıyorum ancak mesleki olarak düşündüğümde yani iş tesliminde özellikle müşterilerin talep edenin kalitesi yeterli olmadığı zamanlarda tasarım yapay zekadan çıkıp çıkmadığı önemli oluyor.” dedi.*

Katılımcılardan H.S. *“Şu anki aşamada ben de katılmıyorum buna ama eğer daha gelişirse yerini alabileceğini düşünüyorum. Şuan bir iş verdiğimizde tamamen istediğini veremiyor müşteriye belki ama ilerleyen aşamada çok gelişirse grafik tasarımcıların yerini alabilir.”* yanıtını verdi.

Katılımcılardan S.M. *“Yapay zekâ sektörlerde tasarımın hızlanmasında maliyetlerin düşebileceğini düşünüyorum. Bu nedenle iş verenler tarafından daha çok kullanımı tercih edilebilir zamanla.”* dedi.

9. Moderatörün katılımcılara yönelttiği “Grafik tasarım sektörüne etkisi üzerine söyleyecekleri olan var mıdır? soruna yanıt alamadı.

10. Moderatör katılımcılara “Bu tip yazılımlar proje tasarımı esnasında insan eforuna kıyasla daha etkileyici sonuçlar veriyor mu sizce?” sorusunu yöneltti.

S.M. *“Özgünlüğe önem verenler oldukça konu tartışılabilir. Çünkü Y.Z. bir süre sonra kendini tekrar eder diye düşünüyorum.”* yanıtını verdi.

11. Moderatör katılımcılara “S.M.’ye katılan veya aksini söyleyecek olan var mıdır?” sorusunu yöneltti.

T.Ö.Ç. ve O.T. *“Katılıyorum.”* yanıtını verdi.

12. Moderatör katılımcılara “Yapay zekâ ile üretilen grafik tasarım ürünleri söz konusu olduğunda diğer tasarım ürünleri ile de bunları kıyaslarsak hangi avantajlara sahip olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusunu sordu.

O.T *“Avantajları hız, zamandan tasarruf, kolaylık sağlamak. Onun dışında bir avantajı olduğunu düşünmüyorum. Ben Y.Z araçlarını daha çok fikir edinmek amaçlı kullanıyorum. Bir konuda birden çok görüş oluşturarak en azından fikir besleyebiliyoruz.”* yanıtını verdi

H.K. ise *“Zaman ve iş gücü tasarrufu sağlayabileceğini düşünüyorum.”* dedi.

13. Moderatör katılımcılara “Grafik tasarımda kendi yeteneğinizi kullanmadan yine bu yapay zekâ teknolojilerini kullandığımızı varsayarsak bu yazılımlar aracılığıyla ortaya çıkartmış olduğunuz projeler size nasıl hissettiriyor? sorusunu sordu.

H.K. *“Daha çok dekupe etmek, filigran silmek için kullanılıyor diye biliyorum. Bunun dışında başka tasarımlarda oluyor.”* dedi

14. Moderatör katılımcılara “Herhangi bir duygu yaratıyor mu sizde?” dedi.

H.K. *“Zaman açısından işimi kolaylaştırıyor.”* yanıtını verdi.

T.Ö.Ç. *“Daha önce kullanmış biri olarak şöyle söyleyebilirim evet göze hitap ediyor güzel geliyor ama ben yapmışım gibi hissettirmedeği için olumlu*

hissetmiyorum o tasarımlara baktığım zaman. Kendim yapmışım gibi hissettirmiyor bana.” dedi.

T.K. “Ben normalde video editörüym ama arada grafik de çalışıyoruz. Az önceki soruyla ilgili iş olarak hızlandırıyor ama belli bir süreden sonra makineleşme hissediyorum. Acaba yapay zekâ ile üretiyorsunuz da genelde benzer içerikler üretiliyor kısa zamanda üretiliyor. Sosyal psikolojide makineleşme süreci diye bir süreç var. O süreci incelediğim zaman makine ben miyim acaba Y.Z. makine ikileme düştüğüm noktalar oluyor.” yanıtını verdi.

15. Moderatör katılımcılara *“Daha yapay buluyorsunuz o zaman oradan çıkan tasarımları? Eksikliğini hissediyorsunuz diyelim?”* dedi.

T.K. “Evet” yanıtını verdi.

16. Moderatör katılımcılara T.K. ya katılan veya aksini iddia eden var mıdır? sorusunu yöneltti.

O.T. “T.K. ya katılıyorum. Bende şöyle düşünüyorum. Tasarım açısından değil genel olarak düşündüğümde, Y.Z aslında internetteki verileri işleyen bir mekanizma. Herhangi bir insani duygu düşünce vicdan muhakemesi olmadığından dolayı sürekli yanlış yönlendirebilecek ve yanlış bilgiler verebilecek bir mekanizma. O yüzden çok doğru bulmuyorum. Yönlendirebilir değiştirebilir. Bunun denemesini de yaptım gerçekten yanlış bilgiler verebiliyor.” dedi.

17. Moderatör O.T ve T.K’nın söyleminin üzerine ekleme yapmak isteyen var mı? dedi

Yanıt alamadı ve teşekkür ederek odak grup çalışmasını tamamladı.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Yapılan araştırma, grafik tasarım alanında yapay zekâ teknolojilerinin kullanımının etkilerini incelemiştir. Araştırma, 8 kişilik bir odak grup toplantısı ile gerçekleştirilmiştir. Toplantıda, katılımcıların yapay zekâ hakkındaki bilgi düzeyleri, yapay zekanın mesleki kullanımı, yapay zekâ tarafından üretilen grafik tasarım ürünleri ile ilgili değerlendirmeleri ve yapay zekanın kullanımı ile ilgili endişeleri ele alınmıştır.

Katılımcıların yapay zekâ tarafından üretilen grafik tasarım ürünleri ile ilgili değerlendirmeleri incelendiğinde, birçok katılımcı yapay zekanın ürettiği ürünlerin özgünlüklerinden yoksun olduğunu, tasarımcının kişisel dokunuşlarını yansıtmadığını belirtmiştir. Ancak bazı katılımcılar yapay zekâ tarafından üretilen ürünlerin görsel olarak etkileyici olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların yapay zekanın kullanımı ile ilgili endişeleri incelendiğinde, katılımcılardan biri herhangi bir endişesi olmadığını belirtmiştir. Ancak diğer katılımcılar yapay zekanın insanları önemsiz görmesi, özgün içerik oluşturamaması ve mesleki körelmeye veya işsizliğe neden olabileceği konularında endişeli olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca bir katılımcı yapay zekanın insani vicdan duygularına sahip olmadığını belirterek yanlışlar yapabileceğini öne sürmüştür.

Bu sonuçlar, yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanında kullanımının avantaj ve dezavantajlarının dikkatle değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı, grafik tasarımcıların kişisel dokunuşlarını yansıtmayan özgün olmayan ürünlerin ortaya çıkmasına neden olabilirken, aynı zamanda süreçleri hızlandırabilir.

Literatüre bakıldığında Kopuz yapay zekanın insanların işlerine el koyma riski taşıdığını belirtmiştir. Odak grup çalışmasında ise bu endişeyi hem destekleyen hem de desteklemeyen sonuçlar çıkmıştır.

Sonuç olarak, yapay zekâ teknolojilerinin grafik tasarım alanında kullanımı sürecinde yapay zekâ ürünlerinin hazır verilerden oluşması sebebiyle fayda sağlamadığı, ama ileride bu teknoloji iyileştirildiğinde zaman, hız ve iş gücü tasarrufu açısından yapay zekanın fayda ve kolaylık sağlayacağı yönünde genel bir kanı oluşturulmuştur.

Araştırmanın kavramı, amaç ve önemi bölümünde belirtilen varsayımlar odak grup çalışmasından çıkan sonuçla ilişkilendirildiğinde aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır.

Varsayım 1: Yapay zekâ teknolojileri grafik tasarımcının körelmesine neden olur.

Sonuç: Körelmeye sebebiyet vermez.

Varsayım 2: Yapay zekâ destekli grafik tasarım üretimleri için geliştirilen yazılımlar tasarımcıların işini kolaylaştırır.

Sonuç: Tasarımcının işini kolaylaştırır.

Varsayım 3: Yapay zekâ desteği ile üretilen grafik tasarım ürünleri tasarım sürecini hızlandırır.

Sonuç: Hız, zaman ve iş gücü tasarrufu sağlar.

Varsayım 4: Yapay zekada üretilen grafik tasarım öğeleri etik değildir. Yapay zekadan yardım aldığı için özgünlüğünü kaybeder.

Sonuç: Etik ve özgün değildir. Vicdani duygular içermediği için yanlış yapabilir.

5.1. Anahtar Kelimeler

Yapay zekâ, teknoloji, tasarımda etik, görsel iletişim tasarımı, artırılmış çağ.

6. KAYNAKÇA

- Akman, M., & Uçar, F. (2020). *Bugünün ve Geleceğin Grafik Tasarımı*. 14(25).
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akdenizsanat/issue/52160/631748>
- Arıkan, A. (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*. Eğitim Akademi Yayınları.
- Çetin, M., & Aktaş, A. (2021). Yapay Zeka ve Eğitimde Gelecek Senaryoları. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(Eğitim Bilimleri Özel Sayısı), 4225–4268. <https://doi.org/10.26466/OPUS.911444>
- DÜNDAR, F. N. (2022). AFİŞ TASARIMINDA METAFOR KULLANIMI. In *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat* (Vol. 7, Issue 15, pp. 167–176). Sibel KILIÇ. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijia/issue/75684/1244416>
- Ergen, M. (2019). *What is Artificial Intelligence? Technical Considerations and Future Perception*. <https://doi.org/10.14744/AnatolJCardiol.2019.79091>
- Gülcan, C. (2021). *Nitel Bir Veri Toplama Aracı: Odak (Focus) Grup Tekniğinin Uygulanışı Ve Geçerliliği Üzerine Bir Çalışma*. 4(2,94).
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/meusbd/issue/63193/866942>
- Hacı, Ö. G., & Acar, M. (2020). Grafik Tasarımın Gelişim Sürecinde Yeni Üslup: Flat Tasarım. In *Sanat ve Tasarım Dergisi* (Issue 25, pp. 35–52). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sanatvetasarim/issue/54845/750656>
- Kopuz, M. A. (2022). *Grafik Tasarımın Geleceğinde Yapay Zeka Programları*. Ordu Üniversitesi.
- Özdemir, A. (2022). Yapay zeka'nın grafik tasarıma ve tasarımcıya etkisi. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 628–637.
<https://doi.org/10.17218/HITITSBD.1205445>
- Schultz, D. P., & Schultz, S. E. (2007). *Modern Psikoloji Tarihi* (1.baskı). Kaknüs Psikoloji.
- Şen, E. (2022). İllüstrasyon Alanında Yapay Zekâ Uygulamaları. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(3), 1320–1332. <https://doi.org/10.11616/ASBI.1159662>
- Weiner, P., R. (2000), *Creativity & beyond Cultures, Values, and Change*. New York: State University New York Press.